



**HTW** Chur



Hochschule für Technik und Wirtschaft  
University of Applied Sciences

## Bachelor- und Masterarbeiten 2014

**graubünden** Bildung und Forschung  
FHO Fachhochschule Ostschweiz

**STUDIERN FÜRS LEBEN**

→ [www.htwchur.ch](http://www.htwchur.ch)

Hauptsponsoren



**PRISMA**

Videoproduktionen und Systeme AG

Co-Sponsoren

**KOCH**  
Papeterie & Büro  
[www.ubtech.ch](http://www.ubtech.ch)



# Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibungen der Bachelor- und Masterarbeiten 2014

	Seite
<b>Bachelor-Studiengänge</b>	
– Bau und Gestaltung	3
– Betriebsökonomie	19
– Informationswissenschaft	50
– Multimedia Communication	72
– Systemtechnik <sup>NTB</sup> in Chur	105
– Tourism	107
<b>Master-Studiengänge</b>	
– Master of Science in Business Administration, – Major New Business	170
– Master of Science in Business Administration, – Major Tourism	177
– Master of Science in Business Administration, – Major Information Science	180

Kurzzusammenfassungen wurden von den jeweiligen Diplomierten selbst verfasst.

# Bau und Gestaltung

## Studienleitung

Prof. Christian Auer

## Pign denton bien - Wohnhaus in Schluain

Diplomandin Irena Antunovic  
Referent M. Gujan, R. Albertin  
Korreferentin S. Bühler  
Auftraggeber P. Wellinger

Das Entwurfsthema ist das einfache Volumen. Das Ganze soll eine zeitgemässe Identität bekommen, dass sich von Innen her als offener und einfacher architektonischer Körper zeigt. Der offene Grundriss ist so aufgebaut, dass er durch den schwarzen Kubus zoniert wird. Dieser Kubus mit dem Cheminée ist der Mittelpunkt des Hauses, alles spielt sich um diesen herum. Aussen sind die Fenstersetzungen prägnant. Zusätzlich wird der Aussenraum gestaltet. Das Gebäude ist ein kleines, feines und einfaches Volumen.

Das angrenzende Walserhaus soll wieder zu einem Einfamilienhaus werden. Im Innern wird das ganze Gebäude saniert.



# Haus für einen Kunsthistoriker in Azmoos Gemeinde Wartau SG

Diplomand Christian Bärlocher  
Referent Robert Albertin  
Korreferentin Sandra Bühler  
Auftraggeber HTW Chur

Das Bauernhaus am Kirchplatz in Azmoos besticht nicht nur durch eine städtebaulich prägnante Setzung sondern auch durch eine konstruktive Vielfalt, die den ausserordentlich breitgefächerten St.Galler Bauernhausbau repräsentiert. Es erschien mir daher wichtig, dieses historisch wertvolle Haus mit dessen Sockel aus Bruchsteinen, dem gestrickten Obergeschoss sowie dem Riegelbau im Dachgeschoss zu erhalten.

In Azmoos finden sich trotz der verhältnismässig kleinen Anzahl Einwohner (ca. 1500) eine hohe Dichte an Infrastrukturen. Nicht nur eine Schule, ein Altersheim, eine Kirche sowie diverse Geschäfte sondern auch Handwerker, Planer und kleinere Industriebetriebe sind im Dorf ansässig. Diese zahlreiche Infrastruktur deutet auf ein funktional intaktes Dorf hin. Wohnen, Arbeiten, Einkaufen, Freizeit und Kultur kann im Dorf gelebt werden. Daher soll auch das Bauernhaus am Kirchplatz wieder als funktional intaktes Wirtschaftshaus genutzt werden können. Entsprechend dem traditionellen Bauernhaus soll die ganze Familie unter einem Dach wohnen und arbeiten.

Um dies zu ermöglichen wird das historisch zweigeteilte Haus als solches erhalten. Um eine zeitgemässe Nutzung zu ermöglichen, wird das Haus gegen Westen um eine Schicht erweitert. Darin wird im Untergeschoss in Form eines Ateliers das Arbeiten im Haus ermöglicht. Im Erdgeschoss übernimmt die neue Schicht den Eingang sowie eine Küche mit Essraum, im Obergeschoss befinden sich in derselben Schicht die Nasszellen.

Die Volumetrie sowie die Dachform entstanden aus der Analyse sowie Modellstudien im Zusammenhang mit den umliegenden Gebäuden. Die Positionierung des Eingangs orientiert sich am bestehenden Wegnetz und an der bestehenden Typologie der Eingänge. Die Häuser werden über Querstrassen zur Hauptachse durch das Dorf erschlossen, so auch das Haus am Kirchplatz, das seitlich und nicht über den Platz zugänglich ist. Die Umgebungsgestaltung orientiert sich ebenfalls stark an den örtlichen Gegebenheiten. So sind die Mauern wie im ganzen Dorf ein prägendes und funktionales Element.



# Seniorenresidenz Hinter dem Rathaus in Herisau

Diplomandin Claudia Caduff  
Dozent Robert Albertin  
Dozentin Sandra Bühler  
Auftraggeber HTW Chur

Das Ziel der neuen Überbauung ist einerseits das Schaffen der geforderten Flächen und Volumen, andererseits soll mit dem Eingriff die Chance einer städtebaulichen Erneuerung genutzt werden. Als Ausgangslage für die Positionierung und die Ausarbeitung der Volumen ist das Streben nach klaren, definierten und funktionellen Aussenräumen, welche als Lebensräume dienen können. Die Enge der Gassen, die Weite der Plätze und deren Zusammenspiel sollen den Aussenräumen die heute teilweise bestehende Banalität nehmen.

Die Formgebung der neuen Volumen lässt die heutige Hauptgasse bestehen und verstärkt ihre Bedeutung durch eine Verlängerung des Körpers. Eine neu gebildete und gewollt enge Gasse verbindet den Hauptplatz mit den anderen Plätzen.

Der Hauptplatz dient der Öffentlichkeit, als Aussenraum für das Museum und als Zugang für die Seniorenresidenz. Die neue Überbauung soll das Zentrum des ganzen Quartiers sein.

Die Seniorenresidenz «Hinter dem Rathaus» bietet gehobenen Wohnstandard an und definiert sich durch selbständiges Wohnen mit einem umfangreichen Servicepaket. Die

Wohnungen und Zimmer sind grosszügig, darüber hinaus gibt es ein vielseitiges Angebot an Gemeinschaftseinrichtungen und Freizeitaktivitäten.

Zielgruppe sind selbständige und weitgehend körperlich und geistig rüstige ältere Menschen (ca. 60-80 Jahre alt).



# Elisa

Diplomandin **Lea Condrau**  
Referent **Robert Albertin**  
Korreferentin **Sandra Bühler**  
Auftraggeber **HTW Chur**

Das Projekt bearbeitet ein bäuerliches Doppelwohnhaus an der nordöstlichen Ecke des Kirchplatzes in Azmoos. Im Norden hinter dem Gebäude steht ein Schuppen. Die Lage ist prominent, die Giebelfassade des Wohnhauses bildet zusammen mit den Giebelfassaden der beiden Nachbarhäuser eine Dreiergruppe, die sich durch die dem Kirchplatz zugewendeten Vorgärten auszeichnet.

Das fast 200-jährige Doppelwohnhaus ist denkmalgeschützt. Das gemauerte Erdgeschoss und das geschindelte Obergeschoss sind zwei geläufige Konstruktionsarten in Azmoos. Das Projekt erhält das Haus und den Schuppen in ihrer Art und Konstruktion. Das Doppelwohnhaus wird zu einem grosszügigen Einfamilienhaus. Die alte Typologie, Stube und Zimmer im vorderen Bereich, Wirtschaftsräume im hinteren Bereich werden erhalten. Die Verteilung des Grundrisses wird gestärkt, indem jeder Raum eine Nutzung erhält. Diese Grosszügigkeit hebt die einzelnen Räume hervor und unterstützt die klare Struktur des Hauses. Die zu erhaltenden Konstruktionen werden gestärkt, da sie auch im Innern spürbar werden. Dies führt zu einem konsequenten Einsatz der auf ein Minimum reduzierten Materialien.

Im Schuppen wird das vorhandene Thema des Weiterbauens aufgenommen. Erst war er ein Stall, dann eine Möbelwerkstatt, nun wird es zu einem Büroatelier mit Garage.

Das Projekt zeichnet sich dadurch aus, dass der Bestand erhalten wird und mit sensiblen Eingriffen an die heutigen Bedürfnisse angepasst wird.



# Hidera Herisau

## Pflegeheim und Kindergarten

Diplomandin Mirjam Edelmann  
Referent Robert Albertin  
Korreferentin Sandra Bühler  
Auftraggeber HTW Chur

Im Quartier «Hinter dem Rathaus» im Dorfkern von Herisau beabsichtigt ein Investor die Planung eines Seniorenzentrums und einer Kindertagesstätte. Unsere Aufgabe bestand darin, diese Bauparzelle zu bearbeiten.

Die umliegenden Gebäude sind dicht zusammengebaut und teilweise ineinander verschachtelt. Sie sind in unterschiedlicher Höhe gebaut und bieten Schutz vor der umlaufenden Strasse. Die Dachformen werden von grösseren und kleineren Terrassen unterbrochen und bilden einen auffälligen Charakter.

Mit meinem städtebaulichen Konzept nehme ich die vorhandene Bauweise und Verschachtelung auf. Neben dem bestehenden «Hochzeitshaus» habe ich zwei Gebäude mit Giebeldach gesetzt. Ein Volumen mit freier Form verbindet die drei freistehenden Häuser. Im Erdgeschoss befinden sich die öffentlichen Bereiche. Der Kindergarten mit direktem Zugang zum Spielplatz im Freien, ein Café mit Verkauf von Backwaren, eine Grossküche und die Pflegeheimverwaltung. Im 1. bis 3. Obergeschoss befinden sich die Pflegezimmer

mit separater Nasszelle. Im Altbau stehen für Personen, die sich noch selbst versorgen können drei kleine Wohnungen mit Küche zu Verfügung. Dachgeschosse bieten einen Veranstaltungsraum, ein Pflegebad, sowie zwei weitere Wohnungen mit Küche. Die ca. 80m<sup>2</sup> grosse Dachterrasse steht allen Bewohnern, Angestellten und Besuchern zur Verfügung.



# Alterswohnungen Herisau Hinter dem Rathaus

Diplomand   Rafael Falk  
Referent     Robert Albertin  
Korreferentin   Sandra Bühler  
Auftraggeber   HTW Chur

Die zentrale Lage des Quartiers «Hinter dem Rathaus» eignet sich optimal für Alterswohnungen. Personen mit eingeschränkter Mobilität können so bestmöglich am Dorfleben teilhaben. Als Kombination mit Gewerbeflächen, Atelierräumen, einer neuen Backstube mit Laden und Kaffee und einer Kindertagesstätte bildet der Neubau einen Motor zur Wiederbelebung des historischen Dorfkerns.

Eingebettet in die Nachbarbauten zioniert der Neubau die Aussenräume und bildet drei Plätze. Der bestehende Platz im Osten wird durch den Verkaufsladen und das Kaffee aufgewertet und belebt. Westlich, am anderen Ende der Gasse, befinden sich der Hauptzugang für die Alterswohnungen und die Kindertagesstätte. Im Norden ergänzen die Molkerei und die Atelierräume das Angebot zum bestehenden Blumenladen und dem Museum.

Die Alterswohnungen können von Paaren oder alleine bewohnt werden. Es sind kleine, gut funktionierende, vollständig möblierte Wohnungen geplant. Die Reduktion der privaten Wohnflächen wird durch gemeinschaftlich genutzte Räume wie Gemeinschaftsküche, Waschraum oder die Ateliers ausgeglichen und ein aktives Zusammenleben der Bewohner gefördert.

Auf eine unterirdische Parkierung wird verzichtet, da sich in Gehdistanz die Parkgarage Gutenberg mit 80 öffentlichen Parkplätzen befindet. Zudem zeigt eine Untersuchung von bestehenden Alterswohnungen im Kanton St. Gallen, dass die Parkplätze in Alterswohnungsobjekten oft fremdvermietet werden müssen, da ältere Personen kein Auto mehr besitzen. Die Bewohner können gemeinschaftlich zwei zur Verfügung gestellte Autos nutzen.





# Projekt Krone

## Alterswohnungen in Herisau

Diplomandin Franziska Hefti  
Referent Robert Albertin  
Korreferentin Sandra Bühler  
Auftraggeber HTW Chur

Das Projekt Krone liegt im alten Dorfkern im Zentrum von Herisau. Aktuell befinden sich vier bestehende Bauten auf dem Projektperimeter hinter dem alten Rathaus und bilden eine Innenhofsituation. Das Haus zum Platz an der Oberdorfstrasse bleibt aus denkmalpflegerischen Erkenntnissen bestehen und wird ein Teil des neuen Projektes. Die anderen Volumen werden rückgebaut.

Eine einheitliche Erscheinung mit Neuinterpretationen der geschichtsträchtigen Umgebung zeichnet das Projekt Krone aus. Die bestehenden Strukturen der ältesten Dorfzonen von Herisau zeigen oftmals eine Anreihungen von Hausteilen mit Giebel oder Kreuzfirste. Durch die gewählte Dachform von Kreuzgiebeln orientiert sich das neue Volumen stets zu den vier Zugängen und bildet im Süden eine starke Gasse an der Oberdorfstrasse. Am nördlichen Parzellenrand bildet das Volumen das Gegenstück zum alten Rathaus und stärkt den östlichen Zugang zur Parzelle. Das Dach und die Fassadenversätze strukturieren das grosse Volumen und nehmen sowohl die Kleinteiligkeit der südlichen Bauten und die Grossteiligkeit der umringenden Volumen auf.



# Wohnen hinter dem Rathaus in Herisau

Diplomand Elio Meier  
Referent Robert Albertin  
Korreferentin Sandra Bühler  
Auftraggeber HTW Chur

Das Quartier «Hinter dem Rathaus» in Herisau hat sich im Verlaufe der Jahrhunderte immer wieder verändert. Dabei entstand eine städtebaulich schwierige Anordnung der einzelnen Bauten. Die Wegsituationen sind ungeklärt und die Freiräume undefiniert. Mit den eingeschossigen Anbauten wurden dem Quartier die letzten Qualitäten genommen und dessen Ausdruck gleicht nunmehr einem Hinterhof.

Diese Ausgangslage verlangt, dass ein Neubau mit einem, um 40% grösseren Ersatzvolumen errichtet wird. Mit dem neuen städtebaulichen Eingriff wird die Wegsituationen wieder gelöst und Freiräume werden definiert. Ein Angebot an altersgerechten Wohnungen in Verbindung mit einem Kinderhort soll das Quartier aufwerten und ihm neues Leben verschaffen. Um die prekäre Situation der will parkierenden Autos im Zentrum Herisaus zu entschärfen wird ein neues Parkhaus geschaffen.

Die Ausarbeitung des Projektes erfordert eine passende städtebauliche Lösung, von der Art der Nutzung über die Anordnung der Wohnungen bis hin zur architektonisch korrekten Detaillösung. Ebenfalls erforderlich sind haustechnische Lösungen und eine grobe Kostenschätzung.



# Neue Wohnhäuser im Dorfkern von Azmoos

Diplomand     Andreas Schnyder  
Referent       Robert Albertin  
Korreferentin   Sandra Bühler  
Auftraggeber   HTW Chur

Die kleine Gemeinde Azmoos im Rheintal hat mit denselben Problemen zu kämpfen wie viele vergleichbare Gemeinden. Zwar sind die Bevölkerungszahlen konstant oder leicht ansteigend, jedoch wird neuer Wohnraum meist ausschliesslich am Dorfrand in Neubauzonen geschaffen, während die alten Dorfkern mehr und mehr leer stehen.

Die behandelte Parzelle am Kirchplatz in Azmoos bildet ein charakteristisches Beispiel für diese Problematik. Das denkmalgeschützte, alte Bauernhaus ist in einem denkbar schlechten Zustand.

In Form einer grossmassstäblichen Analyse des Dorfes, des Quartiers und insbesondere des baulichen Bestandes auf der Parzelle resultierte ein Abriss und Neubau als die sinnvollste Lösung. Durch einen Neubau des Wohnhauses im Sinne der Bestandesgarantie gem. RPG des Kantons St. Gallen und dem Ersatzbau des Stalles auf dem hinteren Teil der Parzelle, kann die Anzahl Personen, die auf der Parzelle leben, verdoppelt werden. Dadurch wird einerseits eine unnötige Verschwendung von Kulturland verhindert, gleichzeitig wird im alten Dorfkern für neues Leben gesorgt.

Die geplanten Gebäude sollen sich in Ihrer Volumetrie und ihrem Ausdruck möglichst gut in den baulichen Bestand im Dorf eingliedern. Dementsprechend wird hier weitgehend auf eine architektonische Abstraktion verzichtet, vielmehr soll dem Dorfkern mit seinen baulichen Eigenheiten durch die Neubauten eine ganz konkrete Antwort gegeben werden.



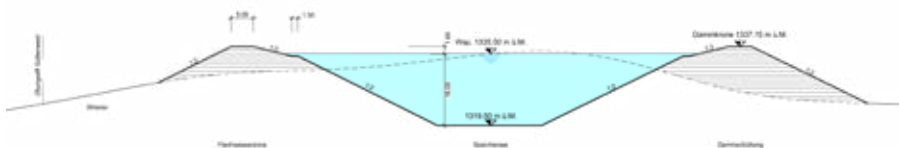
# Speichersee für Schneeanlage Wildhaus

Diplomand Gian-Marco Affolter  
Referent Dr. Imad Lifa  
Korreferent Franco Schlegel  
Auftraggeber HTW Chur

Die Bergbahnen Toggenburg AG plant eine Erweiterung der bestehenden Beschneiungsanlage zur Qualitätssicherung und Schneesicherheit. Durch die Errichtung von Beschneiungsanlagen zur Kunstschneeproduktion versuchen die Skigebiete der Problematik des Schneemangels entgegenzuwirken.

In dieser Bachelorarbeit wird untersucht, welche Massnahmen für die Bereitstellung von Wasser für die technische Schneeerzeugung vom Oberdorf bis zur Talstation Wildhaus notwendig sind. Die Arbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen.

Im ersten Teil werden die Projektgrundlagen zusammengestellt und eine Standortermittlung für den zukünftigen Speichersee inklusiv Wasserbedarfsermittlung durchgeführt. Im zweiten Teil wird ein Variantenvergleich der Konstruktionsmöglichkeit und der Innenabdichtung durchgeführt. Im dritten und letzten Teil der Arbeit werden die notwendigen Massnahmen und die gewählten Lösungen für das Projekt dargestellt, konstruiert und dimensioniert. Weiter wird auf die Themen Tourismus, Klimaentwicklung, Energie und Umwelt eingegangen.

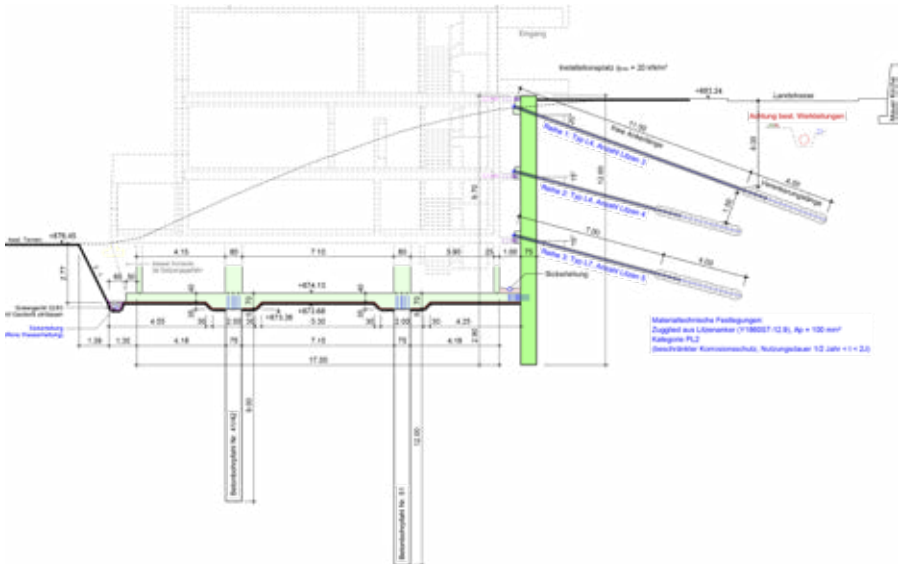


# Baugrube / Foundation Erweiterung Zentrum Triesenberg

Diplomand    Lukas Bless  
Referent     René Krättli  
Korreferent   Hansjörg Vogt  
Auftraggeber   Gemeinde Triesenberg, Fürstentum Liechtenstein

Im Dorfzentrum erstellt die Gemeinde Triesenberg ein neues Pflegeheim. Der Neubau liegt in einem Rutschgebiet. Durch die Problematik des Hangwassers, fordert der Bauherr einen permanenten Hohlraum bergseits des Neubaus. Die Abstände zu den Nachbarbauten sind gering und Anker sind nur temporär zugelassen.

Im Variantenstudium werden Baugrubenabschlüsse gesucht, welche die bis zu elf Meter tiefe Baugrube umschliessen und die nahegelegenen Denkmalschutzobjekte sichern. Es wird untersucht ob eine Flachfundation möglich ist, Bodenverbesserungsmassnahmen wirtschaftlich die gewünschten Ergebnisse erzielen oder ob eine Tiefenfundation notwendig wird. Im Vorprojekt wird der Baugrubenabschluss bemessen mit der detaillierten geplanten Abstützung auf den Neubau. Bei der Foundation wird ein System geplant, welches die Unterschiede des vorbelasteten Untergrundes und der Bodenkennwerte ausgleicht. Im Schlussteil sind die getroffenen Massnahmen damit der Neubau den Verschiebungen des Rutschhanges folgt, ohne Schaden zu nehmen und als Abstützung des Höhenversatzes im Endzustand dient, zu finden. Ein Überwachungskonzept und eine Kostengrobschätzung runden die Arbeit ab.



# Hochwasserschutzprojekt Seez 4. Etappe

Diplomand     Sandro Büchel  
Referent       Franco Schlegel  
Korreferent   Robert Widmer  
Auftraggeber   HTW Chur

Aufgrund der Hochwasserkatastrophe von 1987 wurde das generelle Hochwasserschutzprojekt Seez, welches 1994 veröffentlicht wurde, ausgearbeitet. Unterdessen wurde die 1. und 2. Etappe der Seez zwischen dem Walensee und dem Geschiebeablagerungsplatz Valaschga, oberhalb von Flums ausgebaut. Zeitgleich wurden die Geschiebeablagerungsplätze Sax und Vajimooos erstellt.

Die 3. Etappe zwischen dem Geschiebeablagerungsplatz Valaschga und dem Geschiebeablagerungsplatz Sax wurde im Frühjahr 2014 öffentlich aufgelegt.

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wird die 4. Etappe zwischen dem Geschiebeablagerungsplatz Sax und der Brücke beim Restaurant Schäfli in Mels bearbeitet.

In einem ersten Schritt wird der bestehende Zustand untersucht, um anschliessend den Handlungsbedarf zu evaluieren. Auf konzeptioneller Ebene werden denkbare Hochwasserschutzmassnahmen geprüft. Zwischen dem Geschiebeablagerungsplatz Sax und der Mündung Cholschalgerbach wird die Bestvariante zu einem Vorprojekt ausgearbeitet.

In der 4. Etappe bestehen mit den vorhandenen Abflusskapazitäten und dem ökologischen Zustand Defizite. Mit den vorgeschlagenen Massnahmen können diese Defizite verringert oder sogar aufgehoben werden.

Zwischen dem Geschiebeablagerungsplatz Sax und der Mündung Cholschlagelbach wird die Seez auf eine Sohlenbreite von 20 bis 30 m aufgeweitet, teilweise an den Hangfuss verlegt und naturnah gestaltet. Künftig soll sich die Seez innerhalb des Gewässerraums von 55 m dynamisch entwickeln. Erosionen und Auflandungen sind in einem kontrollierten Mass erwünscht.

Flora und Fauna können im neu gestalteten Gewässerraum neue Lebensräume entwickeln. Durch die Renaturierung entstehen ein grosses Naherholungsgebiet und eine Aufwertung des Landschaftsbildes.

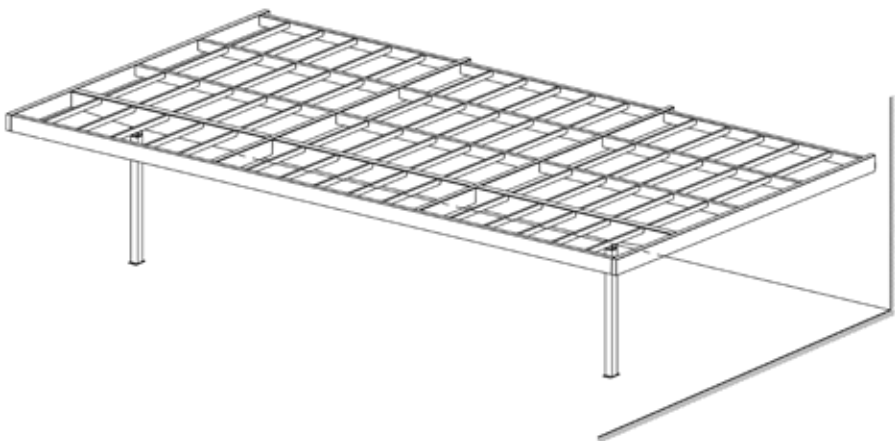


# Vordach Lobby, Talan Tower – Astana, Kasachstan

Diplomandin    Samanda Cipolla  
Referent        Thomas Entner  
Korreferent    Pieder Hendry  
Auftraggeber   IBAR

In Astana, der Hauptstadt von Kasachstan, entsteht ein grosses und prestigeträchtiges Bauobjekt. Dabei handelt es sich um die Talan Towers, zwei Türme mit 26 bzw. 30 Stockwerken. Südlich dieses Gebäudekomplexes befindet sich ein Vordach aus Stahl, welches einen überdachten Eingang der Hotellobby sicherstellt.

Im Rahmen dieser Bachelorthesis wird das Vordach beim Eingang zur Hotellobby bearbeitet. Das Vordach mit den Abmessungen von 27 Meter auf 15 Meter ist viermal wandseitig befestigt und zweimal abgestützt. Die Profile sollten als Hohlprofile ausgeführt werden. Die Arbeit ist in drei Teilen aufgeteilt. Im ersten Teil werden die Projektgrundlagen zusammengestellt und die Lasten ermittelt. Im zweiten Teil werden mögliche Tragstrukturen gesucht und eine Vordimensionierung erstellt. Im dritten Teil wird die Tragstruktur detailliert dimensioniert mit Hilfe eines Statikprogramms. Zusätzlich werden kritische Verbindungspunkte konstruktiv und statisch gelöst. In den drei verschiedenen Teilen steht die Wirtschaftlichkeit im Vordergrund. Durch Materialreduzierung in der Querschnittwahl sowie einer einfachen Montage wird dies sichergestellt.



# Machbarkeitsstudie Kraftwerk Oberholz 2, Vilters

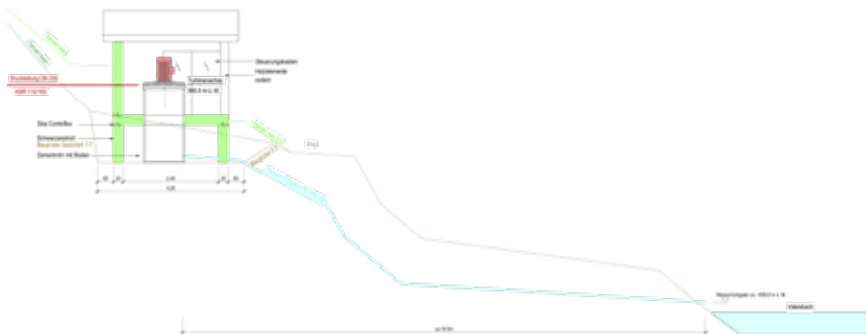
Diplomand     Martin Gstöhl  
Referent       Dr. Imad Lifa  
Korreferent   Robert Widmer  
Auftraggeber  IBAR

Vilters- Wangs ist ein Dorf in St. Gallen im Gebiet Sarganserland. Seit vielen Jahren wird mit Kleinwasserkraftwerken Strom produziert. Seit dem Jahr 2003 sind 3 Anlagen in Betrieb. Die 3 Anlagen erreichen pro Jahr eine Stromproduktion von ca. 10'206'000kWh.

Es soll geprüft werden, ob eine Investition in ein weiteres Kraftwerk rentabel ist.

In der Bachelor-Arbeit wird untersucht, ob das Kraftwerk Oberholz 2 rentabel gebaut und betrieben werden könnte. Zu diesem Zweck wird eine Machbarkeitsstudie sowie eine Wirtschaftlichkeitsberechnung durchgeführt. Es wird untersucht, ob ein Jahres- Wochen- oder Tagesspeicher in Frage kommt und deren Einflüsse auf Wirtschaftlichkeit und Ökologie.

Es werden mehrere Varianten durchgedacht und miteinander verglichen. Nicht nur ökonomische Aspekte werden aufgezeigt, sondern auch ökologische.





# Skibrücke Val Plaun

Diplomandin **Marianne Jegen**  
Referent **Rolf Bachofner**  
Korreferent **Michael Inauen**  
Auftraggeber **Weisse Arena Bergbahnen AG**

Der momentane Verlauf des letzten Pistenabschnittes zwischen Crest la Siala und Plaun im Gebiet der Weissen Arena Bergbahnen AG in Laax ist unbefriedigend. Mit einer Brücke von 86 m Länge soll das Tal auf einer Höhe von 30 m gequert werden.

Im Rahmen dieser Thesis wird ein Projekt aus Holz erarbeitet. Die Arbeit gliedert sich insgesamt in drei Teile.

Im Teil I werden die Grundlagen erarbeitet, die kritischen Aspekte hervorgehoben sowie Ideen für mögliche statische Konzepte gesammelt.

Der Teil II beinhaltet die genaue Betrachtung der möglichen Konzepte aufgrund verschieden gewichteter Kriterien. Aus dem Vergleich werden zwei Varianten mit Bestwerten ausgelesen, ergänzt und vorbemessen. Anschliessend wird das geeignete Konzept für die weitere Bearbeitung definiert. Zudem wird die Nutzungsvereinbarung abgehandelt, in welcher sämtliche Vorgaben festgehalten sind.

Im Teil III wird das optimierte Konzept berechnet, bemessen und dokumentiert.



# Brücke + Strassenunterführung RhB, Küblis

Diplomand     Bernhard Signer  
Referent       Karl Baumann  
Korreferent   Claudio Tschuor  
Auftraggeber  RhB, Abteilung Kunstbauten

Die RhB und der Kanton Graubünden beabsichtigen, den Bahnübergang an der St. Antönienstrasse in Küblis eingehen zu lassen und planen stattdessen an einer Hanglage eine Unterführung für den Strassenverkehr.

Im Rahmen dieser Arbeit werden die dazugehörigen Kunstbauten vorprojektiert. Dazu werden eine zweispurige Brücke für die RhB sowie hohe Stützbauwerke entworfen, bemessen und konstruiert. Dass bei der Unterführung Strasse und RhB von Kurven geprägt sind, macht die Aufgabe zur zusätzlichen Herausforderung. Wesentlich für die gesamte Ausführung ist ausserdem die Aufrechterhaltung des Bahnbetriebes.

Die vorgeschlagene, eingeschobene Brücke mit einer Spannweite von 15.40m überquert die von Schwergewichtsmauern flankierte St. Antönienstrasse. Die Pfahlfundation wirkt im Bauzustand als Baugrubenabschluss und wird durch den Brückenträger gespriesst. Der Querschnitt der vorgespannten Brücke besteht aus zwei zusammengesetzten Trögen, die als Einfeldträger die Strasse überspannen.



# Betriebsökonomie

## Studienleitung

Prof. Fulvio Bottoni

## Nachfolgeregelung bei der K. Burkhardt + Sohn AG in Thuisis

Diplomand	Andreas Burkhardt
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Dr. Rudolf E. Trepp
Auftraggeber	K. Burkhardt + Sohn AG, Thuisis
Klassifikation	Vertraulich

Die Bachelor Thesis ist im Wesentlichen in vier Teile gegliedert. Im ersten Teil wird eine Analyse der aktuellen Situation der Unternehmung durchgeführt. Danach werden diverse Nachfolgevarianten aufgezeigt, wobei im späteren Verlauf der Thesis insbesondere auf die familieninterne Lösungsvariante eingegangen wird. Im darauffolgenden Teil wird der Nachfolgeprozess näher beschrieben sowie der Unternehmenswert mittels vier unterschiedlicher Bewertungsmethoden, Discounted-Cashflow-Methode, Substanzwertmethode, Ertragswertmethode und Praktikermethode, festgelegt. Anschliessend werden im dritten Teil unterschiedliche Finanzierungsmodelle vorgestellt und daraus Handlungsempfehlungen abgeleitet. Im vierten und letzten Teil der Thesis werden diverse Aspekte zur Absicherung des Unternehmers, des Nachfolgers, der Familie sowie der Unternehmung beleuchtet und zudem steuerliche, rechtliche und finanzielle Aspekte, welche während des Nachfolgeprozesses sowie darüber hinaus auftreten können, beschrieben.

# Investitions- und Kostenrechnung für den Bereich Logistik der Holzwerkstoffe Gfeller AG

Diplomand     Men Candrian  
Referent       Prof. Dominik Just  
Korreferent   Hans Grob  
Auftraggeber   Holzwerkstoffe Gfeller AG, Landquart

Ziel dieser Arbeit ist es, die Kostenstruktur des Bereichs Logistik der Holzwerkstoffe Gfeller AG zu erfassen und zu analysieren. Die dazu notwendigen Daten konnten mittels einer Datenerhebung gewonnen werden. Die unterschiedlichen Kostentreiber konnten aufgrund vorhandener Daten definiert und berechnet werden. Aufgrund der Analyse konnten verschiedene Schlüsse gezogen und Empfehlungen abgegeben werden. Dabei wurde unter anderem der Aspekt alternativer Routenführungen beachtet. Um zukünftige Investitionsentscheidungen zu erleichtern, wurde durch eine Evaluation ein geeignetes Rechenverfahren der Wirtschaftlichkeitsrechnung bestimmt. Eine auf das Unternehmen angepasste Rechenmethode soll zukünftig angewandt werden.

## Nachfolgeregelung der Godly & Partner AG

Diplomand     Fabio Cappellin  
Referent       Prof. Dominik Just  
Korreferentin   Sabrina Bundi-Maissen  
Auftraggeber   Godly & Partner AG, Chur  
Klassifikation   Vertraulich

Die Arbeit konzentriert sich auf die wesentlichen Aspekte einer Nachfolgeregelung. In einem ersten Schritt wird eine IST-Analyse der Godly & Partner AG erstellt. Diese beinhaltet eine Branchen-, Geschäftsmodell- und Bilanz- und Erfolgsanalyse. Es werden die verschiedenen möglichen Nachfolgeoptionen sowie Finanzierungsformen beschrieben. Das Unternehmen wird mit Hilfe der Praktiker- und Discounted-Cashflow-Methode bewertet. Im Anschluss werden die Ergebnisse der beiden Bewertungsmethoden miteinander verglichen. Der Transaktionspreis wird schlussendlich jedoch nicht nur vom berechneten Wert beeinflusst. Die weiteren wichtigen Faktoren werden ebenfalls genannt. In einem weiteren Schritt werden die Steuerfolgen, die eine Nachfolgeregelung mit sich bringen kann erläutert. Anschliessend wird die für Herrn Godly erstellte Finanzplanung aufgezeigt und genauer erklärt. Die erarbeiteten Informationen und Berechnungen dieser Arbeit bilden schliesslich die Grundlage, zwei verschiedene Szenarien zu beschreiben und eine Empfehlung abzugeben.

# Das neue OR-Rechnungslegungsrecht. Aktueller Stand der Umsetzung des neuen Rechnungslegungsrechts in kleinen und mittleren Unternehmen der Ostschweiz

Diplomand     Dusko Ignjic  
Referent       Prof. Dominik Just  
Korreferent    Martin Knöpfel  
Auftraggeber   PricewaterhouseCoopers  
Klassifikation   Öffentlich

Ein Ziel der Revision des Rechnungslegungsrechts im Schweizer Obligationenrecht lag darin, die Rahmenbedingungen für den Wirtschaftsstandort Schweiz zu verbessern. Die Revision stellte die Schweizer Unternehmen jedoch auch vor neue Herausforderungen. Obwohl aktuell die Übergangsbestimmungen die Anwendung des bisherigen oder des neuen Rechts erlauben, stellte sich die Geschäftsstelle St. Gallen der Beratungs- und Prüfungsfirma PricewaterhouseCoopers die Frage nach dem Umsetzungsstand in ihrem Einzugsgebiet. Ebenfalls soll das Beratungs- und Unterstützungspotenzial aufgezeigt werden. Die Arbeit beleuchtet diese Fragestellungen unter Zuhilfenahme von Sekundärliteratur, qualitativen Experteninterviews und einer quantitativen Untersuchung.

## Konzept zur Investitions- und Finanzierungsplanung für die Bergbahnen Samnaun

Diplomand     Dominik Jenal  
Referent       Prof. Dominik Just  
Korreferent    Mario Jenal  
Auftraggeber   Bergbahnen Samnaun AG  
Klassifikation   Vertraulich

Die Wichtigkeit der Seilbahnen im alpinen Tourismus ist unumstritten. Um die Attraktivität eines Skigebiets bzw. einer Region sicherzustellen werden jährlich Investitionen in Millionenhöhe getätigt. Die Arbeit beschäftigt sich damit, wie die Bergbahnen Samnaun diese Aufgabe auch in Zukunft erfolgreich bewältigen können. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen von Investition, Finanzierung sowie Planung vorgestellt. Anschliessend werden die Strategie, das Accounting sowie die Kennzahlen des Unternehmens analysiert und aus den daraus gewonnen Erkenntnissen eine Zukunftsprognose getätigt. Im nächsten Schritt wird eine Planungsrechnung erstellt. Diese bildet die Grundlage zur Beantwortung der Frage, welche Finanzierungsmassnahmen getätigt werden müssen, um die Investitionsvorhaben realisieren zu können. Im letzten Teil der Arbeit werden aus den ermittelten Ergebnissen Handlungsempfehlungen abgeleitet.

# **Ausarbeitung eines Budgetkonzeptes für die Centrum Bank AG**

**Diplomand** Hannes Just  
**Referent** Prof. Fulvio Bottoni  
**Korreferent** Leo Heeb  
**Auftraggeber** Centrum Bank AG, Vaduz  
**Klassifikation** Vertraulich

Die Arbeit gliedert sich in drei Teile. Im ersten Teil wird auf die Grundlagen der Budgetierung eingegangen und es wird die optimale Budgetierung aus theoretischer Sicht beschrieben. Anschliessend wird der bestehende Planungsprozess der Centrum Bank AG analysiert und kritisch beurteilt. Des Weiteren wird ein Vergleich der Budgetkonzepte von verschiedenen Banken im deutschsprachigen Raum durchgeführt und es wird eine Bedürfnisanalyse für das neue Konzept innerhalb der Bank erstellt. Im dritten Teil werden die erlangten Erkenntnisse genutzt, um ein neues Budgetkonzept aufzusetzen. In diesem wird vor allem auf den Planungsprozess des Zinsdifferenz- und Kommissionsgeschäfts sowie den Prozess der Planung des Geschäfts- und Sachaufwands eingegangen. Zusätzlich werden in einer Umsetzungsplanung die Termine und Verantwortlichkeiten geregelt. Zur Unterstützung wird zudem ein einfaches Excel-Tool aufgesetzt.

# **Aufbau eines operativen Controllings für die D. Hodel Elektro AG**

**Diplomandin** Tamara Lareida  
**Referent** Prof. Dr. Christoph Benz  
**Korreferent** Daniel Hodel  
**Auftraggeber** D. Hodel Elektro AG  
**Klassifikation** Vertraulich

Die Arbeit besteht im Wesentlichen aus drei Teilen. In einem ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen für die Ausarbeitung des Controlling Konzepts beschrieben. Neben der Erläuterung der Controlling Ziele, Aufgaben und Organisation liegt das Hauptaugenmerk auf den Controlling Instrumenten. Es werden die Planung, der Kennzahlenvergleich und das Reporting detailliert beschrieben. In einem zweiten Teil wird das Controlling eines Grossunternehmens demjenigen eines KMU's gegenübergestellt. Mittels telefonischen Interviews wird die Theorie mit der Praxis verglichen.

Der letzte Teil widmet sich der Erarbeitung des operativen Controllings für die D. Hodel Elektro AG. Die drei Instrumente der Planung, der Kennzahlenauswertung und des Berichtswesens werden am Beispiel dieses Elektrotechnikbetriebs angewandt, mit dem Ziel, dass diese dem Unternehmen einen Nutzen stiften.

# Balanced Scorecard für die Gebäudeversicherung Graubünden

Diplomandin Marina Monigatti  
Referent Prof. Fulvio Bottoni  
Korreferent Prof. Markus Feltscher  
Auftraggeber Gebäudeversicherung Graubünden

Die Arbeit hatte zum Ziel, für die Gebäudeversicherung Graubünden (GVG) eine Balanced Scorecard (BSC) zu erarbeiten. Zu Beginn wurde eine Ist-/Soll-Analyse des Controllings in der GVG durchgeführt. Im theoretischen Teil der Arbeit wurde erläutert, was eine Balanced Scorecard ist und wie sie aufgebaut wird. Der Aufbau der Balanced Scorecard wurde anhand eines Modells vorgestellt, welches anschliessend für die Erarbeitung der BSC in der Gebäudeversicherung Graubünden angewendet wurde. In enger Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung der GVG wurde versucht, eine optimal auf die GVG abgestimmte Balanced Scorecard aufzubauen. Die BSC wurde mithilfe von Microsoft Excel realisiert und es wurde erklärt, wie die GVG in Zukunft mit der Balanced Scorecard arbeiten kann. Das Ziel war, ein einfaches, gut verständliches Cockpit aufzubauen, welches mit geringem Aufwand bedient werden kann. Die BSC soll zukünftig als Führungs- und Kommunikationsinstrument dienen und die Grundlage der Zielformulierung für das Kader darstellen.

# Anpassung des Rechnungswesensystems beim Verein KITAWAS

Diplomandin Neeresh Rajasingham  
Referent Prof. Dr. Christoph Benz  
Korreferentin Dr. Claudia Zogg  
Auftraggeber Verein KITAWAS Kindertagesstätten

Ziel dieser Arbeit ist es, für den Verein KITAWAS Kindertagesstätten ein Konzept des finanziellen Rechnungswesens zu erstellen, welches den aktuellen Gegebenheiten gerecht wird. Dazu wird nach einer kurzen Einleitung und einem geschichtlichen Überblick die Ist-Situation analysiert. Beschrieben werden dabei der Jahresbericht von KITAWAS, die gesetzlichen Rahmenbedingungen und die Anforderungen der Verantwortlichen im Verein. Darauf folgt das neue Finanzbuchhaltungskonzept. Diese beinhaltet das System und den Aufbau der zukünftigen Jahresrechnung, Schlüssel, welche zur Aufteilung von Erfolgspositionen notwendig sind und Kennzahlen. Zum Schluss folgt die Vorstellung einer branchenüblichen Finanzbuchhaltungssoftware. Es wird auch überprüft, ob die Software den Anforderungen der Verantwortlichen standhält und ob das Konzept damit umsetzbar ist.

# Prozessoptimierung: Prozesshandbuch für die administrativen Prozesse im Bereich Kindertagesstätten

Diplomandin	Manda Stepic
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferierende	Patrik Degiacomi, Judith Gartmann
Auftraggeber	Soziale Dienste Chur

Die Sozialen Dienste Chur bestehen aus zwei Bereichen: der Abteilung «finanzielle Leistung» und der Abteilung «Prävention, Beratung und Betreuung». Zur zweiten Abteilung gehören auch die acht Kindertagesstätten der Stadt Chur. Innerhalb der Kindertagesstätten gab es in letzter Zeit organisatorische und führungsspezifische Probleme. Ziel der Arbeit ist es, mit Hilfe von Flussdiagrammen aufzuzeigen, wie die verschiedenen Prozesse ablaufen und die Verantwortlichkeiten geregelt sind. Die Flussdiagramme werden anhand von Workshops ermittelt, an denen Leitungspersonen sowie Mitarbeiterinnen von verschiedenen Kindertagesstätten beteiligt sind. In der Arbeit wird zuerst die IST-Situation gezeigt, danach folgt ein detaillierter Beschrieb des Ablaufs und nach diesem die allfälligen Optimierungsmassnahmen. Am Schluss wird die SOLL-Situation aufgezeigt und die Ziele festgelegt.

## Krisenresistente Aktien Portfolio Diversifikation

Diplomand	Manuel Bolliger
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferenten	Ueli Moser, Dieter Widmer
Auftraggeber	Aargauische Kantonalbank

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen gebildet (Diversifikation, Portfolioeffizienz, Marktzyklen und makroökonomisches Umfeld, Anlagestrategien). Danach werden Alternativen zum Markowitzmodell gegeben (Long-/Short-Strategie, Indexierung, diverse Alternativen, Depotabsicherung). Im nächsten Teil wird eine empirische Analyse anhand historischer Daten von 1998 – 2013 durchgeführt. Als Letztes werden die erworbenen theoretischen Grundlagen mit den Resultaten aus der empirischen Analyse verknüpft um eine Schlussfolgerung sowie eine Empfehlung zu geben und um die zu Beginn gestellten Forschungsfragen zu beantworten.



# Business Cycle Theory – Feinsteuerung der Aktien Selektion für die GKB in Chur

Diplomand    Pascal Deplazes  
Referent     Prof. Ivo Wallnöfer  
Korreferent   Daniel Lüchinger  
Auftraggeber   Graubündner Kantonalbank, Chur

The goal of this thesis is to work with the business cycle and take a closer look at the sector rotation theory and try to form a model based on an existing one for the customer. I started off in the theoretical part with describing the business cycle and different models of sector investing. This background information helped me through the main part of the thesis; the investigation. In this part I analysed 20 years of data of the ten main sectors in the U.S. economy. First I took a look at the correlations of the sectors and compared them to the sequence in the sector rotation model. The main part of the analysis was comparing the moving averages. For this I took a 200-day moving average, created figures and so I could see when which sector was outperforming. The next step was taking the sector rotation model and compare this with the information I got from my analysis. I did another small theoretical part after this to support my findings. To finish the work I wrote a recommendation for the customer and a self-reflection.

## Versicherungsprodukte / Pooling-Möglichkeiten an einem konkreten Beispiel

Diplomand    Adnan Hasanagic  
Referent     Prof. Ivo Wallnöfer  
Korreferent   Dietmar Rambacher  
Auftraggeber   rcgroupag

Diese Arbeit soll Möglichkeiten aufzeigen, welche es dem Versicherungsbroker rcgroupag erlauben eine geografisch breit gestreute Gruppe von Unternehmern ansprechen zu können um Kollektiv-Lösungen im Versicherungsgeschäft preiswert anbieten zu können. Das ganze wird an einem konkreten Beispiel präsentiert. Zu diesem Zweck wurde ein Vertriebsmodell in Zusammenarbeit mit einer Versicherungsgesellschaft und einem Branchenverband erstellt. Dadurch ist es für die rcgroupag möglich eine grosse Anzahl von potenziellen Versicherungsnehmern zu erreichen.

Im ersten Teil der Arbeit wird das Versicherungswesen vorgestellt. Den Fokus setze ich auf Versicherungsprodukte der zweiten Säule. Anschliessend wird die Rolle eines Versicherungsbrokers erklärt. Anhand von ausgewählten Beispielen aus der Praxis werden bestehende Pooling-Lösungen analysiert. Mit den gesammelten Informationen wird ein Vertriebsmodell für die rcgroupag entwickelt. Das ganze wird abgerundet durch eine Machbarkeitsprüfung in Zusammenarbeit mit einem der führenden Versicherer der Schweiz.

# Vermögensverwaltung von Mündelvermögen

Diplomand     Damir Katic  
Referent       Prof. Ivo Wallnöfer  
Korreferent   Andri Peer  
Auftraggeber  peersuna AG

Die Arbeit setzt sich mit der Revision des am 1. Januar 2013 in Kraft getretenen Erwachsenenschutzrechts auseinander. In einem ersten Teil werden die Grundlagen und die Gesetzgebung übersichtlich dargestellt, sowie die neue Organisation der Kindes- und Erwachsenenschutzbehörden (KESB) betrachtet. Danach wird auf die einzelnen Artikel des Schweizerischen Zivilgesetzbuches eingegangen. Dabei werden die Formen der Beistandschaft und die entsprechenden Rechte und Pflichten der Beteiligten aufgezeigt. Um die Vermögensverwaltung im Erwachsenenschutzrecht zu behandeln, wird die vom Bundesrat verfasste Verordnung über die Vermögensverwaltung im Rahmen einer Beistandschaft oder Vormundschaft (VBV) anhand eines Anlageprozesses analysiert. Zuletzt sollen die Erkenntnisse aus den Interviews mit Verantwortlichen ausgewählter KESB zusammengeführt werden. Daraus soll die Beantwortung der zentralen Fragestellung meiner Diplomarbeit möglich sein, nämlich ob Bedarf nach einer Schulungs- und Anlaufstelle für Beistände im Zusammenhang mit der Vermögenssorge besteht.

## Liquiditätsmanagement

### Banken im Kontext der neuen Regulierungsvorschriften Basel III

Diplomand     Marc Kempf  
Referent       Prof. Ivo Wallnöfer  
Korreferent   Oman Eggenberger  
Auftraggeber  OPAG Louis Oehri & Partner Trust reg., Ruggell

Die Arbeit besteht aus drei Teilen. Als erstes Teilziel wird die Bearbeitung der Aufgaben des Treasury Managements einer Bank definiert. Es werden insbesondere die Aufgaben, die Herausforderungen sowie die regulatorischen Anforderungen einer Bank untersucht. Als zweites Teilziel wird der Beratungsbedarf für ein Liquiditätsrisikomanagement durch eine qualitative Umfrage abgeklärt. Ziel dieser ist es, die Ist-Situation der ausgewählten Banken zu bestimmen. Als drittes und letztes Teilziel wird die Situation des Auftraggebers analysiert und basierend auf der Umfrage sowie der Literaturrecherche eine Handlungsempfehlung für eine Beratertätigkeit abgegeben.

# Continuous Auditing bei der GKB

Diplomand Roman Messmer  
Referent Prof. Ivo Wallnöfer  
Korreferent Stefan Venzin  
Auftraggeber Graubündner Kantonalbank, Chur  
Klassifikation Vertraulich

Die bestehenden Prüfungsmethoden der Internen Revision bewerten Ereignisse, die unterschiedlich lange zurückliegen. Das Konzept des Continuous Auditing soll den Prüfer näher an das Geschehen bringen und ihm ermöglichen, grosse Datenmengen automatisiert auszuwerten. Im ersten Teil wurden mittels Literaturanalyse die Herausforderungen der internen Revision erläutert und das Konzept des Continuous Auditing vorgestellt. Im mittleren Abschnitt wurde die Verbreitung und der Nutzen des Ansatzes untersucht. Die Befragung von ausgewählten Banken sowie ein Experteninterview haben die nötigen Erkenntnisse geliefert. Anhand der Ergebnisse aus Theorie und Befragung sind mögliche Einsatzgebiete innerhalb der GKB definiert worden. Ein Pilotprojekt im Gebiet der Jahresabschlussprüfung soll zeigen, ob und wie der Ansatz gewinnbringend eingesetzt werden kann. Abgerundet wird die Arbeit durch eine Handlungsempfehlung.

# Performance-Analyse der Chartformation «Aufsteigendes Dreieck»

Diplomand Manuel Müller  
Referent Prof. Ivo Wallnöfer  
Korreferent Oliver Hagen  
Auftraggeber LGT Capital Management Ltd., Pfäffikon

In dieser Arbeit wird die Chartformation «Aufsteigendes Dreieck» mithilfe eines Modells auf ihre Funktionalität und ihre Wertschöpfungskraft überprüft. Dazu wird ein Identifikations-Algorithmus entwickelt und programmiert, welcher die aufsteigende Dreiecksformation anhand von objektiven Regeln im Kursverlauf erkennt. Die Kursdaten, welche untersucht werden, sind Tagesdaten von 415 Aktien des S&P 500 Index über die Jahre 2000 bis 2013. Der Algorithmus durchläuft diese und gibt als Resultat die erkannten Formationen zurück. Diese werden anschliessend analysiert und nach verschiedenen Kriterien ausgewertet. Dabei werden Rendite und Überrendite zu einem Benchmark an fixen Stichtagen sowie an Tagen mit einem Verkaufssignal gemessen. Die Erkenntnisse aus der Performance-Auswertung bilden die Basis für die abschliessenden Handlungsempfehlungen.

# Aktienselektion auf Basis des P/E Ratio

Diplomandin    **Michaela Näscher**  
Referent        **Prof. Ivo Wallnöfer**  
Korreferent    **Ralf Piersig**  
Auftraggeber   **LGT Capital Partners, Pfäffikon**

Die Arbeit setzt sich aus drei Bereichen zusammen. In einem ersten Teil wird die Theorie rund um das P/E Ratio aufbereitet. Dazu gehört die genaue Erläuterung des P/E Ratio sowie dessen Zusammensetzung. Des Weiteren werden die Einflussfaktoren bestimmt und genauer betrachtet. Ein weiterer Punkt beinhaltet die Theorie zum Gewinn pro Aktie. Zusätzlich wird eine Beschreibung sowie Abgrenzung des Value Investing vorgenommen. Der zweite Teil bildet die Untersuchung bestehender Studien zum P/E Ratio. Dabei werden die Studien von O'Shaughnessy sowie von Basu genauer betrachtet und miteinander verglichen. Dies soll erste Aufschlüsse über die Anwendbarkeit des P/E Ratio in der Investment-Welt liefern. Der dritte Teil umfasst die eigene Berechnung eines Anlagemodells auf Basis des P/E Ratio. Dabei wird festgestellt, ob die Höhe des P/E Ratio Auswirkungen auf die Rendite hat. Damit soll die Frage beantwortet werden können, ob das P/E Ratio sinnvoll zur Aktienselektion eingesetzt werden kann.

# Empirische Analyse des Chartmusters «Rectangle Bottom»

Diplomand        **Dominik Ott**  
Referent        **Prof. Ivo Wallnöfer**  
Korreferent     **René Rich**  
Auftraggeber    **LGT Capital Management Ltd., Pfäffikon**

Die Arbeit gliedert sich in drei Bereiche. Als erstes wird der theoretische Hintergrund der Chartanalyse untersucht, wobei der gesamte Bereich der Technischen Analyse betrachtet wird. Weiter werden allgemeine und speziell auf das Muster bezogene Studien analysiert. Der zweite Teil stellt den Kern der Arbeit dar und umfasst das Entwickeln und die Umsetzung eines Algorithmus zur Erkennung des Musters in historischen Kursdaten mittels Microsoft Access. Der entwickelte Algorithmus kann neben den untersuchten Titeln des S&P 500 auch für sämtliche anderen Wertpapiere wie Obligationen, Rohstoffe oder Währungen angewandt werden. Der letzte Bereich der Arbeit beinhaltet die statistische Auswertung der Ergebnisse der detektierten Muster und leitet daraus folgende Empfehlungen für das Asset Management ab. Die Empfehlungen umfassen dabei mögliche Anwendungsgebiete wie auch die Grenzen der Nutzbarkeit.

# Vom Schwellenland zum Industriestaat – am Beispiel der Türkei

Diplomandin Özge Sahin  
Referent Prof. Ivo Wallnöfer  
Korreferent Dr. Thomas Gitzel  
Auftraggeber VP Bank AG, Vaduz

Diese Bachelor Thesis behandelt im ersten Teil die wirtschaftliche Entwicklung des eurasischen Landes Türkei. Dabei werden verschiedene Aspekte des Landes kritisch analysiert und hinterfragt. Ausserdem wird ein mögliches zukünftiges Entwicklungsszenario der Wirtschaft in der Türkei beschrieben.

Anschliessend wird in der Arbeit aufgezeigt, weshalb die Türkei von der Finanzunternehmung Goldman Sachs in den Next 11 Fonds aufgenommen wurde. Der Fonds beinhaltet Länder, welche nebst den BRIC –Staaten auch ein hohes Wirtschaftswachstum aufweisen. Anschliessend werden aus diesen Analysen attraktive Investitionsmöglichkeiten in der Türkei hervorgehoben. Die Investitionsmöglichkeiten sind nicht auf Unternehmen, sondern auf ganze Wirtschaftssektoren bezogen. Innerhalb dieser Investitionsmöglichkeiten sind Zukunftspläne der Türkei erläutert worden. Auch eine kritische Würdigung der Investitionsvorschläge wird in der Bachelor Thesis vorgenommen. Abschliessend wird eine mögliche Handlungsempfehlung für den Auftraggeber abgegeben.

## Frühwarnsignale für Emerging Markets Währungen

Diplomandin Tharsika Thiruchelvam  
Referent Prof. Ivo Wallnöfer  
Korreferierende Daniel Alig, Martina Müller-Kamp  
Auftraggeber Graubündner Kantonalbank

Das Ziel dieser Arbeit war zum einen die Erarbeitung von theoretischen Indikatoren, welche währungsbeeinflussend sind, sowie die Anwendung eines ausgewählten Ansatzes, welcher eine Währungskrise frühzeitig prognostizieren soll. Dazu wurde die Arbeit in zwei Teile gegliedert: Im theoretischen Teil wurden die Emerging Markets, die historischen Währungsverwerfungen in den Schwellenländer sowie die Theorie über die bestehenden Ansätze, wie man eine Währungskrise vorhersagen kann, kurz beschrieben. Im praktischen Teil dieser Arbeit wurde mithilfe der getätigten Recherche ein Ansatz ausgewählt. Dieser Ansatz wurde auf drei verschiedene Währungen, nämlich am brasilianischen Real, an der indischen Rupie sowie am russischen Rubel, getestet. Um den Ansatz anzuwenden, wurden zudem 13 Indikatoren ausgewählt, welche für einen bestimmten Zeitraum beobachtet wurden. Der Schlussteil der Arbeit beinhaltet eine Zusammenfassung der Vor- und Nachteile des ausgewählten Modells sowie eine Empfehlung, wie der Auftraggeber das Modell im Betrieb einsetzen kann.

# Machbarkeitsstudie – Aufbau eines Produktionsstandortes für die Herstellung von Kunststoff-Makrofasern für Beton

Diplomand Nico Bundi  
Referent Prof. Urs Kappeler  
Korreferent Christlorenz Bundi  
Auftraggeber Nextrusion GmbH, Bobingen  
Klassifikation Vertraulich

Die Kunststoff-Makrofasern für Beton werden heute sehr aufwändig hergestellt, wodurch die Herstellungskosten sehr hoch sind. Momentan ist die Produktion der Kunststoff-Makrofasern auf zwei Standorte aufgeteilt. In Bobingen (DE) werden die Monofile durch die Nextrusion GmbH produziert und in St. Gallen (CH) werden die Monofile durch die Brugg Contec AG zu Kunststofffasern weiterverarbeitet. Für den Vertrieb der Fasern ist nur die Brugg Contec AG verantwortlich. Ziel dieser Arbeit ist es festzustellen, ob es möglich ist die Produktion auf einen Prozessschritt zu verkleinern. Zudem soll eine geeignete Variante zur Produktion von Kunststoff-Makrofasern für Beton für die Nextrusion GmbH vorgeschlagen werden. In einer letzten Empfehlung soll ein konkreter Standort für die Produktion der Kunststoff-Makrofasern genannt werden. Es werden verschiedene Analysen zur Identifizierung möglicher Risiken und Varianten gemacht. Zu diesen Analysen gehören eine Markt- und Wettbewerbsanalyse, eine Unternehmensanalyse, eine Umfeldanalyse, eine Investitionsanalyse und eine Standortanalyse.

## Erstellung eines Marketingkonzeptes für den Panoramahöhenweg – Erlebnis Landwirtschaft in Klosters-Serneus

Diplomandin Seraina Candinas  
Referent Prof. Urs Kappeler  
Korreferent Martin Renner  
Auftraggeber IG Landwirtschaft Klosters, Arbeitsgruppe PHW Kommission

Zu Beginn dieser Bachelor Thesis wird auf die Ausgangslage des Panoramahöhenwegs und dessen Angebote sowie auf die Interessensgemeinschaft Landwirtschaft Klosters-Serneus, welche den Panoramahöhenweg betreiben wird, eingegangen. Nach den theoretischen Ansätzen eines Marketingkonzeptes wurde die interne und externe Marktanalyse vorgenommen. Die Analyse zeigt unter anderem die Branchenkräfte, Trends, die Umweltsphären sowie die SWOT-Analyse und das Positionierungskreuz auf. Des Weiteren wird die Zielgruppe beschrieben und auf die Marktgrößenkennzahlen eingegangen. Diese Analyse dient als Ausgangslage für den Marketing-Mix, in welchem nebst den vier bekannten P's Product, Price, Place und Promotion ebenfalls auf die drei zusätzlichen P's namentlich People, Processes und Physical Facilities eingegangen wird. Nachfolgend wird die Implementierung mit dem Budget und der Kontrolle der Marketingmassnahmen erläutert, bevor dann das Fazit die Arbeit abschliesst.

# **Betriebs- / Eventkonzept für das Jubiläumsfest «150 Jahre Musikgesellschaft Trun»**

**Diplomandin** Irina Decurtins  
**Referent** Prof. Urs Kappeler  
**Korreferent** Philipp Tuor  
**Auftraggeber** Societad da musica Trun

Ziel der Bachelorthesis ist es, eine Umsetzungsempfehlung für das dreitägige Jubiläumsfest zu erarbeiten. Zu Beginn werden die theoretischen Erfolgsfaktoren zur Durchführung eines Events behandelt. Ferner werden die Ausgangslage sowie die Vorhabens-Beschreibung des Vereins dargestellt. Um eine erfolgreiche Planung sowie einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten, werden nachfolgend die rechtlichen Bestimmungen abgeklärt sowie die organisatorischen, materiellen und personellen Ressourcen ermittelt. Durch einen Marketingplan sollen möglichst viele potentielle Besucher angesprochen werden. In einem weiteren Schritt ist die Finanzierung des Anlasses sicherzustellen. Hierfür wird ein Sponsoring- und ein Finanzierungskonzept formuliert sowie eine Liquiditätsplanung durchgeführt. Gestützt auf das entwickelte Controlling-System können Personal, Material und Finanzen überwacht werden. Des Weiteren gibt die Risikoanalyse Aufschluss darüber, wie mögliche negative Ereignisse mit Präventionsmassnahmen vermieden oder reduziert werden können. Ein Notfallkonzept bildet den Abschluss der Arbeit. Die Empfehlung für den Veranstalter stellt den Hauptnutzen dieser Arbeit dar.

## **Arbeitswelten: Generationen X und Y im kritischen Vergleich im Entrepreneurship**

**Diplomandin** Fabienne Gantenbein  
**Referent** Prof. Urs Kappeler  
**Korreferent** Heinz Meiler  
**Auftraggeber** Schweizerische Kader Organisation (SKO)

Die Arbeit beschäftigt mit den Generationen X und Y in der Arbeitswelt. In einem ersten Schritt werden die Profile der beiden Generationen vorgestellt. Darauf folgen die Ansprüche an die Arbeitgeber und zugleich werden Handlungsempfehlungen für die Unternehmen abgeleitet. In einem zweiten Schritt analysiert die Arbeit den Zusammenhang der Charakteristika dieser beiden Generationen im Entrepreneurship und geht folgender Frage nach: Wie beeinflussen die spezifischen Charakteristika der Generationen X und Y die verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung des Berufsbilds Entrepreneur in der Region Südostschweiz? Demzufolge wird auf die Unternehmerpersönlichkeit eingegangen. Dabei werden die verschiedenen Charakteristika sowie Motivations- und Risikofaktoren für ein Start-up erläutert. Abschliessend werden die beiden Generationen im Entrepreneurship behandelt und gegenübergestellt. Eine Schlussfolgerung, aufgrund der Literaturanalyse und Experteninterviews, rundet die Arbeit ab.

# Nachfolgeregelung in der Familienhotellerie Graubünden – Ein Leitfaden

Diplomandin Tamara Hunziker  
Referent Prof. Urs Kappeler  
Korreferent Prof. Dr. Ulrike Kuhnhehn  
Auftraggeber HTW Chur, Institut für Tourismus und Freizeit  
Klassifikation Vertraulich

Das Thema der Nachfolge wurde in den letzten Jahren viel diskutiert und die wirtschaftliche Bedeutung der Betriebsweitergabe ist in der Literatur unbestritten. Dennoch schaffen viele Unternehmen die Überführung in die nächste Generation nicht. Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt auf der Nachfolgeregelung in der Hotellerie. Denn in der Schweiz lassen sich bis anhin keine spezifischen Handlungsanweisungen für Hotelbetriebe finden. Um die Weitergabe von Hotels an die nächste Generation sicherzustellen, wird in dieser Arbeit ein branchenspezifisches Nachfolgemodell für die Familienhotellerie Graubünden ausgearbeitet. Die Arbeit beginnt mit der Untersuchung der Ausgangslage und der Erarbeitung der theoretischen Grundlagen. Anschliessend gibt eine quantitative Untersuchung bei Bündner Hotelbetrieben Aufschluss über die Einstellung der Unternehmer zum Thema Nachfolgeregelung. Um den Hoteliers eine Orientierung im Nachfolgeprozess zu geben, wird abschliessend ein Leitfaden ausgearbeitet.



# Zusammenhang von Unternehmensentwicklung / Personalentwicklung / Talent Management am Beispiel von Heidiland Tourismus

Diplomandin    Regula Lenz  
Referent        Prof. Urs Kappeler  
Korreferent    Björn Caviezel  
Auftraggeber   Heidiland Tourismus AG

Die Arbeit zeigt den Zusammenhang von Unternehmensentwicklung, Personalentwicklung sowie Talent Management am Beispiel von Heidiland Tourismus auf und setzt sich aus drei Teilbereichen zusammen. Im ersten Teil wird anhand einer internen Umfrage mit den Mitarbeitenden die Mitarbeiterzufriedenheit, Wünsche zur beruflichen Weiterentwicklung sowie Gestaltungsmöglichkeiten aufgezeigt. Diese weist zusammen mit der externen nicht repräsentativen Umfrage mit vergleichbaren Organisationen Handlungsfelder sowie Verbesserungspotentiale für Heidiland Tourismus auf. In einem zweiten Schritt wird aufgrund gemachter Erkenntnissen sowie durch den Beibezug von theoretischen Aspekten eine SWOT Analyse erstellt. Im letzten Teil wird darauf aufbauend eine geeignete HR-Strategie sowie gezielte Massnahmen in den Bereichen Employer Branding, Recruiting, Talent Management und Personalentwicklung erarbeitet. Diese sollen helfen die Attraktivität als Arbeitgeber auf dem Arbeitsmarkt aufzubauen respektive die Attraktivität bei den vorhan-

den Mitarbeitenden zu erhalten. Zusätzlich bietet die Arbeit eine solide Grundlage, um eine erfolgreiche sowie langfristig nachhaltige Personalentwicklung erfolgsversprechend aufzubauen. Durch eine Erfolgskontrolle mit verschiedene Messgrössen und Entwicklungszielen wird die Transfersicherung gewährleistet.

# Blue Ocean Strategy – 3Media Schweiz

Diplomand     Manuel Ottiger  
Referent       Prof. Urs Kappeler  
Korreferent    Pascal Ottiger  
Auftraggeber   3Media Schweiz  
Klassifikation    Vertraulich

Die Welt ist immer besser vernetzt. Im wirtschaftlichen Bereich führt dies zu einem höheren Angebot für Kunden, aber auch zu mehr Wettbewerb für Unternehmen. Es ist deshalb immer schwieriger, sich als Unternehmen behaupten zu können und dauerhafte Erfolge zu sichern. Der Blue Ocean Ansatz, welcher in dieser Arbeit untersucht wird, bietet hierfür völlig neue Möglichkeiten. Im theoretischen Teil wird zuerst die Strategie, sowie deren Unterschiede zu gängigen Strategien aufgezeigt. Anschliessend wird erläutert, was die Grundlagen und Tools für die Blue Ocean Strategie sind. Zum Schluss wird erklärt, wie eine Strategie mithilfe des Blue Ocean Ansatzes erarbeitet wird.

Der praktische Teil zeigt die Umsetzung einer solchen Strategie anhand des Unternehmens 3Media Schweiz. Hierfür wurde in einem ersten Schritt eine Analyse des Unternehmens und dessen Umfeld vorgenommen. In einem nächsten Schritt wurde die in der Theorie erarbeitete Vorgehensweise Schritt für Schritt auf die 3Media Schweiz angewandt.

## Machbarkeitsstudie für eine Leerfahrtenbörse für die Carbranche

Diplomand     Patrik Schmucki  
Referent       Prof. Urs Kappeler  
Korreferenten   Markus Burkart, Roman Schmucki  
Auftraggeber    Domo Reisen & Vertriebs GmbH  
Klassifikation    Vertraulich

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus vier Teilen zusammen. Im ersten Teil wird die Idee der Auftraggeber erstmals beschrieben. Dafür werden diverse Litaturen verwendet, welche erläutern, wie eine Geschäftsidee richtig vermittelt werden kann. Im zweiten Teil wird die Carbranche untersucht. Diese Untersuchung stützt sich auf den drei Hauptaspekten des Dachverbands der Branche ab. Die ermittelten Probleme werden anschliessend zusammengefasst und Lösungsvorschläge werden aufgezeigt. Im dritten Teil werden die Erfolgsfaktoren einer Machbarkeitsstudie genannt sowie wird ein Schema für die Machbarkeitsprüfung erarbeitet. Der letzte Teil der Arbeit bildet die Untersuchung der Machbarkeit und schliesst alle Erkenntnisse aus den vorherigen Teilen mit ein. Dieser Teil beinhaltet die Abklärung der benötigten Ressourcen, die Überprüfung der technische Realisierbarkeit, die organisatorische Prüfung, das Aufzeigen der Wirtschaftlichkeit und die Prüfung weiterer Rahmenbedingungen.

# Voraussetzungen für die Eröffnung eines stationären Adipositas-Zentrums in Quarten, St. Gallen

Diplomandin Sereina Vischer  
Referent Prof. Urs Kappeler  
Korreferent Dr. Bruno Knöpfli  
Auftraggeber Verein Schönstätter Marienschwestern, Quarten  
Klassifikation Vertraulich

Die Arbeit gliedert sich im Wesentlichen in zwei Teile. Im ersten Teil findet eine Analyse und Beschreibung der Ausgangslage statt. Konkret wird erläutert, was Adipositas ist, welche gesellschaftlichen und gesundheitspolitischen Probleme sie mit sich bringt und welche volkswirtschaftlichen Kosten dadurch verursacht werden. Zum Schluss des ersten Teils werden die verschiedenen Therapiemethoden miteinander verglichen und die Notwendigkeit für stationäre Behandlungsmassnahmen in der Schweiz aufgezeigt. Im zweiten Teil wird dann konkret auf die Eröffnung eines stationären Therapiezentrums in Quarten eingegangen. Es wird dargelegt, welche Rahmenbedingungen und welche polizei- und gesundheitsrechtlichen Voraussetzungen erfüllt sein müssen. Im Anschluss daran werden Vorteile des Standorts Bildungszentrum Neu-Schönstatt aufgezeigt, sowie die kritischen Erfolgsfaktoren für ein solches Projekt in Quarten erläutert. Die Arbeit endet mit einer Schlussfolgerung in Form eines Grundlagenpapiers, das den Anspruchsgruppen als Orientierungshilfe für das weitere Vorgehen dienen soll.

## Corporate Social Responsibility bei KMU

Diplomandin Raphaela Walser  
Referent Prof. Urs Kappeler  
Korreferent Prof. Rolf Hug  
Auftraggeber Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur

Mit der Globalisierung, Unternehmensskandalen oder auch der Wirtschaftskrise kamen vermehrt Diskussionen rund um Corporate Social Responsibility (CSR) auf, wodurch das Thema stärker von der Gesellschaft wahrgenommen wurde und infolgedessen auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ins Blickfeld rückten. Dabei fragt es sich, ob CSR ein neues Phänomen oder ein neuer Name für etablierte Praktiken ist. Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil wird CSR mit all ihren Facetten erläutert. Dabei wird unter anderem auf die Definition, die historische Entwicklung, zentrale Konzepte, theoretische Modelle und die Instrumente eingegangen. Danach soll die Thematik in Bezug auf KMU abgegrenzt werden. Der zweite Teil gibt einen Überblick über mögliche CSR-Integrationsprozesse. Im Speziellen werden dabei auch der Kommunikationsprozess, die Berichterstattung und Softwarelösungen erwähnt. Im letzten Teil wird CSR am Beispiel der HTW Chur veranschaulicht. Nach der Erfassung des Status Quo werden daraus ableitend Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt.

# Machbarkeitsstudie für Baulandnutzung

Diplomand Patrick Wildhaber  
Referent Prof. Urs Kappeler  
Korreferent Erich Wildhaber  
Auftraggeber Erich Wildhaber Landmaschinen und Metallbau  
Klassifikation Vertraulich

Machbarkeitsstudie für Baulandnutzung – ein Titel, welcher auf den ersten Blick auf eine rein theoretische Arbeit schliessen lässt. Doch in dieser Arbeit werden die Erfahrungen und das Wissen diverser Schweizer Experten konkret auf das Bauland Parzellen Nr. 3501 angewendet. Damit soll ein Ergebnis generiert werden, welches unter realen Bedingungen umgesetzt werden kann. Die Arbeit beabsichtigt das Potential und mögliche Lösungskonzepte der Bewirtschaftung des Grundstückes darzulegen. Aus einer Reihe von Optionen (Vermietung, Verkauf, Baurecht, Verpachtung und Eigennutzung) soll nicht bloss die geeignetste ermittelt, sondern eine Optimierung angestrebt werden. Zum Abschluss wird für die selektierte Variante ein Realisierungsplan erstellt, welcher mit einer strategischen Alternative abgerundet wird. Die Herausforderung dieser Arbeit liegt unter anderem darin, dass der ermittelbare Landwert nicht dem tatsächlichen Marktpreis entspricht. Insgesamt beabsichtigt diese Bachelor Arbeit die zentrale Fragestellung, wie der Auftraggeber das Grundstück Nr. 3501 auf lange Sicht möglichst rentabel nutzen kann, zu beantworten.

# Arbeitseinsatz von älteren Polizisten KAPO GR

Diplomandin Daria Caduff  
Referent Prof. Theophil Wyssen  
Korreferentin Martina Riedi  
Auftraggeber Kantonspolizei Graubünden  
Klassifikation Vertraulich

Die Bachelor Thesis befasst sich mit der Fragestellung, welche Massnahmen die KAPO GR treffen kann, damit die älteren Polizistinnen und Polizisten der KAPO GR im Aussendienst erhalten bleiben. Sie ist in einen wissenschaftlichen sowie in einen operativen Teil gegliedert. Im ersten Teil werden theoretische Bereiche wie die Leistungsfähigkeit älterer Mitarbeitenden, die altersgerechte Personalentwicklung und -führung sowie das betriebliche Gesundheitsmanagement analysiert. Im operativen Teil erfolgt in einem ersten Schritt die Aufnahme der Ist-Situation sowie die Festlegung des Soll-Zustands mittels der qualitativen Befragung. Dabei wird die Arbeitgeber- und Arbeitnehmersicht berücksichtigt. Durch die gewonnenen Erkenntnisse können schliesslich relevante Handlungsfelder definiert und konkrete Massnahmen abgeleitet werden. In einem letzten Schritt werden die Massnahmen bewertet und das weitere Vorgehen wird aufgezeigt.

# Positionierung der Graubündner Kantonalbank als Arbeitgeberin bei Mittelschülern im Kanton Graubünden

Diplomand Adrian Derungs  
Referent Prof. Theophil Wyssen  
Korreferentin Jrene Gujan  
Auftraggeber Graubündner Kantonalbank (GKB)

Demografisch Entwicklung, Wertewandel und eine verändertes Informationsverhalten beeinflussen das Personalmanagement mehr denn je. Im Kampf um talentierte, qualifizierte und motivierte Mitarbeitende nimmt das Employer Branding einen grossen Stellenwert ein. Unternehmen müssen sich als Arbeitgeber auf dem Arbeitsmarkt positionieren und sich von der Konkurrenz abheben. Die Arbeit setzt sich mit der kritischen Zielgruppe Mittelschüler für das Ausbildungsprogramm «Bankeinstieg für Mittelschulabsolventen (BEM)» bei der GKB auseinander. In einem ersten Teil werden das Employer Branding, das Ausbildungsprogramm BEM sowie die wichtigsten Trends beschrieben. In einem zweiten Schritt wird aufgrund der Arbeitgebereigenschaften, den Zielgruppenpräferenzen und der Stärken der Wettbewerber eine neue Employer Value Proposition sowie Nutzenargumente für den BEM erarbeitet. Ein starker Fokus wird dabei auf die Zielgruppenpräferenzen gelegt, welche mittels einer quantitativen Umfrage bei 8 Bündner Mittelschulen ermittelt wurden. In einem letzten Teil werden 10 Massnahmen zur Neupositionierung der GKB im Bereich Mittelschüler vorgestellt.

# Zentrale versus dezentrale Personalabteilung in der Argo

Diplomand     **Stefano Gianotti**  
Referent       **Prof. Theophil Wyssen**  
Korreferent   **Ruedi Haltiner**  
Auftraggeber   **ARGO**  
Klassifikation   **Vertraulich**

Ziel der Arbeit ist es herauszufinden ob die Personalabteilung in der Argo besser zentral in Chur oder dezentral in den acht regionalen Standorten der Argo gegliedert werden sollte. Dazu werden im ersten Teil der Arbeit alle Aufgaben, die durch eine Personalabteilung durchgeführt werden, erläutert. Danach werden zuerst die verschiedenen Eingliederungsmöglichkeiten einer Personalabteilung im Unternehmen besprochen sowie mögliche Organisationsformen erörtert. Im Praxisverbundenem Teil der Thesis wird zuerst die Argo vorgestellt und durch die durchgeführten Interviews die momentane Aufgabenverteilung der Personalaufgaben analysiert. Danach wird beschrieben, wie die Organisation der Argo mit einer zentralen bzw. dezentralen Personalabteilung, inkl. Vor- und Nachteilen, aussehen würde. Der Schlussteil der Arbeit besteht aus einer Handlungsempfehlung für einen möglichen organisatorischen Wandel des Human Resources Bereichs der Argo.

# Evaluation und Optimierung des Personalmanagements der Willi Grüninger AG

Diplomandin   **Nicole Grüninger**  
Referent       **Prof. Theophil Wyssen**  
Korreferent   **Willi Grüninger**  
Auftraggeber   **Willi Grüninger AG, Flums**

Die Zielsetzung dieser Arbeit liegt darin, Lösungsansätze aufzuzeigen, wie das Personalmanagement der Willi Grüninger AG effizienter und effektiver gestaltet werden kann. Dabei ist die Arbeit in einen wissenschaftlichen und einen operativen Teil gegliedert. Im ersten Teil wird anhand eines Theoriemodells erklärt, wie kleine und mittlere Unternehmen ihr Personal managen, wobei der Fokus auf den operativen Instrumenten und Dokumenten liegt. Zudem werden wissenschaftliche Methoden erläutert, die für die Evaluation der Personalarbeit herangezogen werden können. Im zweiten Teil wird die Personalarbeit in der Willi Grüninger AG analysiert und ausgewertet. Die Auswertung basiert dabei auf der erarbeiteten Theorie. Darauf aufbauend werden zukünftige Stossrichtungen für das HRM der Willi Grüninger AG formuliert und konkrete Handlungsempfehlungen für die Firma aufgezeigt. Es wird ein Umsetzungskonzept ausgearbeitet sowie die Massnahmen auf ihre Machbarkeit und den Nutzen hin überprüft. Am Schluss werden konkrete operative Dokumente erstellt und Empfehlungen für die Firma formuliert.

# Nachfolgeregelung der GRischa Transporte AG

Diplomand Ivo Herrmann  
Referent Prof. Theophil Wyssen  
Korreferent Reto Herrmann  
Auftraggeber GRischa Transporte AG

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, eine geeignete Nachfolgeregelung für die GRischa Transporte AG zu finden und deren nahtlosen Übergang auf die Nachfolgegeneration sicherzustellen. Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus 3 Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen zur Analyse der Ist-Situation erläutert, sowie die verschiedenen Nachfolgemöglichkeiten aufgezeigt. Im zweiten Teil folgt die Umsetzung der Theorie in die Praxis. Dabei geht es bei der Ist-Situation darum, die Chancen und Risiken aus der Umweltanalyse und die Stärken/Schwächen aus der Unternehmensanalyse zu erhalten. Aus diesen Erkenntnissen soll in einer SWOT-Matrix auf die verschiedenen Strategiemöglichkeiten für den Nachfolger eingegangen werden. In einem dritten Teil werden noch die Themen Steuern, Vorsorge und Vermögen angeschnitten. Zum Schluss folgt meine persönliche Handlungsempfehlung.

## Konzept «Vorgesetztenbeurteilung»

Diplomand Daniel Meyer  
Referent Prof. Theophil Wyssen  
Korreferentin Agnese Bronzini  
Auftraggeber Josias Gasser Baumaterialien AG, Chur  
Klassifikation Vertraulich

Die Arbeit setzt sich im ersten Teil mit den wesentlichen theoretischen Grundlagen auseinander. Analysiert werden die Begriffe Unternehmenskultur, Führung und Führungskultur sowie die Personal- und Vorgesetztenbeurteilung. Im nachfolgenden operativen Teil werden die Anforderungen an eine Vorgesetztenbeurteilung bei der Josias Gasser Baumaterialien AG mittels Ist- und Soll-Analyse beschrieben und in einer Gap-Analyse verglichen. Im Umsetzungskonzept werden Zielsetzung, Grundlagen und der Prozessablauf definiert um anschliessend das entwickelte Instrument der Vorgesetztenbeurteilung und die Massnahmen zu beschreiben.

Das letzte Kapitel analysiert die Machbarkeit und den Nutzen der Vorgesetztenbeurteilung mit Berücksichtigung der relevanten Zielsetzung: Förderung der Führungskompetenz und der Zusammenarbeit, erkennen und bearbeiten von Konfliktpotentialen/Schwachstellen und den stärkeren Einbezug der Mitarbeitenden in die Gestaltung der Führungs- und Unternehmenskultur.

# Einführung eines Beurteilungssystems für Privatkundenberater/innen der Raiffeisenbank Chur

Diplomand     Diego Senti  
Referent       Prof. Theophil Wyssen  
Korreferent    Andrea Muzzarelli  
Auftraggeber   Raiffeisenbank Bündner Rheintal, Chur  
Klassifikation  Vertraulich

Die Arbeit beginnt mit einer Litaraturanalyse zu den nötigen Elementen eines Personalbeurteilungssystems. Zu allen werden Vor- und Nachteile beschrieben und Empfehlungen für die Raiffeisenbank Bündner Rheintal abgegeben. Anschliessend werden vier zentrale Anspruchsgruppen einer Bank (Gesetzgeber, Kunden, Mitarbeiter, Unternehmen) näher untersucht. Im operativen Teil wird zusätzlich beschrieben welche Bedeutung die einzelnen Anspruchsgruppen für die Raiffeisenbank haben. Die Bedürfnisse aller Gruppen werden abgeleitet und bei der Erarbeitung des gesamten Mitarbeiterbeurteilungssystems berücksichtigt. Des weiteren wird die aktuelle Zielvereinbarung überprüft und ein Vergleich mit verschiedenen Konkurrenzbanken auf dem Bankenplatz Chur gezogen. Aufgrund dieser Recherchen werden Ziele für Privatkundenberaterinnen und Privatkundenberater der Raiffeisenbank Chur formuliert. Am Schluss werden Empfehlungen für die Beurteilung, ein Umsetzungskonzept und Voraussetzungen für die Machbarkeit präsentiert.

## Prozesse als Führungsinstrumente

Diplomand     Fabian Sonderer  
Referent       Prof. Theophil Wyssen  
Korreferentin  Michaela Vehlow  
Auftraggeber   Stadtbus Chur AG, Chur

Die Arbeit bezieht sich auf die Einführung eines systematischen Qualitätsmanagement bei der Stadtbus Chur AG und setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen des Qualitätsmangements, der Prozesse und der Prozessmodellierung vorgestellt. Dabei werden die bedeutensten Prozesse einer Unternehmung sowie die wichtigsten Normen und Modelle im Qualitätsmangement unterschieden. Im zweiten Teil der Arbeit werden die Prozesse der Personalgewinnung sowie des Ereignismanagements modelliert und beschrieben. Im letzten Teil wird ein Benchmarking durchgeführt und ein Fazit gezogen. Das Benchmarking bildet schliesslich die Grundlage zur Beantwortung der zentralen Fragestellung, ob sich durch die Einführung eines systematischen Qualitätsmanagment die Führung durch Prozesse beeinflusst wird, um die Effektivität und Effizienz des Unternehmens zu steigern.



# Handwerkerzentrum der Zukunft - Erarbeitung einer Neupositionierung

Diplomand     Andrey Bur  
Referent       Heinz-W. Schildgen  
Korreferent   Daniel Bossert  
Auftraggeber   Debrunner Koenig Management AG  
Klassifikation   vertraulich

Ein sich verschärfender Wettbewerb und austauschbare Produkte stellen die Handwerkerzentren vor eine neue Herausforderung. Um einer ruinösen Preisspirale zu entgehen, wird mit dieser Thesis eine Neupositionierung erarbeitet, welche das Handwerkerzentrum vom restlichen Wettbewerb differenzieren soll.

Im ersten Teil der Arbeit werden mittels einer Literaturanalyse die theoretischen Grundlagen erläutert. Das Fundament der neuen Positionierung bildet eine durchgeführte Kundenbefragung im zweiten Teil der Thesis. Mithilfe der Empirie werden die Bedürfnisse und Erwartungen der Kundschaft an ein Handwerkerzentrum ermittelt. Im letzten Teil der Arbeit wird ein Marketingkonzept entworfen, welches auf den Erkenntnissen der vorhergehenden Kapitel aufbaut. Der Schwerpunkt des Marketing-Mix liegt bei der Ausarbeitung eines Massnahmenkatalogs. Durch die Empfehlung konkreter Massnahmen soll die Kundenfrequenz erhöht und Zusatzverkäufe gefördert werden.

## Marketingkonzept Stadtbus Chur AG

Diplomand     Simon Burkhardt  
Referent       Prof. Dr. Lutz E. Schlange  
Korreferentin   Andrea Wuchner  
Auftraggeber   Stadtbus Chur AG

In der Arbeit geht es hauptsächlich darum, der Auftraggeberin Wege aufzuzeigen, wie sie anhand von Anpassungen des bestehenden Marketingkonzepts ihren Kundenstamm ausbauen und die Nutzungsfrequenz der bestehenden Kunden erhöhen kann. Zunächst wurde eine detaillierte Analyse der gegebenen Situation durchgeführt, woraus zielführende Strategien abgeleitet werden konnten. Die Analyse wurde durch eine qualitative Marktforschung ergänzt. Aus der Synthese dieser zwei Teile wurde der Massnahmenkatalog erarbeitet. Die einzelnen Empfehlungen wurden detailliert beschrieben, bewertet und in die Untergruppen des Marketingmix eingeteilt. Das letzte Kapitel widmet sich dem Thema Marketing-Controlling, das jeweils bereits innerhalb der Massnahmen bearbeitet wurde.

# Marketingkonzept für die Roman Deflorin Car-Reisen AG

Diplomand Claudio Frick  
Referent Heinz W. Schildgen  
Korreferent Roman Deflorin  
Auftraggeber Roman Deflorin Car-Reisen AG  
Klassifikation Vertraulich

Das Marketingkonzept ist in fünf Teile aufgebaut. In einem ersten Schritt geht es darum, die IST-Situation der Roman Deflorin Car-Reisen AG zu erfassen. Dazu gehört die Vorstellung der Unternehmung inkl. Vision, Mission und Leitbild, Beschrieb des Marktes, Analyse der Zielgruppe Golden Agers, Erstellung einer Konkurrenzanalyse sowie die Ausarbeitung von Einflussfaktoren. Die anschließende SWOT-Analyse dient als Bindeglied und die abgeleiteten Handlungsoptionen geben die Stossrichtung für die Massnahmen vor. Zuerst werden jedoch in einem dritten Teil die Ziele, Strategie und Positionierung der Unternehmung vorgestellt und die allgemeinen Trends der Car-Branche in den kommenden Jahren aufgezeigt. Der darauffolgende Marketingmix listet schliesslich brainstormingartig Ideen für Werbung, PR und Kundenbindung auf, bevor diese auf die finanzielle Machbarkeit hin geprüft werden. Abschliessend wird die vom Auftraggeber explizit gestellte Frage zur Umbenennung der Firma beantwortet.

## Marktforschung für eine Unternehmung im Bereich hochwertige Frauenschuhe

Diplomand Claudio Peng  
Referent Prof. Dr. Lutz E. Schlange  
Korreferent Daniel Naeff  
Auftraggeber Diamond Heels AG

Die Arbeit setzt sich aus der Beschreibung der Geschäftsidee, den Experteninterview und einer Befragung von potenziellen Kundinnen zusammen. Die Geschäftsidee ist im Bereich Mass Customization anzusiedeln. Mass Customization ist die Möglichkeit ein Massenprodukt individuell zu gestalten. Diamond Heels AG bietet den Frauen an, High Heels ab einer Absatzhöhe von vier Zentimetern selber zu gestalten. Das Experteninterview wurde qualitativ erhoben und diente als Basis für die Befragung der potenziellen Kundinnen. Im Experteninterview wurden der Markt, die Kunden und die Konkurrenten analysiert. Mit den Befragungen, konnte ich Empfehlungen abgeben, wie das Unternehmen auf die Bedürfnisse der Frauen reagieren kann. Die Empfehlungen sind in die Teile Produkt, Branding, Marketing und Distribution unterteilt worden.

# Nachhaltigkeitsanalyse BEZEMA AG: Erarbeitung einer strategischen Entscheidungsgrundlage für die BEZEMA AG im Bereich Nachhaltigkeit

Diplomand      Lukas Wirth  
Referent        Prof. Dr. Ivan Nikitin  
Korreferent    Detlef Fischer  
Auftraggeber   BEZEMA AG, Montlingen  
Klassifikation   Vertraulich

Die Arbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen. In einem ersten Teil werden die Begrifflichkeiten und Hintergründe der Nachhaltigkeit erläutert. Ausserdem wird das Konzept der Stakeholder-Analyse vorgestellt. Der zweite Teil besteht aus der Darstellung der Wichtigkeit und Bedeutung von Nachhaltigkeit für den Auftraggeber. Vergangene und aktuelle Themen werden mit Hilfe von internen und externen Experten bewertet. Dies ermöglicht die Visualisierung von Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren. Ebenfalls im zweiten Teil werden die für diese Thematik relevanten Anspruchsgruppen aufgedeckt. Anschliessend wird die Stakeholder-Analyse auf diese Anspruchsgruppen durchgeführt. Daraus ergeben sich Informationen über die Einflussstärke und mögliche Wirkungsketten. In Verknüpfung mit den aufgedeckten Interessen der Stakeholder lassen sich Handlungsmöglichkeiten für die Behebung von Schwächen und Minderung der Gefahren ableiten. Die Vorstellung dieser Massnahmen bildet den dritten und letzten Teil dieser Thesis.

# Neues Zonenkonzept in der Destination Flims: Eine Machbarkeitsstudie basierend auf die Akzeptanz der Nutzer

Diplomand     Damian Camathias  
Referent       Roger Walser  
Korreferent   Marc Woodtli  
Auftraggeber   Weisse Arena Gruppe, Mountain Adventures

Die bestehenden Wanderwege in der Destination Flims werden von Biker und Wanderer zu gleichen Teilen genutzt. Je nach Attraktivität und Erreichbarkeit der Wanderwege, ist das Aufeinandertreffen beider Nutzer nicht immer vorteilhaft und kann zu Missstimmungen führen. Anhand eines neuen Zonenkonzeptes soll dem Unmut bereits im Vorfeld entgegen gewirkt werden. Die Arbeit fragt nach dem Nutzen und der Durchführbarkeit der neuen Zonenplanung. Weiter wird die Akzeptanz verschiedener Parteien in der Destination überprüft und für die Nutzer ermittelt. Die Änderungen sollen nachhaltige Lösungen für die Nutzer, die Weisse Arena AG, die Destination Flims Laax sowie deren Einwohner und Gäste mit sich bringen. Es müssen verschiedene Voraussetzungen, wie ein bestehendes Wanderwegnetz und Bergbahnen als Beförderungsdienstleister, für die verschiedenen Anspruchsgruppen gegeben sein. Zusätzlich ist es nötig, dass auf regionalen Gegebenheiten, wie historisch bedingte Zusammenschlüsse der Gemeinden, eingegangen wird. Im Verlaufe dieser Arbeit werden verschiedene Fragen mithilfe einer qualitativen Datenerhebung erklärt und begründet.

## Expansions- und Weiterentwicklungspotenzial des UBS Kids Cup in der Schweiz

Diplomand     Hannes Elmer  
Referent       Prof. Jon Andrea Schocher  
Korreferent   Marco Eggenberger  
Auftraggeber   UBS Kids Cup / Weltklasse Zürich

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden einerseits Einflüsse der Theorie auf die Themen Jugendentwicklung und Sport, sowie dem Eventmanagement aufgezeigt. Andererseits werden die aktuelle Situation der Leichtathletik und sämtliche Nachwuchsanlässe in der Schweiz analysiert. Der zweite Teil beinhaltet ein Benchmarking von Anlässen in der Schweiz und Europa. Beim praktischen und somit letzten Teil wurden mögliche Verbesserungspotenziale des UBS Kids Cup ergründet. Diese basieren auf den Ergebnissen von Interviews mit Experten, Behörden und Veranstaltern eines UBS Kids Cup. Ergänzt werden diese von einer Online-Umfrage, welche sämtliche Veranstalter nach dem Ausführen eines Anlasses ausfüllen. Abschliessend werden dem Auftraggeber kritische Erfolgsfaktoren sowie Empfehlungen für die Zukunft unterbreitet.

# Massnahmen zur Verbesserung der Nachwuchsförderung im Eishockey für den Kanton Graubünden

Diplomand Remo Gabathuler  
Referent Prof. Dr. Curdin Derungs  
Korreferent Ruedi Liesch  
Auftraggeber Bündner Eishockey Verband (BEHV), Chur

Die Arbeit gliedert sich im Wesentlichen in vier Abschnitte. Im ersten Abschnitt wird ein theoretischer Ansatz zur Nachwuchsförderung aufgeführt. Dabei werden auch empirische Erkenntnisse zur Nachwuchsförderung in der Schweiz berücksichtigt. Diese Erkenntnisse beinhalten die Struktur und die Problematik der Schweizer Nachwuchsförderung und die 12 Bausteine zum Erfolg von Swiss Olympics. Im zweiten Abschnitt erfolgt eine Analyse der bestehenden Konzepte, unter der Berücksichtigung dieser Bausteine. Im anschliessenden Abschnitt werden empirische Erkenntnisse zur Nachwuchsförderung im Eishockey des Kantons Graubünden anhand der Expertenbefragungen festgehalten. Im letzten Abschnitt sind die Massnahmen zur Unterstützung der Konzepterstellung aufgelistet.

## Analyse des Sponsoringkonzepts der Internationalen Pferderennen Maienfeld / Bad Ragaz

Diplomandin Sabrina Gees  
Referent Prof. Jon Andrea Schocher  
Korreferentin Sarah Ambühl  
Auftraggeber Rennverein Maienfeld / Bad Ragaz

Im ersten Teil werden die theoretischen Grundsteine für das Verständnis der Arbeit gelegt. Hierbei wird zuerst auf die Entwicklung und Definition von Sponsoring eingegangen. In einem nächsten Schritt wird erläutert, was Sportsponsoring ist und welche Bedeutung es für verschiedene Anspruchsgruppen hat. Es folgen Informationen zum Pferderennsport in der Schweiz, zu den Internationalen Pferderennen Maienfeld / Bad Ragaz und ein Benchmarking über Sponsoring Gegenleistungen von Schweizer Pferderenn-Schauplätzen. Im zweiten Teil folgen sieben qualitative Interviews. Vier davon wurden mit bestehenden Sponsoren der Maienfelder Rennen geführt. Sie zeigen auf, wo die Stärken und Schwächen des Anlasses in Bezug auf das Sponsoring liegen, wie die Partnerschaften verbessert werden können und als wie attraktiv sie eingestuft werden. Weitere drei Gespräche wurden mit Unternehmen aus den Branchen Getränkehandel, Finanzdienstleistung und Tierhaltung / Tiersport geführt. Diese legen dar, auf welche Komponenten bei einem Sponsoring-Engagement Wert gelegt wird, welche Gegenleistungen die Unternehmen sich wünschen und ob die Maienfelder Rennen einen attraktiven Sponsoring Partner darstellen.

# IT-Controlling-Konzeption für die GKB

Diplomand Samuel Urech  
Referentin Prof. Edith Jesenak  
Korreferent Marco Thoma  
Auftraggeberin Graubündner Kantonalbank, 7000 Chur  
Klassifikation Vertraulich

Das Ziel dieser Arbeit ist es, eine auf die GKB zugeschnittene IT-Controlling-Konzeption zu erarbeiten. Als Einführung in die Controlling-Thematik werden Grundsätze des IT-Controllings beschrieben. Dazu gehören unter anderem die Ziele, Aufgaben und Werkzeuge des IT-Controllings. Mit Hilfe dieser Kenntnisse kann nach einer Vorstellung von IT-Controlling-Konzeptionen aus der Literatur eine für die GKB passende Konzeption ausgewählt werden. Die Auswahl wird im darauffolgenden Kapitel ausführlich beschrieben und es werden Hinweise zur Anwendbarkeit auf die GKB gegeben. Zusätzlich fließen in diese Konzeption auch Erkenntnisse aus zwei externen Interviews mit IT-Controllern ein. In der Soll-Konzeption wird aufgezeigt, welche IT-Controlling-Aktivitäten bei der GKB in welcher Form bereits ausgeführt werden. Dazu wurden insgesamt vier Interviews innerhalb der GKB geführt. Im darauffolgenden Kapitel werden die momentanen IT-Controlling-Aktivitäten mit der Soll-Konzeption verglichen sowie Stärken und Entwicklungsmöglichkeiten definiert. Abschliessend werden drei konkrete Handlungsempfehlungen vorgestellt, um das IT-Controlling der GKB mit vertretbarem Aufwand zu optimieren.

# Talentmanagement im Spitzensport: Ski Alpin im Vergleich mit der Wirtschaft

Diplomandin Tamara Wolf  
Referent Prof. Dr. Frank Bau  
Korreferent Adriano Iseppi  
Auftraggeber Scoula Sportiva, Champfèr

Die Arbeit setzt sich grundsätzlich aus drei Teilen zusammen. In einem ersten Schritt werden das Talentmanagement im Bereich der Wirtschaft und die Nachwuchsförderung im alpinen Skirennsport in der Schweiz vorgestellt. Die beiden Bereiche werden anschliessend mithilfe eines ganzheitlichen Talentmanagement-Konzeptes miteinander verglichen. Die Gegenüberstellung der beiden Bereiche wird zudem mit Aussagen der durchgeführten Experteninterviews ergänzt. Mittels dieser Untersuchungen werden anschliessend diejenigen Bereiche in der Nachwuchsförderung im Ski Alpin aufgezeigt, die im Vergleich zur Wirtschaft das grösste Verbesserungspotenzial aufweisen. Ferner wird basierend auf diesem Vergleich ermittelt, wie die Förderung des alpinen Skinachwuchses durch bewährte Talentmanagement-Konzepte aus der Wirtschaft optimiert werden kann. Die sich daraus ergebenden Handlungsempfehlungen fliessen schliesslich in das Konzept für die Scoula Sportiva mit ein. Ziel des Konzeptes ist, das optimale und nachhaltige Ausschöpfen des Potenzials von jungen Talenten zu unterstützen.

## Erstellung eines Funktionsbewertungs-Konzeptes für die LGT Gruppe

Diplomandin Janine Batliner  
Referent Prof. Dr. Frank Bau  
Korreferent Werner Gisler  
Auftraggeber LGT Bank AG, Bendern

Die vorliegende Arbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil wird die grundlegende Theorie zu den Funktionsbewertungsmethoden hergeleitet. Im Speziellen werden Hintergrund und die Idee des Gradings definiert, um dann Methoden und Elemente der Funktionsbewertung zu beleuchten. Daraufhin werden Bewertungsverfahren aufgezeigt, welche in der Praxis zur Anwendung gelangen. Schliesslich werden die Konsequenzen beleuchtet, welche die Einführung eines entsprechenden Systems mit sich bringen würden. Im Anwendungsteil werden mittels Leitfadeninterviews mit ausgewählten Praktikern, Fachexperten und Anwendern Meinungen zum Thema eingeholt. Basierend darauf wird ein LGT-konformes Grading-Konzept vorgestellt, das gestützt auf die Ansprüche und Anforderungen der Privatbank erarbeitet wurde. Abschliessend wurden einige LGT-Funktionen in Form von Anwendungsbeispielen bewertet und in das Raster eingegliedert. Die Arbeit wird mit Empfehlungen, respektive einem konkreten Umsetzungskonzept in Form eines Fahrplans abgerundet.

# Intranet für die fusionierte Gemeinde Ilanz/Glion

Diplomandin Evelin Giger  
Referentin Prof. Edith Jesenak  
Korreferentin Marlis Caduff  
Auftraggeber Gemeinde Ilanz/Glion, Ilanz  
Klassifikation Vertraulich

Im Rahmen dieser Arbeit wird ein Intranet-Grobkonzept für die Gemeinde Ilanz/Glion entwickelt. Im Wesentlichen ist die Arbeit in vier Teile gegliedert. Um sich Basiswissen anzueignen, werden im ersten Teil anhand einer Literaturanalyse der Begriff Intranet sowie weitere relevante Aspekte geklärt. Anschliessend folgen eine Situations- und Soll-Analyse, um einen Überblick über die interne Kommunikation, die Ressourcen, die Bedürfnisse, die Chancen und Gefahren sowie die Ziele für die Entwicklung des Intranets der Gemeinde Ilanz/Glion zu erhalten. Die Ausführungen der vorangehenden Kapitel werden an dieser Stelle als Grobkonzept zusammengefasst. Dieser Teil nimmt insbesondere Bezug auf die Gestaltung des Intranets, die Zielgruppe, die Technik sowie die Budget- und Zeitplanung des Intranets. Der letzte Teil stellt drei mögliche Alternativen zur Basisvariante vor, um Vergleiche zu erhalten. Abschliessend folgen die Ergebnisse und eine Empfehlung des Intranets für die Gemeinde Ilanz/Glion.

## Analyse zur Optimierung von Cash- und Liquiditätsmanagement in SAP

Diplomand Daniel Trojer  
Referentin Prof. Edith Jesenak  
Korreferent Andreas Knecht  
Auftraggeber Repower AG  
Klassifikation Streng vertraulich

Im Verlauf von dieser Arbeit wird untersucht, ob das bestehende System hinsichtlich Cash- und Liquiditätsmanagement Optimierungspotential aufweist. Die Arbeit setzt sich aus fünf Teilen zusammen. In einem ersten Teil werden einige Begriffsdefinitionen, welche für das allgemeine Verständnis relevant sind erklärt. In einem weiteren Teil wird die aktuelle Situation bei der Repower Gruppe untersucht und eine Rangliste der wichtigsten Konzerngesellschaften vorgestellt. Im dritten Teil werden die wichtigsten auf den Auftraggeber zugeschnittenen Änderungen der SEPA-Umstellung zusammengefasst und es wird das Optimierungspotential welches diese Veränderungen mit sich bringen aufgezeigt. Im Absprache mit dem Auftraggeber wird anschliessend die Soll-Situation beschrieben. Im zweitletzten Teil werden verschiedene Varianten zur Annäherung an die Soll-Situation beschrieben. Es wird unter anderem auf die jeweiligen Merkmale, Kosten sowie Vor- und Nachteile der fünf Varianten eingegangen. Zudem wird anhand einer weiteren Nutzwertanalyse die für den Auftraggeber beste Variante abgeleitet. Zuletzt wird noch meine persönliche Empfehlung an den Auftraggeber abgegeben und die nächsten Schritte erklärt.



# Überprüfung der strategischen Ausrichtung der HP Fontana & Partner AG nach dem Wegfall des Zweitwohnungsbau

Diplomandin Giulia Fontana  
Referent Prof. Dr. Curdin Derungs  
Korreferent Hans Peter Fontana  
Auftraggeber Architekturbüro HP Fontana & Partner AG  
Klassifikation Vertraulich

Das »Ja« zur Volksinitiative »Schluss mit uferlosem Bauen von Zweitwohnungen« hat das Architekturbüro Fontana dazu veranlasst, ihre Positionierung zu überdenken und gegebenenfalls anzupassen. Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen mit der Frage auseinander, wie das Architekturbüro Fontana trotz Wegfall des Zweitwohnungsbau in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben kann. Eine weitere zentrale Frage beschäftigte sich damit, wie der Wegfall des Zweitwohnungsbau kompensiert werden kann. Dazu wurde für das Architekturbüro Fontana eine umfassende SWOT-Analyse erstellt. In einem ersten Schritt wurde die Treiber der Immobiliennachfrage sowie die Bautätigkeit in Graubünden vor und nach der Zweitwohnungsinitiative analysiert. Anschliessend wurde eine Organisationsanalyse sowie eine Umfeldanalyse für das Architekturbüro Fontana erstellt. Daraus wurden strategische Optionen abgeleitet und ausgewertet. Das Architekturbüro Fontana kann die Ergebnisse der Bachelor Thesis als Grundlage für zukünftige strategische Entscheidungen nutzen.

# Informationswissenschaft

## Studienleiter

Prof. Dr. Bernard Bekavac

## Usability von E-Book-Angeboten wissenschaftlicher Bibliotheken – Entwicklung eines Kriterienkatalogs

Diplomandin	Farah Aeschlimann
Referent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Prof. Dr. Bernard Bekavac

Im Zentrum der Arbeit steht die Entwicklung eines Kriterienkatalogs für die Usability-Evaluation von E-Book-Angeboten wissenschaftlicher Bibliotheken. Der Fokus liegt dabei auf den Schritten des Benutzers von der Suche eines E-Books im Bibliothekskatalog bis zum Erhalt des Volltextes. Bibliotheken können somit auch ohne Expertise in Usability eine Evaluation ihres E-Book-Angebots mit diesem Kriterienkatalog vornehmen. Für Online-Auftritte von Bibliotheken existiert bereits der Leitfaden BibEval, entwickelt am Schweizerischen Institut für Informationswissenschaft, an welchem sich der entwickelte Katalog orientiert und als dessen Erweiterung um das E-Book-Angebot dient. Für die Entwicklung wird zuerst eine Analyse des Leitfadens BibEval durchgeführt und anschliessend eine Usability-Untersuchung anhand drei verschiedener Methoden: zum einen ein Usability-Test sowie eine heuristische Evaluation von ausgewählten Bibliothekskatalogen, zum anderen eine Literaturanalyse. Der Kriterienkatalog wird anschliessend anhand des Verbundkatalogs von NEBIS (Netzwerk von Bibliotheken und Informationsstellen in der Schweiz) getestet und optimiert. Entstanden ist ein Kriterienkatalog mit 15 Einzelkriterien.

# Der Einfluss ihrer Digitalen Bibliotheksportale auf die Öffentlichen Bibliotheken der Schweiz

Diplomand      Lucas Althaus  
Referent        Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler  
Korreferent    Prof. Dr. Urs Naegeli

Das elektronische Buch, das E-Book, ist massentauglich geworden. Eine Gesellschaft, die immer mobiler wird, eine IT-Consumer-Industrie, die diesen Trend mit dem Angebot verschiedenster mobiler Endgeräte für den Konsum unterschiedlichstem digitalem Content unterstützt und die Innovationen der Netzwerktechnologie, die eine immer schneller werdende Verbindung zum Internet ermöglichen, haben dazu geführt, dass der Markt nun vermehrt auch nach E-Books fragt. Öffentliche Bibliotheken, deren Benutzerkreis diese Gesellschaft ist und die Innovationsträger im Bereich der Informationsvermittlung sind, stehen vor der Herausforderung, ihren Bestand um das Angebot von E-Books zu erweitern. Die Tatsache, dass der digitale Content mittlerweile keine physische Expression mehr benötigt, um vertrieben werden zu können, zwingt die Öffentlichen Bibliotheken zu neuen Präsentationsformen im virtuellen Raum, die den Bibliotheksnutzer zunehmend unabhängig von deren physischen Präsenz werden lässt. In diesem Spannungsfeld scheuen sich viele Bibliotheken vor diesem Schritt, aus Angst, sich dadurch als physischer Ort entbehrlich zu machen. Die vorliegende Arbeit untersucht auf der Basis ausgesuchter Merkmale der jährlichen Schweizerischen Bibliotheksstatistik, in wie weit sich einen Unterschied in der Entwicklung der Zahlen von Bibliotheken mit und solchen ohne Digitales Bibliotheksportal feststellen lässt.

# **Das Bibliothekscafé als dritter Ort: Praxis-Untersuchungen über den Zusammenhang und die Beeinflussungsmöglichkeiten zwischen einer öffentlichen Bibliothek und einem Café in den Stadtbibliotheken Aarau und Baden**

Diplomandin    Sayako Bissig  
Referent        Prof. Dr. Robert Barth  
Korreferent    Dr. Karsten Schuldt

Die Ergebnisse der Bachelor-Thesis zeigen, dass vor allem Erwachsene Interesse an einem Bibliothekscafé haben. Die Attraktivität der Stadtbibliothek wird durch die Einrichtung eines Cafés erhöht, gemäss den Ergebnissen der Fragebogen führt ein Café jedoch nicht dazu, dass die Befragten die Bibliothek aufgrund des Vorhandenseins eines Cafés öfters besuchen würden. Die Existenz eines Cafés hat massgeblichen Einfluss auf die Aktivitäten der Benutzer. Die Bibliotheksleiterinnen der Stadtbibliotheken Aarau und Baden möchten ihre Bibliotheken, in Zeiten der aufgrund von E-Books tendenziell zurückgehenden Benutzerzahlen, noch vermehrt als dritten Ort ausrichten. Ein Café in der Stadtbibliothek Baden scheint gemäss den Befragungen ein Kundenbedürfnis zu sein. Das geplante, durch die Stadtbibliothek Baden selbst betriebene, Selbstbedienungscfé mit rund 20 Sitzplätzen scheint den Erwartungen der Besucher zu entsprechen und sollte im geplanten Rahmen rentabel betrieben werden zu können.

# Familien in der Bibliothek: Eine Fallanalyse der Freihandbibliothek St. Gallen

Diplomandin    Andrea Breu  
Referent        Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler  
Korreferent    Dr. Karsten Schuldt

Im Gebäudekomplex der Hauptpost St. Gallen entsteht durch eine Fusion der Kantonsbibliothek und der Freihandbibliothek eine neue moderne Publikumsbibliothek.

Durch die eingeschränkten Raumverhältnisse im ehemaligen St. Katharinenkloster bedeutet diese Entscheidung für die Freihandbibliothek eine Trennung der Bestände. Am bisherigen Standort des alten St. Katharinenklosters soll eine Kinder- und Jugendbibliothek, mit ergänzender Fachliteratur für Eltern, Lehrkräfte und Erziehende entstehen. Im Provisorium der Hauptpost eröffnet eine Jugend- und Erwachsenenbibliothek mit Schwerpunkt Multimedialität, Lebenslanges Lernen und Public Library.

Seit der Veröffentlichung dieser Entscheidung vernahm die Leiterin der Freihandbibliothek St. Gallen, Frau Christa Oberholzer, vermehrt kritische Stimmen, welche sich negativ zu einer Trennung äusserten. Aus diesem Grund hat sich Frau Christa Oberholzer zu einer genaueren Analyse der Situation entschieden.

Um Kenntnisse über diesen Sachverhalt zu erlangen, wurde von der Verfasserin die Beobachtung, eine Methode der empirischen Sozialforschung, eingesetzt.

Die Resultate dieser Befragung werden der Leiterin der Freihandbibliothek St. Gallen als Handlungsempfehlung übergeben.

# Die Langzeitnutzbarhaltung komplexer Applikationen: Eine Untersuchung zum Potenzial von Migration und Emulation

Diplomandin    Julia Fink  
Referent        Prof. Dr. Edzard Schade  
Korreferent    Prof. Bruno Wenk

Thema der Arbeit ist die Langzeitnutzbarhaltung komplexer Applikationen. Nach einer Klärung dieser Begriffe werden die Probleme dargestellt, welche die spezifischen Eigenschaften komplexer Applikationen für die Nutzbarhaltung mit sich bringen. Danach finden zuerst private Versuche der Nutzbarhaltung im Bereich der Games Erwähnung und ebenso aktuelle Projekte, bevor dann die wichtigen Erhaltungsstrategien der Migration und der Emulation näher beleuchtet und diskutiert werden. Fazit der Prüfung beider Methoden: Ohne Emulation können komplexe Applikationen nicht nutzbar gehalten werden. Die Migration bleibt aber für partielle Funktionen brauchbar, und solange der Entwicklungsstand der Emulation noch Lücken lässt, ist die Einrichtung eines Hardwaremuseums als Übergangslösung sinnvoll.

# **Bibliotheksfusion: Ein Leitfaden für die betriebliche Fusion von Bibliotheken am Beispiel der Bündner Volksbibliothek und der Aspermont Bibliothek Chur**

**Diplomandin** Corinne Gattlen  
**Referent** Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler  
**Korreferent** Dr. Karsten Schuldt

Das Thema der Fusion im bibliothekarischen Bereich ist in der Literatur eher gering umschrieben. Dennoch ist dies ein sehr aktuelles Thema, das manch eine Bibliothek in der Schweiz betrifft. Die vorliegende Arbeit befasst sich mit diesem Thema und versucht anhand einer Aufarbeitung der theoretischen Grundlage und dem Bezug zu Beispielbibliotheken einen Leitfaden für die betriebliche Fusion von Bibliotheken bereitzustellen. Der vorliegende Kriterienkatalog soll den Bibliotheken als Hilfestellung im Falle einer betrieblichen Fusion dienen. Dieser Leitfaden beschränkt sich auf die Situation in der Schweiz.

## **Wer nutzt die Stadtbibliothek? – Leitfaden zur Erstellung einer Nutzererhebung in einer Stadtbibliothek.**

**Diplomandin** Céline Glaus  
**Referent** Dr. Karsten Schuldt  
**Korreferent** Prof. Dr. Robert Barth

Das Bibliothekswesen in der Schweiz bewegt sich in einem komplexen Umfeld. Der Einsatz von Methoden aus Management und Marketing ist ein wichtiger Baustein der benutzerorientierten Bibliotheksarbeit geworden. Damit benutzerorientierte Dienstleistungen geboten werden können, ist es wichtig die eigenen Benutzer und ihre Interessen zu kennen. Aufgrund von früheren Nutzerstudien und theoretischer Literatur wird im Rahmen dieser Arbeit ein theoretischer Leitfaden zur Klärung der Frage «Wer nutzt die Stadtbibliothek?» erarbeitet. Als Erhebungsinstrument wird eine Triangulation mit den Methoden der Datenanalyse, einer schriftliche Befragung und einer Beobachtung vorgeschlagen. Durch die Kombination der Methoden ermöglicht die Triangulation die Vorteile der einzelnen Methoden optimal zu nutzen und ihre Schwächen auszugleichen. Durch die praktische Umsetzung eines Teils der Methoden konnten vor allem bei der Befragung Schwächen ausgemacht werden. Die Einteilung der Nutzer erfolgt aufgrund von soziodemografischen Faktoren und den Nutzungsgewohnheiten der Nutzer.

# User-Centered redesign of the Biotechgate portal: a remote usability testing case study

**Diplomadin** Diane Golay  
**Referent** Prof. Dr. Bernard Bekavac  
**Korreferent** Thomas Weinhold

This thesis is dedicated to the user-centered redesign of the subscriber section of Biotechgate, a global life sciences business development database. The redesign project fits into a global restructuring and redesign process initiated to divide the one current website of the database into one public website and one subscribers-only section in order to improve its global usability.

The objective of the current thesis is to elaborate a new, usability-optimized concept for the core features of Biotechgate subscriber section in the form of an interactive prototype, applying the principles, methods and best practice of user-centered design.

The design development process is structured into four phases: user needs assessment, requirements definition, prototype development and usability evaluation. Usability evaluation is conducted in the form of remote moderated and automated usability tests with an international panel of Biotechgate (potential) end-users. In addition, the prototyping process is combined with agile (remote) usability testing.

The result of this thesis is an interactive prototype including the core components of the new Biotechgate subscriber section and a set of recommendations for further design optimization.

# Mögliche Auswirkungen des Lehrplans 21 auf Gemeinde- und Schulbibliotheken

Diplomandin    **Lea Günter**  
Referent        **Dr. Karsten Schuldt**  
Korreferent    **Prof. Dr. Urs Dahinden**

In der vorliegenden Arbeit werden die Auswirkungen, die der Lehrplan 21 auf die Bibliotheken hat, untersucht.

Der Lehrplan 21 ist ein einheitlicher Lehrplan, der für alle Deutschschweizer- und zweisprachigen Kantone der Schweiz gelten soll. Um die Auswirkungen, die der Lehrplan 21 auf die Bibliotheken hat, herauszukristallisieren, muss der Lehrplan 21 mit den anderen Lehrplänen verglichen werden. Mithilfe einer Textanalyse der aktuellen Lehrpläne der Kantone Zürich, Basel-Stadt, Graubünden und der Zentralschweiz und dem Lehrplan 21 werden Unterschiede herausgearbeitet. Diese Unterschiede werden dann dem Angebot der Bibliotheken, das schon besteht, gegenübergestellt, um herauszufinden, was von den Bibliotheken noch nicht abgedeckt ist.

Es zeigt sich, dass die Unterschiede zwischen dem Lehrplan 21 und den bestehenden Lehrplänen gering sind und keine grossen Veränderungen für Bibliotheken mit sich bringen. Die grossen Neuerungen, die der Lehrplan 21 mit sich bringt, werden von den Bibliotheken bereits abgedeckt. Auffallend ist aber die Konzentration auf Computer und elektronische Veröffentlichungen. Das zeigt, dass die Bibliotheken im Bereich der Medien offen sein müssen für Neuerungen. Im Grossen und Ganzen aber sind die Bibliotheken bereits auf einem guten Weg und müssen sich keine Sorgen machen, wenn der Lehrplan 21 eingeführt wird.



# Nutzung und Nutzen einer dörflichen Bibliothek am Beispiel der Schul- und Gemeindebibliothek Muhen

Diplomand     Stephan Haefliger  
Referent       Dr. Karsten Schuldt  
Korreferent   Prof. Dr. Robert Barth

Dörfliche Bibliotheken sind der Grundpfeiler des Bibliothekssystems. Jedoch ist wenig bekannt über diese Institutionen in der Schweiz, sie sind Teile innerhalb eines wenig strukturierten und inkohärenten Systems. Sie müssen unter ungünstigen Bedingungen handeln, verbindliche Vorschriften über Bestand, Grösse und Personal entsprechend der Einwohnerzahl sowie eine die Gemeinden zum Führen einer Bibliothek verpflichtende Gesetzgebung fehlen. Oft sind sie die einzige öffentliche, kostenlos zugängliche kulturelle Einrichtung in Dörfern. Als insbesondere für Kinder wichtige Institutionen ist die Leseförderung eine zentrale Bibliotheksaufgabe. Wichtig zur Nutzung von Synergien sind die selten stattfindende Kooperation mit Partnern und durch Verbünde. Im vorliegenden Fallbeispiel wurden anhand der Darstellung von Best Practice-Beispielen und durch Befragung von direkt und indirekt an der Schul- und Gemeindebibliothek Muhen beteiligten Personen Erkenntnisse gewonnen über die Entwicklungsabsichten und -möglichkeiten der Bibliothek. Mittels der Track the Traffic-Methode wurden Nutzeraktivitäten abgebildet, durch eine standardisierte, nicht-teilnehmende, offene Feldbeobachtung kombiniert mit einer Face-to-Face-Befragung die Arbeitsweise der Bibliothek.

## Förderung von Engagement in GLAM (Galleries, Libraries, Archives and Museums) durch Wikipedians in Residence (WiR)

Diplomandin   Mara Sophie Hellstern  
Referentin    Dr. Anna-Katherina Mayer  
Korreferent   Ivo Macek

Das Modell des Wikipedian in Residence (WiR) ist ein neuartiger Ansatz, die Zielsetzungen von GLAM (Galleries, Libraries, Archives and Museums) und Wikimedia zu verbinden und gemeinsam umzusetzen. Das Modell sieht vor, dass ein Mitglied der Wikimedia vor Ort mit einer GLAM-Institution zusammenarbeitet und dabei hilft, das GLAM-Wissen innerhalb der Wikimedia digital frei verfügbar zu machen. Dabei entsteht die Verknüpfung mit Engagement, einem für die Wikimedia fundamentalen Konstrukt, welches wachsendes Interesse sowohl aus der Wirtschaft als auch aus der Praxis erfährt. Die Bachelor Thesis zeigt, dass Engagement durch WiR-Tätigkeiten, wie Präsentationen, Workshops oder Events hervorgerufen, gefördert und unterstützt wird. Die dadurch entstehenden Vorteile können auf ein WiR-Projekt selbst, aber auch auf die GLAM-Institution als Ganzes einen positiven Einfluss haben. Der durch einen WiR erzeugte Nutzen von Engagement stellt somit einen klaren Vorteil dar und ist damit ein neuartiges Argument für die Zusammenarbeit von GLAM und Wikimedia.

# Ansätze gegen Bibliotheksangst. Gründe für und Lösungswege gegen Bibliotheksangst

Diplomandin Flurina Huonder  
Referent Dr. Karsten Schuldt  
Korreferentin Dr. Anna-Katherina Mayer

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit Gründen für Bibliotheksangst sowie Empfehlungen um diese Angst bei Studenten zu mindern.

Bibliotheksangst ist ein unangenehmes Gefühl, welches bei Studenten auftritt, sobald sie die Bibliothek und deren Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Unterschiedliche Gründe und Einflüsse können auf die Studenten einwirken, so dass diese Angst entsteht. Durch die damalige Entwicklung der «Library Anxiety Scale» konnten fünf Dimensionen der Bibliotheksangst definiert werden: Emotionale Barrieren, Barrieren mit dem Personal, technische Barrieren, Komfort mit der Bibliothek und Kenntnisse der Bibliothek. Barrieren mit dem Personal haben sich als sehr problematisch erwiesen, da die Studenten durch das Verhalten des Bibliothekspersonals negativ beeinflusst werden und daher nicht um Hilfe bitten. Viele Lösungsansätze wurden empfohlen um diese Angst zu bekämpfen, jedoch musste festgestellt werden, dass wenige bis keine dieser Empfehlungen in der Praxis bereits umgesetzt wurden. Zwei wichtige Punkte wurden genannt: Die Bibliotheksangst anzuerkennen und mit positiven Erfahrungen entgegenwirken sowie die Bibliotheksschulung. Durch eine gut geplante und durchgeführte Bibliotheksschulung kann die Bibliotheksangst bei Studenten bereits vermindert werden.

# Inklusion von Mitarbeitenden mit einer Beeinträchtigung in Bibliotheken

Diplomandin Felicitas Isler  
Referent Prof. Dr. Urs Dahinden  
Korreferent Ivo Macek

Am 15. Mai 2014 ist in der Schweiz die UNO-Behindertenrechtskonvention in Kraft getreten. Sie hält fest, dass Menschen mit Behinderungen das Recht haben, ihren Lebensunterhalt durch Arbeit zu verdienen. Österreich hat diese Konvention bereits 2008 ratifiziert und in Kraft gesetzt, Deutschland 2009. Diese beiden Nachbarländer haben Beschäftigungsquoten für Behinderte eingeführt, um deren Anspruch auf eine Arbeitsstelle zu verwirklichen. Die Schweiz kennt keine solchen Quoten, sie setzt auf das freiwillige Engagement der Arbeitgeber.

Bibliotheken beschäftigen in der Schweiz rund 7000 Personen und sind somit bedeutende Arbeitgeber. Sie bieten auch Mitarbeitenden mit einer Beeinträchtigung Arbeitsplätze, allerdings gibt es dazu keinerlei schriftliche Quellen. Deshalb besteht das Ziel dieser Bachelor-Thesis darin, diese Wissenslücke zu schliessen und das Engagement von Bibliotheken in der Deutschschweiz im Bereich Inklusion von Mitarbeitenden mit einer Beeinträchtigung zu dokumentieren.

Dazu wurden Experteninterviews mit Personalverantwortlichen von fünf wissenschaftlichen und fünf grossen, allgemein-öffentlichen Bibliotheken durchgeführt, sowie mit einer betroffenen, beeinträchtigten Mitarbeitenden. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass teilweise ein beachtliches Engagement vorhanden ist. Dieses ist aber weder in den Leitbildern der Bibliotheken verankert, noch ist es Teil einer bewussten Diversity-Management-Strategie.

# Zonierungskonzepte in Öffentlichen Bibliotheken. Anwendung und Nutzung in sechs Öffentlichen Bibliotheken in der Deutschschweiz

Diplomandin    Stephanie Jenni  
Referent        Dr. Karsten Schuldt  
Korreferent    Wolfgang Wahl

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Thema Zonierung in Öffentlichen Bibliotheken. Hierbei handelt es sich um die Unterteilung der Bibliotheksräumlichkeiten nach Funktionen. Daraus entstehen je nach Grösse und Angebot der Bibliothek unterschiedliche Zonen. In grösseren Öffentlichen Bibliotheken in der Schweiz ist die Zonierung bereits Gang und Gäbe, jedoch wird nur wenig darüber diskutiert, was es schwer macht sich einen Überblick über vorhandene Zonierungskonzepte zu verschaffen. Auch ist kaum etwas darüber bekannt wie sich die Bibliotheksnutzer in diesen Zonen verhalten, was sie tun und ob sie diese nutzen wie von der Bibliothek vorgesehen oder gar ihre eigenen Zonen erschaffen. Bei sechs Öffentlichen Bibliotheken aus der Deutschschweiz wurden die jeweiligen Zonierungskonzepte untersucht und verglichen. Mittels «Sweep»-Methode wurde eine verdeckte, nicht teilnehmende und strukturierte Beobachtung durchgeführt. Dabei wurden quantitative Daten zu den Aktivitäten der Bibliotheksnutzer erhoben. Mit dem daraus hervorgegangenen Beobachtungsbogen soll Bibliotheken ermöglicht werden selber Daten über das Verhalten ihrer Nutzer zu erheben und Rückschlüsse daraus zu ziehen.

# Mikrodaten und schema.org – Verwendung in der Praxis. Ein neues Auszeichnungsformat im Hinblick auf das semantische Web

Diplomandin    Susanne Keller  
Referent        Prof. Bruno Wenk  
Korreferent    Prof. Dr. Albert Weichselbraun

Das neue Auszeichnungsformat Mikrodaten und die Ontologie schema.org ist ein weiterer Schritt in Richtung des semantischen Webs. Der Fokus dieser Arbeit liegt auf der Verwendung von Mikrodaten und schema.org in der Praxis. Die Untersuchungen zu deutschsprachigen Rezept-Websites ergab, dass das Auszeichnungsformat Mikrodaten ein rasantes Wachstum erfährt. Die Mikrodaten werden als Rich Snippets in den Suchtrefferlisten von Google und Bing angezeigt. Weiter kann die Verwendung von Mikrodaten die Relevanz der Suchtreffer steigern, denn Google, Bing, Yahoo! und Yandex unterstützen dieses Format. Mikrodaten besitzen den Vorteil, dass der Quellcode direkt mit Informationen angereichert werden kann. Ein Programm das die Mikrodaten direkt aus dem Quellcode liest, könnte den RSS-Feed ablösen. Mikrodaten und schema.org in einen Quellcode zu implementieren ist zeitaufwändig. Hilfe-Tools von Google oder Schema Creator sind nützlich, jedoch wird der Quellcode nicht vollständig mit Mikrodaten versehen. Die Arbeit kommt zum Schluss, dass es lohnenswert ist Mikrodaten und schema.org im Quellcode anzureichern hinsichtlich der Weiterentwicklung des semantischen Webs.

## Wozu benutzen ältere Personen eine Bibliothek?

Diplomandin    Susanne Kohler  
Referent        Dr. Karsten Schuldt  
Korreferent    Wolfgang Wahl

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist das Benutzungsverhalten und der Kontext zur gewählten Kantonsbibliothek Baselland (kbl) in Liestal und was diese Bibliothek für ihre älteren Nutzer tut. Die gewählte Zielgruppe sind «ältere Leute» die ein selbstbestimmtes Leben führen und noch psychisch und physisch in der Lage sind eine Bibliothek zu besuchen. Anhand einer qualitativen Forschungsmethode dem narrativen Interview wurde der Forschungsgegenstand untersucht. Ziel dieser Methode ist es neue Erkenntnisse zu gewinnen. Die Auswertungen ergeben, dass die Zielgruppe sehr heterogen ist. Ausserdem ist es heikel die Senioren direkt auf ihr Alter anzusprechen und auf dieses zu reduzieren. Die generationenübergreifenden Projekte, wie Prix Chronos oder Grosselternkoffer finden mehrheitlich Anklang. Dank der guten Lage und den freundlichen Mitarbeitenden entspricht diese Bibliothek den meisten Bedürfnissen der Senioren.

# Informationskampagnen in der Energiepolitik

Diplomandin    Nicole Krebsler  
Referent        Prof. Dr. Urs Dahinden  
Korreferentin    Dr. Anna-Katherina Mayer

In dieser Bachelorthesis werden mit der Methode der Metaanalyse 21 Evaluationen von Informationskampagnen und Förderprogrammen in der Energiepolitik verglichen und anhand bestimmter Kriterien und Merkmale auf deren Möglichkeiten und Grenzen bewertet. Eine Informationskampagne verfolgt die Absicht, das Bewusstsein oder das Verhalten einer definierten Zielgruppe innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zu beeinflussen, indem verschiedene Kommunikationsaktivitäten und -kanäle genutzt werden.

Merkmale mit einer positiven Wirkung auf die Kampagne, sind die Glaubwürdigkeit der Organisation, die Kommunikation der Absichten, der Einbezug der Zielgruppe, die Messung des individuellen Stromverbrauchs sowie der Einsatz verschiedener Kommunikationskanäle. Demgegenüber stellen die Nachrichtenmerkmale neue Information, Einsatz von Vorbildern sowie finanzielle Anreize keine Möglichkeit der Verstärkung der Wirksamkeit dar. Des Weiteren kann eine grössere Reichweite nicht mit einer Steigerung des Kampagnenerfolgs gleichgesetzt werden. Der Einfluss der Laufzeit und des Nachrichtenmerkmals Sanktion kann aufgrund der Ergebnisse nicht belegt werden. Basierend auf der Analyse werden Handlungsempfehlungen für die Gestaltung von Informationskampagnen gegeben.

## Entwicklung und Überprüfung einer Methode zur halbautomatischen Erschliessung von digitalisierten Pressebildern

Diplomand        Mario Marusic  
Referent         Dr. Michel Pfeiffer  
Korreferent      Prof. Dr. Wolfgang Semar

Gedächtnisinstitutionen stehen vor der Herausforderung, grosse Bestände von Pressefotografien zu digitalisieren und zu erschliessen. Da keine einheitliche Standardisierung der Bilderschliessung existiert, werden sie mit zeit- und kostenaufwändigen Arbeitstätigkeiten konfrontiert. Die im Rahmen der vorliegenden Arbeit entwickelte Methode hat in einem halbautomatischen Verfahren Metadaten erfasst und diese in 50 Pressefotografien eingebettet. Die grosse Mehrheit der Metadaten wurde in den richtigen Metadatenelementen importiert, wobei ein kleiner Teil textliche Abweichungen enthält. Dennoch verfügte die knappe Hälfte der Bilder fehlerhafte Metadaten. Aufgrund dieser Ergebnisse ist diese Methode nur bei Anwendern zu empfehlen, deren Interessen und Prioritäten auf die schnelle Zugänglichkeit der Fotografien und weniger auf die Qualität der Metadaten liegen. Die Algorithmen der Methode weisen einige Lücken auf und müssen weiterentwickelt und verbessert werden, bevor dieses Verfahren als praxistauglich bezeichnet werden kann.

# Die Möglichkeiten von RDA bei der Erschliessung historischer Sondermaterialien. Analyse der Beschreibungs- und Erschliessungsmöglichkeiten von Resource Description and Access für die historischen Sondermaterialien Brief und Fotografie

Diplomand      Beat Mattmann  
Referent        Prof. Dr. Niklaus Stettler  
Korreferent    Prof. Bruno Wenk

Der neue Erschliessungsstandard RDA beschäftigt aktuell unzählige Arbeitsgruppen und Einzelpersonen aus verschiedenen Ländern. Dabei geht es vor allem um die Anpassung einzelner Regeln und Konzepte an lokale Gegebenheiten und spezifische Medientypen. Das erklärte Ziel, den Standard auch für nicht-bibliothekarische Communities attraktiv zu machen, stand jedoch bislang im Hintergrund. Es ist unklar, ob und wie sich RDA beispielsweise in Archiven und Sondersammlungen anwenden lässt. Diese Bachelorarbeit widmet sich dieser Unsicherheit und untersucht die Möglichkeiten der Katalogisierung von ausgewählten archivalischen Ressourcen. Mittels einer Literaturanalyse werden die von Nutzern und Erschliessenden als essenziell erachteten Merkmale von Briefen und Fotografien erhoben und auf die Beschreibungsmöglichkeiten mit RDA hin untersucht. Dabei zeigt sich, dass der Standard grundsätzlich aufgeschlossen gegenüber archivalischen und historischen Ressourcen ist und sich lediglich vereinzelte Anpassungen von Begriffslisten und Anwendungsregeln empfehlen. Entscheidende Fragestellungen, wie die Abbildung von Kontextualität und Hierarchien, müssen jedoch noch geklärt werden, um die Attraktivität des Standards für nicht-bibliothekarische Communities weiter zu verbessern.

# Nutzeranforderungen an E-Book-Plattformen: Vergleichsanalyse zwischen Anbietern von öffentlichen Bibliotheken und kommerziellen Unternehmen

Diplomand      Robin Meyer  
Referent        Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler  
Korreferent    Prof. Dr. Urs Dahinden

In der Schweiz werden seit nunmehr sieben Jahren E-Books durch öffentliche Bibliotheken angeboten. Dabei ist auffällig, dass praktisch alle Bibliotheken auf die Onleihe der DiViBib setzen und sich in der Zwischenzeit keine alternativen Anbieter etablieren konnten. Entsprechend blieben Innovationen seit der Einführung der Onleihe weitgehend aus. Die vorliegende Bachelor-Thesis untersucht deshalb, welche alternativen Anbieter sich im angloamerikanischen Raum finden lassen und inwiefern sich diese von kommerziellen E-Book-Anbietern unterscheiden. Anhand einer Literaturanalyse werden hierfür die wichtigsten Nutzeranforderungen an E-Book-Plattformen eruiert und in einen Kriterienkatalog überführt. Die Vergleichsanalyse kommt unter anderem zum Schluss, dass sich Anbieter kommerzieller Unternehmen stärker auf mobile Nutzer ausrichten und die E-Book-Nutzung aufgrund der einfachen Handhabung sehr spontan erfolgen kann. Weiterhin werden anders als bei Anbietern öffentlicher Bibliotheken die Dauer der Nutzung und die Anzahl Simultanzugriffe nicht beschränkt. Die Schwächen von Anbietern öffentlicher Bibliotheken im Vergleich zu kommerziellen Anbietern liegen im komplexen Ausleihprozess, wohingegen die Stärken in der Gerätevielfalt und der Unterstützung verbreiteter E-Book-Formate gesehen werden können. Aus den Untersuchungsergebnissen lassen sich Empfehlungen zur Optimierung des Such- und Ausleihprozesses sowie zur Verfügbarkeit von E-Books ableiten.



# Vermittlungsstrategien von Bildbeständen in Schweizer Bibliotheken - Analyse der Konzepte sowie Möglichkeiten und Chancen aus bibliothekarischer Sicht

Diplomandin Sabine Moser-Schlüer  
Referent Dr. Michel Pfeiffer  
Korreferent Prof. Dr. Urs Dahinden

Infolge des Iconic Turns gewinnen Bilder in Wissenschaft und Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Nach der Strategie des Bundesrates für eine Informationsgesellschaft in der Schweiz sollen unter anderem Bestände von Gedächtnisinstitutionen über das Internet vermittelt werden. Bei diesen Institutionen kann es sich um Bibliotheken handeln. Hinsichtlich ihrer Bildbestände sind diese gefordert, Vermittlungsstrategien zu entwickeln und zu verfolgen. Während die Stärken dieser Vermittlungsstrategien in der Optimierung von Online-Plattformen und der Vernetzung mit Web-Portalen liegen, sind Schwachstellen im Bereich der zyklischen Anpassung der Vermittlungskonzepte sowie im Erkennen von Handlungsmustern mittels neuer Technologien identifizierbar. Einigkeit unter den Bibliotheken herrscht darüber, dass sie ihre Bildbestände über ein institutionseigenes Online-Angebot vermitteln wollen, Uneinigkeit hingegen darüber, ob dieses ein OPAC oder eine Online-Bildatenbank sein soll. Als zentral in diesem Zusammenhang wird auch die Bibliotheks-Website angesehen. Daneben sind Web-Portale von hoher Wichtigkeit, werden aber als Ergänzung zum institutionseigenen Online-Angebot angesehen und nicht als Ersatz.

## Neupositionierung der Mediothek der Kantonsschule Wettingen

Diplomandin Yvonne Müller Bürgi  
Referent Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler  
Korreferent Ivo Macek

Gegenstand der vorliegenden Bachelor-Thesis sind Schulbibliotheken. Die Arbeit beschäftigt sich in einem theoretischen Teil mit ausgesuchten Aspekten, die grundsätzliche Funktionen und Aufgaben von Schulbibliotheken betrachten. Im weiteren Verlauf der Arbeit liegt der Fokus auf der Mediothek der Kantonsschule Wettingen (KSWE). Mittels einer Umfrage unter den Schülerinnen und Schülern der KSWE werden ihre Nutzungsgewohnheiten, ihre Zufriedenheit und ihre Wünsche bezüglich zukünftiger Mediotheks-Angebote ermittelt. Die Ergebnisse werden zusammen mit der Expertenmeinung eines Schulleitungsmitglieds und den Erkenntnissen aus der Literatur dazu verwendet, ein Konzept zur Neupositionierung der Mediothek zu erstellen. Nebst der individuellen Beratungstätigkeit wird der Schaffung neuer Zonen zum chillen und gamen in der Mediothek und dem Marketing der angebotenen Dienstleistungen grosse Bedeutung beigemessen.

# **Whistleblowing und Journalismus - Eine Untersuchung der Berichterstattung von ausgewählten Whistleblowing-Fällen in Schweizer Printmedien**

Diplomand Michael Müller  
Referent Prof. Dr. Urs Dahinden  
Korreferent Ivo Macek

Gegenstand der hier vorliegenden Bachelor-Thesis ist eine quantitative Medieninhaltsanalyse zur Berichterstattung über ausgewählte Whistleblowing-Fälle in Schweizer Printmedien. In einer einführenden Darstellung werden zunächst die Grundlagen zum Thema Whistleblowing dargestellt und erörtert. Zudem wurden Hypothesen aufgestellt, welche durch die Untersuchung verifiziert, beziehungsweise falsifiziert wurden. Es konnte festgestellt werden, dass in Schweizer Printmedien Whistleblower grundsätzlich eher negativ dargestellt werden. Am häufigsten werden die Informanten in den untersuchten Fällen «Whistleblower» genannt. Es konnte zudem verifiziert werden, dass das Schwergewicht in der journalistischen Berichterstattung der Whistleblower Edward Snowden bildet. Im Weiteren wurde durch die Untersuchung belegt, dass Whistleblower in vielen Fällen mit wenig Anonymität rechnen können. Schweizer Printmedien berichten insgesamt anteilmässig mehr über internationale Fälle als über Schweizer Fälle.

## **Die Schwierigkeiten bei der Recherche im Archiv(-katalog). Ursachenforschung und Vorschläge zur Problembhebung**

Diplomandin Tamara Müller  
Referent Prof. Dr. Niklaus Stettler  
Korreferent Ivo Macek

Die Arbeit setzt sich mit der Recherche in Online-Archivkatalogen auseinander. Sie ermittelt anhand empirischer erhobener Daten bei Benutzenden und Mitarbeitenden in Archiven die Art, wie gesucht wird und die Probleme, die bei der Suche nach relevanten Unterlagen auftreten. Benutzende verwenden mehrheitlich die Volltextsuche und suchen nach Namen, Orten oder thematischen Begriffen. Die auftretenden Schwierigkeiten sind unterschiedlich und werden verschieden ausgeprägt wahrgenommen. Während die Mitarbeitenden die Bestimmung des Informationsbedarfs, IKT-Kompetenz sowie Verwaltungs- und Archivwissen bemängeln, fehlen den Benutzenden vor allem die von ihnen gesuchten Metadaten im Archivkatalog. Hingegen erachten beide Seiten Archiverfahrung als wichtig bis sehr wichtig. Die Lösung setzt auf mehreren Ebenen an: Einerseits reichen die aktuellen Erschliessungsstandards nicht, um bei der Recherche die benötigten Metadaten abzubilden und andererseits müssen Archive im Bereich der Informationsvermittlung konzeptuell den Benutzenden Hilfestellung bieten. Als Drittes braucht es im Bereich der Technologie Untersuchungen und Verbesserungsmaßnahmen.

# Potentiale und Grenzen von Social Media als Arena der Medienkritik. Eine vergleichende Inhaltsanalyse von ausgewählten Fällen in Social Media und Schweizer Tageszeitungen

Diplomandin    Janine Mürger  
Referent        Prof. Dr. Urs Dahinden  
Korreferent    Prof. Dr. Albert Weichselbraun

Die Öffentlichkeit wird durch die Medien über die diversen politischen und sozialen Interessen aufgeklärt. Medien verfügen über eine beträchtliche Definitionsmacht. Eine Gesellschaft benötigt deshalb gut funktionierende Medien. Medienkritik ist ein Instrument der Qualitätssicherung im Journalismus und gehört zu den korrektiven Massnahmen. Medienkritik kann durch Selbst- oder Fremdbeobachtung stattfinden.

Die vorliegende Bachelor-Thesis untersucht verschiedene Kanäle, über die Medienkritik geäussert werden kann. Dazu wird anhand von vier ausgewählten Fällen die entstandene Medienkritik in zwei Schweizer Tageszeitungen mit der Medienkritik in Blogs, Twitter und Facebook verglichen. Zu diesem Zweck wurde eine Inhaltsanalyse mit 215 Untersuchungseinheiten durchgeführt. Im Fokus stehen die Potentiale und Grenzen von sozialen Medien gegenüber traditionellen Kanälen von Medienkritik. Dazu wurde die Qualität der Argumentation, Interaktionen, Transparenz und der Grad der Konkretisierung der Kritik untersucht.

## Akteure und ihre Beziehungen: Linked (Open) Data im Archiv Mehrwert der Verlinkung von Autoritätsdaten für die Recherche in Archiven

Diplomand        Bastian Rickenbacher  
Referent         Prof. Dr. Niklaus Stettler  
Korreferent      Prof. Dr. Urs Naegeli

Akteure, seien es Körperschaften, Personen oder Familien, Aktenbildner oder auf andere Weise mit Archivalen in Verbindung stehende Agenten, haben eine wichtige Funktion im Archiv: Sie dienen als bevorzugter Einstiegspunkt für die Recherche im Datenbestand von Archiven. Die Verlinkung von Daten über Akteure in Archiven schafft einen informationellen Mehrwert, indem im Bestand einerseits Verbindungen zwischen Akteur und Verzeichnungseinheit und andererseits zwischen Akteuren untereinander abgebildet werden können. Mit dem Ziel, den Mehrwert, welcher durch den Einsatz von standardisierter Verzeichnung und Anreicherung mit Linked Open Data-Verfahren entsteht, aufzuzeigen, werden in der vorliegenden Arbeit Erkenntnisse aus Experimenten im Repository des Social Networks and Archival Context-Projekts (SNAC) im Rahmen von drei Anwendungsbeispielen auf Schweizer Archive übertragen.

# **Zusammenhang zwischen (Fach-)E-Book-Format und Lese- gerät. Welche Rolle spielt das (Fach-)E-Book-Format für das Lesen auf verschiedenen elektronischen Lesegeräten?**

Diplomandin    Loretta Rogger  
Referent        Prof. Bruno Wenk  
Korreferent    Prof. Dr. Wolfgang Semar

Ein grosser Vorteil von E-Books ist die Möglichkeit der mobilen Nutzung. Trotzdem scheint der Computer laut Umfragen das dominierende Lesegerät zu sein. Da in Bezug auf das Format vor allem in der elektronischen Fachliteratur das PDF vorherrscht, stellt sich die Frage, ob das (Fach-)E-Book-Format einen Einfluss auf das bevorzugte Lesegerät haben könnte. Vor diesem Hintergrund befasst sich diese Arbeit mit den E-Book-Formaten PDF und EPUB und deren Verarbeitbarkeit auf einem Tablet einerseits und einem Computerbildschirm andererseits. Mittels eines Usability-Tests unter Experimentalbedingungen sowie einem anschliessenden Leitfadeninterview wollte die Arbeit Hinweise finden, ob das Format PDF ein entscheidender Grund dafür sein könnte, dass (Fach-)E-Books hauptsächlich am Computer gelesen werden. Die Untersuchung lieferte Anhaltspunkte, dass sich das Format PDF je nach Aufgabe tatsächlich weniger gut für mobile Geräte eignet. Ferner liessen sich aus den Untersuchungsergebnissen Empfehlungen für Verlage ableiten, worauf man bei E-Book-Angeboten bezüglich des Formats achten sollte.

## **Benutzerdaten als ein Impulsgeber bei der Selektion von Ar- chivgut für die Digitalisierung**

Diplomandin    Barbara Schmutz  
Referentin     Dr. Anna-Katherina Mayer  
Korreferent    Prof. Dr. Albert Weichselbraun

Die wachsende Erwartung an Archive, mindestens Teile ihrer Bestände digital zugänglich und online vermittelbar zu machen, führt angesichts des Umfangs dieser Aufgabe die Institutionen vor die Herausforderung, eine Priorisierung vorzunehmen. Die vorliegende Arbeit untersucht mittels einer Literaturrecherche, welche aktuellen Strategien und Guidelines für die Selektion empfohlen werden und wie darin der Aspekt der Benutzungshäufigkeit behandelt wird. Dazu wird anhand einer Analyse von Benutzeranfragen eine Methode aufgezeigt, inwiefern sich aus den Benutzungshäufigkeit von Archivalien Aussagen über Nutzertrends ableiten lassen, die sich in die Entscheidungsfindung einbeziehen lassen, welche Unterlagen für Digitalisierungsprojekte ausgewählt werden sollen.

# **Change Management in Bibliotheken: Umfrage im deutschsprachigen Raum zur Wahrnehmung von Veränderungsprojekten und eingesetzter Change Management-Massnahmen in Bibliotheken durch Bibliotheksmitarbeitende**

Diplomand      Fabian Schneider  
Referent        Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler  
Korreferent    Prof. Dr. Wolfgang Semar

Change Management ist angesichts des dynamischen Umfelds von Bibliotheken wichtiger denn je. Das Veränderungsmanagement strebt die erfolgreiche Umsetzung von Veränderungs- bzw. Change-Projekten an. Als einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren gilt die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Wandel. Mit Informations-, Kommunikations- und Partizipationsmassnahmen sollen Widerstände reduziert und die Akzeptanz der Mitarbeitenden erhöht werden.

In dieser Arbeit wird auf Grundlage einer Befragung empirisch gezeigt, dass diese Massnahmen auch in Bibliotheken positive Effekte haben. Gemessen wird dies anhand der Wahrnehmung des Einsatzes von Informations- und Partizipationsmassnahmen durch Bibliotheksmitarbeitende im deutschsprachigen Raum. Die Ergebnisse werden aufgrund unterschiedlicher Aspekte wie Projektart, Anstellung, Projektbeteiligung, Bibliotheksgrösse, Informationszugang und -häufigkeit vergleichend betrachtet. Dazu werden mögliche Einflussfaktoren auf die Wahrnehmung der Massnahmen und spezifischer Projekte identifiziert. Die Ergebnisse zeigen letztlich, in welchem Ausmass Wandlungsbereitschaft in Bibliotheken im deutschsprachigen Raum vorhanden ist, und durch welche Aspekte diese beeinflusst wird

# **Arbeitszonen und Arbeitsräume in Wissenschaftlichen Bibliotheken. Entwurf einer Methode zur Beobachtung des Nutzerverhaltens in Wissenschaftlichen Bibliotheken**

Diplomandin Edith Völker  
Referent Dr. Karsten Schuldt  
Korreferent Prof. Dr. Urs Naegeli

Bibliotheken haben in den letzten Jahren als Lernorte an Bedeutung gewonnen. Entsprechend sollten Bibliotheken die Situation und die Bedürfnisse ihrer Benutzer einschätzen können, um ihre Dienstleistungen den aktuellen Entwicklungen anpassen zu können.

Beobachtungsrundgänge sind eine Erhebungsmethode, die in den letzten Jahren in Bibliotheken eingesetzt wurde, um auf eine einfache Art, Informationen über die Nutzungsweisen der Bibliotheksräume zu erhalten. Dabei wird anhand von im Voraus definierten Beobachtungskategorien erfasst, wie sich die Benutzer in der Bibliothek verhalten und welchen Aktivitäten sie nachgehen.

In der vorliegenden Arbeit wurde ein Beobachtungsbogen entworfen, um Beobachtungsrundgänge in verschiedenen Wissenschaftlichen Bibliotheken durchführen zu können. Der Beobachtungsbogen wurde in drei ausgewählten Bibliotheken getestet und es wird eine Beschreibung zur Durchführung und Auswertung der Daten gegeben.

Abschliessend wird ein Vorschlag gemacht, wie die in der Arbeit formulierten Beobachtungskategorien weiter angepasst werden können.

# **Informations- und Recherchekompetenz von Ärzten und Medizinstudenten. Eine Untersuchung mit Interviews und der Methode der Information Horizons nach Sonnenwald**

Diplomandin Andrietta Wahl  
Referent Prof. Dr. Urs Dahinden  
Korreferentin Dr. Anna-Katherina Mayer

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist ein Einblick in die Informations- und Recherchekompetenz von Ärzten und Medizinstudenten. Dabei sollen die Selbsteinschätzung bezüglich der eigenen Kompetenz, das Vorgehen bei der Recherche, die vermittelten Lerninhalte im Studium, die Kenntnis von Kriterien der evidenzbasierten Medizin und die Nutzung der Dienstleistungen der Bibliothek erhoben werden. Dies geschieht mittels teilstandardisierter Interviews und unter der Verwendung der Methode der «Information Horizons» der Schwedin Diane Sonnenwald. Die theoretische Auseinandersetzung mit den Grundlagen der Informationskompetenz, dem Stand der Forschung im Gebiet der Informationskompetenz in der Medizin und den Grundlagen der empirischen Sozialforschung geht dabei der Auswertung der Untersuchung voraus. Der Zusammenfassung der Ergebnisse folgen Handlungsempfehlungen für die Universitätsbibliothek Medizin in Basel.

# Entwicklungen im Records Management und deren Ursachen auf Basis einer statistisch-lexikalischen Analyse

Diplomandin Barbara Zürcher  
Referent Prof. Dr. Niklaus Stettler  
Korreferent Prof. Dr. Wolfgang Semar

Das Records Management behandelt den Umgang mit Dokumenten, die einen Nachweischarakter aufweisen und somit für Unternehmungen wichtig und aufbewahrungswürdig sind. Der Bereich des Records Managements hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. Die Records (Dokumente mit Nachweischarakter) liegen in unterschiedlichen Formaten und Ausgaben vor, was die Arbeit des Records Managers unter anderem verändert hat. Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist eine Erhebung darüber, welche Themen in den letzten siebzehn Jahren im Bereich des Records Managements in den Fachjournals diskutiert wurden.

Die wichtigsten Resultate stellen die Wendepunkte in den Jahren 2000, 2003 und 2009-2011 dar. Den ersten Wendepunkt liefern die Diskussionen über Richtlinien und Weiterentwicklung des Berufsbilds des Records Managers vor dem Jahr 2000 zur gesamtheitlichen Sicht auf das Records Management, das den Umgang mit allen Arten von Information gewährleisten muss. Eine weitere Veränderung der in der Community diskutierten Themen stellt der Umgang mit elektronischen Dokumenten und E-Mails ab dem Jahr 2003 dar. Der dritte Wendepunkt um das Jahr 2010 bringt Themen wie «Cloud Computing» oder andere Web 2.0-Anwendungen ins Gespräch. Zudem kann eine allgemeine Diskussion über Informationstechnologie ausgemacht werden.

# Multimedia Production / Media Engineering

## Studienleiter

Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler

## Social Media Strategien von Non-Profit- und Profit-Organisationen im Vergleich

Diplomand	Nicola Albrecht
Referent	Wolfgang Bock
Korreferentin	Simonne Bosiers

Online-Kommunikation und speziell Social-Media-Marketing bieten Unternehmen grosse Möglichkeiten. Kostengünstig und mit vergleichsweise kleinem Aufwand können eigene Produkte und Dienstleistungen bekannt gemacht und mit der Zielgruppe in Kontakt getreten werden. Dies sind gerade für Non-Profit-Organisationen sehr interessante Mittel, da Non-Profit-Organisationen aufgrund von personellen und finanziellen Möglichkeiten oftmals über eine weniger professionelle Public Relations verfügen als Profit-Organisationen. Mit emotional ansprechenden Inhalten kann die Identifikation der Kunden mit dem Unternehmen gesteigert werden. Jedoch müssen speziell Non-Profit-Organisationen darauf achten, dass die eingesetzten Instrumente mit dem Selbstverständnis der Organisation harmonieren. Mittels einer Untersuchung an vier Unternehmen wurde in der folgenden Bachelorarbeit analysiert, inwiefern sich Social-Media-Strategien von jenen der Non-Profit- und Profit-Organisationen unterscheiden. Die Erkenntnisse aus der Beobachtung der jeweiligen Social-Media- Kanäle wurden durch Antworten aus Experteninterviews ergänzt.



# Marketing-Event-Konzept für Luxusgüter- aufgezeigt am Beispiel der Uhrenindustrie

Diplomandin      Tanja Ballabio  
Referent         Dr. Alexander Schmidt  
Korreferent     Roland Köppel

Gegenstand der Arbeit ist eine wissenschaftliche These rund um das Thema Eventmanagement im Luxusgüter-Segment. Die Arbeit soll dem Leser Einblick in das Thema «Luxus und Events» bieten. Gerade im Gebiet der Luxusgüter lebt ein Produkt von den Vorstellungsverbindungen und Emotionen, die einerseits mit der Marke verbunden werden und andererseits Begehren wecken sollen. Heutzutage ist es nicht mehr so einfach, ein Produkt nur als Luxus zu verkaufen. Klassische Werbung ist nicht mehr genug. Es braucht kreativere Massnahmen. Daher wird die kreativste aller Werbeformen hier behandelt: Der Marketing-Event. Die Arbeit thematisiert und analysiert im theoretischen Teil unter anderem die Grundlagen zum Luxusgütermarkt sowie dem Eventmarketing. Im praktischen Teil wird durch Experteninterviews untersucht, ob die Praxis mit der Theorie Gemeinsamkeiten aufweist. Zur Vereinfachung wird dieser Teil am Beispiel der Uhrenindustrie in der Schweiz aufgezeigt. In den letzten Kapiteln verschmelzen beide Teile zu einer Anleitung für ein Eventkonzept.

## Eventkommunikation von Kulturbetrieben: Handlungsempfehlungen für das Zentrum aktueller Kultur (ZAK) in Jona

Diplomandin      Jennifer Bucher  
Referent         Dr. Martin Arnet  
Korreferent     Martin Ricklin

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist eine wissenschaftliche These rund um die Eventkommunikation mit Besuchern von Kulturbetrieben. Die Arbeit soll dem Leser Einblick in die Grundlagen der Eventkommunikation bieten und Handlungsempfehlungen anhand eines Event-Kommunikationskonzepts aufzeigen. Dabei soll der finanzielle und personelle Aufwand möglichst gering gehalten werden, um die Umsetzung für einen Verein wie das Zentrum aktueller Kultur (ZAK) in Jona möglich zu machen. Es ist für Kulturbetriebe, deren Organisation aus ehrenamtlichen Mitarbeitern besteht, zeitlich sehr aufwändig, eine fundierte Analyse der Zielgruppe durchzuführen, um danach Massnahmen und Strategien zu formulieren. Dennoch sollte sich die Zeit genommen werden. Denn eine gute Event-Kommunikation hilft dabei, die Zielgruppe zu erreichen, zu überzeugen, zu motivieren und zu binden

# **Entwicklung eines Inszenierungskonzeptes für einen Gastronomiebetrieb**

## **Am Beispiel Guarany Café-Bar auf Grundlage der Theorien nach Christian Mikunda**

Diplomandin	Corina Ospelt
Referent	Dr. Martin Arnet
Korreferent	Roland Köppel
Auftraggeber	Guarany Café-Bar Buchs (SG)

Das Ziel dieser Arbeit ist es, ein Inszenierungskonzept für den Gastronomiebetrieb Guarany Café-Bar in Buchs (SG) zu entwickeln. Dieses soll Kunden binden, Neukunden anziehen, das Image verbessern, den Umsatz steigern und die Weiterempfehlungsquote erhöhen.

Die Konzeptentwicklung beruht auf einem theoretischen Teil und einer quantitativen Forschungsmethode. Beim theoretischen Teil wurde Fachliteratur eingesetzt um den Raster dieser Arbeit zu bilden. Anhand der Literatur-Recherche wurde ein Fragebogen entwickelt. Mit der Umfrage wurde die Zufriedenheit der Gäste eruiert. Auf Grundlage der vorangegangenen Erhebungen wurde ein Inszenierungskonzept entwickelt. Dieses bezieht sich ausschliesslich auf den in der Arbeit behandelten Gastronomiebetrieb. Andere Betriebe wurden nicht berücksichtigt.

Das Inszenierungskonzept für die Guarany Café-Bar beinhaltet konkrete Lösungsansätze für die in der Literatúrauswertung behandelten sieben Hochgefühle und die Komponenten eines Dritten Ortes.

# **Die Erlebnis-Inszenierung von Events. Eine Modell-Entwicklung zur Planung einer erlebnisorientierten Inszenierung von Events.**

Diplomandin           Melanie Pahud  
Referent               Roland Köppel  
Korreferentin       Barbara Huber

Diese Thesen befasst sich mit der erlebnisorientierten Inszenierung von Events. Damit ein Event für die Besucher zu einem Erlebnis wird, müssen mithilfe der Inszenierung Emotionen geweckt und Sinne angesprochen werden. Die Planung einer solchen Erlebnis-Inszenierung für Events stellt eine Herausforderung dar und wird deshalb in dieser Arbeit untersucht. Als theoretischer Bezugsrahmen dient die Lektüre «Angebots-Inszenierung in Tourismus-Destinationen» von Müller und Scheurer (2004). Das darin vorgestellte Modell zur Erlebnis-Inszenierung in touristischen Destinationen wird in der Arbeit analysiert und bildet die Grundlage der Untersuchung.

Mithilfe von Experteninterviews wird erforscht, wie Experten aus der Eventbranche vorgehen, um einen Event erlebnisorientiert zu inszenieren. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse wird das bestehende Modell von Müller und Scheurer so modifiziert, dass es zur Planung für die erlebnisorientierte Inszenierung von Events verwendet werden kann.

## **Die Wirkung von Beleuchtungsfarben auf die Emotionen junger Erwachsener beim Hören von Musik**

Diplomandin           Stephanie Péus  
Referentin           Christina Spindler  
Korreferentin       Yvonne Herzig Gainsford

Diese wissenschaftliche Arbeit geht der Forschungsfrage nach, ob Beleuchtungsfarbe die Emotionen junger Erwachsener beim Hören von Musik beeinflusst. Untersucht werden die Musikrichtungen Rock, Minimal und Hiphop sowie die Grund-Beleuchtungsfarben Rot, Grün und Blau. Diese Untersuchungsthematik ist von grosser Relevanz für jegliche Tätigkeitsfelder, wo Musik und Beleuchtungsfarben aufeinandertreffen – sei dies in einem gewöhnlichen Warteraum, an einem Event, in einer Erlebniswelt, in einem Flagshipstore, etc. Es wird eine quantitative, standardisierte Online-Befragung im Rahmen eines Laborexperiments an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) in Chur durchgeführt, indem die verschiedenen Kombinationen zwischen den Farben und Musikrichtungen untersucht werden. Spezifisch wird untersucht, inwiefern Probanden ohne Präferenz für eine Musikrichtung durch welche Beleuchtungsfarben positiv oder negativ zu beeinflussen sind.

# Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen: Gründe und Auswirkungen

Diplomandin      Senta Prandini  
Referentin        Christina Spindler  
Korreferent       Stefan Huber

Der Inhalt der Bachelorarbeit widmet sich der Nachhaltigkeit in ökologischer, ökonomischer und sozialer Bedeutung in Verbindung mit Veranstaltungen. Qualitative Experteninterviews geben Aufschluss über die Fragen, welche Gründe für oder gegen die Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen vorgebracht werden.

Die Bachelorarbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen dargestellt. Dabei werden die Begriffe Nachhaltigkeit und Veranstaltungen genauer definiert; dabei wird untersucht, in welche Bereiche diese ineinander fließen. Im zweiten Teil werden die theoretischen Grundlagen angewendet, um die qualitativen Experteninterviews durchzuführen. Dabei werden Gründe für das geringe Vorhandensein von Nachhaltigkeit in der Eventbranche ebenso erläutert wie die Auswirkungen dieser Situation auf das Image und die Wirtschaftlichkeit. Abschliessend werden die gesammelten Informationen übersichtlich dargestellt und ein Fazit verfasst in Verbindung zur Theorie.

# Nutzen und Mehrwert der Einbindung von multimedialen Mitteln an Marketing-Events

Diplomandin      Ladina Roth  
Referent          Roland Köppel  
Korreferent       Kilian Bamert

Die Arbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen. Im Theorieteil werden die Grundlagen zu Marketing-Events erläutert sowie Vor- und Nachteile der Einbindung von Multimedia aufgezeigt. Es werden Veranstaltungen sowie das Thema Multimedia in Relation zueinander untersucht. Dieser erste Teil bezieht sich vor allem auf theoretische Grundlagen und Studien. Der zweite, empirische Teil wird mittels Experteninterviews und einer Online-Befragung untersucht. Experten, die aus der Praxis ihr Wissen vermitteln, sowie die Zielgruppe mit ihren Bedürfnissen werden zur Anwendung von Multimedia befragt. Das Fazit der Arbeit bzw. der dritte und letzte Teil zieht einen Vergleich zur Theorie und Empirie und liefert Erkenntnisse, welche multimedialen Mittel an Marketing-Events eingebunden werden sollen.

# Die Funktionalität und Anforderungen von Screens am Point of Sale

Diplomandin	Daniela Schaeffe
Referent	Roland Köppel
Korreferent	Kilian Bamert

Digitale Aussenwerbung wird immer präsenter. Egal ob an Bahnhöfen, Flughäfen, Einkaufszentren oder direkt in Geschäften: Händler versuchen, sich durch den Einsatz von Screens einen Mehrwert zu verschaffen. Da sich 76 Prozent aller Kunden erst am Point of Sale für ein bestimmtes Produkt entscheiden, eignet sich dieser Standort besonders, um einzelne Produkte hervorzuheben und den eigenen Absatz zu steigern. Der Screen wird am Point of Sale (POS) jedoch vom alltäglichen Informationsüberfluss bedrängt. Diese Studienarbeit befasst sich mit dem Thema: «Die Funktionalität und Anforderungen von Screens am Point of Sale.» Das Ziel dieser Arbeit ist herauszufinden, wie sich ein Screen am Point of Sale abheben kann. Mittels einer Felduntersuchung wurden Screens am POS auf die Kriterien Format, Ton und Positionierung untersucht. Experten wurden dazu befragt. Die Ergebnisse wurden später verglichen und ausgewertet. Am Ende der Arbeit werden aus den gewonnenen Erkenntnissen Handlungsempfehlungen für die Branche abgeleitet.

# Video Pool Schweiz: Plattform für Videoproduktionen und Inhalte

Diplomand	Flurin Spescha
Referent	Heiner Gatzemeier
Korreferent	Fabio Emch
Auftraggeber	Jim&Jim

Gegenstand dieser Arbeit ist eine Untersuchung für den Aufbau eines Schweizer Video-Archivs. Das Online-Archiv beinhaltet Videoproduktionen und Inhalte, die von Redaktionen aus jeglichen Medienbereichen und von Kommunikationsabteilungen von Unternehmen genutzt werden können. Die Ergebnisse dienen als Richtungsweiser für die Durchführung eines solchen Projekts. Zuerst werden die heute gängigen Einsatzgebiete von Bewegtbild sowie die Produktionsabläufe erläutert. Weiter wird analysiert, welche Bedürfnisse Endkonsumenten – also wie erwähnt Redaktionen und sonstige Unternehmen – und Produzenten von Videos haben. Zusätzlich wird ein Experte zur Thematik der heutigen Video-Kommunikation befragt; er gibt somit Einblick in die praktische Verwendung von Bewegtbildern, wie sie heute stattfindet. Diese Arbeit zeigt auf, ob und inwiefern die Idee für ein Online-Video-Archiv realisierbar ist.

# Neugestaltung Wettersendung 2015: Nutzung der Wetterdienste und Gestaltung von Wettersendungen im Sendebereich von Tele Südostschweiz

Diplomandin  
Referentin  
Korreferent

Corina Thöny  
Dr. Amina Ovcina Cajacob  
Peter Lebrument

Über welche Medien werden Wetterinformationen bezogen und wie oft? Welche Medien gelten als vertrauenswürdig? Wie muss eine Wettersendung im Fernsehen gestaltet sein um bei der Zielgruppe Anklang zu finden?

Zur allgemeinen Mediennutzung in der Schweiz und auch im Kanton Graubünden ist Literatur vorhanden, zu diesen expliziten Fragen existieren jedoch kaum öffentlich zugängliche Studien und Resultate. Diese wissenschaftliche Arbeit widmet sich den oben genannten Fragestellungen mit dem Ziel, einen Grundstein für ein neues Wettersendungskonzept für den Lokalsender Tele Südostschweiz zu legen. Da das Publikum eines Senders über Erfolg oder Misserfolg einer Sendung entscheidet, steht die Zielgruppe des Senders im Zentrum der Untersuchung. Diese beruht auf einer Onlineumfrage sowie auf einer schriftlichen Befragung zu vier verschiedenen Wettersendungen. Da es zum Teil erste Ergebnisse sind, wird dadurch auch ein Stück weit Neuland in der Schweiz betreten.

# Nachhaltigkeitskommunikation als Erfolgsfaktor: Bedeutung und Möglichkeiten für Schweizer Unternehmen der erneuerbaren Energien

Diplomand	Linard Barblan
Referentin	Antje Meyer
Korreferent	Martin Vollenweider
Auftraggeber	Megasol Energie AG, Wangen a. A.

Die Arbeit ist im Wesentlichen in vier Teile gegliedert. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen von Kommunikation, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility definiert. Die anschliessende Untersuchung ist dreigeteilt. Zuerst erläutert eine ausführliche Literaturrecherche die Zusammenhänge zwischen Nachhaltigkeit resp. CSR und Kommunikation. Es werden relevante Einflussfaktoren beschrieben, die wichtigsten Instrumente vorgestellt und ein Blick auf die Situation für die Schweiz und KMU im Speziellen geworfen. Danach werden die Kommunikationsauftritte von acht Unternehmen unter inhaltlichen und formellen Gesichtspunkten untersucht. Abschliessend erfolgt eine Online-Befragung mit Unternehmen aus der Branche, um den Stellenwert und die Bedeutung von Nachhaltigkeitskommunikation zu erheben. Die Erkenntnisse bilden die Grundlage für die Beantwortung der Fragestellungen. Zum Schluss werden konkrete Handlungsempfehlungen für die Praxis formuliert.

## New Journalism: Ein Phänomen mit Potenzial? Über Geschichte und Zukunft. Über Möglichkeiten und Grenzen. Und über Multimedia.

Diplomandin	Alexandra Blöchiger
Referent	Heiner Butz
Korreferent	Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler
Auftraggeber	VICE Media Alps

Gegenstand der vorgestellten Bachelor-Thesis ist die Untersuchung dreier Deutschschweizer Medientitel auf das Vorkommen von New Journalism. Im Fokus stehen die Print- und Onlineausgaben von «NZZ Feuilleton», «Das Magazin» und «VICE». Mittels quantitativer Inhaltsanalyse wird eine Bestandesaufnahme gemacht und erforscht, in welcher Ausprägung Aspekte des New Journalism vorkommen. Ähnlichkeiten und Unterschiede bezüglich Publikationskanal sind ebenso relevant wie die Frage nach dem multimedialen Potenzial der Form. Ziel der Arbeit ist es, eine erste wissenschaftliche Grundlage für den New Journalism in der Schweiz zu schaffen.

# **Die Interne Kommunikation der Bildungs-, Kultur- und Sportdirektion Basel-Landschaft (BKSD)**

## **Untersuchung mit spezieller Anregung eines «Intranets reloaded» / Intranets 2.0**

Diplomandin	Elisabeth Bosshard
Referent	Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler
Korreferentin	Isabelle Bentz
Auftraggeber	Bildungs-, Kultur- und Sportdirektion Basel-Landschaft (BKSD)

Die Bachelor-Thesis befasst sich mit der Internen Kommunikation, insbesondere der öffentlichen Verwaltung. Zugrunde lag ein Auftrag der Bildungs-, Kultur- und Sportdirektion des Kantons Basel-Landschaft (BKSD) an die Verfasserin, die Interne Kommunikation dieses Regierungsdepartements zu untersuchen und in Form alternativer Konzeptvarianten Vorschläge zur Optimierung zu machen. Die zentrale empirische Untersuchung ergab Mängel in der veralteten BKSD-Intranet Version 1.0, welche in mehrfacher Hinsicht nicht zukunftsfähig ist. Als Konzeptvariante 1 schlägt die Verfasserin vor, eine externe Evaluation dieser Mängel nach den Standards der Schweizerischen Evaluationsgesellschaft (SEVAL) unter einer repräsentativen Anzahl der insgesamt ca. 1'000 BKSD-Mitarbeitenden durchführen zu lassen. Als Konzeptvariante 2 wird ein «Intranet reloaded», resp. der Aufbau eines Intranets 2.0 vorgeschlagen. Im Rahmen ihres sogenannten Lehrprojekts, welches im thematischen Zusammenhang mit der Thesis steht, hat die Verfasserin einen sog. «Clickdummy», einen Prototypus des BKSD-Intranets 2.0 mit erwünschten Funktionen vorgestellt. Die Überlegungen dazu sind im Journal zum Bachelor-Lehrprojekt festgehalten.



# Stadtmarke Zürich – Herausforderungen für eine kleine Grossstadt

## Zielgruppe Einwohner im Fokus

Diplomandin  
Referent  
Korreferentin

Gina Buff  
Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler  
Isabelle Bentz

Den wachsenden Wettbewerbsherausforderungen begegnen Städte zunehmend mit nachhaltigen Konzepten für ein umfassendes, integriertes Stadtmarketing, um die Zukunft des komplexen Produktes «Stadt» als Lebens-, Arbeits- und Wirtschaftsraum zu sichern. Hierbei stellen die verschiedenen Anspruchsgruppen sowie deren unterschiedliche Wahrnehmung des Stadtproduktes eine besondere Herausforderung dar. Ausgehend von der grundlegenden Differenzierung von internen und externen Anspruchsgruppen legt die Bachelorarbeit den Schwerpunkt auf die Zielgruppe der Bewohner und die damit verbundenen Ziele des Stadtmarketings.

Weiter setzt sich die Autorin mit der Frage auseinander, welche Anforderungen die Einwohner einer Stadt an die eigene Stadtmarke haben. Aus dem Grund, dass die Einwohner einer Stadt einen wichtigen Akteur darstellen, sollten diese Anforderungen mit in die städtischen Strategieprozesse einbezogen werden. Mithilfe einer Einwohnerbefragung in der Stadt Zürich wird die Thematik der Bachelorarbeit empirisch untersucht. Dabei wird aufgezeigt, wie bedeutend die Stadtidentität im Kontext eines identitätsorientierten Stadtmarketings sein kann und wie diese als Markenführungsinstrument eingesetzt wird.

# **Kunst versus Kommerz. Der Einfluss von Kultursponsoring auf das Image eines Unternehmens.**

Diplomandin            Silvana Degonda  
Referentin            Tanja Hess  
Korreferent            Hans-Willy Brockes

Das Image eines Unternehmens ist viel mehr wert, als manch einer glauben würde. Durch sein Image kann sich ein Unternehmen von anderen Unternehmen abgrenzen und eine Verbindung mit der anvisierten Zielgruppe aufbauen. Eine geeignete Massnahme, um ein Image zu entwickeln oder zu festigen, ist Sponsoring. Die Arbeit macht es sich zur Aufgabe herauszufinden, wie weit Sponsoring, oder in diesem Falle Kultursponsoring, in der Praxis der Unternehmenskommunikation wirkt. Als theoretische Grundlage dient zunächst eine literaturgestützte Analyse. In einem zweiten Schritt wird ein Praxisbeispiel analysiert, um aufzuzeigen, wie Kultursponsoring mit der Umsetzung von Urban Art in der Praxis angewandt werden kann. Ziel der darauf folgenden Untersuchung ist es, die Vor- und Nachteile von Urban Art als Kommunikationsinstrument abzuwägen. Aus diesem Grund wurde eine schriftliche Umfrage durchgeführt und die Ergebnisse der Umfrage wurden mit Experten aus der Praxis analysiert.

Es zeigt sich, dass die einzigen Grenzen des Kultursponsorings jene sind, die man sich selber setzt.

# **Ich sehe was, was du nicht siehst – Eine Untersuchung zur Gestaltung der Barrierefreiheit für Sehbehinderte und Blinde in der Filmbranche**

Diplomandin            Fabienne Fischer  
Referentin            Christina Spindler  
Korreferentin            Prof. Ines Jansky

Gegenstand der Arbeit ist die Gestaltung der Barrierefreiheit für Sehbehinderte und Blinde in der Filmbranche. Basierend auf theoretischen Grundlagen werden Leitfadenterviews sowie eine computervermittelte Befragung mit Betroffenen durchgeführt. Anhand dieser Methoden wird der Fragestellung nachgegangen, welche Mittel in welcher Form eingesetzt werden können, um ein barrierefreies, authentisches Filmenerlebnis für sehbehinderte und blinde Personen zu gestalten und wie dieses Filmangebot in der Zukunft vergrößert werden kann. Auf die gewonnenen Erkenntnisse gestützt, werden Problematiken und Schwierigkeiten bezüglich der Barrierefreiheit in der Filmbranche analysiert und Handlungsvorschläge für die Zukunft formuliert. Diese Untersuchung hat nicht zum Ziel, die aktuelle Situation zu kritisieren, sondern auf die Chancen und Möglichkeiten der Barrierefreiheit in der Filmbranche aufmerksam zu machen. Zusätzlich wird ein barrierefreier Kurzfilm erstellt, welcher auf den Ergebnissen der im Rahmen der Thesis durchgeführten Befragungen basiert.

# Politische Partizipation von Jugendlichen im Web 2.0

## Lehrprojekt: Einfach Medien produzieren

Diplomandin	Nadine Grunder
Referentin	Prof. Ines Jansky
Korreferent	Thomas Weibel

Auftraggeber «Scoop It 2.0» – Ein Projekt des Instituts für Multimedia Production (IMP) der HTW Chur und des Dachverbands Schweizer Jugendparlamente (DSJ)

Politik wird von Jugendlichen auf bewusste oder unbewusste Art erlebt. Politische Entscheidungen beeinflussen sie in ihrem alltäglichen Leben und sind ein Teil des Systems, in dem sie aufwachsen. Eine Partizipation an diesem System ist vielfältig möglich und erlebt mit neuen Medien auch neue Anwendungsbereiche. Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit den Formen politischer Partizipation im Web 2.0 am Beispiel von Deutschland und Österreich.

Für das Projekt «Scoop It 2.0!» - Ein interdisziplinäres Projekt zur Förderung der politischen Partizipation bei Jugendlichen, wurden Internetplattformen zur politischen Partizipation in Deutschland und Österreich auf ihre Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikation untersucht. Die verwendeten Methoden waren Inhaltsanalysen und Experteninterviews. Mit dem Ziel, in der Schweiz eine Webseite für politische Partizipation von Jugendlichen zu entwickeln, wurde diese Untersuchung von den Initianten des Projekts «Scoop It 2.0!» in Auftrag gegeben.

## Multimedialität in Pitch-Präsentationen bei Digital Communications Agenturen

Diplomandin	Irene Hofer
Referentin	Prof. Ines Jansky
Korreferent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Auftraggeber	Namics, Zürich

Die Thesis untersucht Best Practices, Needs, Erfahrungen und Erwartungen in Pitch-Präsentationen sowohl auf Agentur- als auch auf Kundenseite. Im Vordergrund stehen dabei multimediale Inhalte, welche beispielsweise zur Erzeugung von Emotionen oder zur Darstellung von Funktionalitäten von Websites genutzt werden. Dazu wurden in erster Linie Experteninterviews (jeweils mit fünf Agenturen und Kunden) sowie eine Dokumentenanalyse durchgeführt. Beim multimedialen Produkt (pitch.namics) handelt es sich um ein Online-Tool, welches es ermöglicht, die Schwachpunkte in der internen und externen Kommunikation zu reduzieren. Für Namics entsteht dadurch eine Pitch-Referenz, in welcher sämtliche durchgeführten Pitches mit Detailinformationen und Learnings aufgeführt sind. Einzelne Pitches sind dank durchdachter Suchfunktion leicht wiederzufinden. Für die Kunden erfolgt eine Aufbereitung der Präsentation und deren Bestandteilen wie z.B. Video, Visuals oder Prototyp «auf dem Silbertablett».

# **Effizienz und Trend von Bewegtbildwerbung im Vergleich zu statischer Werbung im Onlinebereich**

**Diplomand**                    **Manuel Jacomet**  
**Referentin**                **Tanja Hess**  
**Korreferent**               **Christoph Hess**

Gegenstand der Bachelorarbeit ist die Untersuchung von Effizienz und Trend von statischer Werbung im Vergleich zu Bewegtbildwerbung. Anhand einer Literaturrecherche wurde der aktuelle Stand der theoretischen Erkenntnisse aufgearbeitet. Dieser dient als Grundlage für die Analyse der Effizienz von Bewegtbildwerbung. Die Gründe für diesen Trend im Online-Bereich werden hier erforscht und mit der Theorie untermauert. Untersucht werden zusätzlich Akzeptanz und Etablierung von Bewegtbildwerbung. Anhand von Befragungen wird die Toleranz von Bewegtbildwerbung mit statischer Werbung verglichen und aufgestellten Hypothesen verifiziert. Durchgeführte Experimente ergeben Aufschlüsse darüber, welche Form (Bild oder Video) sich als effizienter erweist, damit sich der Betrachter nebst Bildgestaltung möglichst viele Informationen des verbalen und schriftlichen Werbe-Inhaltes merken kann. Weiter zeigt die Studie, dass heute ein noch nicht ausgeschöpftes Potenzial bei der In-Stream Werbung brach liegt und mit gezielter Fokussierung auf die Zielpersonen die Akzeptanz dieser Werbeform merklich erhöht werden könnte.

## **Akzeptanz von Rechtschreibfehlern im Web 2.0**

**Diplomandin**                **Olivia Luginbühl**  
**Referent**                    **Dr. Martin Arnet**  
**Korreferentin**            **Petra Hasler**

Die Arbeit befasst sich mit der Akzeptanz von Rechtschreibfehlern in Printzeitungen, Online-Zeitungen und Blogs aus Sicht der Leserschaft. Die Störintensität von Rechtschreibfehlern in den drei Medienformen wird miteinander verglichen sowie die wahrgenommene Häufigkeit des Rechtschreibfehler-Auftretens untersucht. Weiter wird der Aspekt Geschwindigkeit des Informationstransports betrachtet. Wie wichtig ist der Leserschaft die Geschwindigkeit? Zu welchen Abstrichen ist sie bei der sprachlichen Korrektheit für schnell online gestellte Meldungen bereit? Die Untersuchung dieser Fragestellungen wurde mittels Umfragen und Interviews vorgenommen. Dabei zeigte sich, dass den Leserinnen und Lesern die Geschwindigkeit wichtig ist, die korrekte Rechtschreibung aber stärker gewichtet wurde. Wie sehr sie sich an Rechtschreibfehlern stören, ist von der jeweiligen Medienform abhängig

# **Radio im Jahr 2014: Wie gehen Radiosender mit Medienkonvergenz um?**

## **Acht Radiosender im internationalen Vergleich.**

Diplomandin            Laura Neumann  
Referent                Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler  
Korreferent            Prof. Christian Stärkle

Die zentralen Stichworte dieser Thesis sind Medienkonvergenz und Radio. Und es geht um das Jetzt. Um Radio im Jahr 2014. Diese Thesis soll aufzeigen, wie Radiosender im Jahr 2014 mit Medienkonvergenz umgehen. Im ersten Teil der Arbeit werden acht Radiosender auf ihren Umgang mit Konvergenz beobachtet. Im Zentrum stehen je ein öffentlich-rechtlicher und ein privat-kommerzieller Sender aus der Schweiz, Deutschland, Österreich und Grossbritannien. Im zweiten Teil der Bachelorarbeit werden Expertengespräche geführt. Robin Rehmann (Moderator SRF Virus) und Darryl von Däniken (Organisator SwissRadioDay) geben Antworten auf Fragen, welche sich aus der vorausgehenden Beobachtung ergeben. Die Resultate der Beobachtung und der Expertengespräche werden zum Schluss zusammengeführt und beantworten die zentrale Frage: Wie gehen Radiosender im Jahr 2014 mit dem Thema Medienkonvergenz um?

# **Ein Festival geht online – Konzeption und Umsetzung einer multimedialen Plattform für Schweizer Kurzfilmfestspiele**

Diplomand                Simon Preisig  
Referentin                Dr. Katja Schupp  
Korreferent                Martin Vollenweider

In der Arbeit wird erforscht, wie ein Kurzfilmfestival im Internet stattfinden könnte. Dabei wird insbesondere evaluiert, mit welchen Zusatzdienstleistungen man die Bezahl- und Registrationsbereitschaft der Online-Besucher fördern sollte. In der Arbeit wird ein offener Forschungsansatz angewendet. Mit einer qualitativen Inhaltsanalyse werden bestehende Kurzfilm-Plattformen auf schon vorhandene Mehrwerte untersucht. Zudem werden bei Gesprächen mit Experten aus der Schweizer Kurzfilmszene weitere Ideen für mögliche Zusatzdienstleistungen zusammengetragen. Die Erkenntnisse aus der Inhaltsanalyse und den Expertengesprächen bilden, in einer Vision eines möglichen Schweizer Online-Kurzfilmfestivals vereint, das Ergebnis dieser Arbeit.

# Einsatz von multimedialen Hilfsmitteln in der Kundenakquise und im Verkaufsgespräch in der Eventbranche der Schweiz

Diplomandin	Claudia Rohr
Referentin	Prof. Ines Jansky
Korreferent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Auftraggeber	Swisscom Event & Media Solutions AG, Zürich

Die vorliegende wissenschaftliche Arbeit behandelt den Einsatz von multimedialen Hilfsmitteln in der Kundenakquise und -beratung in der Eventtechnik-Branche der Schweiz. Dabei geht es insbesondere um die Möglichkeiten, die neue Medien in Bezug auf Dienstleistungs- und Unternehmenspräsentationen und Verständlichkeit bieten. Vor allem in der Eventbranche, insbesondere der Eventtechnik, in welcher es um den Vertrieb von immateriellen Gütern geht, kann der Einsatz von multimedialen Hilfsmitteln zur Unterstützung des gesprochenen Wortes eine grosse Rolle spielen. Ergänzend zu einer umfassenden theoretischen Themenaufbereitung werden im Rahmen der Arbeit zehn Experteninterviews geführt. Dazu gehören unter anderem Key Account Manager aus Eventtechnikfirmen, Projektmanager aus Eventagenturen und Festivalveranstalter. Aufgrund ihrer Erfahrungen und persönlichen Meinungen wird analysiert, welche Chancen und Risiken der Medieneinsatz im Verkauf mit sich bringt.

## Portfoliostrategie 2.0 Potenziale Digitaler-Portfolios zur Selbstvermarktung zwischen Studium und Beruf

Diplomand	Timo Staub
Referentin	Tanja Hess
Korreferent	Dr. Christian Auer

Portfolios werden schon lange dazu genutzt, um Wissen und Fertigkeiten zu präsentieren. Im Zeitalter des Web 2.0 verlagert sich das Portfolio zunehmend weg von der papierbasierten Mappe hin zu einem Digital-Portfolio, welches dem Nutzer erlaubt, seine Kompetenzen multimedial und einer grossen Öffentlichkeit zu präsentieren.

Ziel dieser Bachelorarbeit ist es herauszufinden, inwiefern sich der Kommunikationskanal Digital-Portfolio eignet, um fachliche Kompetenzen von Studierenden zu kommunizieren. Dies geschieht einerseits mittels einer Literatur-Recherche, andererseits mit Onlineumfragen, welche mit den Studierenden des Studienganges Bau und Gestaltung der HTW Chur und mit Personal-Recruitern von verschiedenen Unternehmen in der Deutschschweiz durchgeführt wurden.

Die Ergebnisse der Umfragen und der Literaturrecherche zeigen, dass Digital-Portfolios die Kraft haben, inner- und ausseruniversitäre Aktivitäten miteinander zu verbinden und für die Gestaltung der beruflichen Karriere nutzbar zu machen.

# Easyvote: Die Politplattform für Schweizer Jugendliche – Ein Vergleich verschiedener medialer Formate

Diplomand	Silvan Thalmann
Referentin	Prof. Ines Jansky
Korreferentin	Isabelle Bentz
Auftraggeber	Dachverband Schweizer Jugendparlamente (DSJ)

Mittels einer experimentell angelegten Untersuchung werden drei verschiedene mediale Formate, welche Easyvote zur Vermittlung politischer Informationen nutzt, an Probanden, die zur Zielgruppe gehören, untersucht und miteinander verglichen. Die Erhebung setzt sich aus zwei Teilen zusammen. Im ersten Teil findet das eigentliche Experiment statt, welches mit Hilfe eines Wissenstests die Effizienz der einzelnen Treatments bzw. Formate prüft. Die Treatments, welche journalistisch vollumfänglich von Easyvote selbst aufbereitet wurden, bestehen aus Text und Video. Der zweite Teil der Erhebung untersucht das Medienkonsumverhalten in Hinblick auf politische Informationen sowie das Interesse, welches die jungen Schweizerinnen und Schweizer gegenüber von Easyvote geplanten Diensten und Funktionen aufbringen. Auf Basis der so gewonnenen Resultate kann Easyvote in Zukunft bestehende mediale Formate gezielter einsetzen und gegebenenfalls neue Darstellungsformen entwickeln.

## Sexualisierung von jungen Frauen in Castingshows Am Beispiel von «Germany's next Topmodel»

Diplomandin	Claudia Troger
Referentin	Dr. Amina Ovcina Cajacob
Korreferent	Thomas Weibel

Diese Arbeit setzt sich mit der Sexualisierung von jungen Frauen in der Castingshow «Germany's next Topmodel» (GNTM) auseinander. Untersucht wird anhand der Kultivierungshypothese von Gerbner, ob Vielseher/-innen von GNTM das sexualisierte Frauenbild stärker übernehmen als Wenig- und Nichtseher/-innen. Zudem wird geprüft, ob sich dieses sexualisierte Frauenbild auf die Zufriedenheit der weiblichen Jugendlichen mit ihrem Körper auswirkt. Für die Untersuchung der Fragestellungen wird eine qualitative Inhaltsanalyse der neunten GNTM-Staffel durchgeführt. Anhand dieser Resultate wird ein Fragebogen zur Sexualisierung in der Sendung GNTM entwickelt, der von Schweizer Jugendlichen im Alter von 12 bis 20 Jahren online ausgefüllt werden soll. Durch die Auswertung der Antworten wird überprüft, ob die Sexualisierung von jungen Frauen in GNTM Auswirkungen auf die rezipierenden Jugendlichen hat. Abschliessend werden die Ergebnisse diskutiert und ein Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf gegeben.

# **Einfluss von «Disgust» auf die Interaktion mit Lovemarks**

Diplomand  
Referent  
Korreferent

Samuel Ulmann  
Thomas Hirschmann  
Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler

Die Entscheidung über Annahme oder Ablehnung eines Angebots einer Marke hat stark mit deren Beliebtheit zu tun. Durch dieses Wissen können beliebte Marken den Preis wesentlich höher ansetzen, ohne dabei einen Mehrwert gegenüber einem Konkurrenzprodukt zu bieten.

Je höher die Sympathie gegenüber einer Marke ist, desto weniger hat man das Gefühl ungerecht behandelt zu werden. Wahrscheinlich deshalb, weil man sich durch die Liebe zur Marke bereits genügend kompensiert sieht. Irgendwann jedoch wird bei jedem die Schwelle der Toleranz überschritten und das Angebot als unfair empfunden. So unfair, dass wir Ekel entwickeln. Es ist also nicht nur die Sympathie, die eine Entscheidung über ein Angebot beeinflusst, sondern auch die eigene Ekelsensitivität. Ab wann wir uns ekeln ist aber von Person zu Person verschieden.

Die Bachelorarbeit hat dieses Thema untersucht und festgestellt, dass Menschen, die sich schneller ekeln, sich wesentlich seltener auf ein Angebot mit geringer objektiven Gegenleistung einlassen als der Durchschnitt.



# Dynamic gesture control for websites

Diplomand            Philipp Bornhauser  
Referent             Prof. Dr. Rolf Hofstetter  
Korreferent         Martin Vollenweider

Seit einigen Jahren kommen vermehrt Geräte auf den Markt, mit welchen sich Computersysteme mittels Gesten steuern lassen. Dieser Umstand ermöglicht neue Ansätze der Mensch-Computer-Interaktion. Diese Arbeit behandelt das Thema der Gestensteuerung von Webseiten. Nebst der Analyse von webbasierten Interaktionselementen sowie den Erkenntnissen aus wissenschaftlichen Publikationen wurde für diese Arbeit ein Prototyp erstellt. Dieser ermöglicht es, WordPress-Seiten anhand von Gesten, welche mit Hilfe von Leap Motion erfasst werden, zu steuern. Anhand der Erfahrungen aus Projekt und Thesis werden Empfehlungen festgehalten, welche zur zukünftigen Vorbereitung und Optimierung von Webseiten für eine mögliche Gesteninteraktion mittels Leap Motion Controller beitragen sollen.

# Vorschlag für ein Usability-Untersuchungsdesign für markerbasierte Augmented-Reality-Anwendungen auf mobilen Endgeräten

Diplomand            Fabio Carrabs  
Referent             Martin Vollenweider  
Korreferent         Thomas Weinhold

Die Arbeit geht der Frage nach, wie der Aufbau eines Untersuchungsdesigns aussehen muss, das zum Zweck hat, die Benutzerfreundlichkeit einer markerbasierten Augmented-Reality-Anwendung auf einem mobilen Endgerät zu untersuchen. Zur Beantwortung dieser Fragestellung wurde in einem ersten Schritt eine Literaturanalyse durchgeführt. Das Ziel war, die am häufigsten eingesetzten Methoden in durchgeführten Usability-Studien zu identifizieren. Als klassisches Untersuchungsdesign konnten die Methoden «Thinking aloud», «Beobachtung» und «Befragung» identifiziert werden. Das in dieser Arbeit vorgeschlagene Untersuchungsdesign basiert auf den Methoden «Coaching», «Videoaufzeichnung» und «offenes Interview». Beide Untersuchungsdesigns wurden in Usability-Tests empirisch untersucht. Das Ergebnis ist ein Vergleich und die Bewertung der eingesetzten Methoden.

# Native Apps vs. Web Apps – Programmierung mit HTML5, CSS3, Javascript, PHP und MySQL

Diplomand            Marc Fehr  
Referent             Martin Vollenweider  
Korreferent         Prof. Dr. Rolf Hofstetter

Diese Arbeit befasst sich mit der Frage nach den Vor- und Nachteilen von Native Apps und Web Apps. Dank HTML5 und CSS3 werden die Web Apps sowohl für Benutzer als auch für Entwickler zunehmend interessanter. Doch wo macht welche Art von App Sinn und wohin wird sich die Zukunft der Apps entwickeln? Diese Arbeit untersucht den aktuellen Stand der Technik und erstellt aus wissenschaftlichen Aspekten Prognosen für die nächsten fünf Jahre. Im theoretischen Teil der Arbeit wird auf wissenschaftliche Art nach den Möglichkeiten der Web Apps geforscht. Der praktische Teil befasst sich mit der Umsetzung einer modernen HTML5 App, die mittels Offline-Funktionalität, Geo Location und weiteren Features so nahe wie möglich an das Look & Feel einer Native App herankommen soll. Ein Prototyp der Web App «Off The Line» geht als Artefakt aus dieser Arbeit hervor und ist unter [www.off-the-line.ch](http://www.off-the-line.ch) aufrufbar.

## Die Zukunft des Fotojournalismus

Diplomand            Peer Füglistaller  
Referent             Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler  
Korreferent         Heiner Butz

Diese Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Zukunft des Fotojournalismus und spezifischer mit den künftigen Herausforderungen, die sich dem Fotojournalisten stellen. Ich untersuche die Branche des Fotojournalismus, um aktuelle und zukünftige Rahmenbedingungen aufzuzeigen. Dabei werden die Faktoren einer zunehmend digitalisierten und vernetzten Welt in Betracht gezogen. Die gewonnenen Erkenntnisse aus grösstenteils qualitativer Forschung werden eingesetzt, um eine multimediale Produktpalette zu produzieren. Diese Produkte repräsentieren mich als Fotograf und setzen sich aus verschiedenen Elementen zusammen: einem Online-Portfolio, mehreren Bildstrecken, meinem Konzept und einem gedruckten Bildband. Diese Produkte dienen meiner zukünftigen Marktpositionierung als Fotograf und werden in Bezug auf die Erkenntnisse der Forschungsarbeit produziert.

# **iBeacon in der Bündner Berggastronomie: Anforderungsanalyse für einen iBeacon-gestützten Bestellvorgang in Bündner Tourismusdestinationen.**

Diplomand                    Pascal Reichmuth  
Referent                     Martin Vollenweider  
Korreferent                Ulrich Hauser-Ehninger

Diese Arbeit setzt sich mit der neuartigen iBeacon-Technologie auseinander und besteht aus drei Teilen. Im ersten Teil wird das Forschungsinteresse und das wissenschaftliche Vorgehen begründet sowie die iBeacon-Technologie ausführlich erklärt. Nebst Best-Practice-Beispielen aus der Schweiz und anderen Ländern werden technische Grundlagen sowie kontextuelle Themen der iBeacon-Technologie behandelt. Im mittleren Teil werden die Resultate der Befragungen präsentiert und gegeneinander abgewogen. Dabei wird zwischen den Bedürfnissen der Berggastronomie und dem möglichen Einsatz von iBeacon-Technik, als Bestellsystem für den Kunden, unterschieden. Die Trennung erlaubt eine differenzierte und umfassende Bearbeitung des Themas. Im letzten Teil werden die gewonnenen Erkenntnisse erläutert, die Forschungsfrage mittels einer Hypothese beantwortet, ein Blick in die iBeacon-Zukunft geworfen sowie weiterführende Fragen gestellt.

## **Das E-Magazin als Web-App Anforderungen und Lösungen, um ein E-Magazin mit Web-technologien zu entwickeln**

Diplomandin                Patrizia Sailer  
Referent                     Martin Vollenweider  
Korreferentin              Tanja Hess

Diese Bachelorarbeit erforscht die plattformunabhängige Entwicklung eines E-Magazins in Form einer webbasierten App. Die technischen Eigenschaften eines Magazins werden definiert, indem Beispiele für E-Magazine untersucht und auf ihre Funktionen geprüft werden. Experten, die an der Herausgabe oder Entwicklung eines E-Magazins beteiligt sind, berichten aus ihrer Praxiserfahrung. Ihre Einstellung gegenüber Web-Apps geht aus den Interviews hervor. Abschliessend wird recherchiert, wie sich die Anforderungen an ein E-Magazin mit dem derzeitigen Stand der Technik umsetzen lassen. Die Vorteile von Web-Apps werden erfasst und es wird auf die Herausforderungen aufmerksam gemacht, die sich bei der Entwicklung eines E-Magazins stellen. Die Arbeit zeigt auf, wo sich die Webtechnologien noch verbessern müssen und wo sie bereits genug ausgereift sind, um ein E-Magazin zu realisieren.

# **Sprachlern-Apps im Frühförderkurs für Kinder mit Migrationshintergrund**

<b>Diplomandin</b>	<b>Regula Sandi</b>
<b>Referentin</b>	<b>Dr. Amina Ovcina Cajacob</b>
<b>Korreferent</b>	<b>Martin Vollenweider</b>

Diese Arbeit untersucht den Einsatz von Sprachlern-Apps auf Tablet-Computern im Sprach- und Spielförderkurs DaZelino in Sargans. Der Kurs richtet sich an 3- bis 4-jährige Kinder mit Migrationshintergrund und deren Eltern. Die Studie geht der Frage nach, inwiefern Sprachlern-Apps das Lernen der deutschen Sprache bei diesen Kindern fördern können. Die Kinder werden dazu beim Interagieren mit den Apps beobachtet und es wird ein Vergleich zur Interaktion mit herkömmlichen Unterrichtsmaterialien gezogen. In eine Treatment- und eine Kontrollgruppe aufgeteilt, absolvieren die Kinder in Begleitung eines Elternteils verschiedene Übungen. Wissenstests geben Hinweise auf den Wortschatzzuwachs in beiden Gruppen. Im empirischen Teil kommen des Weiteren Experten zu Wort. Ihre Erfahrungen und Meinungen fliessen in das Gesamtfazit der Arbeit ein. Ein Ausblick in Forschung und Praxis schliesst die Studie zur Wirksamkeit von Sprachlern-Apps ab.

## **Usability von Newsstreams auf nicht-interaktiven Geräten**

<b>Diplomand</b>	<b>Dominik Wetzstein</b>
<b>Referent</b>	<b>Martin Vollenweider</b>
<b>Korreferent</b>	<b>Fabian Müller</b>
<b>Auftraggeber</b>	<b>MIND Kommunikation</b>

Das Projekt Unicorn vereint die Inhalte von verschiedenen sozialen und professionellen Quellen auf einer Oberfläche. Ziel des Tools ist das Verbinden von Teams zum vereinfachten Teilen von Inhalten. Gegenstand dieser Arbeit ist die funktionale Gestaltung (Usability) des für nicht-interaktive Geräte konzipierten Front-End von Projekt Unicorn. Da dieses Front-End zum grössten Teil aus einem Newsstream besteht, behandelt die Arbeit die Frage, wie ein Newsstream auf einem nicht-interaktiven Gerät funktional gestaltet werden kann. Um diese Frage zu beantworten, werden Teile des Newsstreams auf Aspekte untersucht, die dem User das Erkennen und Interpretieren der Inhalte vereinfachen. Ziel ist es, Richtlinien für die Funktionalität von Unicorn zu erarbeiten.

# Qualitätskriterien von Multimedia Reportagen

Diplomand                    Mirco Eichelberger  
Referentin                    Dr. Amina Ovcina Cajacob  
Korreferentin                Dr. Katja Schupp

Die Multimedia Reportage gehört zu den innovativsten Darstellungsformen seit der Erfindung des Internets. Diese Arbeit prüft, welche Qualitätskriterien beim Produzieren dieses Formats zu beachten sind. Dabei werden technische, inhaltliche und redaktionelle Faktoren untersucht. Die Arbeit legt exemplarisch dar, wie gute Geschichten und die Verzahnung der Elemente entscheidend zum Erfolg der Reportage beitragen. In einem ersten Schritt wurden acht Rankingtexte von Medienpreisen und Projektberichte von Multimedia Produzenten analysiert. Aufgrund dieser Erkenntnisse resultierte ein Leitfaden für drei Experteninterviews. Zum Schluss ergänzte die Inhaltsanalyse einer erfolgreichen Multimedia Reportage das Know-how aus der Praxis. Die Forschungsergebnisse zeigen: Die Verzahnung der Elemente Storytelling und Innovation stellen die wichtigsten Qualitätskriterien von Multimedia Reportagen dar. Aufgrund dieser Resultate können Redaktionen zukünftig die Chancen und Risiken dieses Formats besser eruieren.

## Eine Bestandsaufnahme von interaktiven Hörspielen und ihre Resonanz

Diplomand                    Marcel Philipp Freuler  
Referent                        Thomas Weibel  
Korreferentin                Dr. Katja Schupp

Gegenstand dieser Arbeit ist eine Bestandsaufnahme von interaktiven Hörspielen. Die Bestandsaufnahme dient dazu, das Spektrum an interaktiven Hörspiel-Formen aufzuzählen und ihr seltenes Vorkommen zu ergründen. Mittels Expertenbefragungen sollen die Ursachen belichtet werden, weshalb die interaktiven Hörspiele im deutschsprachigen Raum kaum anzutreffen sind.

Weiter stehen die Hörspielnutzer im Fokus. Parallel zu dieser Bachelorarbeit wurde als Lehrprojekt ein interaktives Hörspiel produziert. Dieses trägt den Namen «Sinneswandel» und wurde für eine Website konzipiert. Mit dem interaktiven Hörspiel wurde eine Umfrage durchgeführt, die darüber Aufschluss gibt, wie hoch die Akzeptanz des interaktiven Hörspiels beim Publikum ist.

# Synergie von Radio und Facebook

Diplomandin      **Melanie Frick**  
Referent         **Prof. Christian Stärkle**  
Korreferent     **Dr. Martin Arnet**

Die neuen Medien nehmen eine immer wichtigere Rolle in der Gesellschaft ein. Die Pflege von Online Communitys ist deshalb für Unternehmen zu einer Kommunikationsaufgabe geworden, die nicht mehr wegzudenken ist. Auch Radiosender sind von dieser Entwicklung betroffen. Ziel dieser Arbeit ist es aufzuzeigen, wie Radiosender die neuen Medien, insbesondere Facebook, für sich und ihre Hörer am effektivsten nutzen.

Um dieses Ziel zu erreichen, wurden verschiedene Untersuchungen durchgeführt. So wurde eine Umfrage bei Zuhörern, eine Inhaltsanalyse der bestehenden Facebookseiten von zehn ausgewählten Privatradiostationen der Schweiz und Interviews mit Experten durchgeführt. Auf der Grundlage dieser Ergebnisse wurden die in dieser Arbeit aufgestellten Hypothesen getestet. Dabei hat sich gezeigt, dass es sich um eine komplexe Thematik handelt, die sich laufend weiterentwickelt.

# Die Einordnung und die Anwendbarkeit des Hörfunkgenres Radiofeature

Diplomandin      **Julia Gehler**  
Referent         **Thomas Weibel**  
Korreferent     **Prof. Christian Stärkle**

Im Zentrum der Arbeit stehen das Hörfunkgenre Radiofeature und dessen multimediale Entsprechung. Im ersten Teil wird die Erarbeitung einer Definition des nur schwer fassbaren Radiofeatures aufgezeigt. Weiter wird das Onlinemedium Audio-Slideshow vorgestellt und dessen Koppelung mit dem Radiofeature untersucht. Um die Möglichkeit eines multimedialen Produkts, geschaffen aus einem Radiogenre und einem Onlinemedium, aufzuzeigen, werden die Eigenschaften von Multimedia verdeutlicht. Im Forschungsteil wird die Auswertung der Analyse von Schweizer Privatstationen im Bezug auf die Verwendung von Radiofeatures präsentiert und detailliert auf die geführten Experteninterviews eingegangen. Anhand der Untersuchungen und der Erörterung in der Arbeit konnte das Radiofeature eingeordnet und seine multimediale Anwendbarkeit aufgezeigt werden.

# Homogenisierung der Musikprogramme im kommerziellen Rundfunk

Diplomand                      Fabio Glanzmann  
Referent                        Prof. Christian Stärkle  
Korreferent                    Thomas Weibel

Die Bachelorthesis beleuchtet die aktuellen Trends der Musikprogrammgestaltung im kommerziellen Rundfunk der Deutschschweiz. Musik ist eines der Hauptmotive für Radio-nutzung. Entgegen dem in einem freien Markt üblichen Streben nach Abgrenzungs- und Wiedererkennungsmerkmalen gestalten private Radioveranstalter ihre Musikprogramme aber in vielen Fällen ohne deutlichen individuellen Charakter. Fast alle Privatradios greifen auf die mehr oder weniger gleichen paar hundert Titel zurück. Angesichts der riesigen musikalischen Vielfalt wirft dies Fragen auf.

Im Rahmen der Thesis wird diese Thematik sorgfältig analysiert und aufgearbeitet. In einem zweiten Teil werden Experten zu der aktuellen Handhabung der Musikprogrammgestaltung befragt sowie die Bedürfnisse der Musik- und speziell auch der Radiokonsumenten erfasst und ausgewertet. Das musikalische Angebot der Radioveranstalter wird im Forschungsteil der Thesis mit der Nachfrage von potenziellen Hörerinnen und Hörern verglichen.

# Mundart und Standardsprache in kommerziellen Deutschschweizer Privatradios

Diplomandin                    Nadja Maurer  
Referent                        Thomas Weibel  
Korreferent                    Prof. Christian Stärkle

Im Zentrum dieser Bachelorarbeit steht das Medium Radio und dessen Sprachwahl. Mittels einer Untersuchung von vier kommerziellen Deutschschweizer Privatradios wird aufgezeigt, wie hoch der Anteil von Mundart und Standardsprache in den Radioprogrammen ist. Innerhalb der Sprechmenge Mundart wird ausserdem der Anteil der unterschiedlichen Dialekte gemessen. Im Weiteren untersucht diese Arbeit, welche Sprachform für welche Programminhalte und journalistischen Darstellungsformen gewählt wird. Um die Ergebnisse der Untersuchung mit den Bedürfnissen der Hörer zu vergleichen, wurde eine Hörerumfrage durchgeführt. Sie zeigt die Publikumswünsche hinsichtlich der Sprache im Radio auf und zeigt Übereinstimmungen und Differenzen mit dem Ist-Zustand. Diese wurden mit Experten aus der Linguistik und der Dialektologie analysiert.

# Hörbare und gehörte Texte im Online-Journalismus

Diplomandin	Elisabeth Riedel
Referent	Heiner Butz
Korreferentin	Isabelle Bentz

Diese Arbeit befasst sich mit literarischen und journalistischen Inhalten und deren Umsetzung in visuelle Hörstücke im Onlinejournalismus und auf Internetseiten von Radios. Der theoretische Teil befasst sich damit, wie Sprache verändert werden muss, um einen Text in ein Hörspiel zu übertragen. Ausserdem wird ergründet, welches mediale Umfeld für die Veröffentlichung von visuellen Hörstücken geeignet ist.

Im praktischen Teil wird ein literarischer Text als Hörspiel produziert. Als Vorlage für dieses Hörspiel dient eine selbstgeschriebene Novelle. Visualisiert wurde das Hörstück durch eine intuitive Zeichnung.



# Islamophobie in den Medien

Diplomand                    Eren Cengiz  
Referent                     Heiner Gatzemeier  
Korreferentin                Yvonne Herzig Gainsford

Die Angst vor der Islamgemeinschaft – gibt es sie in der Schweiz? Und wenn ja, wird diese Angst von den Schweizer Medien noch verstärkt? In dieser Arbeit wird der Frage nachgegangen: «Fördern die deutschsprachigen Medien eine islamophobe Haltung der Rezipienten in der Deutschschweiz?» Untersucht wird diese Fragestellung anhand einer Triangulation: Zum einen wird eine quantitative Onlineumfrage gestartet, mit der die Meinungen der Rezipienten zum Thema eingeholt werden können – zu ihrem Medienverhalten und ihrer Haltung gegenüber dem Islam. Zum anderen werden zwei Experteninterviews mit einem Professor für Religionssoziologie und einem Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaften durchgeführt. Anhand der Experteninterviews und anhand von Literaturrecherche können die Methoden verknüpft, die erhobenen Daten ausgewertet, analysiert und interpretiert werden. Zusätzlich wurde ein Dokumentarfilm zum Thema produziert, in dem dieselben Experten zu Wort kommen und ein Muslim begleitet und interviewt wird.

# Virale Werbefilme im Web: Analyse von drei Schweizer Online-Werbefilmkampagnen bezüglich Aufbau, Interaktivität und Platzierung

Diplomand                    Angelo Colaninno  
Referent                     Heiner Gatzemeier  
Korreferent                   Martin Vollenweider

Die Bedeutung von Online-Werbefilmen in der Kommunikation von Unternehmen steigt. Es werden Online-Werbefilmkampagnen gemacht, um einer hohen Anzahl von Leuten zu gefallen. Diese Bachelor-Thesis analysiert drei Schweizer Online-Werbefilmkampagnen und leitet daraus Anhaltspunkte für erfolgsversprechende virale Werbefilme ab. Es werden sowohl erzählerische und interaktive Aspekte als auch marketingspezifische Erkenntnisse zu Form und Platzierung abgeleitet.

Mittels qualitativer Expertenbefragung mit den Verantwortlichen der drei ausgewählten Fallbeispiele und einer quantitativen Online-Befragung mit Internetnutzern aus der Schweiz werden Erkenntnisse von der Unternehmens- sowie der Konsumentenseite aufgezeigt. Gezeigt hat sich, dass Humor, Überraschung und eine integrierte Filmgeschichte mit verschiedenen Interaktionsmöglichkeiten bei den analysierten Realfällen für den Erfolg wichtig waren.

# **Bild- und Schnittgestaltung bei Snowboardfilmen Von den Anfängen in den 1980er-Jahren bis heute**

Diplomandin      Seraina Derungs  
Referent         Dr. Jürgen Müller  
Korreferent      Peter Indergand

Gegenstand dieser Arbeit ist eine Untersuchung der Entwicklung der Bild- und Schnittgestaltung bei Snowboardfilmen über den Zeitraum der letzten vier Jahrzehnte (1980er- bis 2010er-Jahre). Im Wesentlichen besteht die Arbeit aus drei Teilen: Im ersten Teil der Arbeit geht die Autorin auf die Geschichte und Entwicklung der Trendsportart Snowboarden ein. Im darauffolgenden Kapitel wird die Theorie zur Filmanalyse vertieft sowie der Begriff «Snowboardfilm» definiert. Mittels der Filmanalyse erarbeitet die Verfasserin die Hauptunterschiede in der Kameraarbeit und im Schnitt, welche im vierten Kapitel analysiert werden, dem Herzstück dieser Arbeit. Für jeden Film wird eine quantitative und qualitative Analyse geschrieben. Die quantitative Analyse wird aufgrund filmischer Codes und weiterer Parameter aus dem Fragekatalog durchgeführt. Somit sollen die Hauptunterschiede zwischen den vier Jahrzehnten herausgearbeitet werden können. Der Fokus liegt auf der visuellen Ebene, genauer auf der Produktion und Postproduktion sowie auf dem Auditiven und Narrativen.

## **Zuschauersensibilisierung durch transmediales Erzählen eines Dokumentarfilms.**

Diplomandin      Simon End  
Referent         Dr. Jürgen Müller  
Korreferent      Heiner Gatzemeier

Der Grundgedanke dieser Arbeit ist, hilfreiche Erkenntnisse in der medialen Erweiterung einer dokumentar-filmischen Erzählung zu gewinnen. Dabei will der Autor auf die differenzierte Wahrnehmung des Rezipienten auf die im Dokumentarfilm aufgegriffene Thematik durch die transmediale Erzählform eingehen. Neben der Einführung in die begrifflichen Grundlagen wird der theoretische Grundstein gelegt, um letztlich die Forschungsarbeit in einer aufbauenden Struktur zu vereinfachen. Um die formulierte Fragestellung zu beantworten und die zu verfolgende Arbeitshypothese entweder zu verifizieren oder allenfalls zu falsifizieren, wird mit einem Methoden-Mix aus Literaturrecherche, Experteninterviews und einer Inhaltsanalyse vorgegangen.

# Transmediales Storytelling bei der Spielfilm-Produktion

Diplomand	Terry Floria
Referent	Dr. Jürgen Müller
Korreferent	Samuel Schwarz

Die Medienbranche ist im Umbruch. Durch das Internet werden immer mehr etablierte Medien an den Rand gedrängt. Die Informationsmedien haben dies bereits erkannt. Sie entwickeln transmediale Projekte, in denen sie ihre Geschichten über verschiedene Medien erzählen. Der Spielfilm, vor allem im deutschsprachigen Raum, hat dies noch nicht erkannt. Mit dieser Arbeit soll als Erstes der Begriff der Transmedialität gegenüber anderen Begriffen abgegrenzt werden. Es werden zwei internationale und drei deutschsprachige Transmediaprojekte analysiert, um herauszufinden, welche Mittel und Vorgehensweisen zu einem Erfolg geführt haben. Zu dreien der Projekte wurden Interviews mit den Verantwortlichen geführt. Transmedia in der Spielfilm-Produktion ist noch eine sehr neue Entwicklung. Damit ein Transmediaprojekt Erfolg haben kann, braucht das Storyuniversum eine möglichst hohe Tiefe und die Eigenständigkeit seiner einzelnen Projekte.

## Erfolgskriterien im Schweizer Dokumentarfilm

Diplomand	Thierry Graf
Referent	Dr. Jürgen Müller
Korreferent	Roberto Liebold

Gegenstand meiner Bachelorarbeit ist die Thematik «Dokumentarfilm in der Schweiz». Darin setze ich mich mit den Erfolgskriterien von Schweizer Dokumentarfilmen auseinander. Seit Kameras zu einem erschwinglichen Preis zu haben sind und die Technik immer leichter zu bedienen ist, boomt der Dokumentarfilm. 2011 wurden alleine in der Schweiz 51 Filme produziert, so viele wie noch nie zuvor. Die Qualität der Filme ist hoch und nicht selten werden sie an internationalen Festivals von Berlin bis Cannes gezeigt. Doch was zeichnet den Schweizer Dokumentarfilm aus? Anhand einer aktuellen Literaturrecherche, von Filmanalysen und Experteninterviews gehe ich dieser zentralen Frage nach.

# Informationsgehalt und Authentizität in Reportagen und Dokumentationen

Diplomandin	Svenja Hässig
Referent	Heiner Gatzemeier
Korreferentin	Yvonne Herzig Gainsford

Die Arbeit befasst sich mit Informationsvermittlung und Authentizität in Reportagen und Dokumentationen. Sie untersucht zum einen, in welchem Format dem Rezipienten mehr Informationen vermittelt werden können, zum anderen, in welchem Format Rezipienten angesprochene Themen als authentischer empfinden. Die beiden Formate Reportage und Dokumentation werden dabei gegenübergestellt und verglichen. Es wird erörtert, wie Reportagen und Dokumentationen oder Dokumentarfilme aufgebaut sind und was sie unterscheidet. Neben der Theorie wird pro Format ein Beispielfilm analysiert. Grundlage der Forschung sind zwei eigens produzierte Filme. Sie vermitteln dieselben Informationen, sind aber verschieden aufgebaut. Die tagebuchartige Reportage erscheint emotional und persönlich, die Dokumentation sachlich und objektiv. Anhand dieser Filme wurde eine Onlinebefragung durchgeführt.

## Kameratechnik im aktuellen Schweizer Dokumentarfilm

Diplomand	Moritz Hefti
Referent	Dr. Jürgen Müller
Korreferent	Roberto Liebold

Gegenstand meiner Bachelorarbeit sind die aktuellen Kameratechniken, welche zurzeit im Schweizer Dokumentarfilm verwendet werden. Es gibt zahlreiche Kameramodelle, die sich im Dokumentarfilm unterschiedlich einsetzen lassen. Anhand einer Literaturrecherche, von Filmanalysen und Experteninterviews gehe ich der zentralen Frage nach: «Welchen Einfluss hat die Wahl der Kamera auf den Inhalt und die Bildgestaltung im Dokumentarfilm?»

# **Die Schaffung multimedialer Erlebniswelten im Internet.**

**Diplomandin**            **Anouk Ilg**  
**Referentin**            **Tanja Hess**  
**Korreferent**           **Wolfgang Bock**

Im Zentrum dieser Arbeit stehen multimediale Erlebniswelten im Internet. Mittels einer Befragung der Besucher wird gezeigt, wie multimediale Erlebniswelten von den Nutzern aufgenommen werden. Des Weiteren wurde das Verhalten des Benutzers in zwei unterschiedlichen Erlebniswelten untersucht. Dazu wurden Besucherzahlen und ihre Mausebewegungen erfasst und anschliessend ausgewertet. Die Ergebnisse der verschiedenen Versionen wurden danach einander gegenübergestellt. Dabei zeigt sich, dass bei dem Aufbau einer multimedialen Erlebniswelt die Struktur und das Konzept viel wichtiger sind als die Wahl des Mediums. Die unterschiedlichen Medien müssen dabei integriert werden und nicht nur addiert.

# **Die Aufarbeitung traumatischer Erlebnisse im dokumentarischen Film mittels «künstlicher» Bildgestaltung**

**Diplomand**            **Guido Koch**  
**Referent**            **Heiner Gatzemeier**  
**Korreferent**        **Dr. Jürgen Müller**

Gegenstand dieser Arbeit ist die Frage, ob eine künstliche Bildgestaltung einer Darstellung traumatischer Erlebnisse im Dokumentarfilm dient. Diese Frage wird zunächst aus wissenschaftlicher Sicht mit einer Literaturrecherche zum Thema Trauma und animierter Dokumentarfilm untersucht. Inwiefern sich Animation als Darstellungsmittel im Dokumentarfilm eignet und was für die Darstellung von Trauma prädestiniert, wird beleuchtet. Im zweiten Teil der Arbeit werden zwei Dokumentarfilme (Waltz with Bashir, das fehlende Bild) auf ihre visuellen Darstellungen im Zusammenhang mit traumatischen Erlebnissen der Protagonisten untersucht. Dies führt schlussendlich zur Überprüfung der Forschungsfrage.

# **Umsetzung von Print-Magazinen im Vergleich zu Online-Magazinen und deren jeweilige Publikumsresonanz in der Schweiz**

## **Eine induktive Vorstudie zur Untersuchung bestehender, erfolgreicher Print- und Online-Publikationen mit der Thematik Gastronomie und Lifestyle**

Diplomandin      Miriam Lauras  
Referent         Martin Vollenweider  
Korreferent     Dr. Jürgen Müller

Gegenstand dieser Arbeit ist die induktive Untersuchung von Print-Magazinen im Vergleich zu Online-Magazinen und deren jeweilige Publikumsresonanz in der Schweiz. So werden in einem ersten Schritt erfolgreiche Print-Publikationen in Bezug auf Form, Aufbau, Inhalt und Publikumsresonanz untersucht, welche sich einer gewählten Thematik widmen. Nachfolgend werden entsprechende Online-Magazine nach den gleichen Kriterien untersucht. Um die Untersuchung zu ergänzen, werden zudem Experteninterviews sowie eine Wirkungsstudie als Instrumente der Datenerfassung gewählt. Als Resultat dieser Studie sollen Hypothesen verfasst werden, welche es ermöglichen, anschliessend ein neuartiges Konzept für eine multimediale Magazin-Publikation zu erstellen.

# **Sound Design im Corporate Video zur Unterstützung einer Markenwelt**

Diplomandin      Anja Metzger  
Referentin       Prof. Dr. Barbara Flückiger  
Korreferent     Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler  
Auftraggeber    Viu Ventures AG, Zürich und Goba AG, Contenbad

Wie kann Sound Design im Corporate Video eine Markenwelt unterstützen? Diese Frage ist sowohl im Lehrprojekt als auch in der Thesis das zentrale Thema. Im Gegensatz zum visuellen Auftritt machten sich bisher die wenigsten Unternehmen und Marken strategische Gedanken über den auditiven Markenauftritt. Dabei öffnen Geräusche und Klänge neue Zugänge zu den Konsumenten – in einer Zeit, in der um deren Aufmerksamkeit gebuhlt wird wie nie. Anhand des Anwendungsbeispiels Corporate Video wird gezeigt, welche Möglichkeiten und Gefahren der Einsatz von Klang in der Markenkommunikation mit sich bringt. Experteninterviews sowie die Analyse des Lehrprojekts bringen praktische Einsichten zu Strategien und Prozessen.

Als Lehrprojekt wurden für die Marken VIU EYEWEAR und Goba Corporate Videos produziert, die auf einem zuvor erstellten Markenklang-Konzept basieren. Die konkreten Videoprojekte lernen von der Theorie, überprüfen diese und geben praktische Erkenntnisse.

# Die auditive Seite einer Low-Budget-Filmproduktion

Diplomand                Neil Raouf  
Referent                 Heiner Gatzemeier  
Korreferent             Prof. Dr. Rolf Hofstetter

Die gesamte auditive Filmproduktion umfasst zwei Kerngebiete: Die Aufnahme vom O-Ton und den Umgebungsgeräuschen am Set (Produktion) sowie deren nachträgliche Bearbeitung, Montage und Ergänzung (Postproduktion). Der gesamte Prozess verläuft digital via Laptop, welcher als Schnittstelle aller Equipment-Komponenten dient.

In der Produktion werden via Mikrophon und Mixer die Signale festgehalten und auf der computereigenen Festplatte gespeichert. In der Postproduktion werden Bild und Ton synchronisiert (Kameraaudio wird durch O-Töne ersetzt), um anschliessend gegenseitig so angepasst zu werden, dass eine harmonische, ganzheitliche Klangstruktur entsteht. Im nächsten Schritt wird eine digitale Geräuschkulisse (eng. Sound Design) erstellt, welche schlussendlich nach denselben Massstäben mit der O-Tonspur interagieren soll. Die dafür benötigte Software ist eine sog. Digital Audio Workstation (DAW). Sie ermöglicht umfassende Arbeiten in allen Bereichen der auditiven Produktion (Musik, Hörbuch, Radio etc.).

## Einsatz und Wirkung von Film im Theater

Diplomandin            Valdita Shabanaj  
Referentin              Dr. Amina Ovcina Cajacob  
Korreferent             Roland Köppel  
Auftraggeber            ICF Chur

In dieser Arbeit geht es um den Einsatz und die Wirkung vom Film im Theater. Das Theater ist die erste und somit älteste Form der Kunst. Seit Anbeginn der Zeit ist das Theater in einem ständigen Wandel begriffen und wurde von anderen Medien, unter anderem dem Film, geprägt. Der Einsatz von Film bietet dem Theater einerseits sehr viele Möglichkeiten zum Experimentieren, andererseits läuft das Theater Gefahr, in Anbetracht des medialen Drucks unterzugehen. Theaterbesucher erwarten zeitgenössisches Theater, weshalb Regisseure sich den neuen Medien öffnen und Neues ausprobieren müssen.

Im ersten Teil dieser Arbeit werden theoretische Grundlagen erläutert. Der zweite Teil behandelt die Inhaltsanalyse der vier problemfokussierten Interviews, die im Rahmen dieser Arbeit geführt wurden. Im dritten Teil werden verschiedene Aufführungen miteinander verglichen und analysiert. Daraus ergibt sich ein überraschendes Fazit.

# Die Auswirkung des computergenerierten Sensibilisierungsfilms auf den Zuschauer

Diplomand                    Andreas Tanner  
Referentin                 Tanja Hess  
Korreferent                David Fritsche

Diese Bachelor-Arbeit beschäftigt sich mit der Wirkung des computergenerierten Sensibilisierungsfilms und setzt sich aus folgenden Abschnitten zusammen: Im theoretischen Teil wird eine allgemeine Verständnisgrundlage geschaffen, indem auf wichtige Themen zur Medienrezeption, Filmpsychologie und zum Bildungsfilm eingegangen wird. Ein kurzer geschichtlicher Abriss des Animationsfilms zeigt die stetige Entwicklung auf diesem Gebiet auf. Der empirische Teil beschäftigt sich mit den zwei Onlineumfragen, deren Auswertung und Interpretation zu dem im ersten Arbeitsteil der Bachelor-Arbeit erstellten Animationsfilm «It's a plastic world». Es wird dabei untersucht, inwiefern ein Animationsfilm mit sensibilisierendem Inhalt eine nachhaltige Wirkung auf den Zuschauer und nicht zuletzt auf sein Konsumverhalten ausübt. Weiter soll aufgezeigt werden, welche Kriterien im filmischen Sinne für eine solche Wirkung berücksichtigt werden sollten.

# Die multimediale Aufbereitung von journalistischen Inhalten in der politischen Berichterstattung

Diplomand                    Angelo Zehr  
Referent                     Heiner Butz  
Korreferent                 Heiner Gatzemeier

Schafft Multimedialität Mehrwert und erhöht somit die Qualität von Journalismus? Diese Frage wird im Laufe dieser Arbeit anhand bestehender Literatur, Interviews mit VertreterInnen aus der Schweizer Medienlandschaft und der Reflexion einer Praxisarbeit mit Ja beantwortet. Die erste Arbeitshypothese, die behauptet, dass jede Medienform (Video, Text, ...) ihre Stärken und Schwächen besitzt, wird bestätigt und insbesondere im Rahmen der Reflexion in Kapitel drei begründet. Auch die zweite Arbeitshypothese, welche besagt, dass jede zusätzliche Medienform einen zusätzlichen Beitrag an die Qualität von Journalismus leistet, wird weitestgehend gestützt. Der Autor greift bei seiner Bewertung auf Qualitätsdimensionen aus der Literatur zurück und entwickelt aufgrund dieser Kriterien ein eigenes Bewertungsraster für die Qualität von Medienformen mit den Kriterien:

- Glaubwürdigkeit – Flexibilität
- Eindeutigkeit – Interpretation
- Informationsdichte – Atmosphäre
- Scannbarkeit – Dramaturgie

Es wird das Fazit gezogen, dass Multimedialität einen wichtigen Beitrag an die Auftrags Erfüllung der Medien leisten kann.



## Vertiefungsleiter

Prof. Martin Studer

Der Studiengang Systemtechnik<sup>NTB</sup> wird in Kooperation mit der NTB Buchs am Standort Chur durchgeführt. Aufgeführt sind ausschliesslich die Bachelorarbeiten in der Vertiefung Informations- und Kommunikationssysteme, die exklusiv am Standort Chur durchgeführt wird.

## Webapplikation zur Verwaltung von Anteilsregistern in der Vermögensverwaltung

Diplomanden	Deny Frehner, Christian Hefti
Referent	Prof. Martin Studer
Korreferent	Prof. Dr. Ulrich Hauser
Auftraggeber	Scarabaeus Wealth Management AG

Die Scarabaeus Wealth Management AG verwaltet die Vermögen von Kunden. Ein Element der Vermögensverwaltung ist die Verwendung von Kapitalanlagen (Fonds). Kunden können Anteile von Fonds kaufen und verkaufen. Das Anteilsregister eines Kunden gibt Auskunft darüber, welchen Anteil eines Fonds ein Kunde besitzt. Momentan werden die Anteilsregister in Excel verwaltet. Dies ist zeitaufwändig und fehleranfällig. Hinzu kommt, dass die Gesetzlage in Zukunft eine elektronische Erfassung erfordert.

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wurde eine Webapplikation zur Verwaltung der Anteilsregister entwickelt. Als Webframework wurde das PHP-Framework Yii verwendet, als Datenbank PostgreSQL. Die Webapplikation löst die bisherige Excel-basierte Lösung ab und ergänzt diese um zusätzliche Funktionalitäten, wie beispielsweise das Erstellen von Reports im Format PDF.

# Erneuerung der Steuerung und Visualisierung des Lehrkraftwerks Churwalden

Diplomanden	Christian Hartmann, Dario Okolic
Referent	Prof. Toni Venzin
Korreferent	Stefan Kammermann
Auftraggeber	Verein Lehrkraftwerk Churwalden

Das Lehr- und Demonstrationskraftwerk in Churwalden verfügt über eine veraltete Steuerung, für welche kaum Ersatzteile vorhanden sind. Daher entschied sich der betreibende Verein für eine komplette Erneuerung der Steuerung und Visualisierung. Das Ziel der Bachelorarbeit war es, dieses Projekt zu leiten und mitzuarbeiten. Daraus soll eine moderne Steuerung mit einer ansprechenden Oberfläche entstehen.

Im Rahmen des Fachmoduls wurde der aktuelle Stand der Anlage analysiert. Mit dem Vorstand des SVLD wurde ein Pflichtenheft ausgearbeitet. Zu Beginn der Bachelorarbeit wurde nach geeigneten Produkten auf dem Markt gesucht. Sowohl Treffen mit Unternehmen als auch das Einholen von Offerten ermöglichten eine gute Evaluation. Umgesetzt wurde das Projekt in Zusammenarbeit mit der Firma Rittmeyer aus Baar (ZG).

In Churwalden wird eine RIFLEX M1 Steuerung zum Einsatz kommen. Die Visualisierung wurde mit einem JavaScript basierten Programm erstellt. Der Zugriff über ein Webinterface ermöglicht die bisher nicht vorhandene Fernwartung. Das Lehrkraftwerk profitiert zudem von einer sauberen Dokumentation der Anlage.

## Mobile App für das Jobportal für Freiwilligenarbeit [www.benevol-jobs.ch](http://www.benevol-jobs.ch)

Diplomand	Michael Klaus
Referent	Prof. Martin Studer
Korreferent	Prof. Bruno Wenk
Auftraggeber	clavis IT ag

Benevol ist eine Organisation zu Vermittlung von Freiwilligenarbeit. Das Webportal benevol-jobs.ch dient dabei als zentrale Vermittlungsstelle: Organisationen können Einsatzmöglichkeiten inserieren, Interessierte können sich für die Inserate bewerben.

In dieser Bachelorarbeit wurde eine App für iOS- und Android-Geräte entwickelt, welche die Kernfunktionalitäten des Webportals abbildet. Insbesondere kann ein Nutzer nach Inseraten suchen, sich Inserate merken oder sich gleich auf Inserate bewerben.

Die Applikation für die mobilen Geräte wurde mittels des Frameworks Sencha Touch als hybride Applikation entwickelt, d.h. die Applikation wurde mit Web-Technologien wie HTML5, CSS und JavaScript plattform-unabhängig entwickelt und läuft danach auf den unterschiedlichsten Geräte als native Applikation in einem Web-Container. Die Anbindung der mobilen Applikation an den Applikationsserver erfolgt über REST-APIs, wobei teilweise bestehende APIs wiederverwendet werden konnten.

# Tourismus

## Studienleiter

Prof. Dr. Andreas Deuber

## Efficiency Enhancement of Target-Group-Specific Communication with Final Customers in the Swiss Music Industry

Graduate

Advisor

Co-Advisor

Principal

Claudine Aerne

Beate Zwermann

Gérard Jenni

Good News Productions AG, Zurich

In times where companies face an increasingly competitive environment, it is crucial to reach the desired final customer as fast and efficient as possible. As an important player in the Swiss music and event industry, the Good News Productions AG sees itself confronted with this challenge. Therefore, appropriate and customized communication channels need to be developed and steadily adapted to new information and communication trends.

This Bachelor thesis highlights the steps needed to develop an efficient communication concept. It particularly outlines the relevance of target groups, explains the communication goals, the creation of a message, the choice of media as well as the measurement of the advertising effect.

Besides the literature review, qualitative in depth-interviews with two experts were conducted. In addition, the online survey with visitors of the festival Rock The Ring 2014 enabled the company to obtain a better picture of this specific target group. Finally, recommendations regarding the improvement of the companies' information and communication channels were made.

# Die Live Communication Branche und ihre Bedürfnisse Analyse und Weiterentwicklung des Live Communication Angebotes an der SuisseEMEX

Graduate	Michèle Aeschi
Advisor	Roland Köppel
Co-Advisor	Ewa Ming
Principal	EMEX Management GmbH, Zürich

Die SuisseEMEX ist die führende Schweizer Event- und Marketing Expo, welche sich dieses Jahr unter dem Motto «Marketing spüren – LiveCom erleben – Online begreifen» präsentiert. Für die Halle 6, welche der Live Communication Branche zur Verfügung steht wurde ein neues Konzept erarbeitet. Diese Bachelor Thesis befasst sich mit der Analyse und Weiterentwicklung dieses Konzeptes. Im theoretischen Bezugsrahmen werden die Live Communication Branche und besonders die Messen und Ausstellungen im Detail beschrieben. Ein Hauptbestandteil der Thesis sind quantitative Befragungen. Diese werden durchgeführt um herauszufinden, ob das neue Live Communication Konzept erfolgsversprechend ist, ob die Angebote positiv aufgenommen werden und welches die Anforderungen der Branche sind. Dabei werden Unternehmungen die schon an der Messe ausgestellt haben, solche die noch nie Aussteller waren und ehemalige Besucher befragt. Zusätzlich werden Interviews mit Experten der Branche durchgeführt um ihre Präferenzen zu eruieren. Abschliessend werden Empfehlungen abgegeben, wie das Live Communication Konzept verbessert werden kann.

# **Lobbying im Tourismus in der Schweiz**

## **Evaluation der Akzeptanz und des Bewusstseins von Tourismus-Anliegen in der Schweizer Politik**

<b>Graduate</b>	<b>Salome Aggeler</b>
<b>Advisor</b>	<b>Beate Zwermann</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Barbara Gisi</b>
<b>Principal</b>	<b>Schweizer Tourismus-Verband, Bern</b>

Lobbying wird häufig mit heimlichen Machenschaften in einem Hinterzimmer des Bundeshauses assoziiert. Doch wie findet Lobbying wirklich statt und wer vertritt die Interessen des Tourismus in Bern? Diese Bachelorarbeit befasst sich mit diesen und weiteren Fragen im Bereich der Tourismuspolitik.

Die Forschung hat sich bisher wenig mit dem Stand der Interessenvertretung des Tourismus in der Schweiz befasst. Im Rahmen der Themen Zweitwohnungsinitiative und Lobbyingevents wird «Lobbying im Tourismus» anhand von aktuellen Beispielen aufgezeigt. Im Rahmen der 16 qualitativen Interviews mit Lobbyisten, Politikern und Vertretern der Verwaltung wird die aktuelle Situation von Tourismus in der Politik analysiert. Diese umfassende Betrachtung aus den verschiedenen Perspektiven der politischen Arbeit im Tourismus lässt nicht nur Schlussfolgerungen zu sondern liefert auch konkrete Ansätze für mögliche Massnahmen.

## **Organisation und Durchführung von Events**

### **Empfehlungen an tpc**

<b>Graduate</b>	<b>Milena Albonico</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Jon Andrea Schocher</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Pit Inäbnit</b>
<b>Principal</b>	<b>technology and production center switzerland ag (tpc)</b>

Nur wenigen ist bekannt, dass tpc nicht nur im Broadcast- sondern auch im Eventgeschäft tätig ist. Besonders die Fernsehstudios eignen sich optimal als einzigartige Event-Location. Da das grösste Studio in absehbarer Zeit aber nicht mehr für Events genutzt werden kann, ist tpc gezwungen Massnahmen zu ergreifen, um dem Wegfall des Studios und den damit verbundenen Einbussen im Eventgeschäft entgegen zu wirken. In dieser Arbeit wird das Unternehmen tpc und der Zürcher Eventmarkt analysiert. Die hierfür verwendeten Daten stammen aus einer fundierten Literaturanalyse sowie aus vier Experteninterviews. Das Ziel der Analyse ist es, Möglichkeiten zu finden, wie tpc das Event-Portfolio anpassen könnte, um auch nach der Schliessung des Studio 1 erfolgreich am Eventmarkt operieren zu können. Resultierend aus den in der Analyse gewonnen Erkenntnissen, werden anschliessend Empfehlungen an tpc abgegeben.

# **Participation of Volunteers in International Sports Events Recommendations for the Arosa Bergbahnen AG**

<b>Graduate</b>	<b>Bernadette Beer</b>
<b>Advisor</b>	<b>Peter Claus</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Stefan Reichmuth</b>
<b>Principal</b>	<b>Arosa Bergbahnen AG</b>

The Arosa Bergbahnen AG is one of the main service providers in the Association of International Snow Sports Events Arosa, which executes several snow sport competitions, during the winter seasons. To conduct these events, the participation of volunteers is vital. However, nowadays, it is an issue for the association to recruit enough volunteers. This Bachelor Thesis provides recommendations to improve the actual framework of the volunteer work and how to create incentives to increase the participation of volunteers. Furthermore, it describes approaches to create a long-term relationship with the volunteers. The current volunteer management of the winter sports events in Arosa is assessed and analysed. The assessment is based on the gained knowledge from the interviews conducted with volunteer managers from other sports event organisations. Furthermore, crucial inputs, which are deduced from these interviews, are implemented in the recommendations.

## **Development strategy and product ideas for the Brambrüesch mountain bike park. Elaboration of new product ideas for the Brambrüesch mountain bike park**

<b>Graduate</b>	<b>Andrea Beerli</b>
<b>Advisor</b>	<b>Roland Anderegg</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Silvio Bundi</b>
<b>Principal</b>	<b>Verein Alpenbikepark, Chur</b>

Mountain biking is one of the most popular recreational activities. Its popularity is estimated to continue to grow, inter alia the segments of freeride and downhill mountain biking, which are mainly practiced in bike parks. The bike park on the Brambrüesch mountain (Alpenbikepark), located in the city of Chur, has potential for further development. Since the bike park was opened in 2009, transportation revenues of mountain bikers have been growing constantly. Hence, the association strives to develop the bike park further on and to provide (even) more attractive mountain biking offers and installations in Chur to its riders and potential mountain bike visitors. The aim of this paper is firstly to investigate the must-have criteria of a state of the art bike park. Secondly, new product ideas will be generated which have the potential to make the Alpenbikepark standing out in the market of bike parks. A rough action plan should suggest upon the development of concrete ideas. One specific idea will put into an applicable concept.

# **Market conception for RAUSCH herbal cosmetics**

## **How can RAUSCH herbal cosmetics enter the hotel industry?**

<b>Graduate</b>	<b>Felicia Bischof</b>
<b>Advisor</b>	<b>Roland Anderegg</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Lucas Baumann</b>
<b>Principal</b>	<b>RAUSCH AG KREUZLINGEN</b>

RAUSCH is the producer of Swiss herbal hair and body care products available in pharmacies and drugstores. RAUSCH aims to enhance its brand awareness in its core and export markets. Entering the hotel market with RAUSCH's herbal cosmetics would serve this purpose. However, the hotel amenities market is distinct from the pharmacy market and trends as well as competitors need to be analysed.

A survey with 45 hotel participants was conducted. This Bachelor thesis identifies decision makers in relation to guest amenities, factors determining the decision making, product satisfaction and hotels' willingness to change their amenity suppliers. Moreover, leading amenity suppliers are introduced. The aim of this thesis is to assist RAUSCH AG KREUZLINGEN with a market conception for its premium herbal amenities in the hotel industry. The IBT should give RAUSCH essential information in relation to a hotel market introduction. Finally, the study is a helping tool for RAUSCH to decide if the hotel market is worth targeting.

# **Process management in the new resort model of the PRIVÀ Alpine Lodge**

## **Identification, analysis and optimisation of business and management processes within the lodging division**

<b>Graduate</b>	<b>Kathrin Bohnenblust</b>
<b>Advisor</b>	<b>Norbert Hörburger</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Marc Held</b>
<b>Principal</b>	<b>PRIVÀ Alpine Lodge, Lenzerheide</b>

The management of processes, especially in the hospitality industry, is getting more and more important in these days. The common «star»-classification, which is used for hotels internationally has slowly but surely disused. As the product delivered by hospitality businesses are produced and consumed simultaneously, smooth processes are indispensable. The aim of this research paper is the analysis of the new resort model, which is unique in Switzerland, concerning its processes. It highlights the business and management processes conducted in the lodging division and investigates implications of the new resort model on those. Furthermore, the processes are analysed concerning optimisation potential in terms of quality and time.

The literature review is supplemented with qualitative interviews with the resort staff as well as an expert from the hotel software industry. Finally, recommendations for business process optimisation as well as literature recommendations for the composition of management processes at the PRIVÀ Alpine Lodge are given.



# Konzeption eines Energieweges auf der Lenzerheide

## Entwicklung eines touristischen Sommerangebotes für die Lenzerheide Bergbahnen

Graduate

Adrian Braunwalder

Advisor

Roland Anderegg

Co-Advisor

Linda Netzer

Principal

Lenzerheide Bergbahnen AG, Lenzerheide

In den vergangenen Jahren nahmen die Lenzerheide Bergbahnen mit verschiedenen Projekten zur Energieoptimierung schweizweit eine Pionierrolle in der ökologisch nachhaltigen Entwicklung von Bergbahnunternehmen ein. Dieses Engagement ist aber bislang nur einer kleinen Öffentlichkeit bekannt, deshalb sollen die Gäste nun mit einem neuen Themenweg darüber informiert werden und gleichzeitig ein neues Sommerangebot geschaffen werden. Diese Bachelorarbeit liefert ein Umsetzungskonzept zu diesem Vorhaben. Sie definiert die Zielgruppen des Weges, beinhaltet Empfehlungen zu Streckenverlauf, Inhalt sowie Umsetzungsform und zeigt ferner Finanzierungsvarianten und das weitere Vorgehen des Projektes auf.

Zur Beantwortung der vielfältigen Fragestellungen, welche die Planung eines solchen Projektes mit sich bringt, wurden verschiedene Methoden gewählt. So basiert das Konzept nebst der Fachliteratur von ausgewiesenen Themenwegexperten auf Interviews und Auskünften von Fachpersonen sowie auf der Begehung und der Analyse von bestehenden Themenwegen und des geplanten Zielgebietes.

# Relaunch Special Offers PostAuto Improvement Strategies for Communication and Distribution

Graduate	Patrick Buffat
Advisor	Annika Aebli
Co-Advisor	Ladina Luppi da Silva
Principal	PostAuto Graubünden, Chur

The packaged leisure offers of PostAuto Graubünden are currently facing serious challenges due to declining sales numbers in recent times. The purpose of this IBT is to give suggestions to PostAuto on how to improve the communication and the distribution strategy to make people more aware of the offers and to relaunch sales.

The paper first gives a brief overview and outlook to the Swiss leisure travel market in which PostAuto Graubünden has to operate, followed by current theory about marketing communication and distribution. Also a short chapter about sales throughout the last years is provided. After this, the actual communication and distribution of the company is depicted and in the end compared with the theory. Deduced from this are recommendations on how to improve the situation for those offers, concerning the communication and the distribution.

## Marketing Konzept für Sportgymnasium Davos

Graduate	Jann Butzerin
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Urs Winkler
Principal	Stiftung Sportgymnasium Davos

Das Sportgymnasium Davos benötigt ein Marketingkonzept zur Erhaltung der bestehenden Attraktivität. Ziel dieser Arbeit ist die Erarbeitung eines Marketingkonzeptes unter Berücksichtigung der aktuellen Situation und der dafür zur Verfügung stehenden Ressourcen. Durch die Umwelt- und die Unternehmensanalyse werden Möglichkeiten eines Marketingauftrittes in Print- und Webmedien aufgezeigt. Weiter benötigt das Sportgymnasium Davos eine Neuausrichtung in der Generation von finanziellen Mitteln. Die Arbeit zeigt aufgrund der Analysen neue Möglichkeiten dafür auf. Als dritter und letzter Teil wird die Ehemaligenvereinigung des Sportgymnasium Davos analysiert und Vorschläge zur Neuorganisation unterbreitet. Anhand dieser Analysen und Resultate entsteht eine gesamtethliche Wahrnehmungsanalyse für das Sportgymnasium Davos.

# **Customers' Online Decision Making Behaviour in View of a City Trip in Europe**

## **Analysis based on the three main target groups of the travelwindow AG**

Graduate	Jesica Castro Rodríguez
Advisor	Prof. Dr. Dominique Roland Gerber
Co-Advisor	Fabian Wismer
Principal	Travelwindow AG, Zurich

Before heading to a destination, travellers start looking for information. There are different ways to collect data about vacation such as travel agencies or catalogues. But nowadays most used travel information channel is of course the internet. This bachelor thesis outlines first of all the literature dealing with the information search patterns and the booking process of travellers. Furthermore, an online questionnaire with 827 answers of former customers as well as non-customers shows the trends and preferences among the three main target groups of the online travel agency travelwindow AG – Silver Surfers, Families and DINKs. A comparison of both, the literature review and the online questionnaire, gives different ideas and suggestions. With an analysis of the current website and its content, this ideas lead to concrete suggestions for the travelwindow AG in order to improve the customers' process from the information collection to the booking on the OTA's website.

# **Further growth for the Belvédère Hotels Scuol during the off-peak season through business guests. - Analysis of the market and strategies how to capture the potential.**

<b>Graduate</b>	<b>Katharina Christener</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Dr. Andreas Deuber</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Linard Brüngger</b>
<b>Principal</b>	<b>Belvédère Hotels Scuol</b>

Conferences and conventions are considered to be one of the fastest growing areas of the event industry. They can strongly contribute to the economies of many countries worldwide. In recent years an increasing number of potential providers of meeting venues as well as destinations have recognised the economic potential which could be generated by attracting business tourists. These include the owners of the Belvédère Hotels, located in the heart of Scuol, who constructed new seminar facilities equipped with the latest technology in the year 2012. The hotel group has achieved a continuous market growth demonstrated by the fact that the hotels are always fully booked during the main season. However, there is still further growth potential in the off-peak season. As it has proved difficult to attract leisure tourists during this period of time, business guests could be a potential target group, since they might be less season-sensitive.

It is the main purpose of this bachelor thesis to explore ways of increasing the number of business guests in the Belvédère Hotels in the future. This is achieved by developing strategies for specific market segments. For this purpose various analyses are implemented. These include an extensive analysis of the business tourism market based on numerous sources and literature. Moreover, precise analyses of the Belvédère Hotels and the destination Scuol are carried out by means of expert interviews.

# Measures to improve customer retention

## Customer retention at Edelweiss Air

Graduate	Daniela Beeler
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Corinne Römer
Principal	Edelweiss Air AG, Zurich-Airport

In times where companies face an increasingly competitive environment, it is crucial for the company's long term success to bind customers to the brand. As Edelweiss Air position itself as a differentiator in the higher priced segment it is essential to have a profound understand of customers' needs and wants. Thus, this bachelor thesis wants to find out factors that are important to passengers flying with the carrier. For this, a survey was formed on the basis of loyalty factors established by scientific papers as well as in close cooperation with the company. Besides the general loyalty factors, a special focus was places on a potential customer club. Because the company is not an affiliate of a loyalty program it has to find other ways to bind customers. Hence, on part of the questionnaire was dedicated to a potential customer club. The poll is analysed through mean values, standard deviations, and statistical significances. Based on these findings a discussion is provided followed by recommendations.

# Erweiterung der Absatzkanäle der Bäckerei Schneiders Quer

## Evaluation eines Bäckerei Onlineshops

Graduate	Jeannine Daucourt
Advisor	Domenico Bergamin
Co-Advisor	Petra Hefti
Principal	Schneiders Quer AG, Pfäffikon Zürich

Der aktuelle Stellenwert des Internets für die Menschen sprengt alle bisherigen Dimensionen. Millionen von Menschen bestellen ihre Kleider und Schuhe online, organisieren ihren Freundeskreis über soziale Netzwerke oder planen ihre nächste Reise anhand der Kundenrezensionen auf TripAdvisor. Durch die zunehmende Bedeutung des Internets sind neue (elektronischen) Geschäftsmodelle entstanden, darunter bspw. das E-Commerce-Modell, welches mit dem Vertrieb von Produkten per Onlineshop eine neue Form von Absatzkanal eingeführt hat.

Infolge kaum vorhandener Literatur betreffend der «Bäckerei Onlineshop»-Thematik ist es wichtig, die Arbeit durch verschiedene Forschungsmethoden zu unterstützen. Ein bedeutender Teil der Methodik ist die Kundenbedürfnisanalyse, welche durchgeführt wurde, um zu evaluieren, ob ein Onlineshop ein von bestehenden Kunden und potentiellen Neukunden gewünschter Absatzkanal wäre. Darüber hinaus wurden Experteninterviews mit Betreibern von bereits etablierten Bäckerei-Onlineshops arrangiert sowie Offerten von Werbeagenturen eingeholt, welche insbesondere für die Empfehlungen an die Bäckerei wertvoll waren.

# **Students as Multipliers and Ambassadors for a Tourism Destination**

## **How can the destination St. Gallen Bodensee benefit from students and graduates of the University St. Gallen as multipliers and ambassadors?**

<b>Graduate</b>	<b>Tobias Eisner</b>
<b>Advisor</b>	<b>Marco Hartmann</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Astrid Nakhostin</b>
<b>Principal</b>	<b>St. Gallen Bodensee Tourism, St. Gallen</b>

The competition in today's tourism industry is ever growing. This competition is not only national or regional, but also due to the vast development of globalization, worldwide. This increased competition among destinations to attract tourists and thus secure their surviving, forces the tourism industry to continuously investigate into innovative marketing practices to further stay competitive. This Bachelor thesis examines how the destination of St. Gallen Bodensee can benefit from an innovative concept to incorporate the students and alumni of local university into their marketing activities and thus increase their competitive advantage among other destinations. The thesis is based on theory that handles the different keywords from the title and uses the applicable contents. Based on the relevant theory a Survey addressed towards the Students and Graduates was developed to gain further insight into the topic. The theory and the first hand research in combination are then used to develop a suitable strategy that can be implemented into the business of St. Gallen Bodensee Tourism. The outcome is then examined with suggestions and further steps for the organisation to consider, in case of realizing the findings of the Bachelor Thesis.

# **Creation of a Code of Practice to Provide an Excellent Customer Service**

## **A theoretical and practical approach to create a successful customer service**

Graduate	Ingela Ekdahl
Advisor	Walter Burk
Co-Advisor	Richard Jann
Principal	everyglobe AG, Zürich

Offering an excellent customer service provides many important benefits for a company, such as gaining loyal customers who spend more money on the service or product of the company as well as decreased marketing costs, due to positive word of mouth. This paper therefore aims to find out how everyglobe can accompany customers through the five stages of travel (dreaming – planning – booking – experiencing – sharing) with their online booking platform. Furthermore, practices to enhance customer loyalty through customer relationship management practices are outlined. Both parts focus on which practices can be used to add value to the customer. The empirical part consists of a survey conducted with 228 people of the Generation Y, 7 expert interviews and a benchmarking. Based upon the theoretical and empirical findings, recommendations are presented to everyglobe.

# **Sustainability of Premium Memberships in the Aviation Sector**

## **Analysis and Evaluation of the Member's Fluctuation**

Graduate	Florian Feuz
Advisor	Walter Burk
Co-Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Principal	Center for Aviation Competence, St. Gallen

Frequent flyer programs such as Miles & More from Lufthansa/SWISS are today a standard service which every airline has to provide in order to keep especially the solvent clients satisfied. Lounge access, waiting list priority and priority baggage handling are only a few of the additional service which offer a superior experience for the customer. Depending on how many miles a passenger collects for flights and other services, the quicker he can climb through the different stages of the membership system. However as fast as one ascends he can also plunge into lower levels, if not providing the necessary traveling distance and thus miles within the set timeframe.

The purpose of this bachelor thesis is to find out, what impact such negative changes have on the customer behaviour and their loyalty towards the program. As a part of the study an online survey has been conducted among frequent flyers. Together with an in depth theoretical analysis of customer retention, a case study and an expert interview this research should help to understand the customer behaviour of frequent flyer program members better.

# **Comparison of OTA's and traditional tour operators with suggestions for tour operators in order to stay competitive in the future**

## **The case of the Swiss tour operator Kuoni with focus on future approaches.**

<b>Graduate</b>	<b>Kevin Filosoglou</b>
<b>Advisor</b>	<b>Annika Aebli</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Romain Maquignon</b>
<b>Principal</b>	<b>Kuoni Reisen AG, Zürich</b>

The industry of travel was one of the first to experience the advantages of fast and cheap online booking since the late 90's. OTA's are mostly able to offer cheaper, more transparent and more convenient products. Moreover, they reach a stronger position on the market and the customer concerns are decreasing. Therefore, tour operators lose a huge amount of their clients and the need for innovative solutions is higher than ever.

This Bachelor thesis compares the both sides analysing their structures, business models, products, advantages and disadvantages. Furthermore, the analysis of information and communication technology as well as a look in the future of tourism and travel is discussed in the thesis. Beside the existing literature, expert interviews with skilled experts of Kuoni, ebookers and HolidayCheck help to recommend future approaches to Kuoni in order to stay competitive, which is the main target of this paper.



# **UCI MTB World Cup and UCI MTB & Trial World Championship Lenzerheide**

## **Development of a Marketing Concept for successful Mountainbike Events 2015 - 2018**

Graduate	Luca Formoso
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Andreas Wirth
Principal	Lenzerheide Marketing und Support AG, Lenzerheide

In the past, Swiss Cycling athletes have been very successful at international competitions. In order to provide the Swiss athletes the chance to present them to their home audience, Swiss Cycling launched the project «MTB Events in Switzerland». This includes UCI Mountainbike World Cups between 2015 and 2017 as well as the UCI Mountainbike and Trial World Championship 2018. Such events fit perfectly into the strategy of Lenzerheide, since their aim is to become the leading Mountainbike destination in Switzerland.

The aim of this Bachelor Thesis is to create an effective Marketing Mix in order to promote the bike events. The basis is given by the analyses necessary according to the theory. Furthermore, other events such as Mountainbike World Cups, European Championships and World Championships as well as the upcoming Cyclo-cross World Championship have been analysed.

In order to include customers expectation, a survey has been conducted in order to find out the willingness to pay, with whom they probably will visit the event and therefore, what ticketing categories should be offered.

Finally, the different analyses and the results of survey have been compared and the best practices have been reformulated into tailored recommendations for the UCI MTB World Cups and the UCI MTB & Trial World Championship in Lenzerheide.

# **Developing a Customer Relationship Concept for the Welcome Hotels**

## **General considerations and special focus on corporate clients and other repeaters**

<b>Graduate</b>	<b>Monika Gander</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Dr. Andreas Deuber</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Sven Häberlin</b>
<b>Principal</b>	<b>Welcome Hotels, Kloten</b>

Over the last years, the behaviour, expectations and needs of travellers have been changing fundamentally. Tourists seek unique, personal and cultural experiences in a socially responsible environment rather than just visit famous tourism places. The internet and social media also play a much more important role for the decision making process of travellers. The Welcome Hotels as a Swiss business hotel chain have to deal with those developments. For knowing the needs and preferences of their guests and adapting the service performance to them, the aim of this thesis is to analyse the gaps between the performance of the Welcome Hotels and the trends and expectations of today. To fill those gaps, a customer relationship concept has been developed as a systematic approach for creating and maintaining valuable relationships with business and leisure guests, broadening the customer base and gaining more satisfied, loyal and returning customers for the Welcome Hotel chain.

## **Book Now!**

# **Optimizing Website Sales in the Tourism Industry, the Case of Hotel Castell, Zuoz**

<b>Graduate</b>	<b>Nadine Gantner</b>
<b>Advisor</b>	<b>Dr. Dominique Roland Gerber</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Ladina Tarnuzzer</b>
<b>Principal</b>	<b>Hotel Castell, Zuoz</b>

Among the many things we nowadays carry out online is also the planning and booking of vacations. Online booking in the tourism industry has therefore become a considerable trend in the last few years. However, along with this enormous growth also came huge pressure on hotels. Especially online travel agencies are constantly affecting hotel margins by charging commissions of up to 15% for every room booked over their website. In this context, this thesis is settled. Hotels need to optimize their websites in order to adapt to the changed booking behaviour of consumers, as well as to compete with online travel agencies.

Working with the case of Hotel Castell in Zuoz, this paper therefore aims at finding the main problems on their website, as well as at recommending measures in order to optimize it and to increase sales over their website. The methods applied were a usability testing with an integrated eye-tracking test, as well as a subsequent interview. Inputs from the literature and the feedback from the testings then lead to the formulation of the main recommendations for Hotel Castell.

# **Arab and Russian Guests in the Swiss Luxury Hotel Industry**

## **An analysis of cultural behaviour patterns, guest's expectations and trends for the Grand Resort Bad Ragaz in order to provide cultural-based services**

<b>Graduate</b>	<b>Stephanie Gassner</b>
<b>Advisor</b>	<b>Norbert Hörburger</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Edith Kohler</b>
<b>Principal</b>	<b>Grand Resort Bad Ragaz, Bad Ragaz</b>

In Switzerland, the number of arrivals from the Gulf States and from Russia has steadily grown over the last few years, and so has the number of overnight stays in Swiss hotels. Hence, especially a luxury hotel is well advised to adapt to the cultural characteristics of these high-spending guests and to train its employees in terms of cultural awareness.

This thesis analyses the cultural behaviour patterns of Arab and Russian guests, what expectations they have towards a Swiss luxury hotel and possible trends. For this purpose, literature is consulted and supplemented with desktop research. Moreover, an employee survey is conducted to evaluate the current cultural knowledge, while expert interviews serve to draw expectations and trends.

A newly structured cultural training helps the employees to acquire and maintain cultural knowledge and skills. Further recommendations are made to provide cultural-based services in order to meet the guest's expectations and to adapt quickly to trends.

# **Development of a marketing and sales consultancy for the hospitality industry**

## **Analysis of the client's requirements, the market environment and creation of a business model**

Graduate	Céline Germann
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Nicoletta Müller
Principal	None (self-employed)

The hotel market in Switzerland is characterized by strong competition. Individual hotels need a good marketing and sales strategy in order to compete in the market. Professional support through external consulting might be the key to success in today's complex market environment of the hospitality industry. The aim of this bachelor thesis is therefore to develop a business model for a marketing and sales hotel consultancy. The former hotel director Ms. Nicoletta Müller will start this business in autumn of the year 2014.

In a first step, a literature review is carried out as a basis, followed by a needs analysis with different hotels about their requirements for marketing and sales assistance. Furthermore, the market environment for the planned consultancy is assessed by means of expert interviews. On the basis of the literature review as well as these analyses, the business model for this consultancy is developed and described. Thereby, the Business Model Canvas is applied, which is a tool for developing a business model. Finally, recommendations for Ms. Müller are derived from the findings.

# **A study into the ways of increasing popularity of Berne as a tourist destination amongst population in India**

**Graduate  
Advisor  
Co-Advisor  
Principal**

**Sundus Gohar  
Barbara Haller Rumpf  
Michael P. Keller  
Berne Tourism, Berne**

International tourism has turned into a multi-billion business, however its potential is far from being fully utilised. Tourism offers substantial benefits for destinations from financial perspective and benefits to tourists include better work-life balance and increasing level of cross-cultural awareness. This thesis attempts to research ways of attracting more tourists from India to Berne. This attempt is realised via finding about unique aspects of consumer behaviour in India's tourism industry, identifying factors that impact the numbers of Indian tourists who visit Berne and determining barriers for people in India to visit Berne for tourism purposes. Various aspects of the topic of tourism has been already addressed by a numbers of authors, but the level of attractiveness of Berne as a tourism destination for tourists from India was not analysed up to date, therefore this research eliminates this gap in the literature. Questionnaire form of survey on Survey Monkey platform to be answered by sample group members in India is selected as the most appropriate primary data collection method for this research.

## **Health Management in the Hospitality Industry Development of a health management concept for the Inter-Continental Davos**

**Graduate  
Advisor  
Co-Advisor  
Principal**

**Simona Gujan  
Prof. Dr. Sylvia Manchen  
Sabrina Westphälinger  
InterContinental Davos**

In hotels, qualified and happy staff is the key factor to success. Mobbing, stress, bad motivation, inefficient workflow, difficult clients and high pressure on the quality of the workforce influence the health of the labor. Therefore workplace health management plays more and more a vital part in today's companies.

This bachelor thesis aims to develop recommendations for a workplace health management concept for the InterContinental Davos. A case study including a questionnaire with the employees and an expert interview is carried out to find out the needs of the employees and to gain information from an expert. The thesis is completed with a document analysis about the initial situation of the hotel and the literature review which is based on the topics hospitality industry, health and disease and workplace health management.

# **Development of a Marketing-Concept for the Hostelleria-A-Vejo-Project in Linescio (TI)**

## **Derivation of marketing measures for a nature-oriented vacation experience according to a market segmentation and in consideration of a social responsible pricing**

Graduate	Patrick Hagmann
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Hubertus Hollenweger
Principal	Fondazione Rivivere, Linescio

The hospitality market is becoming more competitive every year. New market entries lead to a highly dynamic market where well thought-out concepts and differentiations are of major importance. Furthermore customers become more demanding and targeting the right segments is essential for a harbourage's success, especially off the beaten tracks in a natural environment.

This Bachelor Thesis aims to identify the right targets, to address them cost-efficiently and to focus on a unique, personal and individual customer experience at the Hostelleria-a-Vejo. In order to do so, a marketing concept was developed based on in-depth analysis and expert interviews. In addition the aims and wishes of the foundation Rivivere have been taken into account such as including a social pricing approach and making the local culture and traditions more tangible for the guests. It is not the Hostelleria's aim to generate a maximum profit but to create a self-sustainable, authentic holiday offer with a familiar flair and the ability to generate returning guests.

# Franchise Concept for Foxtrail

## Franchising as an expansionary strategy applied to the company Foxtrail

Graduate	Camille Härdi
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Christoph Wiederkehr
Principal	Swisscovery Gmbh, Foxtrail, Luzern

Today, franchising is known to be an ideal method for marketing and distributing goods and services rapidly. In fact, many companies franchise in order to reach new markets and expand internationally. This is also the intention of a successful company called Foxtrail, which provides unique scavenger hunts in Switzerland and is planning an expansion to a foreign country.

This bachelor thesis reveals crucial aspects of franchising, which are indispensable for establishing a franchise system. Amongst others, the responsibilities, rights and obligations of the franchisor and the franchisee, the support services, quality assurance, the assigned market area, such as legal and financial aspects are explicitly discussed.

Moreover, this paper relates these elements to Foxtrail, making specific suggestions on how Foxtrail can make use of the franchise model and what must be considered for its future implementation. For that matter, this bachelor thesis can be seen as a useful guide to Foxtrail, facilitating the realization of a franchise system.



# **Challenges of possible future temperature and snow level change to an alpine tourism destination**

## **A profitability analysis of Toggenburg's cable car companies**

<b>Graduate</b>	<b>Stefan Hensch</b>
<b>Advisor</b>	<b>Stephanie Nabitz</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Sonja Fuchs</b>
<b>Principal</b>	<b>Toggenburg Tourismus, Wildhaus</b>

Climate change will influence significantly Swiss mountain tourism in the future. This thesis analyzes possible impacts of climate change on the Swiss mountain tourism region Toggenburg. Particularly, it looks at how warmer temperatures and lower level of snow cover influence on the length of winter season. Furthermore, it is evaluated, how the two cable car companies, Toggenburg Bergbahnen AG and Bergbahnen Wildhaus AG, can adjust to this evolution. The final goal is to provide useful strategies to counter the negative influences of climate change.

In the past, various studies on the topic climate change and its influences on mountain tourism have been conducted. However, little research has been done to determine impacts of temperature increase and reduced snow cover level on one single destination. This work shall contribute to fill this gap. In addition to the analysis of existing scientific literature, expert interviews have been conducted to complete the thesis.

## **From Refusal to Cooperation**

### **How Cosmopolitan Tourism can enrich Interlaken**

<b>Graduate</b>	<b>Patrizia Hofstetter</b>
<b>Advisor</b>	<b>Eric Dieth</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Stefan Otz</b>
<b>Principal</b>	<b>Interlaken Tourismus</b>

In the last years Interlaken has changed a lot. Interlaken Tourism started focusing on emerging markets such as China, India as well as the United Arab Emirates. The adaption to the new markets and the fast growth of group tourism led to a new villagescape.

The upcoming mass tourism, the exotic guests and the alteration of the village bothers many locals. The goal of this thesis is to find out whether the reason of this resentment really lies in the tourism itself or if there is another reason behind.

Therefore several interviews with locals are conducted and analysed against the backdrop of the theory which explains how identities are constructed in order to keep the control and how actual developments can lead to a loss of control. Finally, recommendations are given on how to overcome the dissatisfaction of the population and establish an environment of cooperation.

# **Research on potential new subtopics in the area of health & relaxation in the markets Switzerland, Germany, Belgium, the Netherlands and Luxembourg**

<b>Graduate</b>	<b>Marianne Holdener</b>
<b>Advisor</b>	<b>Dr. Lutz E.Schlange</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Fabian Weidmann</b>
<b>Principal</b>	<b>Graubünden Ferien, Chur</b>

Health tourism is one of the fastest growing forms of domestic and international tourism. Key drivers include new demand and new needs due to general developments such as the ageing population. It is a Destination Management Organisation's task among other things to constantly review this demand and where appropriate identify new markets and develop new products. This Bachelor thesis identifies new potential sub-topics in the area of health and relaxation in the markets of Switzerland, Germany, Belgium, the Netherlands and Luxembourg that could be promoted by the regional Destination Management Organisation, Graubünden Ferien. The thesis goes on to outline differences between the markets and makes recommendations for Graubünden Ferien as to how this demand might be met. In order to achieve the research aims, this research project was carried out in a step-wise fashion. These steps were: framing, scanning, forecasting, visioning, acting and planning. Primary and secondary data has been taken into consideration. Search traffic data from Google was also used in achieving the research aims.

# **Restaurant Day Zürich**

## **User Generated Events – Lösungsvorschläge zur Einführung des Restaurant Days in Zürich**

<b>Graduate</b>	<b>Sandra Huber</b>
<b>Advisor</b>	<b>Roland Köppel</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Georg Twerenbold</b>
<b>Principal</b>	<b>t'nt-events, Zürich</b>

Die Eventbranche befindet sich in einem Wandel von eventzentrierten zu teilnehmerzentrierten Veranstaltungen. Die Veränderung der Kommunikation durch digitale Medien sowie die ausgeprägte Individualisierung der Gesellschaft sind zwei wichtige Aspekte die zu diesem Wandel führten. Entlang dieser Entwicklung entstand das Phänomen der User Generated Events, eine Veranstaltungsform, bei der die Teilnehmer das Format des Events mitbestimmen. Der Restaurant Day als internationales Foodfestival, bei welchem jeder für einen Tag sein eigenes Restaurant, Café oder Bar führen kann, gehört zu dieser Gruppe der User Generated Events. Obwohl international erfolgreich, hat der Restaurant Day die Implementierung in der Schweiz nicht geschafft.

Das Ziel dieser Bachelorthesis ist es, einen Weg zu finden, wie der Restaurant Day in Zürich, als Ausgangspunkt für die Schweiz, dauerhaft eingeführt werden kann. Dazu wurden vorhandene Daten analysiert und eine Diskussionsrunde mit Experten aus der Branche geführt. Zum Schluss der Thesis werden zwei Lösungsvorschläge präsentiert.

## **Analysis of Customer Satisfaction in Terms of the Expected and Actually Perceived Services of the Tour Operator Kontiki**

### **A study of different ways to meet customer's expectations**

<b>Graduate</b>	<b>Carole Husi</b>
<b>Advisor</b>	<b>Dr. David Ermen</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Birgit Ohlin/Silvia Greve</b>
<b>Principal</b>	<b>Kontiki Reisen, Baden</b>

Customer satisfaction has nowadays become an essential term in the highly competitive market. In the service industry, especially in the tourism sector, companies need to keep their customers loyal through customer satisfaction. Closely related to satisfaction are thereby the aspects of the term service quality. Service quality counts as one way to differentiate a company from competitors and suits therefore as a Unique Selling Proposition and is inevitable for the success of a company.

This Bachelor thesis highlights the importance of service quality in relation with customer expectations and satisfaction by analysing the tour operator Kontiki Reisen. It further illustrates shortfalls and deficits between the expectations and the actual perceived services and proposes strategies to reduce these gaps. Information was thereby gathered from different sources within a literature review and from a customer survey with selected customers of Kontiki within a quantitative research approach.

# **Analysis of the needs of Gay Tourists in North America Collaborations with Gay Travel Agents in the USA and Canada**

<b>Graduate</b>	<b>Nina Iorlano</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Dr. Sylvia Manchen-Spörri</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>René Böhlen</b>
<b>Principal</b>	<b>Pink Alpine, Bern</b>

Gay Tourism is a growing niche market in the tourism industry. Pink Alpine, a Swiss tour operator supplying gay outdoor sports in Switzerland wants to attract more international clients, especially from English speaking countries. Therefore, Pink Alpine aims to find suitable gay travel companies who are willing to collaborate and offer their products corporately. To reach this goal, this thesis elaborates the needs and travel behaviours of gay travellers in the USA as well as Canada, which serves as a basis for Pink Alpine to reach out to gay tourists in North America and possibly adapt their products to satisfy the needs of foreign gay clients. In order to obtain valuable information about the behaviour of gay travellers from the USA and Canada, the thesis is based on a broad literature review as well as on conducted expert interviews with representatives from North American travel agencies. With the help of this methodology, recommendations are given on how Pink Alpine can approach American travel agencies for potential business partnerships.

# **Perception and Significance of the Townscape in the Alpine Destinations of Grison**

## **Analysis of the regional Townscape Attributes of Grison from the perspective of Generation Y**

Graduate	Krisztina Jambor
Advisor	Paul Ruschetti
Co-Advisor	Fabian Weidmann
Principal	Graubünden Ferien, Chur

Tourism industry has become highly competitive in the global marketplace. Hence, it is necessary that a destination has professional managerial support. Graubünden Ferien is the destination management organisation of the Swiss canton of Grison. Positioning the destination adequately and taking special care of the tourists' feedback are the keys to success. Hence, in conjunction with the Research Institute of HTW Chur a semi-annual guest survey is conducted in the region. A remarkable finding was that while landscape achieved the highest satisfaction level among the tourists, townscape received an insufficient rate. Thus, it is crucial to have an in-depth analysis about this particular issue.

Present Bachelor Thesis has two main research focus areas. Firstly, based on a thorough literature review the brand equity of the destination of Grison is measured in order to facilitate managerial decisions concerning the positioning of the destination. Secondly, the regional architecture styles are identified and allocated to a spectrum and it is analysed how each building styles in the spectrum are perceived by Generation Y tourists. Based on the findings of the online survey and expert interview key recommendations for Graubünden Ferien are provided.

# **Suggestion for a multilingual website**

## **Optimal combination of language and content**

Graduate	Corinne Jucker
Advisor	Dr. Jan Mosedale
Co-Advisor	Pascal Gebert
Principal	Zermatt Tourismus, Zermatt

The Internet has changed the tourism industry dramatically; tourists from all over the world plan and book their stay online, which makes the website of a Destination Marketing Organisation (DMO) to an essential marketing tool.

Being aware of this, Zermatt Tourismus has recently introduced a new, innovative website. Since international tourists create approximately 60% of Zermatt's overnights, website language is an aspect worth to pay special attention to.

The aim of this Bachelor's Thesis is to recommend which languages make sense to insert on the new website. Additionally, intercultural travel and booking behaviour is analysed in order to figure out whether it is advisable to set up various, target-market tailored contents and if so, what information should be included.

In order to meet these aims and objectives, quantitative data in form of an online survey, as well as qualitative data are collected.

# **Using an online contact platform as market communication tool**

## **Advancement of the B2B-online contact platform for bridging SuisseEMEX- exhibitors and visitors**

Graduate	Michelle Kälin
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Ewa Ming
Principal	EMEX Management GmbH, Zurich

Trade shows have always been an important tool to acquire new customers and to conclude business deals. By integrating new media and Internet-based features fairs remain an attractive communication tool for companies in today's business world. The external partner of this thesis, SuisseEMEX, kept up with the time by integrating several social media tools as well as the online contact platform «Meet & Match».

This Bachelor thesis examines the efficiency of SuisseEMEX's online contact platform and gives suggestions for improvement. In addition, it assesses the value visitors and exhibitors receive from the provision of a trade fair-supporting tool.

In order to figure out what can be improved on the platform, a benchmark analysis, surveys with visitors and exhibitors as well as two interviews have been carried out. Based on the findings in the analysis part, an action plan was developed with recommendations for the advancement of the online contact platform.

# **Analysis of customer's expectations of services during the pre-booking phase and development of possible measures to improve the booking ration and service quality of Kontiki Reisen.**

Graduate	Annija Karklina
Advisor	Dr. David Ermen
Co-Advisor	Bruno Bisig
Principal	Kontiki Reisen AG, Baden

The key success factor of service companies is the quality of services delivered. However, every customer perceives the service quality differently based on expectations built beforehand. The aim of this Bachelor Thesis is to develop measures to improve the service quality and booking ration of Kontiki Reisen AG by analysing the existing and potential customer's perceived service quality gaps. The focus has been set on the quality of services of the pre-booking phase to determine what insufficiencies customers perceive, hence do not book their trip via Kontiki Reisen AG. The literature review reflects the characteristics of service, its quality and the SERVQUAL Model which is used as a basis for the survey. The survey data has been analysed according to the five dimensions of the model, individual gaps of each dimension are identified and the possible reasons for occurrence of the gaps interpreted. Finally, with the insights from the literature review and the analysed data from the surveys, the recommendations for narrowing the gaps, thus improving the service quality are outlined.

# Evaluation of adequate distribution channels for a chalet-resort

## The case of the PRIVÀ Alpine Lodge Lenzerheide

Graduate	Pia Kautz
Advisor	Marco Hartmann
Co-Advisor	Marc Held
Principal	PRIVÀ Alpine Lodge Lenzerheide

When the PRIVÀ Lodge was opened last December, an innovative accommodation concept has been launched on the Swiss market. To be exact, in this chalet resort the guest has the possibility to choose between a self-caterer stay in a fully-equipped holiday apartment or to enjoy all conveniences of a 4-star hotel.

One purpose of this Bachelor Thesis is to figure out which target groups have a particular affinity for alpine holidays during summer since one can only choose appropriate distribution channels and partners if a clear target group is known. Therefore, firstly a detailed target group analysis is conducted by applying different approaches. Furthermore, suitable distribution channels are investigated with the help of expert interviews and a benchmark analysis with similar resorts in Austria. In addition to that, the author investigates the current situation of the summer season in the Swiss Alps. Finally, recommendations for the PRIVÀ Alpine Lodge Lenzerheide are deduced from the findings.

# Optimising Sports Sponsorship on Social Media Platforms

## The Case of Helvetia Insurance, Switzerland

Graduate	Stefan Keel
Advisor	Alexander Fritsch
Co-Advisor	Thomas Nüesch
Principal	Helvetia Insurance, St. Gallen

Companies using sponsorship as a marketing tool can utilise social media platforms to enhance their activities. Furthermore, athletes benefit from these channels due to the possibility of marketing themselves and satisfying their sponsors. However, the integration of sports sponsorship on social media platforms does still have space for optimisation. Due to the fact that literature with the topic of social media is already outdated when published, the thesis is based on recent studies in the field of social media and the benchmarking analysis within this thesis. This bachelor thesis aims to compare various aspects of sports sponsorship from the side of the sponsor and the athletes. What is more, it provides brand-new social media platform measurement tools that assess specific criteria for the evaluation of sponsorship related topics. Additionally, it highlights the best practices of benchmarks in the activation of sports sponsorship on their social media platforms. Finally, general recommendations as well as specific suggestions for the optimisation of sponsorship on social media platforms are provided for Helvetia.



# **Benefit program proposal for the Andermatt Swiss Alps' property owners**

## **Analysis of loyalty programs and concept proposal for the property owners of the Andermatt Swiss Alps Resort**

<b>Graduate</b>	<b>Sébastien Kehlstadt</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Aurelia Kogler</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Nicole Zenklusen</b>
<b>Principal</b>	<b>Andermatt Swiss Alps, Altdorf (UR)</b>

The Andermatt Swiss Alps Resort (ASA) is one of the most remarkable tourist projects in Switzerland and is currently being developed. Out of the 500 planned apartments, up to 150 have been built and are almost sold out.

The aim of this research is to establish an attractive owner program in form of an owner card. The owners shall receive exclusive benefits that are otherwise not purchasable making their investment at ASA to a great extent valuable, recommendable and enjoyable. Through this, they shall receive various incentives resulting in a higher frequency of visits, higher amount of money spent and a participation in the rental-program.

The literature review about Customer Relationship Management is complemented by an analysis of property owners, a situation analysis of the current owner card and identifications of best practices in Resorts with similar business models. Based on the findings, a concept was developed resulting in a proposal for a potential strategy for the Andermatt Swiss Alps.

# **Freiwillige Helfer am Open Air Lumnezia**

## **Optimierung der Leistungen der Volunteers**

<b>Graduate</b>	<b>Cornelia Keller</b>
<b>Advisor</b>	<b>Dr. Heinrich Bischoff</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Norbert Cavegn</b>
<b>Principal</b>	<b>Open Air Lumnezia AG, Vella</b>

Freiwillige Helfer stellen an Open Airs einen wesentlichen Teil der Mitarbeitenden dar. Veranstaltungen wie das Open Air Lumnezia wären ohne deren unentgeltliche Mitarbeit nicht realisierbar. Aus diesem Grund wird untersucht, wie die Leistungen der Volunteers optimiert werden können, damit die Arbeitsprozesse möglichst effizient und effektiv vonstattengehen. Ziel der Thesis ist es, zu erforschen, wie die freiwilligen Helfer motiviert werden können, damit sie optimale Leistungen erbringen. Um die Forschungsfragen zu beantworten, wurden die Primärdaten anhand von Experteninterviews und durch eine wissenschaftliche Beobachtung erhoben. Diese Daten wurden analysiert und mit den Erkenntnissen der Fachliteratur verglichen, um Empfehlungen für das Open Air Lumnezia zu erarbeiten. Der Nutzen der wissenschaftlichen Arbeit besteht darin, dass für das Open Air Lumnezia konkrete Verbesserungsvorschläge bezüglich der Freiwilligenarbeit unterbreitet werden, die zukünftig von der Organisation in die Praxis umgesetzt werden können.

# **Effectiveness of intercultural trainings for Cabin Crew Members.**

## **An analysis with Swiss Aviation Training Ltd.**

<b>Graduate</b>	<b>Ricarda Keller</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Dr. Sylvia Manchen Spörri</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Christian Fridell</b>
<b>Principal</b>	<b>Swiss Aviation Training Ltd., Kloten</b>

In a customer's evaluation of a service provider the employees play a crucial role but nowadays face-to-face contact is, among others due to cost pressure, reduced. As a consequence, service encounters become de facto the moments of truth.

In the airline industry, the main point of contact takes place between the passenger and the Cabin Crew. Not always easy per se, this interaction is even more complicated by the different cultural backgrounds of the customers. Therefore, the Flight Attendants need to be aware of this fact and need to have the ability to act accordingly. For this purpose, Swiss Aviation Training Ltd. provides intercultural trainings for Cabin Crew Members.

This Bachelor Thesis highlights the theoretical background of intercultural competences and trainings and examines the existing training by using various methods. These are an observation by the author, a survey prior and after the training and an interview. Using this and the literature review as a basis, recommendations are provided.

# Arab Tourists in Switzerland - Cultural Differences and Improvement of Service Provision

Graduate	Elena Koch
Advisor	Dr. Jan Mosedale
Co-Advisor	Dorothea Karl
Principal	Switzerland Travel Centre, Zurich

The significance of culture has been widely recognized in the tourism industry and discussed thoroughly in literature. Tourism is becoming more international and the tourism industry is facing higher cultural diversity among tourists. This is applicable to Switzerland where tourism is one of the most important sectors of the economy. This bachelor thesis takes a specific look at the Arab tourists in Switzerland. The incoming numbers of tourists from the Arab region has been growing over the past few years. This bachelor thesis emphasizes the importance of the Arab market for Switzerland and aims to describe the cultural differences between Arab tourists and Swiss hosts. Furthermore, it targets to discover whether there is a service gap between the expectations of the Arab tourists and the actual service delivered. Findings from the literature review are supplemented with the results from expert interviews. As a final result, recommendations are made on how Swiss tourism service suppliers can improve their services towards Arab guests based on their cultural background.

# Vergleich von effektiven Instrumenten zur Messung der Qualität im Schweizer Gastgewerbe

## Das Q-Programm im Vergleich mit Online Bewertungsplattformen

Graduate	Sara Kohout
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Chantal Beck
Principal	Schweizer Tourismusverband, Bern

Der Schweizer Tourismusverband (STV) koordiniert ein Qualitätsprogramm, in dem verschiedene Betriebe des Schweizer Gastgewerbes mit einem Qualitäts-Gütesiegel ausgezeichnet werden. Um die Betriebe mit dem entsprechenden Gütesiegel auszuzeichnen, muss zuerst die Qualität des jeweiligen Betriebes anhand verschiedener Instrumente ermittelt werden. Zu den programminternen Messinstrumenten gehören Mystery-Checks und Gästebefragungen.

Häufig sind Abweichungen in der Hotelqualitätsbewertung der programminternen Messinstrumente des STVs im Vergleich zu Online-Bewertungen zu verzeichnen. Der STV ist an einem Vergleich zwischen seinen betriebsexternen Messinstrumenten und Rezensionen auf Online Bewertungsplattformen interessiert.

Die Bachelor-Thesis liefert die Ergebnisse für den Vergleich, zeigt Korrelationen und Abweichungen in der Qualitätsbewertung auf und erklärt worin mögliche Ursachen für das jeweilige Bewertungsverhalten der Gäste und der Mystery Person vorliegen. Ein Lösungsvorschlag zur effizienten Ermittlung der Qualität im Gastgewerbe wird aufgezeigt und es werden Gründe für künftige Anpassungen an den Instrumenten aufgrund der wachsenden Dimension des «Internet of Things» genannt.

# **Guest Satisfaction Analysis for the PRIVÀ Alpine Lodge**

## **A mixed method approach including an Importance-Performance Analysis and qualitative guest feedback.**

<b>Graduate</b>	<b>Yannick Kramm</b>
<b>Advisor</b>	<b>Marco Hartmann</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Marc Held</b>
<b>Principal</b>	<b>PRIVÀ Alpine Lodge AG, Lenzerheide</b>

Guest satisfaction is supposed to be a key element in the hospitality industry. Literature indicates that satisfaction is achieved if the expectations prior to the stay are on the same level as the actual perceived performance. This means in other words that it is of greatest importance to raise the right expectations.

The newly opened PRIVÀ Alpine Lodge has developed a rather new business model in Switzerland. It rents apartments on a weekly base, with additional bookable services such as an internal restaurant, a ski school and a sports shop.

This bachelor thesis goal is to find out whether the Lodge achieves to match guests expectations, which players of the Lodge need to improve performance, and finally which attributes within the Lodge are perceived to be on a high, respectively on a low level. In order to answer these questions an Importance-Performance Analysis was developed to measure guest satisfaction and supplemented with qualitative guest feedback. This IBT concludes with 24 recommendations for the PRIVÀ Alpine Lodge.

# **Yield Management within the cable car industry**

## **Identifying the customer perspective about dynamic pricing for the Engadin St. Moritz Mountains AG.**

<b>Graduate</b>	<b>Sebastian Kuchler</b>
<b>Advisor</b>	<b>Domenico Bergamin</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Dieter Bogner</b>
<b>Principal</b>	<b>Engadin St. Moritz Mountains AG, St. Moritz</b>

Yield management has been applied by several enterprises within the service industry. Most airlines and city hotels use dynamic pricing systems successfully and other sectors introduce yield management excessively. Only the cable car industry does not dare to apply new pricing schemes and enter new waters. This thesis aims to identify potential pricing applications and strategies for the Engadin St. Moritz Mountains Corporation in order to maximize on the hand the profits and on the other hand the customer satisfaction. Primary data is collected through industry expert interviews and a customer survey in the skiing area. This data is used to identify the possibilities of yield management for a cable car company and the customer perspective about variable prices. The mixed research method helps to provide a general and broad perspective about the topic and to make explicit and customer-focused recommendations for the principal.

# **Naturnahe Produktentwicklung im Tourismus**

## **Programmgestaltung für Unternehmensausflüge ins UNESCO-Welterbe Tektonikarena Sardona**

<b>Graduate</b>	<b>Hannes Küttel</b>
<b>Advisor</b>	<b>Dr. Frieder Voll</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Harry Keel</b>
<b>Principal</b>	<b>IG UNESCO-Welterbe Tektonikarena Sardona, Sargans</b>

Tourismus und Schutz der Natur mögen für viele auf den ersten Blick Begriffe sein, welche nur schwer zu vereinen sind. Doch genau diesen Spagat zwischen Nutzung und Schutz der Natur gilt es im UNESCO-Welterbe Tektonikarena Sardona zu meistern. Nur durch das direkte Erlebnis des Welterbes können dessen aussergewöhnliche universelle Werte vermittelt werden. Daher soll in dieser Arbeit ein buchbares Pauschalangebot entwickelt werden, welches Unternehmen ein solches Erlebnis ermöglicht. Die Ansprüche an dieses Produkt werden in verschiedenen Schritten sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite erhoben, um diese nachfolgend in einem speziell für diese Arbeit entwickelten Produktentwicklungsverfahren anzuwenden. Dazu wurden, nebst der Erforschung des Begriffs «naturnaher Tourismus» mittels Literaturrecherche, eine Online-Umfrage zu den Erwartungen der potentiellen Gäste an einen Unternehmensausflug und ein Experteninterview mit einem Vertreter der Firmeneventbranche durchgeführt. Die daraus resultierenden relevanten Daten flossen in den Produktentwicklungsprozess mit ein.

## **Marketingkonzept für die Sportbahnen Vals AG**

<b>Graduate</b>	<b>Robin Landolt</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Dr. Lutz Schlange</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Manuel Aeschbacher</b>
<b>Principal</b>	<b>Sportbahnen Vals AG, Vals</b>

Das kleine Valser Winter- und Sommersportgebiet Vals3000 reicht von 1'250 bis auf knapp 3'000 Meter. Es wird von den Sportbahnen Vals AG betrieben. Bisher existiert für die Unternehmung noch kein eigenes Marketingkonzept. Nachdem im Jahr 2012 der gesamte Verwaltungsrat zurückgetreten ist, hat der neue Verwaltungsrat durch die Erstellung einer neuen Strategie eine neue Stossrichtung definiert. Ziel der Arbeit ist es ein neues Marketingkonzept zu erstellen, welches die bestehende Unternehmensstrategie berücksichtigt. Der Analyseteil untersucht das eigene Angebot auf Stärken und Schwächen sowie die externen Faktoren Markt, Konkurrenz und Unternehmensumwelt auf mögliche Chancen und Risiken. Daraus werden Marketingziele- und Strategien abgeleitet, welche im erweiterten Marketingmix (7 P's) konkret umgesetzt werden. Abgerundet wird die Arbeit durch das Marketingbudget, die Umsetzung sowie das Controlling.

# **Effects of Hotel Reviews and Ratings on Pricing Strategy Implications for the Swiss Hospitality Industry**

Graduate	Melanie Lüthi
Advisor	Alexander Fritsch
Co-Advisor	Sven Häberlin
Principal	Tourismusconsult GmbH

Emerged with the development of the Internet, online reviews and ratings have become increasingly important for various industries, including the hospitality industry.

It is the aim of this thesis to proof the rising importance of online reputation management (ORM) for hotels. Additionally, it is the ambition to clarify whether Swiss hotels tap the full potential yet. Using this as a basis, practical recommendations are provided.

Therefore, this thesis firstly examines the theoretical background of reviews and ratings by investigating their evolution, the consumer-decision making process and introducing the topic of ORM. Secondly, it is looked at pricing strategies of hotels and the effects of ORM on lodging performance as detected by former studies.

The literature review is complemented by a data analysis that compares and contrasts the performance of hotels in Bern and Arosa in this context. In addition to this, interviews with two industry experts were hold.

## **Influence of tourists on the Designer Outlet Landquart and possible improvements**

### **An analysis of the Designer Outlet Landquart in general and an insight in the target group «tourists»**

Graduate	Debora Mathis
Advisor	Walter Burk
Co-Advisor	Claudio Poltera
Principal	Designer Outlet Landquart, Landquart

Shopping has gained an increasing importance for tourism and most visitors expect shopping opportunities while they travel. Therefore, shopping is recognized as an important part of the available tourist experience and a profound understanding of this target group is needed in order to increase the quality of the shopping offer as a whole.

This Bachelor thesis focuses on the business model of Designer Outlets in general and specifically on the Designer Outlet Landquart and how it can attract more tourists. Various literature about Designer Outlets and the relationship between shopping and tourism exist, but this thesis aims to summarize these and to give specific recommendations for the Designer Outlet Landquart. The literature review is supplemented by interviews and a survey, which was conducted in four different tourism destinations in the Canton of Grisons. Furthermore, a benchmark and SWOT analysis is included in order to position the Designer Outlet Landquart and to establish strategies.

# **EuroAirport Advantages Program**

## **Opportunities and benefits of a value oriented loyalty program applied to the airport business**

<b>Graduate</b>	<b>Thalissa Maurer</b>
<b>Advisor</b>	<b>Dr. Andreas Wittmer</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Sergej Bucciolini</b>
<b>Principal</b>	<b>Flughafen Basel-Mulhouse, Basel</b>

Whereas loyalty programs as a marketing tool in retail sectors or the airline business are quite established, they are still a nascent market in the airport industry. Since the 'commercialization of the airport industry' in the 1970s and 1980s, the airport business became much more competitive, what forced the airports to work on their attractiveness, to differentiate themselves by meeting the needs of passengers better than their competitors. The implementation of a value oriented loyalty program at airports is thereby an emerging possibility for getting more customer-centric.

This bachelor thesis explains the concept of a value oriented loyalty program, analysis already existing airport loyalty programs and investigates the feasibility of adapting best practices to the EuroAirport in Basel. Furthermore, the thesis provides general overview information of the development of the airport industry. Finally, a quantitative passenger survey at the EuroAirport supplements the literature review by identifying the most wanted service attributes that could be included in the case of Basel-Mulhouse.

## **Analysis of the Website of AFS Switzerland**

### **Find potential optimizations for AFS Switzerland's website in order to enhance the usability for website visitors**

<b>Graduate</b>	<b>Karin Meier</b>
<b>Advisor</b>	<b>Domenico Bergamin</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Stephan Winiker</b>
<b>Principal</b>	<b>AFS Intercultural Programs Switzerland, Zurich</b>

Nowadays, providing a website for companies is inevitable. The internet is growing and the number of users, too. However, just having a website in order to have one is not the solution. A website should be kept up to date, be user friendly and deliver all relevant information to website visitors.

This Bachelor thesis covers the problem of how the website of AFS Intercultural Programs Switzerland could be enhanced. The usability is focused and potential improvements are searched in order to ensure the information flow. To solve this problem, an online survey with the website visitors is conducted. This is combined with a website analysis including a tracking data analysis and a theoretical adaption of website usability. The combination of the analyses leads to different results. Concrete recommendations should lead to more user friendliness and allow users to find specific information faster. With that improvement it is aimed to raise automatically the number of online applications.



# **Erschliessung neuer Segmente für den Grand Prix Migros Wie das Jugendskirennen durch das Ansprechen neuer Zielgruppen wachsen kann**

<b>Graduate</b>	<b>Michèle Meier</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof., Dr. Lutz Schlange</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Roman Rogenmoser</b>
<b>Principal</b>	<b>Swiss-Ski, Haus des Skisports, Muri bei Bern</b>

Seit 1972 veranstaltet Swiss Ski den Grand Prix, welcher sich seither bestens im Schweizer Skizirkus etabliert hat. Mit jährlich rund 7000 Teilnehmern gilt der heutige Grand Prix Migros als das grösste Jugendskirennen Europas wobei jährlich dreizehn Qualifikationsrennen und jeweils ein Finalrennen am Ende der Saison stattfinden. Dadurch bietet der Grand Prix Migros Nachwuchsskifahrern aus allen Landesteilen und dem näheren Ausland die Möglichkeit, an diesem Breitensportevent teilzunehmen.

Trotz den konstant guten Teilnehmerzahlen strebt Swiss-Ski ein weiteres Wachstum des Events an. In dieser Bachelorarbeit wird untersucht, welche Segmente diejenigen mit dem grössten Wachstumspotenzial sind und wie diese Personengruppen zu einer Teilnahme motiviert werden können. Dafür werden am Ende der Arbeit praxisnahe Verbesserungsvorschläge und Anpassungsvorschläge aufgezeigt, die für den Veranstalter leicht implementier- und umsetzbar sind.

## **Wahrnehmung und Akzeptanz der UNESCO-Welterbestätte Tektonikarena Sardona in der lokalen Bevölkerung Vorschläge zur Stärkung der Regionalen Identität**

<b>Diplomandin</b>	<b>Stephanie Meier</b>
<b>Referent</b>	<b>Frieder Voll</b>
<b>Korreferent</b>	<b>Harry Keel</b>
<b>Auftraggeber</b>	<b>IG UNESCO-Welterbe Tektonikarena Sardona, Sargans</b>

Dem Thema Wahrnehmung und Akzeptanz von Grossschutzgebieten wird seit einigen Jahren eine zunehmende Bedeutung in der Planung, Verwaltung und Gestaltung von Grossschutzgebieten beigemessen. Dieses Thema spielt auch für die UNESCO-Welterbestätte Tektonikarena Sardona eine wichtige Rolle und ist wegweisend für die zukünftige Entwicklung des Welterbegebietes. Ausgehend von der Fragestellung, wie es um die Wahrnehmung und die Akzeptanz der lokalen Bevölkerung lebend im Gebiet der Tektonikarena Sardona steht, werden im Rahmen dieser Thesis Vorschläge zur zukünftigen Stärkung und positiven Entwicklung der regionalen Identität erarbeitet. Nebst einer Literaturrecherche zum Thema Wahrnehmung und Akzeptanz von Grossschutzgebieten, werden Experteninterviews in drei Fokusorten des Welterbegebietes durchgeführt. Abschliessend werden diese Erkenntnisse durch ein Experteninterview mit der UNESCO Biosphäre Entlebuch ergänzt, da dieses Gebiet international anerkannten Modelcharakter, speziell im Bereich der Partizipation und Kooperation, aufweist.

# Entwicklung eines Nachhaltigkeit-Konzeptes für das Weissenstein-Schwinget 2014

Graduate	Sabrina Meister
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthé
Co-Advisor	Michael Guldimann
Principal	Weissenstein-Schwinget

Nachhaltiges Verhalten bekommt einen immer höheren Stellenwert in unserer Gesellschaft. So interessieren sich auch die Organisatoren von verschiedensten Sportevents dafür, wie sie ihre Veranstaltung nachhaltiger durchführen können. Auf internationaler Ebene, wie aber auch auf nationaler Ebene wurden zahlreiche Richtlinien und Empfehlungen ausgearbeitet und Forschung betrieben.

Diese Bachelor Thesis analysiert die Ergebnisse aus der Forschung, sowie die verschiedenen relevanten Empfehlungen und Richtlinien. Unter Beachtung der Werte des traditionsreichen Schwingsportes wird eine geeignete individuelle Form eines Nachhaltigkeit-Konzeptes erarbeitet. Um die Anforderungen und den Umfang des Konzeptes zu verstehen, wurden verschiedene Experteninterviews geführt. Ausserdem wurde eine Umfrage mit den Besuchern von Schwingfesten durchgeführt, um herauszufinden ob Schwingen und Nachhaltigkeit vereinbar ist.

Das Ziel dieser Bachelor Thesis ist es ein Nachhaltigkeit-Konzept für das Weissenstein-Schwinget zu erstellen, welches den Organisatoren einen Leitfaden mit Empfehlungen für eine nachhaltige Durchführung der Veranstaltung gibt.

# **Zusammenarbeit als Chance für eine erfolgreiche Zukunft: Kooperationsvorschläge zur Steigerung der Ersteintritte**

<b>Graduate</b>	<b>Nicolà Michael</b>
<b>Advisor</b>	<b>Roger Walser</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Urs Wohler</b>
<b>Principal</b>	<b>Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)</b>

Bergbahnunternehmungen gelten als Triebkraft innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette von Wintersportdestinationen und sind dadurch von grosser regionalwirtschaftlicher Bedeutung. Gleichzeitig kämpft die Schweizer Seilbahnbranche mit rückläufigen Ersteintritten und den damit verbundenen Verkehrserträgen. Eine mögliche Strategie dieser und weiteren Herausforderungen entgegenzutreten zu können, ist die Implementierung zwischenbetrieblicher Kooperationen. Diese Forschungsarbeit erstellt eine Bestandesaufnahme strategischer Allianzen in verschiedenen Regionen und gibt Gründe die zum Kooperationsentscheid geführt haben wieder. Ergebnisse von Expertenbefragungen zeigen den Nutzen bestehender Kooperationen auf und ermöglichten die Ableitung potentieller Kollaborationsbereiche. Daraus wurden im Endeffekt nutzenstiftende Kooperationsvorschläge zur Steigerung der Ersteintritte entwickelt.

## **How to attract families interested in winter activities to the destination Andermatt? Recommendations for new attractive family offers**

<b>Graduate</b>	<b>Tanja Müller</b>
<b>Advisor</b>	<b>Stephanie Nabitz</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Nicole Zenklusen</b>
<b>Principal</b>	<b>Andermatt Swiss Alps AG, Altdorf</b>

Different projects focusing on families are planned in Andermatt. Therefore, an increasing demand for family offers in the next years will be possible and because of this, a broader range of family-oriented offers are needed. This Bachelor thesis deals with the question on how to attract families interested in winter activities to the destination Andermatt. The main objective of this work is to create a fact sheet in which current family-oriented offers as well as family-friendly hotels and restaurants are listed and to make recommendations for new attractive family offers, which could be implemented and enhance the image and competitiveness of Andermatt as a family holiday destination in winter. Firstly, central aspects of family holidays such as definitions and experiences, needs and desires of the different family members on holiday are outlined. Moreover, an actual state analysis as well as a benchmark study is made. Finally, based on the findings of literature and in-depth interviews with experts, recommendations are made.

# Definition of effective marketing tools for the «Rivella Family Day»

## How to make it a reputable and well-known winter event

Graduate	Miriam Nussbaumer
Advisor	Roland Köppel
Co-Advisor	Adrian Ehrbar
Principal	Rivella AG, Rothrist

Brand events have gained of importance in recent years and for many companies it is already an inherent component of their integrated marketing system. This is also the case for Rivella. The Rivella AG is engaged in numerous sponsoring activities and organizes for many years the skiing event for families, the «Rivella Family Contest». To make a step further into the world of brand events, Rivella decided to launch a new winter event in the, so far, almost untouched area of sledding.

This Bachelor thesis analyses the complex sports event industry and highlights the importance of brand events. However, the main focus of this thesis is set on the ideal marketing for the newly launched event. In order to find out about the best-practice of how to market a brand event, a benchmark analysis with three very reputable and exemplary winter events has been conducted. The arisen findings and the literature review are supplemented by expert interviews in the fields of marketing and brand events. Those three analyses build the basis for an extended SWOT analysis, which then helps to create strategic directions and recommendations for Rivella.

# **Konzept für destinationsübergreifendes Mountainbike-Angebot in Graubünden**

## **Die Ausarbeitung eines in Graubünden funktionierenden Geschäftsmodells für destinationsübergreifende Mountainbike-Angebote mit dem Fokus auf technische, organisatorische und finanzielle Aspekte**

Graduate	Jacqueline Odermatt
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Thomas Giger
Principal	Swiss Sport Publishing GmbH, Davos

Der Mountainbikesport wird in den alpinen Destinationen weiter an Bedeutung gewinnen. Graubünden ist gemäss Umfragen eine bekannte und beliebte Bikeregion mit wunderschönen Trails und guten lokalen Produkten. Was fehlt sind marktorientierte und destinationsübergreifende Mountainbike-Angebote, welche vollumfänglich auf die Bedürfnisse der Biker eingehen.

Diese Thesis erarbeitet Lösungsansätze für die technischen, finanziellen und organisatorischen Herausforderungen von destinationsübergreifenden Mountainbike-Angeboten. Am Beispiel einer destinationsübergreifenden Saisonkarte wird dies untersucht. Durch das Wissen der Literaturrecherche und internationalen Benchmark-Analysen werden drei Geschäftsmodellideen konzipiert. Die qualitativen Interviews dienen der Beurteilung der ausgearbeiteten Konzeptskizzen und identifizieren deren Herausforderungen, Limiten und Vorteile. Die abschliessend präsentierten Lösungsansätze sollen Möglichkeiten aufzeigen, wie die bestehenden Herausforderungen eines gemeinsamen Produktes gemeistert werden können.

# **Analysis of Chinese tourist's travel behaviour while they are travelling with Glacier Express and the correlation with their consumer behaviour**

Graduate	Wai Ting Or
Advisor	Barbara Haller Rupf
Co-Advisor	Reto Rostetter
Principal	Rhaetian Railway, Chur

The significant growth of Chinese tourists visiting Switzerland has brought to the attention of the railway industry. More Chinese are interested in travelling by train instead of by plane within Europe or inside of Switzerland since the costs are relatively lower. Glacier Express, one of the world's most famous scenic trains, has attracted many tourists from all over the world. It is an interesting topic to find out why would Chinese tourists like to take this train. The Bachelor thesis highlights the travel and consumer behaviours of Chinese tourists travelling by the Glacier Express. In addition, it analyses the information search and decision making process based on the findings from the survey that has been distributed in the Glacier Express. Furthermore, various of literature about the abovementioned topic is being reviewed.

The onsite visitor survey gives a profound understanding about travel trends of Chinese tourists. Eventually, several recommendations regarding the survey findings are suggested.

## **Enhancing the «Green» Hotel concept in high Alpine regions at the example of Feldmilla Design Hotel**

### **Analysis of the customer profile, the influencing booking factors and the possible price premiums**

Graduate	Kalina Dimitrova Pencheva
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Ruth Leimegger
Principal	Feldmilla Design Hotel, South Tyrol, Italy

«Going green» and providing environmentally friendly services have been emerging trends within the hotel sector, used as a key differentiator. This can be attributed not only to the rising operational costs of the hoteliers but also to the shift in the guests' perceptions towards the green products and services.

Hence, this Individual Bachelor Thesis provides an in-depth analysis of the main drivers of the guests to stay at a «green» hotel and their willingness to pay price premiums for preserving the environment. In addition, a profile of this segment is developed.

As the «green» hotel concept is a relatively recent phenomenon, there has not been an exorbitant amount of conducted research, yet. As a response, an investigation into this topic has been undertaken, including not only a critical review of the available literature but also a hotel guest survey and expert interviews. Based on the results, practical implications and managerial recommendations for Feldmilla Design Hotel are outlined.

# The Potential of Video Marketing for Swiss Hotels

## YouTube: Must or «Nice to have»?

Graduate	Sandra Rastberger
Advisor	Alexander Fritsch
Co-Advisor	Fabian Weber
Principal	hotelleriesuisse, Bern

The possibilities of online marketing are changing rapidly. Travelers increasingly watch online videos in order to decide which destination to choose, at what accommodation to stay or which activities to do. In a survey conducted by Google about the 2013 traveler, it was stated that in 2013 51% of leisure travelers and 69% of business travelers watched online travel videos. They not only look at travel related videos, but they also create own videos and share them online. In addition, the video sharing platform YouTube has grown to the second largest search engine worldwide.

This Bachelor thesis aims to analyse the potential of video marketing for the Swiss hospitality industry. An insight into the evolution of online and video marketing as well as the significance and applications of video marketing is given. Furthermore, the online platform YouTube is presented and important aspects of a video marketing strategy are outlined. In addition, a study of the video usage of Swiss hotels on YouTube is conducted, the TrueView In-Stream advertisements of Google are tested in collaboration with a hotel and experts are interviewed. Finally, recommendations concerning video marketing for the members of hotelleriesuisse are derived from the findings.

# **Regional destination marketing: developing Valposchiavo's USP – organic agricultural products, gastronomy and retail – evaluation of a concept following the value chain**

## **Development of the marketing concept and testing a draft of label**

<b>Graduate</b>	<b>Lisa Riedel</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Dr. Ulrike Kuhnhehn</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Andi Schmid</b>
<b>Principal</b>	<b>BIO GRISCHUN, Scharans</b>

Valposchiavo is a valley located in the Eastern part of the Swiss Alps. It especially is characterized by an alpine agriculture, which is to a great extent certified organic. Already 80 per cent of all agricultural businesses within Valposchiavo carry the BIO SUISSE «Knospe» label. Furthermore, the high amount of grassland adds to the attractiveness of the region since it conserves the cultural landscape. This is especially interesting for tourism. However, it must be said that these potentials are not fully exploited at the moment.

Thus, ideas for Unique Selling Propositions are put forward by this thesis. These are developed by means of interviews with local producers and restaurateurs. Additionally, questionnaires are distributed to the local population and to tourists visiting the region. Moreover, a draft of label is tested, which represents the standards «Bio SUISSE certified», «regional resources of at least 80 per cent», and «regional added value of at least two-thirds». Finally, a comparison of Valposchiavo and the Bioregion Murau in Austria helps to gain further ideas.



# Development of an event concept for better positioning of the gastronomy of Wildhaus Bergbahnen

## Detailing event planning for a selected key event

Graduate	Larissa Rohner
Advisor	Dr. Alexander Schmidt
Co-Advisor	Jürg Schustereit
Principal	Bergbahnen Wildhaus AG, Wildhaus

The tourism industry is becoming more and more competitive, above all for Swiss skiing destinations. This results in an increasing amount of mergers and cooperations among small skiing resorts. As a result of such a cooperation among cable car companies, the gastronomy of Wildhaus Bergbahnen is now organised under the umbrella brand «Erlebnis Wildhaus». Today, there is still room for improvement when it comes to the positioning of the restaurants. Therefore, the aim of this thesis is to provide the gastronomy of Wildhaus Bergbahnen with an innovative event portfolio which matches the target groups of the two restaurants, strengthens their strategic positioning on the market and generates new and repetitive visits. Besides intensive literature review on destination event marketing for image building, branding as well as stakeholder management, a benchmark analysis among similar mountain restaurants has been conducted in order to better understand the industry and its current event marketing approaches. Based on this benchmark as well as environmental analyses of both restaurants and stakeholders the event portfolio was developed and the main event conceptualised.

# **Futsal in der Schweiz – Aufzeigen von Marktchancen und Marktentwicklungen dieser jungen Sportart.**

Graduate	Lukas Rüedi
Advisor	Dr. Alexander Schmidt
Co-Advisor	Luca Balduzzi
Principal	Schweizerischer Fussballverband, Bern

In der Schweiz ist Futsal eine junge Sportart, welche erst 2006 in den Schweizerischen Fussballverband integriert wurde. Futsal ist der offizielle Hallenfussball der FIFA und zeichnet sich als ein torreiches, dynamisches und faires Spiel aus. Auf die Saison 2012/13 wurde mit der Swiss Futsal Premier League eine neue höchste Liga eingeführt, um gezielt den Futsal weiter zu fördern. Obwohl Futsal mit seinen Eigenschaften für die Vermarktung eine interessante Sportart ist, wurde diese bisher nicht durchgeführt. Das Ziel der Arbeit ist, die Marktchancen von Futsal in der Schweiz am Beispiel der Swiss Futsal Premier League zu analysieren. Dafür wurden Interviews mit Experten aus verschiedenen Bereichen des Futsal sowie eine Marktanalyse betreffend Medienreichweite durchgeführt. Anhand eines Benchmarking mit dem UEFA Futsal Cup werden die Wettbewerbe miteinander verglichen. Schlussendlich wird eine Vermarktung auf Grund der gewonnenen Erkenntnisse diskutiert und Empfehlungen präsentiert.

## **How to attract German women to visit the region St.Gallen Bodensee?**

### **A niche-marketing concept for SGBT focusing on the specific market of German women**

Graduate	Stephanie Rüesch
Advisor	Prof Aurelia Kogler
Co-Advisor	Frank Bumann
Principal	St.Gallen Bodensee Tourism, St.Gallen

Women tend to be decision makers in a household, in particular regarding travel decisions. Therefore, they are an essential and interesting target group for the touristic industry. Besides, Germany is a relevant market for St.Gallen due to the fact that around 20% of all tourists are coming from this bordering country. Hence, attracting female travellers from Germany is a marketing objective for SGBT. The main purpose of this thesis is to provide a profound insight into this new market segment and to develop offers to appeal more German women. Firstly, the market and its values and needs regarding travelling are examined. In addition, a closer look at the supply side is taken. Based on the findings of a profound market research and situation analysis, new offers to attract German women are elaborated. Additionally, recommendations towards a promising communication strategy for the target group are given. The literature review will be complemented with expert interviews and a focus group discussion.

# Improving the reach of potential event target groups for TICKETINO AG by analysing the benefits of online distribution in comparison to other distribution channels

Graduate	Jan Schär
Advisor	Dr. Alexander Schmidt
Co-Advisor	Solange Vogt
Principal	TICKETINO AG, Zürich

The fast technological development in the past decades brought a lot of new business opportunities to innovative firms. Online distribution of products via internet based platforms enjoy a huge success in the market. The same applies for event ticketing that is done via service providers like TICKETINO AG. Ticketing organisations that operate solely online are still very new to the market and seem to show a lot of improvement potential in reaching event audiences and ensuring an easy ticket purchase process. Therefore this thesis will focus on the optimisation in the ticket distribution of events. A qualitative survey will be conducted with several industry players to establish a clear picture of the different ticket distribution channels in the market. On the other hand there will be a quantitative survey carried out with TICKETINO customers that shows preferred channels in the event ticketing process. Based on the theory, expert interviews and the survey, this research paper will draw various conclusions to optimise the online distribution of ticketing services.

## Textilland Ostschweiz- Traditions remodeled Product development focusing on young people

Graduate	Corina Schedler
Advisor	Nicole Greuter
Co-Advisor	Rolf Schmitter
Principal	Textilland Ostschweiz

In a highly competitive industry like tourism, continuously finding new ways of alluring travellers to a region is crucial. Therefore, Textilland Ostschweiz is trying to attract more visitors to Eastern Switzerland by positioning it as a textile region. So far the main focus has not been laid on young people however, it is a fast increasing market and little research on the topic how to create offers focusing on young people in Eastern Switzerland has been done. Therefore, this bachelor thesis undertakes a profound analysis of the target market which is the age cohort of 20 to 35 year old people and investigates in their travel behaviour. Further, views of local designers as well as young people on the topic of touristic products in relation with textiles are examined. The opinions of both primary and secondary research are compared, contrasted and interpreted in order to further develop key characteristics for the product development process. A product and service portfolio with the main ideas, which were developed together with a focused brainstorm group based on the assessed key characteristics, is shown. Finally, recommendations for suitable communication strategies for young people are made.

# **M-Commerce – The Implementation of Apps in the Tourism Industry**

## **Promoting Outdoor Activities with drallo Apps**

<b>Graduate</b>	<b>Barbara Scherer</b>
<b>Advisor</b>	<b>Annika Aebli</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Hansruedi Jörg</b>
<b>Principal</b>	<b>Challenge Earth AG, Zürich</b>

In the last 20 years electronic commerce including mobile commerce grew of importance because of the fast development of modern technology. The excellently developed mobile phone network let the use of mobile devices soaring. To personalise these mobile devices, also the mobile app market experienced a boom.

drallo, a product of Challenge Earth AG, is an online platform to create apps. Providers of tourism and leisure activities can develop their own app to promote their surrounding area. This thesis should contribute to the current knowledge about mobile commerce, apps and the implementation of them into the touristic market. Promotional activities and distribution channels are evaluated to find a best practice method of effective marketing communications for touristic companies. The findings of literature review are complemented by interviews of experts of the touristic sector. Finally, recommendations and suggestions are drawn up for drallo and touristic companies.

## **Expansion of available customer segment based on market position, using the example of the Academy of Hotel Excellence**

<b>Graduate</b>	<b>Andrea Scherrer</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Aurelia Kogler</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Edith Kohler</b>
<b>Principal</b>	<b>Academy of Hotel Excellence, Bad Ragaz</b>

In the ever-increasing competitive market for good manpower it is crucial for companies to encourage and develop own talents regarding leadership to be an attractive employer. Therefore the Academy of Hotel Excellence was founded in 2011 by the Grand Resort Bad Ragaz AG and the HTW Chur. The company provides qualified training and development for employees of high-class hotels. The benefits offered by the academy are manifold: Companies profit from top trained employees and employees can seek an academic career by compiling ECTS-points and activate their career in the hotel- and tourism business. The integration into the Bologna system at this level of education is unique in Switzerland. The academy is supported by an advisory board composed of nine five-star luxury hotels from Switzerland and the SWISS International Airlines. As the academy has grown rapidly over the last years, the market position of the Academy needs to be analysed and new markets/customer segments need to be developed.

# Sponsorship Opportunities for Zürich Flughafen AG

<b>Graduate</b>	<b>Anja Schlumpf</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Jon Andrea Schocher</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Jessica Exner</b>
<b>Principal</b>	<b>Zürich Flughafen AG, Zürich</b>

The international air traffic is constantly increasing since several years. Hence, flying turns into a bulk and enables access to new customer groups. Airports take over the part as infrastructure provider. Moreover, airports have also other functions as the time showed. More and more airports function like companies, which are faced with an increased competition, due to cost pressure. This development also raises issues with various interest groups, as airports do not always have positive impacts. Consequently, the public affair strategy of airports is rather essential.

One tool for assuring a good relationship among interest groups is sponsorship. So far, Zürich Airport AG has only supported local events regarding sponsorship contributions. However, as the airport is known throughout Switzerland and has a big impact on Switzerland's economy, it would be convenient for Zürich Airport AG to extend their sponsorship commitment supra regional. The goal of the IBT is to develop recommendations how Zürich Airport AG could improve their sponsorship engagement and evaluate whether an extension of their sponsorship strategy is convenient. This is done by a benchmark analysis, where several sponsorship concepts of different companies are reviewed.

## Carsharing-offer for business travellers

<b>Graduate</b>	<b>Tabea Schmutz</b>
<b>Advisor</b>	<b>Paul Ruschetti</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Susanne Ulrich</b>
<b>Principal</b>	<b>Mobility Carsharing, Luzern</b>

Nowadays, the streets in cities are jammed with cars, there is not enough parking space and the environment is strained because of the air pollution. There is need for new, alternative concepts regarding the mobility. Carsharing in different forms, is popular and will probably gain even more importance in the future. Especially business travellers need a possibility to get fast access to cars. Mobility Carsharing is well-known and strongly established in Switzerland. Mobility has already different offers for firms, but nothing yet for individual business travellers.

The aim of the paper is to develop a business model for business travellers. This can be business travellers from Switzerland or from other countries. They are in a city for several days and may be in need of a car. The general idea is the placement of a Mobility car in a hotel, where the business traveller is staying. Thus, he has fast and easy access to a car. The various aspects of a business model are covered in the paper. In addition to the development of the business model, several firms and hotels were questioned about the need for such an offer and general interest in partnering with Mobility. The findings show if such an offer has future potential or if there is no need for it.

# **Health Case Management at Swiss International Air Lines Ltd. Managing Return to Work Programs**

<b>Graduate</b>	<b>Jeannine Schneider</b>
<b>Advisor</b>	<b>Dr. Heinrich Bischoff</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Michael Uebersax</b>
<b>Principal</b>	<b>Swiss International Air Lines Ltd. Zurich</b>

Health case management is a procedure where an employee is helped being reintegrated into the company after an illness or an accident. Swiss International Air Lines Ltd. introduced health case management in 2010. It is the company's goal to reintegrate their personnel who cannot pursue the normal job due to physical or psychological reasons. This Bachelor thesis evaluates the current health case management and is looking for ways to improve it. The initial concept has been developed and is now implemented in highly professional ways. To analyse these developments and to find out about opportunities for enhancing the program, interviews were conducted with employees who have participated in the program. External experts were interviewed about the current developments in the field of health case management. All these inputs resulted in recommendations for the further development of the health case management at Swiss International Air Lines Ltd.

## **Analysis of the Customer Journey and its critical Touch Points The Case of Edelweiss Air**

<b>Graduate</b>	<b>Claudia Schuler</b>
<b>Advisor</b>	<b>Dr. Andreas Wittmer</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Moritz Kohler</b>
<b>Principal</b>	<b>Edelweiss Air, Zürich-Flughafen</b>

Due to the fact that the airline industry is a highly competitive market which is currently undergoing a lot of changes, such as technological developments and the entry of low-cost carriers into the market, it is important to differentiate oneself from the competition in order to survive and to be successful. Thereby it is crucial to understand your customers' needs as well as their expectations.

In order to identify the needs and expectations of the customers, this thesis examines the customer journey for Edelweiss Air's customers in detail. The individual steps from the booking through the after-sales processes are examined in order to find out where further service improvements can be made to satisfy the different customer groups of Edelweiss Air. The research is mainly based on a survey, which was conducted with 459 Edelweiss Air passengers at Zurich Airport, but also on literature research. Based on the results of the survey and the literature research, recommendations for Edelweiss Air are deduced.

# How can the transportation processes at large events organized by the Good News Productions AG be optimized?

Graduate	Schuler Stefanie
Advisor	Dr. Frieder Voll
Co-Advisor	Gérard Jenni
Principal	Good News Productions AG, Zürich

The mobility management is considered to be an important success factor of an event, as the visitors' journey is a part of the event and can therefore impact their overall perception of the event.

Hence, this paper is focusing on possibilities for optimization within the mobility management, particularly in the area of public transport as it offers the possibility to handle great masses, at large exceptional events organized by Good News. As the mobility management is becoming more complex with an increase in the size of the event and the number of visitors, the paper is focusing on large events, which do not take place on a regular basis, thus there are no consolidated concepts yet.

Besides the literature research, expert interviews and an observation have been conducted and based on these findings the recommendations for the Good News Productions AG have been developed.

## Customer Communication of Sustainability Topics Information Brochure for Kuoni's customers

Graduate	Sandra Seidel
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthe
Co-Advisor	Matthias Leisinger
Principal	Kuoni Reisen AG, Zürich

Tour operators as major actors in the tourism industry, play a crucial role when making the tourism sector more sustainable. This thesis deals with communicating sustainability topics to customers with the help of an information brochure in order to sensitise them for sustainable travel behaviour. The purpose of this thesis is to determine key elements when designing an information brochure about sustainability topics for travellers, and to recommend Kuoni Reisen AG, how to implement the brochure design.

Literature on sustainability in tourism, sustainability communication and brochure design was reviewed in order to set a theoretical basis for the analysis of existing information brochures and the design of the sample brochure pages, which were a major part of the empirical research. An online survey was conducted in order to gain primary data about interest for sustainability topics in tourism and preferences for layout, pictures and text content with regard to emotional or rational appeals.

# **Eventkonzept für die Stadt Baden**

## **Analyse der bestehenden Events, Auswertung von Besucher- und Expertenmeinungen sowie Ableitung von Handlungsempfehlungen**

Graduate	Rahel Senn
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Nicole Wanner
Principal	Standortmarketing der Stadt Baden, Baden

Kultur ist ein Megatrend und wird für den Städtetourismus immer bedeutender. Events als Teil davon stellen mittlerweile eine wichtige Entscheidungsgrundlage bei der Wahl eines Reiseziels dar. Um Besuchern nebst Sehenswürdigkeiten auch Erlebnisse zu bieten, setzen viele Destinationen auf Eventtourismus. In dieser Bachelorarbeit werden die Wichtigkeit von Events sowie die Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage und das Image einer Stadt evaluiert. Zudem wird das Kulturverhalten in der Schweiz untersucht und die Kriterien zur Positionierung als Kulturstadt werden aufgezeigt. Um die Attraktivität der Stadt Baden als Kultur- und Eventstadt abzuschätzen, wird ein Eventkonzept erstellt. Die bestehenden Events werden analysiert und der Bedarf für ein erweitertes Angebot ermittelt. Anhand einer Online-Umfrage, Experteninterviews und einem Benchmarking mit anderen Schweizer Städten sollen zudem Handlungsempfehlungen abgeleitet werden, um die Positionierung von Baden als Kulturstadt zu stärken.



# **The Distribution Problematic of Airlines**

## **Current Standards and potential future Changes analyzed on the Agents' Point of View**

<b>Graduate</b>	<b>Gioia Spartano</b>
<b>Advisor</b>	<b>Andreas Wittmer</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Karl Isler</b>
<b>Principal</b>	<b>Swiss International Airlines Ltd., Zurich</b>

Global Distribution Systems (GDS) facilitate the distribution of airline tickets. The GDS show price and availability of airline seats and allow travel agents to make reservations as well as issue tickets. However, they lack the possibility of offering differentiated products. Consequently, airlines have difficulties in selling certain product components through the agents. Therefore, airlines are trying to increase direct online sales on their webpage. Also other methods have been developed but with minor success. Nonetheless, the International Air Transport Association collaborated with members of the industry to elaborate a new standard which is called the New Distribution Capability (NDC).

This Bachelor Thesis highlights the distribution in the airline industry including the pricing management as well as the ancillary revenue. Moreover, the GDS and NDC are emphasized in detail. The literature review is complemented with expert interviews with travel agencies, tour operators and travel management companies. Finally, the expert interviews are analyzed in consideration of the literature and recommendations are given.

# **The Economic Impact of the Zermatt Unplugged Festival**

## **A Regional Impact Analysis**

<b>Graduate</b>	<b>Robin Steiner</b>
<b>Advisor</b>	<b>Prof. Dr. Franz Kronthaler</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Rolf Furrer</b>
<b>Principal</b>	<b>Verein Zermatt Unplugged, Zermatt</b>

Events and their economic impact on touristic destinations have become increasingly significant in the tourism industry. The value added and the new flows of money created by the events are particularly important for the economy of the hosting destination. Therefore, event organizers increasingly have to demonstrate the economic merit of an event with an appropriate economic impact analysis.

Based on thorough literature research, this bachelor thesis highlights the potential positive and negative effects of events, the general theory of a regional economic impact analysis and the most common methods to conduct an economic impact analysis. Most importantly, this bachelor thesis shows a practical approach to a regional economic impact analysis based on the example of the Zermatt Unplugged Festival. The main objective was to uncover the value added that the festival generated for the tourism destination Zermatt. In order to generate these results, a quantitative survey was conducted with 350 festival visitors and the finances of the Zermatt Unplugged association were analysed.

# Evaluation des Sponsoringkonzept des Breitensport-Events slowUp

Graduate	Nadin Stevens
Advisor	Paul Ruschetti
Co-Advisor	Christian Friker
Principal	Stiftung SchweizMobil, Geschäftsleitung slowUp, Olten

Um einen Event durchführen zu können, benötigt es Know-How, Material, Helfer aber auch finanzielle Mittel. Da vielfach diese Mittel fehlen, wird für die Finanzierung auf ein Sponsoring zurückgegriffen. Sponsoring-Engagements kommen vor allem bei Sportveranstaltungen vor und machen dabei den grössten Teil der Gelder aus, welche im Sponsoring investiert werden.

In dieser Bachelor Thesis wird das bestehende Sponsoring-Konzept vom slowUp evaluiert. Der slowUp ist der grösste Breitensportanlass der Schweiz und beruht auf dem Prinzip von Entschleunigung. So werden für einen Tag die Strassen für den motorisierten Verkehr gesperrt und für alle anderen Fahrzeuge geöffnet.

Sportsponsoring wird in der Literatur sehr breit behandelt, jedoch nicht das Sponsoring eines Breitensport-Anlasses. Mit dem Aufzeigen der Stärken und Schwächen des Konzeptes sowie den durchgeführten Interviews mit den nationalen Sponsoren wurde die Literatur ergänzt. Schlussendlich wurden Verbesserungsvorschläge erarbeitet, welche helfen, das Konzept zu optimieren.

## Open the doors to Chinese winter guests in the Swiss Alps – Recommendations for product development

Graduate	Fabienne Süss
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Gaby Mumenthaler-Aellen
Principal	Swiss Snowsports, Belp

China is a new touristic target market for Switzerland and is already delivering satisfying numbers of overnight stays in summer, but the winter months are still hiding potential. Despite the enormous potential, relatively little research has been conducted into attitudes toward travel of potential Chinese outbound tourists to the Swiss Alps.

The Chinese outbound tourism is entering its second phase (also known as «second wave»), bringing new opportunities and challenges to destinations and tourism service providers worldwide. At this junction, new and innovative product offers and programmes, designed for Chinese tourists are requested. This bachelor thesis uses the knowledge of eight Chinese skiing instructors, such as detailed expert inputs and elaborates recommendations, how specific offers for Chinese winter guests should look like. Further, it will be explored, based on an extensive literature review, which needs and expectations this second wave traveller has, which steps key players shall take in a destination network and which role the ski school can play in future.

# **Analysis of information seeking- and booking behaviour in online media of guests from different source markets based on the example of St. Moritz**

## **Addressing international markets by one multilingual website vs. customized landing pages**

Graduate	Stefanie Thommen
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Stefan Sieber
Principal	Engadin St. Moritz, St. Moritz

A declining number of overnight stays of guests from the traditional source markets such as Germany and Italy as well as the establishment of the destination management in 2006 led to the situation that Engadin St. Moritz decided to attract new source markets. In this process, the Internet provides endless possibilities for marketing the destination worldwide. The website of Engadin St. Moritz offers two different landing pages, which include parts that are culturally adapted according to the source market. This assignment deals with the question, how each market behaves with regard to the information seeking and the booking process. Additionally, it is assessed if it is recommendable to provide different landing pages or if one landing page for all markets is more promising. For answering these questions, different methods are applied such as an analysis of the Google Analytics account of Engadin St. Moritz, a literature analysis and a website analysis. Moreover, a benchmark analysis with the online performance of another Swiss destination management is carried out. Finally, recommendations are developed for improving the online activities of Engadin St. Moritz for addressing guests of the new source markets even more successfully.

# **The Relevance of Search Engine Advertising for Traditional Tour Operators**

## **An Analysis of the Google AdWords Campaigns of Take it Travel AG**

Graduate	Sabrina Voegeli
Advisor	Annika Aebli
Co-Advisor	Stephan Stalder
Principal	Take it Travel AG, Root (Lucerne)

The development of the internet has led to major changes in the travel industry. More than half of leisure travelers start their travel booking and planning process on search engines. It is therefore no surprise that an increasing amount of tourism companies focus on using the internet, particularly search engines, to their advantage.

This Bachelor Thesis analyzes the relevance of search engine advertising for traditional tour operators by examining the practical case of Take it Travel AG. Theoretical success factors are elaborated and used to evaluate the Google AdWords campaigns. Specific recommendations including a measurement plan support the decision making of Take it Travel AG of whether or not to intensify advertising with Google AdWords in the future. Finally, the thesis concludes by using the practical case to generalize the relevance of search engine advertising for traditional tour operators.

## **Schweizmobil.ch goes mobile**

### **Entwicklung eines Konzeptes für eine mobile Webseite basierend auf einer Kundenbedürfnisanalyse sowie Best Practice Beispielen**

Absolventin	Anna Volkandt
Advisor	Domenico Bergamin
Co-Advisor	Fredi von Gunten
Auftraggeber	Stiftung SchweizMobil, Bern

Bedingt durch die ununterbrochene Verfügbarkeit des Internets für die globale Bevölkerung sowie ihre stetige Weiterentwicklung, wurden das menschliche Verhalten und die Kommunikation stark beeinflusst. Auch die kommerzielle Entstehung und Verbreitung von Smartphones sowie von mobilen Endgeräten hatte ihrerseits eine essentielle Auswirkung auf die Verhaltensstrukturen. So benutzen heutzutage mehr als 80 Prozent der Schweizer Bevölkerung regelmässig unterwegs ihr Smartphone, um nach bestimmten Dienstleistungen und Informationen zu suchen. Aufgrund dessen ist es gegenwärtig für Unternehmen unverzichtbar einen modernen und kundenfreundlichen mobilen Webauftritt aufzuweisen. Die Bachelorarbeit unterbreitet ein Konzept für eine mobile Website hinsichtlich Kundenbedürfnisse und –wünsche in Bezug auf den Inhalt und Design. Diese wurden anhand einer durchgeführten Befragung eruiert. Aufgrund dieser Erhebung können Empfehlungen für einen mobilen Webauftritt der Stiftung SchweizMobil unterbreitet werden.

# Development of new leisure products and offers for St. Gallen Bodensee Tourismus

Graduate	Rahel Vonlanthen
Advisor	Monika Heeb-Lendi
Co-Advisor	Astrid Nakhostin
Principal	St. Gallen Bodensee Tourismus, St. Gallen

Leisure packages are increasingly used by destinations in order to attract visitors and get them to reside for a minimum of one night. As a consequence this leads to increased competition and a destination must provide unique and special offers to attract visitors. St. Gallen Bodensee Tourism had already provided many different leisure packages. However, in order to further improve their performances and attract especially women, 50+ and families to St. Gallen Bodensee, new packages needed to be developed.

The goal of the thesis was thus to develop new leisure packages to attract these three target groups to St. Gallen Bodensee. Moreover, general recommendations regarding a more successful marketing-mix of leisure packages had to be given. A benchmark analysis with comparable cities was conducted, including expert interviews with the cities destination and product managers. In the end, eight new leisure packages and in practice feasible marketing-mix suggestions were derived from the discussed findings of the analysis.

## How to satisfy and retain the event volunteers

Graduate	Caspar Vuille
Advisor	Prof. Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Sonja Negrini
Principal	Association Engadin Skimarathon, Samedan

Sport events rely on recurring volunteers who provide essential services such as catering and transport and who contribute to a smooth event organization. It is therefore crucial for event organizers to understand the factors that motivate and satisfy existing and potential volunteers. This study aimed at identifying critical motivations and expectations of volunteers at the Engadin Skimarathon and also to identify factors which were related to their satisfaction with the volunteer experience, thereby helping the organizers to address success factors of specific volunteer segments, in particular younger volunteers. While a wide range of literature on motivation and satisfaction factors of sport volunteers is available, limited research has been conducted on the relation between motivation, satisfaction and retention among volunteers at sport events. This study therefore expands the limited scope of literature in this field. The study results were based on a survey among 200 volunteers at the Engadin Skimarathon as well as interviews with volunteer coordinators of the Engadin Skimarathon and with volunteer managers of other sport events in Switzerland.

# Weintouren und Weintourismus in der Region Bündner Herrschaft - Heidiland

Graduate	Adrian Welter
Advisor	Paul Ruschetti
Co-Advisor	Gian Carlo Casparis
Principal	Wine Tours Switzerland

Weintouren erfreuen sich an vielen Orten in der Schweiz und auch in Europa grosser Beliebtheit. Der Weintourismus ist in der Region Bündner Herrschaft und Heidiland noch in den Startlöchern, obwohl der ansässige Wein seit langer Zeit einen guten Ruf genießt. Wine Tours Switzerland ist ein seit einem Jahr bestehendes Unternehmen, dass sich auf Weintouren in der Region spezialisiert hat.

Ziel dieser Bachelor Thesis ist es, das Angebot von Wine Tours Switzerland mit den Angeboten von verschiedenen Weinstrassen und Weintouren im Wallis und im Südtirol zu vergleichen um dadurch Verbesserungsmöglichkeiten herauszuarbeiten. Zusätzlich werden auch Hotelgäste aus der Region zum bestehenden Angebot befragt, um die Wünsche, Bedürfnisse und Interessen aus verschiedenen Perspektiven zu erfassen. Aus diesen Untersuchungen sollen am Ende der Arbeit Verbesserungsmöglichkeiten für das Angebot von Wine Tours Switzerland aufgezeigt werden und somit dazu führen, dass mehr Gäste die Region besuchen und sich für den Wein und die dortige Kultur begeistern lassen.

## **Developing the Chinese market for Alpine skiing. An investigation of the success factors and strategic options for grindelwaldSPORTS.**

Graduate	Lena Wilhelm
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthe
Co-Advisor	Christoph Estermann
Principal	grindelwaldSPORTS AG, Grindelwald

The Chinese outbound tourism market has experienced an incredible growth over the past few years. The main reason for that dramatic change is that the country opened up to the rest of the world economically but also culturally. Apart from that, working conditions and income capacities improved a lot. As a result, the population's willingness to spend their money for leisure time and luxury goods enhanced. In particular skiing is gaining immense popularity in China. This phenomenon led to significant attention from ski resorts all over the world, including Swiss ski destinations. Also the ski school of Grindelwald now aims to attract Chinese skiers in the future. Since huge differences between the Chinese and European culture exist, this bachelor thesis attempts to assess the success factors and strategic options for grindelwaldSPORTS to attract Chinese people in the future. With the insights from the literature review that focuses especially on the Chinese tourism and ski market, and the SWOT Analysis, including qualitative expert interviews, recommendations have been made.

# **Logistics Services in the Fairs Industry**

## **Welti-Furrer's Strategies in a Developing Tourism Sector**

<b>Graduate</b>	<b>Tania Winzenried</b>
<b>Advisor</b>	<b>Dr. Heinrich Bischoff</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Philipp Vassalli</b>
<b>Principal</b>	<b>Welti-Furrer AG, Zürich</b>

Live communication methods as features of a company's marketing strategy have grown to become very important. Live marketing events, through goal oriented and systematic event planning, are key sales and image promotion instruments of business companies. Trade shows are live communication events that are part of the MICE segment of tourism. Participating in trade shows is an expensive matter for companies and the logistics account for about one third of all respective expenses. Efficient logistics services play a major role for the success of an exhibitor's trade show participation. The thesis illustrates the expectations towards a trade show logistics services provider and answers the question of whether Welti-Furrer could establish itself to become a successful player in the Swiss trade show logistics market. In terms of the findings resulting from the literature review and qualitative interviews, the potential of Welti-Furrer has been analysed. Recommendations and a possible strategy implementation for a market entry have been elaborated.

## **Thuner- und Brienersee**

### **Analyse und Möglichkeit zur Weiterentwicklung der Schifffahrt im Charter-Bereich**

<b>Diplomandin</b>	<b>Katja Wittwer</b>
<b>Referent</b>	<b>Marco Hartmann</b>
<b>Korreferent</b>	<b>Mark Bachmann und Sandro Borrelli</b>
<b>Auftraggeber</b>	<b>BLS AG, Bern</b>

Wechselnde Bedürfnisse, steigende Ansprüche und der Wunsch nach mehr Qualität und Innovation seitens der Kunden führen zu einer grossen Herausforderung an die Unternehmen, insbesondere auch an die Schifffahrtsgesellschaften. Diese Bachelorthesis beschäftigt sich deshalb mit der Analyse sowie den Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Schifffahrt im Charter-Bereich. Das Ziel dieser Arbeit ist es, einerseits das bestehende Wissen der Mitarbeitenden hinsichtlich Bedürfnisse sowie Stärken bzw. Erfolgsfaktoren in der Charterschifffahrt zusammenzutragen und zu dokumentieren. Andererseits werden Weiterentwicklungsmöglichkeiten erarbeitet, wobei der Fokus auf neuen Impulsen und innovativen Ideen liegt.

Als theoretische Grundlage wird deshalb das Innovationsmanagement mit drei verschiedenen Ansätzen detailliert erläutert. Aufbauend auf dieser Basis erfolgt die praxisorientierte Analyse der Unternehmung, der Umwelt sowie der Konkurrenz. Die gewonnenen Daten werden abschliessend für die Schlussfolgerung und die Empfehlungen an die BLS AG verwendet.

# Heidi Village Maienfeld and its Pervasiveness in the Chinese Consciousness

Graduate	Eric Wolkersdorf
Advisor	Paul Ruschetti
Co-Advisor	Hans-Jürg Müntener, Chairman of the Board Heididorf AG
Principal	Heididorf AG, Maienfeld

In 2008, Swiss tourism was hit heavily by the Euro crisis, during which Swiss goods became extremely expensive overnight because the strong Swiss Franc became a safe-haven currency as opposed to the Euro. As a result, the number of overnight stays in 2012 became the same as that of 2000. On the other hand, from 2008 to 2012, Chinese overnight stays increased over 245% and represent the fastest growing customer segment of arrivals in Switzerland during that period. Half of the budget of these Chinese tourists is spent on shopping for luxury goods as they are dominated by a strong gift-buying culture as it is a crucial way to display their social status.

The core of this Bachelor thesis is to conduct a Chinese online survey in China to find out how famous perceived and specific values are attributed to Heidi and the Heidi Village. This thesis will cover the various factors why Switzerland is so popular, why Chinese can afford to travel abroad, cultural differences, parallels among Heidi and Confucius, the Story of Heidi, her values, and the exceptional offerings of Heidi Village.



# **Bringing immigrants to «Schwingen». How to increase the number of participants in Swiss wrestling through the integration of immigrants?**

<b>Graduate</b>	<b>Nina Wüst</b>
<b>Advisor</b>	<b>Domenico Bergamin</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Rolf Gasser</b>
<b>Principal</b>	<b>Eidgenössischer Schwingerverband, Burgdorf</b>

Since the market of sport services has become more competitive in the past years and is expected to expand even further, sport associations are opposed to the challenge to find a way how to attract enough members in order to ensure their future existence. Unfortunately also Swiss Wrestling Associations are experiencing that many young wrestlers, driven by different reasons, leave the associations.

Besides this, the change in demography towards an aging population, also due to the low birth rates of Swiss women, influences the membership figures of associations negatively. For the reason women with foreign background give in average birth to more children, compared to native Swiss women and the immigrated population in Switzerland increases constantly, the ESV sees potential to increase the membership figures of Swiss Wrestling Associations by addressing the youth with migration background. Therefore this Bachelor Thesis researches possible ways how to increase the participation figures of the youth in Swiss Wrestling, with special focus on the youth with migration background.

## **Konzept für die Einführung eines CRM Systems für die Sorell Hotels**

### **Einführung des CRM für die Sorell Hotels**

<b>Graduate</b>	<b>Roswitha Ziegler</b>
<b>Advisor</b>	<b>Roland Anderegg</b>
<b>Co-Advisor</b>	<b>Susanne Staiger</b>
<b>Principal</b>	<b>Sorell Hotels, Zürich</b>

Customer Relationship Management (CRM) hat für Unternehmen in der heutigen Arbeitswelt einen hohen Stellenwert. Menschen haben eine riesige Auswahl an fast identischen Produkten, weshalb es für ein Unternehmen wichtig ist, mit dem Kunden eine nachhaltige Beziehung aufzubauen. Auch wurde festgestellt, dass das klassische Massenmarketing nicht mehr den gewünschten Erfolg bringt. Die Menschen wollen ihren Bedürfnissen angepasst angesprochen werden. Dies geschieht mit einem guten Marketingkonzept und kann durch ein geeignetes CRM System ergänzt werden.

Diese Bachelor Arbeit hat zum Ziel, die Kunden von Sorell Hotels durch angepasste Marketing Massnahmen besser anzusprechen. Dazu werden die verschiedenen Phasen einer Beziehung zwischen Kunde und Unternehmen beschrieben. Weiter werden Massnahmen entwickelt, die auf die spezifischen Kundengruppen zugeschnitten sind. In diesem Zusammenhang wird gezeigt wo das CRM System unterstützend eingebaut werden kann.

# Master of Science in Business Administration

## Studienleitung

Prof. Dr. Ralph Lehmann

## Innovation Network Functionality

Diplomand	Thomas Bentivegna
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent	Serges Gadbois
Auftraggeber	KARIM, Centre Francilien de l'Innovation, Paris

This Master Thesis is a qualitative case study to be used by the KARIM project, a European Union INTERREG IV B project, as an attempt to identify, classify and categorize different innovation network types operating in 5 European countries (Switzerland, Germany, England, Ireland, and France) based on data collected from 28 firms.

The report shows that 7 distinct types of innovation networks were found to be operating in the North-West European Project region. These individual networks are presented by showing how they compare to each other using a set of 13 specific variables. This forms the backbone of what the report refers to as a network perspective. The firm perspective of each network has also been examined by using the same firm data to illustrate what a typical firm looks like using each of these innovation networks, based on 9 different variables. Both theoretical and practical implications are given, showing how a basic understanding of the types of innovation networks which are operating in North-West Europe, as well as the typical firm profile for each one, can be an effective tool in helping to support the agenda of several different key innovation actors.

# Noisy Text Analytics for Sentiment Analysis

Diplomand	Corsin Capol
Referent	Prof. Dr. Albert Weichselbraun
Korreferent	Prof. Dr. Urs Dahinden
Auftraggeber	Schweizerisches Institut für Informationswissenschaften (SII)

Die Menge verfügbarer Daten, die den Menschen im Internet zugänglich sind, wächst stetig an. Ein sogenannter Information Overload entsteht. Die maschinelle Sentiment-Analyse kann dazu beitragen, die grosse Menge an Daten durch Extraktion von Wissen in Form der Polarität von Texten als Informationen zu nutzen. In dieser Thesis wird der Einfluss von verrauschten Quellen auf die Sentiment-Analyse untersucht. Iterativ und datengetrieben wurde ein Algorithmus mit Unigramm- und Lexikon-Features in Kombination mit einer Support-Vektor-Maschine evaluiert. Im Rahmen des Preprocessings wurden Emoticons, URLs, Twitter-Benutzererwähnungen, Stoppwörter und der Einfluss durch die Lemmatisierung geprüft. Mit der Nutzung von Features aus verrauschten Quellen (URLs, Emoticons und Benutzererwähnungen), konnte die Genauigkeit der Sentiment-Analyse verbessert werden.

## Cradle to Cradle Geschäftsmodell: Definition und Methode

Diplomand	Christian Egger
Referent	Dr. Lutz Schlange
Korreferent	Albin Kälin
Auftraggeber	EPEA Switzerland GmbH, Bäch SZ

In dieser Arbeit wurden Cradle to Cradle von einer Produkt- auf eine Geschäftsmodellperspektive angewandt. Der Zweck besteht darin die grundlegende Philosophie von Cradle to Cradle nicht nur auf produzierende Unternehmen, sondern auf jegliche Form von Unternehmung anwenden zu können.

In dieser Arbeit wurde die Forschungsfrage «Wie kann ein Geschäftsmodell nach den Wertkriterien und Designprinzipien von Cradle to Cradle entwickelt und analysiert werden?» beantwortet. Die Arbeit gliedert sich in drei Teile. In der Einführung wird das Forschungsproblem, die Ziele und das methodische Vorgehen beschrieben. Der Hauptteil gliedert sich zuerst in die Literaturanalyse mit den theoretischen Grundlagen und dann in die Entwicklung, Bestätigung und Anwendung der Theorie und Methode. Schliesslich werden die Ergebnisse diskutiert und Implikationen für weitere Forschungen abgeleitet. Eine praktische Anwendung erfolgte im Umfeld der Papierindustrie.

# Entwicklungspfade für das Personal-Management in kleinen und mittelständischen Unternehmen – mögliche Wege und Gründe, das Personalwesen in modernes Personalmanagement auszubauen

Diplomandin	Christiane Hügel
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent	Prof. Urs Kappeler

In der vorliegenden Masterthesis untersucht die Studierende die Organisation des PMs in KMU. Dieses wird oft als rückständig und unmodern beschrieben. Bisherige Forschungserkenntnisse beziehen sich meist auf Grossunternehmen.

Der Fokus liegt auf Veränderungen im Zeitablauf. Die Arbeit widmet sich dem Forschungsproblem, wie KMU ihr PM aktuell organisieren, wann und warum es zu Veränderungen kam und ob ein Professionalisierungstrend erkennbar ist. Ausserdem werden zukünftig relevante Faktoren aus Unternehmenssicht erforscht.

Es zeigt sich, dass weniger als die Hälfte der KMU professionelles PM betreibt. Als Änderungsauslöser dominieren interne Gründe. Wichtigste Aspekte sind für KMU durch Änderungen Kosten zu sparen sowie Effizienzgründe. Nahezu jede Änderung bedeutet eine Professionalisierung. Zukünftig bedeutend sind weiche Faktoren und die Bewältigung von Administration und Fachkräftemangel.

Die praktischen Erkenntnisse ergaben sich überwiegend aus Interviews mit sechs KMU. Die Ergebnisdarstellung erfolgte durch Fallstudien.

# **International Market Development of Swiss Enterprises**

## **What are the needs of Swiss exporters with regard to consulting and support products?**

Diplomandin	Julie Cartwright
Referent	Prof. Dr. Christian Hauser
Korreferent	Charly Suter
Auftraggeber	PostFinance, Bern

Several studies verify that companies developing foreign markets through export are more successful than purely national operating companies. To reach growth targets most Swiss Enterprises have to look beyond the limited Swiss indigenous market.

To effectively penetrate foreign markets these enterprises need to find the most resource efficient (leanest) and successful penetration strategy. Such a strategy has to consider many challenges, which can vary widely depending on the export development mode and the target market area being considered.

This master thesis is mainly made up of three parts. Firstly the literature review is conducted out of which challenges for Swiss enterprises developing foreign markets derive, serving as basis for the following quantitative survey. The collected data consist of the evaluation of the challenges by 584 Swiss enterprises developing foreign markets in order to provide a catalogue of potential consultancy services to support enterprises in dealing with these challenges.

## **Der Umgang von Schweizer KMU mit der Produktpiraterie**

### **Schutzkonzepte und Massnahmen**

Diplomand	Christopher David Jacobson
Referent	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Korreferent	Christian Hauser
Auftraggeber	HTW Chur

In der vorliegenden Masterarbeit beschreibt der Autor ein Schutzkonzept gegen die Produktpiraterie für Schweizer KMU. Anhand von Leitfadeninterviews werden die Aussagen der Interviewpartner von 15 Unternehmen den Teilbereichen des durch den Autor abgeleiteten generischen Schutzkonzepts gegen die Produktpiraterie zugeordnet. Diese Teilbereiche sind von den Unternehmen unterschiedlich detailliert ausgestaltet und es erfolgt ein Vergleich dieser mit den verschiedenen Elementen des generischen Konzepts. Eine Ableitung zu einem praxisorientierten und ganzheitlichen Schutzkonzept für KMU inklusive juristischer, technischer, politischer sowie organisatorischer Massnahmen findet statt. Im Anschluss an das in der Masterarbeit entwickelte Schutzkonzept kann dieses validiert werden. Eine individuelle Ausgestaltung des Schutzkonzepts erfolgt durch die Unternehmen.

# Nutzenstiftender Einsatz von Social Media bei der Allegra Passagier Mineralquellen AG

Diplomandin	Brigitte Küng
Referent	Prof. Urs Jenni
Korreferent	Urs Schmid
Auftraggeber	Allegra Passagier Mineralquellen AG, Urs Schmid

Die Master Thesis widmet sich der Frage, wie die Allegra Passagier Mineralquellen AG Social Media nutzenstiftend in den Kommunikationsmix integrieren kann, um die Marken Allegra und Passagier zu stärken. Dazu wurden in einem ersten Schritt Gesetzmässigkeiten der Markenführung und des Konsumentenverhaltens (consumer behavior) untersucht und die Erkenntnisse auf Social Media übertragen. In einem zweiten Schritt wurde spezifisches Wissen über die wichtigsten Zielgruppen des Auftraggebers gewonnen: Eine Online-Befragung gab Aufschluss darüber, wie die wichtigsten Kundengruppen die Marken Allegra und Passagier wahrnehmen und wie diese Social Media nutzen. Ein dritter Schritt bestand in der Analyse von Social-Media-Auftritten ausgewählter Konsumgüterunternehmen. Die durch diese Teilbereiche der Arbeit gewonnenen Erkenntnisse dienten schliesslich als Basis, um ein strategisches Social-Media-Konzept für den Auftraggeber zu entwickeln.

## Chancen und Risiken von Big Data für SIX Entwicklung des Geschäftsfeldes «Big-Data-Analysen» – Gestaltungsvorgaben der Angebote hinsichtlich öffentlicher Akzeptanz

Diplomand	Gérard Moinat
Referent	Prof. Urs Jenni
Korreferent	Prof. Michael Beier
Auftraggeber	SIX Payment Services

In der Masterthesis analysiert der Autor Chancen und Risiken des Geschäftsfeldes «Big-Data-Analysen» von SIX. Er fokussiert dabei auf die Entwicklung von Gestaltungsvorgaben zur Förderung von öffentlicher Akzeptanz. Auf Basis von Faktoren aus Sekundärliteratur, die in einem Pre-Test geprüft und weiterentwickelt wurden, untersucht er mittels inhaltsanalytischer Methoden Presseberichte. Diese stehen stellvertretend für die öffentliche Meinung. Als Resultat geht hervor, dass in den Artikeln Aussagen von Dritten über die entwickelten Gestaltungsfaktoren dominieren, darunter insbesondere Nutzendarstellungen. Weiter zeigt sich, dass Kundendatenanalysen, bei denen Konfigurationsmöglichkeiten und Anonymität gegeben sind, negative Aussagen in Presseberichten minimieren. Auch das Vorkommen des Datensammlers bzw. sein transparentes Einräumen der Sammlung reduziert negative Aussagen. Einen Nutzen für die Überwachten sowie Konfigurationsmöglichkeiten anzubieten maximiert hingegen positive Aussagen.

# **Management von Veränderungen in KMU: eine fallstudienbasierte Untersuchung von Change Management in Schweizer KMU**

Diplomandin	<b>Andrea Astrid Ritler</b>
Referent	<b>Prof. Dr. Frank Bau</b>
Korreferent	<b>Prof. Dr. Andreas Ziltener</b>

Die Arbeit setzt sich aus vier Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die Ausgangslage und die Problemstellung für KMU bei Veränderungen erläutert. Das Ziel der Arbeit ist ein Worksheet für Chefs von KMU zu erstellen. Anschliessend werden die theoretischen Grundlagen beschrieben (Change Management Modelle). Im dritten Teil wird das Forschungsdesign, sowie die Analyse der Fallstudien beschrieben. Im letzten Teil werden deren Erkenntnisse geschildert, die schliesslich die Grundlage zur Beantwortung der zentralen Fragestellung der Masterthesis dienen: Managen Führungspositionen der KMU bei der Lösungsfindung für Herausforderungen in verschiedenen Phasen des Wandels systematisch?

## **Vergleichende Standortbestimmung für das Schweizer Innovationssystem**

Diplomand	<b>Ivo Ronner</b>
Referent	<b>Prof. Dr. Josef Walker</b>
Korreferent	<b>Peter Moser, Generalsekretariat WBF</b>

Die Schweiz gilt als eines der innovativsten Länder der Welt. Dennoch verzeichnete die Schweizer Wirtschaft ein anhaltendes unterdurchschnittliches BIP-Wachstum. Dabei haben speziell Schweizer Start-ups bzw. KMUs Probleme bei der Finanzierung von F&E-Projekten und beim Wachstum. Um Lösungen und Massnahmen für die Politik auszuarbeiten, wurde ein systematischer Vergleich mit dem israelischen Innovationssystem erstellt. Aus dem Vergleich der Innovationssysteme wurden Handlungsempfehlungen für die Schweiz abgeleitet. Diese wurden anschliessend mit Hilfe von Expertendiskussionen auf umsetzbare Empfehlungen reduziert. Die entwickelten Handlungsempfehlungen sollten dabei helfen, das Schweizer Innovationssystem weiterzuentwickeln und dazu beitragen, dass die Schweiz ihren Wohlstand sowie ihre Spitzenposition in Innovationsrankings behalten bzw. zurückerobern kann.

# Beschreibung der Ideengewinnung im Innovationsprozess von KMU

Diplomand	Martin Seiler
Referent	Prof. Urs Jenni
Korreferentin	Dr. Patricia Deflorin
Auftraggeber	Schweizerisches Institut für Entrepreneurship (SIFE)

Diese Masterthesis beschäftigt sich mit der Ideensuche und der Ideengenerierung, zusammengefasst als Ideengewinnung, im Innovationsprozess von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). KMU bekunden häufig Mühe bei der Gewinnung einer genügenden Anzahl an Innovationsideen. Mit dieser Arbeit soll ein optimaler Ideengewinnungsprozess konzipiert werden, der KMU als Leitfaden bzw. Framework dienen kann. Die Entwicklung dieses Leitfadens stützt sich in einem ersten Schritt auf einer Literaturrecherche zur frühen Phase des Innovationsprozesses. In einem zweiten Schritt werden die Erkenntnisse aus der Literatur, durch Erkenntnisse aus drei Fallstudien ergänzt. Mit diesen Fallstudien wurden die Ideengewinnungsprozesse und deren Organisation in drei Schweizer KMU untersucht. Daraus wird in einem dritten Schritt ein optimaler Prozess als Leitfaden bzw. Framework ausgearbeitet. Dieser Leitfaden soll KMU helfen ihre Organisation der Ideengewinnung zu verbessern und so die Anzahl und Qualität der Ideen zu steigern.

## Retention Management in einer Expertenorganisation

Diplomand	René Sprecher
Referent	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Korreferent	Georg Gujan
Auftraggeber	GRITEC AG Grüşch

Bedingt durch den demografischen Wandel und den zunehmenden Fachkräftemangel stehen Unternehmen heute unter enormem Druck, die richtigen Mitarbeiter zu rekrutieren und sie nachhaltig an das Unternehmen zu binden. In der Literatur gibt es eine grosse Anzahl Faktoren, die einen Einfluss auf die Bindung haben.

Unter diesem Aspekt wurde ein Tool in Form einer Vierfelder Matrix entwickelt, welches die verschiedenen Faktoren je nach Bedeutung und Zufriedenheit einordnet. Als Grundlage dient ein Mitarbeiterfragebogen mit insgesamt 52 Faktoren, welcher nach Bedeutung und Zufriedenheit in Bezug auf die Bindung bewertet wird.

Die Ergebnisse zeigen klar auf, dass es in den meisten Fällen noch Potenzial für Verbesserungen gibt. Insbesondere können Abweichungen bezüglich intern und extern arbeitenden Mitarbeitern aufgezeigt werden. Aufgrund der Ergebnisse werden in Workshops einzelne Faktoren besprochen und mögliche Massnahmen definiert.



# How can community ownership help the redevelopment of tourism destinations?

## The concept of community ownership applied to the Confin ski resort in San Bernardino/GR

Diplomandin            Barbara Anastasi  
Referent                Prof. Dr. Tobias Luthe  
Korreferent            Christian Vigne

The concept of community ownership and other forms of crowdfunding were explored in order to understand its possible application in San Bernardino. The aim of the research was to look into the San Bernardino environment and find possible solutions to redevelop this gem of a destination. Three objectives were set in order to fulfil the aim of the research. Semi-structured face-to-face interviews were undertaken among a sample of 20 stakeholders in the Moesano region, including the owner of the ski resort Confin in San Bernardino. Eight main aspects were analysed in order to answer the research question of this study. From the interviews additional elements were retrieved from the data analysis and because of their importance they could be used as inputs for further studies. This study is only the starting point for a future development of the ski resort Confin and the destination of San Bernardino.

## Customer satisfaction in Davos Customer perception of a ski resort of Davos – Jakobshorn, Switzerland

Diplomand            Lubomir Kozubik  
Referent                Prof. Dr. Frank Kronthaler  
Korreferent            Reto Branschi  
Auftraggeber        Davos-Klosters-Tourismus

This study measures customer satisfaction in terms of specific service quality aspects underpinned by various demographics of the Jakobshorn's ski resort customers in Davos, Switzerland. It also consequently points out and recommends which areas of service need improvement. The outputs of One-way analysis of variance (ANOVA), Independent Samples-T Test and Bonferroni post-hoc test should assist the management of the ski resort in deciding to take appropriate actions with regard to service quality gaps conveyed by levels of customer satisfaction.

Keywords: service quality, customer satisfaction, Davos, Jakobshorn.

# Cooperation in Tourism: Graubünden 2014-2021

## Cooperation Project Planning and Implementation – A Framework

Diplomandin Céline Lenz  
Referent Dr. Jan Mosedale  
Korreferent Michael Cafilisch, Leiter Tourismusentwicklung

The research paper on hand is investigating cooperation in the tourism industry. The canton of Graubünden launched the new tourism program 'cooperation program for tourism in Graubünden 2014-2021'. The literature agrees upon the necessity of cooperation in the fragmented tourism industry. A comprehensive tourism product can only be delivered through cooperation. Additionally, with cooperation risk is reduced, costs are reduced and resource allocation can be attained. Based on qualitative interviews success factors and barriers are detected and analyzed. In the tourism industry the awareness of cooperation as necessity to stay competitive is high. Since tourism is dominated by SMEs cooperation often bears too much risk and costs for these businesses to cooperate. Therefore Graubünden has to create an appropriate environment where the tourism network can evolve. Platforms for cluster building, risk reduction with best practice examples and workshops for SMEs are few examples for sustainable tourism development through cooperation.

## Barriers in the Implementation of Sustainability in the Accommodation Sector

Diplomandin Poliana Milani  
Advisor Prof. Dr. Ivan Nikitin  
Co-Advisor Roland Häfliger, Hotel Fidazerhof AG Flims

As one of the larger industries in the world, the accommodation sector is an important contributor to environment degradation. But to be able to turn this fact around would demand a lot of motivation and great effort from managers around the world. It takes more than wanting to become sustainable, it takes knowing how to do it, how to achieve it. This paper proposes to facilitate this situation by providing evidence of whether there are barriers to implementing sustainability in touristic accommodations of developed countries and what they could be. Using qualitative data obtained via phone interviews, this research discusses the sustainability implementation experiences of successful sustainable hotels as an example. The findings indicate that barriers could indeed exist and are mostly deeply related to what the label companies ask to be done following their guidelines and not third part related.

# **Destination Branding: A Competitive Identity**

## **Development of a Strategic Branding Framework for Beatenberg**

<b>Diplomandin</b>	<b>Jasmin Weber</b>
<b>Referent</b>	<b>Prof. Dr. Ulrike Kuhnhen</b>
<b>Korreferent</b>	<b>Thomas Tschopp</b>
<b>Auftraggeber</b>	<b>Beatenberg Tourismus</b>

Destinations are facing an increased challenge to position themselves on the market. The aim of this paper was to design a framework which supports the creation of a destination branding strategy to develop a brand, or also a competitive identity. The guideline was established based on an existing framework which was implemented and complemented with recommendations. The process was conducted for the destination Beatenberg, Switzerland. Findings revealed that there are characteristics where Beatenberg possesses a competitive advantage. The challenge is to establish an appropriate brand positioning and to communicate this strategy to stakeholders so that aligning services and products can be developed to attract visitors and advertise and strengthen the brand.

# Eine ruhige Kugel schieben? Inklusion von Mitarbeitenden mit einer Beeinträchtigung in Archiven

Diplomand  
Referent  
Korreferent

Thomas Bruggmann  
Prof. Dr. Urs Dahinden  
Ivo Macek

Menschen mit einer körperlichen, geistigen oder psychischen Beeinträchtigung machten im Jahr 2013 einen Anteil von 6.1 Prozent an der Schweizer Bevölkerung aus. Insbesondere in der ersten Hälfte des ersten Jahrzehnts des neuen Jahrtausends nahmen psychische Krankheiten stark zu. Die Schweizer Politik unternimmt deshalb beträchtliche Anstrengungen, einen möglichst grossen Teil der betroffenen Personen der Arbeitswelt zu erhalten oder sie wieder einzugliedern. Die 5. und die 6. IV-Revision zeigen dies deutlich.

Diese Masterthesis beschäftigt sich deshalb mit der Inklusion von Mitarbeitenden mit einer Beeinträchtigung in Archiven. Dieses Thema wurde bisher in der Literatur kaum beachtet. Deshalb wurden mehrere Interviews mit Archivarinnen und Archivaren, in deren Archiven Personen mit einer Beeinträchtigung arbeiten, geführt. Deren Vermittlung übernimmt im Fall der Staatsarchive das Personalamt, in anderen Archiven übernimmt das Sozialamt diese Funktion. Um diese Vermittlerrolle besser fassen zu können, wurden neben den Archivarinnen und Archivaren auch mehrere Personalämter schriftlich befragt.

Die Mehrheit der hier untersuchten Mitarbeitenden ist nicht festangestellt, sondern nimmt an einer temporären Eingliederungsmassnahme teil. Obwohl diese Eingliederungsmassnahmen zeitlich begrenzt sind, arbeiten einige schon seit mehreren Jahren in Archiven. Zudem wurden einige Mitarbeitende im Anschluss an die Eingliederungsmassnahme festangestellt. Wichtigster Tätigkeitsbereich für Mitarbeitende mit einer Beeinträchtigung ist die Erschliessung. Diese bietet sich an, da einerseits kein Mangel an Aufgaben, die der Erledigung harren, aber andererseits kein Zeitdruck besteht. Die Eingliederung in das Team verläuft in der Regel reibungslos.

Auch wenn der Kontakt wenn der Kontakt zu externen Vermittlungsinstitutionen nicht immer konfliktfrei verläuft, sind die befragten ArchivarInnen grundsätzlich bereit, auch weiterhin Eingliederungsmassnahmen zu unterstützen, insbesondere dann, wenn diese Personen gewisse Qualifikationen für archivarische Tätigkeiten mit sich bringen.

Schlagwörter: Inklusion, Integration, Beeinträchtigung, Behinderung, Eingliederung, Wiedereingliederung, Erwerbsarbeit, Archiv, Schweiz

# **Lernraum Bibliothek: Theorie und Schweizer Praxis mit Umsetzungsbeispiel für die neue Campusbibliothek Muttenz der FHNW**

Diplomand	Felix Hüppi
Referent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Ko-Referent	Dr. Karsten Schuldt
Auftraggeber	Marianne Ingold, FH Nordwestschweiz

Diese Masterarbeit befasst sich mit Lernraum in Hochschulbibliotheken. Dabei wird zu Beginn die Theorie zum Thema Lernverhalten, Lernen und Lernraum besprochen und zusammengefasst. Anschliessend wird eine empirische Untersuchung zu diesem Thema durchgeführt. Zu diesem Zweck werden Interviews mit fünf dafür zuständigen Personen aus Schweizer Hochschulbibliotheken geführt und eine Beobachtung von Studierenden beim Lernen in einer Bibliothek durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Untersuchung werden mit der Literatur verglichen und es werden Schlussfolgerungen gezogen. Es wird dabei auch die Methodenkombination von Interview und Beobachtung diskutiert. Anschliessend werden die gesammelten Erkenntnisse am Beispiel der neu zu erstellenden Campusbibliothek Muttenz in die Praxis umgesetzt und Vorschläge für diese Bibliothek ausgearbeitet.

# **Nachhaltige Sicherstellung und dauerhafte Verfügbarkeit von wissenschaftlichen Informationsinhalten am Beispiel von Nationallizenzen (Backfiles) in der Schweiz**

Diplomandin	Deborah Kyburz
Referent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Dr. Karsten Schuldt

Die wissenschaftliche Literatur- und Informationsversorgung ist in der Schweiz stark durch die politische Struktur des Landes geprägt. Es besteht grosser Handlungsbedarf im Bereich der nationalen Lizenzierung wissenschaftlicher Informationsinhalte wie E-Journals, E-Books und Datenbanken, damit der Zugang zu diesen Ressourcen landesweit ermöglicht wird. Im Rahmen der vorliegenden Masterarbeit wird die nachhaltige Sicherstellung und dauerhafte Verfügbarkeit von wissenschaftlichen Informationsinhalten am Beispiel von Nationallizenzen für Backfiles in der Schweiz untersucht. Hierzu wurde ein Anforderungskatalog zu Bewertung und Vergleich der etablierten Angebote im Bereich der digitalen Langzeitarchivierung entwickelt. Anschliessend fand die Bewertung dieser Angebote (LOCKSS, CLOCKSS, Portico, Hosting auf eigenem Server) anhand dieses Katalogs statt. Erkenntnisse zu praktischen Aspekten zur Archivierung von Backfiles wurden zudem anhand eines Experteninterviews gewonnen. So konnte abschliessend eine Empfehlung für die nachhaltige Sicherstellung wissenschaftlicher Informationsinhalte in der Schweiz gegeben werden.

# Bedürfnisse und Anforderungen von Studierenden an Räumlichkeiten, Infrastruktur und Dienstleistungsangebote in Fachhochschulbibliotheken

Diplomandin	Caroline Mattes
Referent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Dr. Karsten Schuldt
Auftraggeber	Marianne Ingold Hochschulbibliothek Muttenz, Muttenz

Die Änderungen im Hochschulwesen und die ständige Entwicklung der Technologien haben das Lernverhalten der Studierenden in den vergangenen Jahren grundlegend beeinflusst. Dadurch hat sich auch das Bild der Hochschulbibliotheken stark gewandelt. Sie sind für Studierende heutzutage zwar immer noch ein zentraler Lernort, die Ansprüche an die Bibliotheken haben sich aber verändert. Die Bibliothek der Fachhochschule (FHNW) Muttenz steht vor der Realisierung einer neuen Campusbibliothek. Bei der Gestaltung der Räumlichkeiten, Infrastruktur und Dienstleistungen sollen die Anliegen der Studierenden berücksichtigt werden. Mit Einzelinterviews wurden bisherige Studienergebnisse verifiziert und Bezug auf die besonderen Bedürfnisse der Fachhochschulstudierenden der FHNW Muttenz genommen. Anhand der Schaffung von Personas und Szenarien auf Basis der Interviewresultate wurden die unterschiedlichen Ansprüche hinsichtlich der Gestaltung der neuen Hochschulbibliothek bestmöglich wiedergespiegelt und bieten so der Bibliothek bei der Umsetzung ihrer Pläne Hilfestellung.

## Entwickeln von Zukunftsszenarien am Beispiel einer Universitätsbibliothek

Diplomandin	Ruth Süess
Referent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Dr. Karsten Schuldt

'Wer nicht über die Zukunft nachdenkt, wird keine haben' sagte John Galsworthy Anfangs des 20. Jahrhunderts. Dies gilt auch für Bibliotheken von heute. Durch die Entwicklungen im Bereich der Informationstechnologie haben sich die Möglichkeiten der Informationsbeschaffung und das Informationsverhalten vieler Menschen grundlegend verändert. Um in diesem dynamischen Umfeld bestehen zu können, ist es für Bibliotheken wichtig, vorausschauend zu planen und künftige Entwicklungen richtig einzuschätzen.

Ein Instrument für die Zukunftsplanung ist die Szenario-Technik. Mit der Entwicklung von Zukunftsszenarien wird versucht, die Unsicherheit der Zukunft zu reduzieren, was erlauben soll, anhand von Szenarien mögliche Entwicklungen mit relativer Sicherheit zu prognostizieren, welche für die strategische Planung unerlässlich sind und auch verwendet werden können.

In dieser Arbeit wird die Szenario-Technik am Beispiel einer Universitätsbibliothek dargestellt. Anhand dieses Beispiels werden Stärken und Schwächen dieser Methode für den Einsatz in wissenschaftlichen Bibliotheken erarbeitet.


# Optimierungsmöglichkeiten im Formularmanagement der LGT Group unter besonderer Berücksichtigung XForms-basierter Webformulare und eines Linked-Enterprise-Data-Ansatzes

Diplomandin	Rea Selina Wenk
Referent	Prof. Dr. Albert Weichselbraun
Referent	Prof. Dr. Niklaus Stettler

Diese Masterthesis skizziert die Herausforderungen des Formularmanagements (FOMA) der LGT Group bei der Erstellung und Verwaltung der rund 4000 Formulare, die in mehr als 30 der weltweit verteilten Gesellschaften in unterschiedlichsten Sprachen benötigt werden. Die Arbeit stellt die im Zusammenhang mit Formularen relevanten Prozesse dar. Im Mittelpunkt stehen der Prozess zur «Produktion» und «Publikation» von Formularen und der Prozess der formularbasierten Erfassung von Daten. Des Weiteren wird aufgezeigt, mit welchen organisatorischen und technischen Massnahmen die erfassten Daten in die jeweiligen Geschäftsprozesse integriert werden.

Basierend auf dieser Analyse werden Möglichkeiten zur Optimierung der Prozesse aufgezeigt. Die untersuchten Lösungsansätze umfassen auf dem Standard XForms basierende Webformulare und (in Erweiterung der ursprünglich auf Linked Data (LD) fokussierten Betrachtungsweise) auch organisatorische Massnahmen. Der Linked-Data-Ansatz wird im Zusammenhang mit den XForms-basierten Web Formularen diskutiert. Dabei werden sowohl die Verlinkung der Formulardatensätze als auch die Verlinkung der erfassten Daten thematisiert.

Das Fazit und der Ausblick zeigen Möglichkeiten und Grenzen auf, die bei einer praktischen Umsetzung der skizzierten Massnahmen zu berücksichtigen wären.



**HTW** Chur  
Hochschule für Technik und Wirtschaft  
Pulvermühlestrasse 57  
CH-7004 Chur

Tel. +41 (0)81 286 24 24  
Fax +41 (0)81 286 24 00

[hochschule@htwchur.ch](mailto:hochschule@htwchur.ch)  
[www.htwchur.ch](http://www.htwchur.ch)