



HTW Chur



Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Bachelor- und Masterarbeiten 2012

STUDIERN FÜRS LEBEN

→ www.htwchur.ch

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibungen der Bachelor- und Masterarbeiten 2012

	Seiten
Bachelor-Studiengänge	
– Bau und Gestaltung	3
– Betriebsökonomie	16
– Informationswissenschaft	51
– Multimedia Production	70
– Telekommunikation/Elektrotechnik	92
– Tourism	98
Master-Studiengänge	
– Business Administration	149
– Engineering	154
– Information Science	155
MAS-Studiengang	
– MAS in Multimedia Communication und Journalism	166

Die Kurzzusammenfassungen wurden von den jeweiligen Diplomierten selbst verfasst.

PRISMA
Videoproduktionen und Systeme AG

Hauptsponsor

Schönholzer 

Hauptsponsor

KABA[®]

Co-Sponsor

Bau und Gestaltung

Studienleitung

Plácido Pérez

Jugendkulturzentrum Langer Gang in Chur

Diplomandin	Daniela Bluntschli
Referentin	S. Bühler
Korreferenten	M. Gujan, R. Albertin

Das heutige Ausgangsprogramm in Chur ist für unter 18jährige stark eingeschränkt. Es gibt keine Räumlichkeiten für die kreativen Jugendlichen. Aus der Analyse und mit diesem Wissen entschied ich für ein Jugendkulturzentrum.

Der Ort befindet sich zwischen der Bündner Kantonsschule und der Churer Altstadt.

Somit liegt er auf der Hauptachse der meisten Kantonsschüler. Eine Nutzung durch die Kantonsschule ist denkbar.

Das Volumen spielt mit der Grundfläche des rätischen Museum und trennt sich vom Marsöl ab. Der Körper als eigenständige neu interpretierte Form bildet den Abschluss des langen Ganges und öffnet sich nach Osten zu den bestehenden Reben. An der Ostfassade wird ein einladender mit Obstbäumen bepflanzter Aussenraum gestaltet. Dieser erinnert an die Zeit als die Parzelle durch den Bischof als Obstgarten benützt wurde.

Der offene Eingangsbereich ist so nach Osten ausgerichtet, dass das bestehende Wohnhaus im Norden nicht gestört werden kann. Der innere Kern mit Erschliessung und Nasszellen zieht sich bis in das oberste Geschoss. Ein Splittlevel ergibt die Möglichkeit Räume mit verschiedenen Höhen zu gestalten und zusätzlich wird der Lichthof so immer umgangen und inszeniert. Die konischen Räume im Grundriss drehen sich um den Treppen Kern und lassen sich frei möblieren. Das Spiel der Fassade nimmt mit den kleinen Fenster die Dimensionen der Altstadt auf und werden mit den grossen Fenster in der heutigen möglichen konstruktiven Grösse reflektiert.

Mit diesem Projekt soll der Jugend von Chur ein neuer Raum übergeben werden der ihnen viele Möglichkeiten zur eigenen Nutzung bietet.

Neues Wohnen für Jung und Alt in Fideris

Diplomand Carli Camathias
Referentin S. Bühler
Korreferenten M. Gujan, R. Albertin

Bei dieser Arbeit wurde in einem ersten Schritt der Ort Fideris auf die dörfliche Struktur, Funktion und Kultur analysiert. Basierend auf die Feststellung, dass die Häuser rechtwinklig zur Strasse platziert sind, werden die zwei neuen Gebäude für Familien und Alterswohnungen ebenfalls parallel an die Strasse platziert. Durch die Platzierung der beiden rechteckigen Gebäude werden zwei Aussenplätze definiert. Der Vordere soll öffentlich gehalten werden und somit für das ganze Dorf zugänglich sein. Durch die neuen Familien- und Alterswohnungen soll der Austausch zwischen Jung und Alt gefördert werden. Mit einem Gemeinschaftsraum soll auch eine aktive Verbindung zum Dorf gepflegt werden. Mittels präzise Setzungen von einzelne Kuben werden freie Grundrisse definiert und offene Sichtbezüge können hergestellt werden. Die zwei Bauwerke werden auch durch die Materialwahl und Konstruktion aus Holz geprägt.

Freizeitareal in Fideris

Diplomand Renato Casanova
Referentin S. Bühler
Korreferenten M. Gujan, R. Albertin

Das Prättigau ist für das Klettern in den Alpen bekannt. In den Bergen hat es für Familien verschiedene Standorte zum Klettern. Mit der Planung eines neuen Freizeitareals im Dorf Fideris selbst, wird es möglich sein, unter Dach, und übers ganze Jahr zu klettern. Das Areal soll als Start und Verbindungspunkt der Fideriser Heuberge funktionieren. Nebst dem Kletterturm mit Bistro, die Vermietung von Schlitteln und Trottinets, wie der Kauf für Tickets der Fideriser Heuberge, gibt es in der bestehenden alten Sägerei die Möglichkeit verschiedene Workshops zu besuchen. Kinder können mit Stein und Holz werken, mit Ton und Plastilin Formen kreieren, Bilder malen oder auf dem grossen Innenhof verschiedene Spiele spielen. Eine Parzellenmauer umschliesst das Areal und erweckt zusammen mit dem Turm einen Burg ähnlichen Charakter.

Wohnungsbau in Fideris

Diplomand Peter Estermann
Referentin S. Bühler
Korreferenten: M. Gujan, R. Albertin

Auf der Suche nach einer Nutzung für mein Projekt ist mir in Fideris aufgefallen, dass das Dorf viele Defizite im Bereich Wohnungsbau aufweist. Ich versuchte anschliessend anhand des Internets mich auf die Suche nach einer Wohnung in Fideris zu machen, leider war meine Suche erfolglos. Zudem hat das Dorf sehr viel Potential in dem Bereich der Freizeitaktivitäten. In Fideris mit den anschliessenden Heubergen können reichlich Sommersport- sowie Wintersportarten angeboten werden. Aber auch das Kulturbüro Prättigau befindet sich in Fideris. Dieses Büro organisiert Wanderungen, Velofahrten, Ausstellungen und Besichtigungen. Leider befindet sich das Kulturbüro ausserhalb des Dorfes.

Diese Potentiale nutzte ich und liess sie in das Projekt einfliessen. Die zwei Gebäude beinhalten aus diesem Grund einen öffentlichen Bereich, in dem der Verleih von Schlitten und Trottnet sowie der Verkauf von Skikarten angeboten werden. Weiters möchte ich das Kulturbüro Prättigau in das Zentrum verlegen und dieses durch einen Info-Schalter ergänzen. Das Projekt möchte ich durch Wohnungen für Jungfamilien, Paare oder Pensionisten ergänzen.

Mein Ziel war es, dass sich die zwei neuen Baukörper in die bestehende Bausubstanz einbinden. Darum nahm ich Elemente wie die Laubengänge und die Mauerführungen, welche öffentliche Aussenräume generieren, auf. Da die Gebäude im Dorf Fideris sehr holzlastig sind und aus Respekt zu den Patrizier Häuser war für mich das Material Holz von Anfang an klar.

Wohnhaus in Chur

Diplomandin Désirée Göschler
Referentin S. Bühler
Korreferenten M. Gujan, R. Albertin

Die Arbeit besteht darin, ein Projekt selbstständig zu entwerfen und zu konstruieren. Dabei sind die gegebenen Baugesetze und Vorschriften einzuhalten. Der Ort befindet sich in Chur an der Hofstrasse. Auf der Parzelle existiert bereits eine Tiefgarage, auf welche gebaut werden soll.

Aus der Analyse hat sich ein Wohnbau ergeben. Ein schmaler Körper entlang der historischen Gemäuer. Ein Wohnhaus mit acht kleinen Wohneinheiten schmiegt sich an die Mauer. Der seitliche Abstand zu den Nachbargebäuden zeugt von Respekt und zeigt Transparenz. Am Rande der Altstadt wird nicht mehr so dicht gebaut wie in der Kernzone. Die blühende Wiese, einst ein Obstgarten, bleibt nahezu unberührt.

Kunstschmiede Chur

Diplomand Jonas Linder
Referentin S. Bühler
Korreferenten M. Gujan, R. Albertin

Die brachliegende Parzelle unterhalb des Bischofshofes soll mit einer Bebauung nutzbar gemacht werden. Der Bauplatz befindet sich zwar am Rande der Altstadt aber dennoch am Pulse der Stadt Chur. Am Tage Prägen die Schüler der nahe gelegenen Kantonsschule und die Besucher der Zahlreichen Museen und Kunstgalerien das Bild. Am Abend werden sie abgelöst von Partygänger, die von einem Konzert kommen oder die nächst gelegene Bar aufsuchen. In mitten dieses Treibens soll nun neuer Wohnraum für junge Kunstschaffende entstehen. Ihre Bedürfnisse stehen in diesem Projekt im Vordergrund. Wo arbeiten sie, wie wohnen sie und welche Bedingungen müssen geschaffen werden, um ihnen einen idealen Wohn-/Arbeitsraum bieten zu können?

Wohnen im Alter in Fideris

Diplomand Benjamin Matthiessen
Referentin S. Bühler
Korreferenten M. Gujan, R. Albertin

Die älter werdende Dorfbevölkerung, sowie die Nachfrage nach Wohnraum, wurden als Kernthema gewählt. Durch die Erstellung von kleinen und attraktiven Wohnungen kann ein Angebot geschaffen werden. Im Projekt wurden zwei Wohnkörper definiert. Der erste beinhaltet acht 2-Zimmer Wohnungen und der Zweite fünf 3-Zimmer Wohnungen, sowie im Untergeschoss die Schlittenvermietung und Ticketverkauf für die Fideriser Heuberge. Die 2-Zimmer Wohnungen sind für ältere oder alleinstehende Personen gedacht, welche gerne in kleineren Wohnungen leben. Die Verbindungen sind kurz gehalten, so auch zu den Waschküchen und Kellerräumen im Untergeschoss. Die grösseren Wohnungen sind für ältere Paare oder noch berufstätige Personen ausgelegt, welche ein zusätzliches Zimmer schätzen. Es wurden bewusst die Materialien im Dorf aufgenommen und im Projekt integriert. Ebenfalls wurde das Thema des Laubenganges aufgenommen. Jede Wohnung verfügt somit über einen privaten und öffentlichen Bereich. Im Laubengang soll der öffentliche Kontakt unter den Bewohner gefördert werden. Im gemeinschaftlichen Wohnzimmer im Erdgeschoss können sich die Bewohner der gesamten Überbauung treffen.

Verstricktes Wohnen

Diplomand Marc Messmer
Referentin S. Bühler
Korreferenten M. Gujan, R. Albertin

Mit der geplanten Auflösung des dorfeigenen Sägewerks in Fideris stellt sich für die Gemeinde die Frage nach einer Neunutzung der Parzelle. Auf Grund meiner Analyse stellte sich heraus, dass ein grosser Teil der Gebäude in verschiedenen Holzbauweisen ausgeführt ist. Ziel des Projektes „Verstrickt“ ist es einen Mehrwert für die Gemeinde und deren Bewohner zu generieren. Durch die Schaffung der neuen Wohnform einer Alterswohngemeinschaft verbunden mit zwei Mehrgenerationenhäusern werden total neun Zweizimmer- und zwei Familienwohnungen gebildet. Die drei Volumen stehen in einer V-förmigen Position zueinander und öffnen sich Richtung Tal. Diese zonieren durch ihre Anordnung einen Begegnungsbereich. Er ist das verbindende Element zwischen den Bewohnern, zwischen Alt und Jung. Das Hauptgebäude, die Alterswohngemeinschaft, liegt näher beim Dorf, während die Mehrgenerationen-Häuser weiter unten liegen und über eine Rampe erreicht werden

Museum Bistum Chur

Diplomand Roman Pitsch
Referentin S. Bühler
Korreferenten M. Gujan, R. Albertin

Die bebaubare Parzelle liegt im Osten neben dem Hotel Marsöl und gehört ebenfalls dem Bistum Chur. Auf der ganzen Parzellenfläche ist unterirdisch vor Jahren eine Tiefgarage gebaut worden. Somit ist der grosse Teil des Baufensters fast eben. Nur hin zum Langen Gang ist eine fünf Meter hohe Stützwand, die den Langen Gang befestigt. Das neue Museum bettet sich in die steile Topographie zum Langen Gang hin ein und bewirkt mit dem Flachdach, das nicht höher als eine Brüstung ist, dass der Lange Gang das Raumgefühl beibehält und unterstreicht. Zwei Volumen bilden das Bauwerk. Das rechteckige lange Volumen und das darunter liegende dreieckförmige. Im Innern wird der Besucher anhand von Rampen durchs Gebäude geführt. Regionale Baustoffe wie Lärche, Sichtbeton und Quarzitursteine prägen beruhigend das äussere und das innere Erscheinungsbild, das mit der bestehenden, bebauten Umgebung verschmilzt. Das Museum soll in erster Linie die Geschichte und ihre Schätze des Bistums Chur unter einem Dach vereinen. Zusätzlich zu der permanenten Ausstellung ist eine zweite Ausstellung von regionalen Künstlern mit ihren Werken möglich. Diese verleiht dem Museum eine gesunde Abwechslung und fördert zugleich junge und alte, einheimische Künstler.

Jugendherberge «zum alten Pfaffenstall» in Chur

Diplomandin Jenny Rütten
Referentin S. Bühler
Korreferenten M. Gujan, R. Albertin

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus vier Teilen zusammen. Im ersten Teil «vom Ort zur Idee» probierte ich ein Gefühl für den Ort zu bekommen. Ich habe mich intensiv mit der Stadt Chur auseinandergesetzt und mir das Grundstück und seine Geschichte angeschaut. Im zweiten Teil «vom Ort zum Objekt» habe ich mir Gedanken über die Nutzung und die Platzierung des Gebäudes gemacht. Ich habe die ersten Erkenntnisse, die ich während der Analyse mir erarbeitet habe, zu einem Bauwerk zusammengefügt und diverse materialtechnische Studien erstellt. In der dritten Phase «vom Ort zum Material» wurden meine Überlegungen dann konkret. Die Materialien wurden gewählt damit sie statisch einwandfrei funktionieren und Details wurden erarbeitet. Im letzten Teil der Arbeit habe ich nun mein Konzept nochmals überarbeitet und die Materialien teilweise neu gewählt teilweise die Art der Fügung angepasst um zum optimalsten Ergebnis zu kommen.

Wohnhaus in Chur

Diplomand Andreas Schwendener
Referentin S. Bühler
Korreferenten M. Gujan, R. Albertin

Der Rücken des Marsöls soll gestärkt werden um das städtische Leben mit dem geistlichen zu trennen. Ein dominantes Volumen wird benötigt, damit es nicht unter dem hohen Grat der oberen bischöflichen Gebäude mit Turm erdrückt wird. Zur Seite des Bischofes wird der lange Weg aufgenommen und mit einem Knick verstärkt. Als Abschluss folgt ein Volumen welches in den Innenhof ragt. Somit entstehend vier Teile welche miteinander über den Innenhof kommunizieren. Diese Volumen erinnern an das städtische weiterbauen wie es seit Jahrhunderten in der Altstadt gemacht wird. Der bestehende Platz zwischen Bischof und den Wohnungsbauten aus den 60-Jahren wird heute nicht benützt. Mit der neuen Setzung wird die Chance genutzt dem Innenraum neues Leben einzuhauchen. Mit dem Knick wird ermöglicht, dass auch die Wohnungen zum Marsöl eine Aussicht erhalten und nicht im Schatten des Marsöls verschwinden. Zusätzlich wird der Innenhof vergrössert. Im Erdgeschoss läuft der Aussenraum in das Volumen hinein. Es ist möglich aus allen erdenklichen Situationen einen Eingang in das Wohnhaus zu finden. Durch das Andocken an das Marsöl entstehen zudem drei neuen Wohnungen und ein Atelier welche durch das bestehende Treppenhaus erschlossen werden. Die neue Erschliessung ermöglicht den Durchblick von der Hofstrasse in den Innenhof, und ermöglicht so die schöne Aussicht auf die Altstadt. Das offene Treppenhaus bietet offen und einladend gestaltet. Er soll die Kommunikation der Bewohner untereinander fördern. Die Fassade nimmt den Bestand auf und setzt ihn neu um. Die hohen Fenster geben dem Neubau die benötigte Kraft um nicht neben dem höheren Bestand zu verschwinden und erinnert an prachtvolle Bauten aus dem Süden. Die Gewände um die Fenster werden gestockt und dienen neu als Ornament anstatt wie früher als statisches Element. Die Ausrichtung der Grundrisse orientiert sich am Innenhof. Wohnen, Essen und Balkone sind alle nach Norden, zur Altstadt ausgerichtet. Die Zimmer folgen dieser Ausrichtung. Auf der Seite zum Hof sind die Nasszellen, Garderoben und Büros angelegt. Im Kopfbau sind die Nasszellen am inneren statischen nötigen Kern ausgerichtet.

Das Künstlerhaus in Fideris

Diplomandin	Adela Stojkova
Referentin	S. Bühler
Korreferenten	M. Gujan, R. Albertin

Idee: Im Dorf Fideris und in der näheren Umgebung gibt es einige kreativ schaffende Menschen. So entstand die Idee ein Künstlerhaus zu entwerfen.

Der monolithische Körper orientiert sich am Dorfkern und übernimmt die Massivität und Größe der umliegenden Patrizierhäuser. Die Einfachheit und das Reduzierte der Außenhülle zieht sich im Inneren des Kubus weiter. Das Gebäude ist durch den weißen mittigen Erschließungskern geregelt. Im und am Kern befindet sich alles Nötige für die großzügigen und offenen Atelierflächen. Diese Ateliers sind auf vier Geschosse verteilt und bieten auf jedem Stockwerk eine eigene Qualität.

Das Untergeschoss besitzt eine Werkstatt mit direktem Zugang zur grünen Außenfläche und zu den Dunkelkammern sowie dem Lager. Angedockt ist im UG der Zimmerkomplex für auswärtige Künstler.

Im Eingangsgeschoss befinden sich der Empfang, die Küche, ein multifunktionaler abtrennbarer Raum und der Zugang zur großen Terrasse. Das Obergeschoss bietet den Künstlern die Möglichkeit sich mit den flexiblen Schiebewänden abzutrennen. Das oberste Geschoss reagiert im Dach anders als die anderen Geschosse. Es ist überhoch und die Dachflächen laufen in den Kern hinein und übernehmen das neutrale Weiß des Kerns. Dieses Atelier bietet die Möglichkeit große Vorhänge an den Außenwänden zu ziehen und so einen weißen Raum zu kreieren.

Konstruktion: Die Entwurfsidee des Reduzierens wurde auch in der Konstruktion weitergezogen. Die Außenwände bestehen aus einer Schale aus Dämmbeton. Die Fenster sind in Holz gehalten. Im Inneren sind die Decken vom UG bis OG in Sichtbeton ausgebildet und im DG weiß verputzt. Der Kern und das anliegende Mobiliar des Kerns sind in einem neutralen Weiß gehalten. Als Bodenbelag kommt ein hell geschliffener Terrazzoboden zum Einsatz.

Chambre d'amis in Chur

Diplomand	Dominik Sutter
Referentin	S. Bühler
Korreferenten	M. Gujan, R. Albertin

Chur verbindet Business, Studium, Familie und Sport auf engstem Raum. Chur ist ein attraktiver Arbeits- Ferien und Wohnort. Was in Chur jedoch fehlt, ist die Möglichkeit schnell und unkompliziert übernachtet zu können. Sowie die Möglichkeit ein Gästezimmer über einige Wochen zu mieten. Die Kantonsschule und die in der Stadt integrierte Hochschule müssen betrieben werden und bieten das Potential für den Standort Marsöl. Die geografische Situation des Kantonsgraubünden ermöglicht den vielen Studenten und Dozenten sowie den vielen Saisoniers nach getaner Arbeit nicht mehr immer eine Heimkehr. Was fehlt sind nicht teure und noble Luxussuiten, sondern etwas Einfaches und Praktisches.

Das Konzept des Marsöls baut bereits darauf auf. Die Zimmer können erst ab einem Monat Mietdauer bezogen werden. Der bestehende Komplex ist aber zu klein, um aktiv bewirtschaftet zu werden um eine gewisse Rendite zu erlangen. Die bestehende Anlage kann ausgebaut und wirtschaftlich erweitert werden. Mit einem Neubau in Richtung Schanfigertor gewinnt die Infrastruktur Marsöl an zusätzlichem Raum.

Den bestehenden Komplex erweitere ich mit 20 Gästezimmern, für Monatsmieten und 5 Gruppenzimmer, welche für Tagesgäste hergerichtet werden können. Die Einzelzimmer bieten mit der integrierten Nasszelle den gewünschten Komfort. Auf jedem Stock entstehen zudem eine kleine Bibliothek und eine Küche. Die Gäste haben jedoch auch die Möglichkeit durchs Marsöl durch ins Restaurant zu gelangen. Somit möchte ich nicht nur die Gebäude verbinden, sondern auch das Angebot.

Der weiss eingefärbte Sichtbetonbau soll ein Gegengewicht zum Bestand geben. Die Volumetrie erweitert das Marsöl und vervollständigt es. Wände und Decken erscheinen aus einem Guss. Die weiss eingefärbte Sichtbetondecke soll sich durch eine feine Schattenfuge beim Auflager abheben. Die Einbauten in den Zimmern sind aus Lärchenholz und schimmern rot an den weissen Beton. Die Möbel wachsen aus der Nasszelle heraus und sind aus einem Guss erstellt. So als dass man meint, nach dem der Gast abgereist ist könnte die Schublade mit dem Bett und dem Pult wieder geschlossen werden.

Gemeinschaftliches Wohnen im Alter in Fideris

Diplomand	Sascha Voser
Referentin	S. Bühler
Koreferent	M. Gujan, R. Albertin

Dieser Entwurf nimmt sich zwei wesentlichen Problemen des Dorfes Fideris an. Zum einen ist das die wenig attraktive und störende Lage der Schlittenvermietung auf dem Dorfplatz und zum anderen der fehlenden Alterswohnungen. Dabei bieten sich die nicht mehr benötigten Räume der Sägerei optimal für Lager und Ticketverkauf an. Zugleich entsteht in der Parzellenmitte ein Gebäude, welches jeweils um die drei wie Holzstapel aussehenden Wohnungen einen Gemeinschaftsraum beinhaltet, welcher durch die Balkonzugänge Licht erhält und eine wunderbare Aussicht ins Tal bietet.

Neubau Mühle Freudenu in Wil

Diplomand	Michael Bebi
Referent	Matthias Schmidlin
Korreferent	Thomas Jäger

Bei dem Projekt der Bachelorarbeit handelt es sich um ein Hochhaus, welches zuerst als Umbau geplant war, jedoch im Rahmen der Bachelorthesis als Neubau beabsichtigt wird. Die Arbeit beinhaltet zwei Hauptthemen, den des Variantenstudiums sowie den des Vorprojektes. Im Variantenstudium werden verschiedene, mögliche Tragwerke untersucht und auch vorbemessen. In einem Variantenvergleich werden diese einander gegenübergestellt und die Bestvariante als Vorprojekt weiterverfolgt. Da die Bestvariante eine mehrgeschossige Rahmenkonstruktion ist, wurden unterschiedliche Spezialitäten eines Rahmens untersucht. So beispielsweise die genaue Ausführung eines Randknotens sowie eines Innenknotens oder die Berechnung der Schnittkräfte eines mehrfach statisch unbestimmten Rahmens von Hand. Im Weiteren wurden die Deckenbemessungen anhand der Streifenmethode durchgeführt und die Nachweise der verschiedenen Stützen und Riegel gemacht.

Ertüchtigung einer Stahlbetonkonstruktion aus dem Jahre 1904

Diplomand	Roger Broder
Referent	Matthias Schmidlin
Koreferent	Thomas Jäger

Das in Winterthur stehende Zimmereigebäude aus dem Jahre 1904, welches aktuell als Restaurant genutzt wird, soll im obersten Geschoss Hotelzimmer erhalten. Um diese Räumlichkeiten unnutzen zu können, wird das Tragwerk auf die Tragfähigkeit kontrolliert. Die gut erhaltene Rippendecke wurde mittels Glatstahl bewehrt. Es werden die Verankerungslängen unter Einbezug der Endhaken und Verbundspannungen ermittelt. Nach Auswertung der Werkstofftests und Recherchen über die im Jahre 1904 geltenden Bemessungsregeln, wird die Konstruktion nachgerechnet und beurteilt. Für die Berechnungen wird auf die aktuell geltenden SIA Normen und Konstruktionsregeln abgestützt. Aufgrund fehlender Angaben über Biegeradien der Bewehrung und Nachweishindernissen durch das Fehlen von Verbügelungen, wird keine abschliessende Aussage über die zulässige Nutzlast gemacht. Es werden zwei Szenarien mit den jeweiligen Bruchlasten verglichen. Als Ausblick für das weitere Vorgehen wird der Beizug eines ausgewiesenen Fachexperten, Recherchen über die Bauteilgeschichte und falls nötig ein Belastungstest vorgeschlagen.

Kindergarten in Holzbauweise

Diplomand	Stefano Gosetti
Referent	Rolf Bachofner
Korreferent	Michael Inauen

Die Ausgangslage war der Neubau eines Doppelkindergartens. Die Arbeit setzte sich aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil wurde eine Nutzungsvereinbarung erstellt. Im zweiten Teil war die Aufgabe, verschiedene Varianten der Tragstruktur aufzuzeigen und nach abwägen der Vor- und Nachteile eine Wahl zu treffen. Der dritte Teil besteht hauptsächlich aus den statischen Berechnungen und der Dimensionierung der einzelnen Bauteile, also dem technischen Bericht.

Der Kindergarten Neubau in Grabs wird in konventioneller Holzbauweise ausgeführt. Dach und Deckenscheiben sind in einer Rippenplattenbauweise ausgeführt. Die Wandkonstruktionen sind in typischer Ständerbauweise konzipiert und ausgedämmt. Der Minergie P Standard wurde eingehalten indem die Dämmung der Aussenwände entsprechend dimensioniert wurde.

Renaturierung Igiser Mühlbach

Diplomandin	Monika Iglesias Figueredo
Referent	Rolf Eichenberger
Korreferent	Franco Schlegel

In der Bachelor Arbeit wird ein Vorschlag zur Renaturierung des Igiser Mühlbachs aufgezeigt. Dabei wird der Bachabschnitt von der Speisung bis Obere Mühle/Papierfabriken Landquart betrachtet. Projektziele sind dabei die Fischgängigkeit des Gewässers sowie eine Verbesserung der ökologischen Situation auf der ganzen Länge des Igiser Mühlbachs. Des Weiteren wird eine Aufwertung aus ökologischer und kulturhistorischer Sicht, sowie als Naherholungsgebiet angestrebt.

In der Arbeit wird zunächst mithilfe der Zielsetzungen und einem Referenzgewässer ein visionäres Leitbild und das Renaturierungskonzept erstellt. Anhand dessen werden die Abschnitte des Bachs auf ihren Bedarf zur Zielerreichung angeschaut. Aus dem Bedarf und den vorliegenden Restriktionen ergibt sich das Aufwertungspotential der Abschnitte. Darauf aufbauend werden die Massnahmen in den einzelnen Abschnitten des Gewässers ausgearbeitet:

Es sollen ökologische Schwerpunktmaßnahmen mit dazwischen liegenden ökologisch aufgewerteten Vernetzungstrecken geschaffen werden. So wird mit der Renaturierung die Fischgängigkeit erreicht. Auch wird der Bach insgesamt ökologisch aufgewertet und naherholungs- und kulturhistorische Massnahmen werden in den ökologischen Schwerpunkten integriert.

Hochhaus Silo Freudenuau in Wil St.Gallen

Diplomand	Adrian Koch
Referent	Matthias Schmidlin
Korreferent	Thomas Jäger

In einer ersten Phase, dem Variantenstudium, wird für die Kubatur ein geeignetes Tragwerk entworfen. Dabei werden verschiedene Tragwerksmodelle analysiert mit dem Ziel, ein ideales Konzept für die Lastabtragung, der auf das Gebäude einwirkenden Kräfte zu finden. Das für das Vorprojekt gewählte Tragwerk, besteht aus einem massiven Erschliessungskern und Fassadenstützen. Der Erschliessungskern dient der Gebäudeaussteifung und ist einem vertikalen umlaufenden Hohlkasten ähnlich. Die Stützen dienen der Abtragung der vertikalen Lasten und leisten keinen Beitrag an die Gebäudeaussteifung. Für die Bemessung des Erschliessungskerns, bestimmen hauptsächlich die Erdbebenkräfte die Beanspruchung. Ein Problem stellt dabei insbesondere eine Öffnung dar, bei der ein geeignetes Modell zu wählen ist, welches die Kräfte in der Scheibe widerspiegeln. Ausschnitte von Bewehrungsplänen mit 3D-Ansichten visualisieren die Bewehrungsführung in einer Stützen, einer Decke und einer Wand im Erschliessungskern.

Velo- und Fussgängerbrücke über den Rhein

Diplomand	Christian Loretz
Referent	Jürg Conzett
Korreferent	Karl Baumann

Von der Gemeinde Haldenstein aus führt, gegen Flussrichtung rechts vom Rhein, ein Gehweg. Dieser endet jedoch vor der Felswand direkt gegenüber dem Rheinquartier. Nun soll die Verbindung über den Rhein mit einer Brücke geschlossen werden. Im ersten Teil der Arbeit wurden die Grundlagen, Standort, Normalprofil und weitere Grundlagen für das Projekt zusammengetragen bzw. erarbeitet. Aus Projektgrundlagen konnte ein Variantenstudium mit dem Diplomanden Claudio Pally ausgearbeitet werden. Jeder Student verglich dabei 6 Brückentypen und wählte aus dem Variantenstudium die Bestvariante aus, in meinem Fall war dies die Bogenbrücke. Die Brücke ist als Dreigelenkbogen System Maillart geplant, sie wird mittels Leegerüst in Ortsbetonbauweise erstellt. Die Brücke wurde in der Bogenform in verschiedenen iterationsschritten optimiert. Das Tragwerk wurde nach den gültigen SIA Normen bemessen und konstruktiv ausgebildet.

Naturgefahren, Schutzkonzept gegen Murgänge, Val Luven, Gemeinde Sumvitg

Diplomand Peter Mosimann
Referenten Eva Frick, Christoph Graf
Korreferent Benno Zarn

Die Diplomarbeit «Schutzkonzept gegen Murgänge» ist in vier Teile gegliedert und zeigt den Weg, ausgehend von der Gefahrenerkennung, zur Gefahrenanalyse, über die verschiedenen Schutzkonzeptvarianten bis zum effektiven Bauwerk auf. In Teil 1 werden die möglichen Ereignis - Szenarien aufgezeigt und dargestellt. In Teil 2 werden Ausbruchs – Szenarien von Murgängen und fluviatilem Feststofftransports untersucht und analysiert. Murganggefahren werden mit dem numerischen Analyseprogramm RAMMS simuliert. Alle Berechnungen und Resultate sind aufgeführt. Aufgrund dieser Analyse werden in Teil 3 verschiedene Schutzkonzeptvarianten erarbeitet. Die Evaluierung der Bestvariante basiert auf einer Grobkostenschätzung und einer Sicherheitseinstufung. In Teil 4 wird die ausgewählte Schutzvariante zu einem Vor-projekt weiter bearbeitet. Alle Berechnungen und dazugehörigen Pläne sind aufgeführt.

Neue Fussgänger- und Radwegbrücke über den Rhein

Diplomand Claudio Pally
Referent Jürg Konzett
Korreferent Karl Baumann

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus vier Teilen zusammen. Im ersten Teil wurden die Projektgrundlagen in Zusammenarbeit mit dem Diplomanden Christian Loretz erarbeitet. In diesem Stadium wurden u.a. der optimalste Standort, das Schutzziel und das geometrische Normalprofil definiert. Der zweite Teil beinhaltet ein Variantenstudium, in dem mögliche Tragsysteme für die Überquerung des Rheins analysiert wurden. Um die Bestvariante wählen zu können, wurde unter Berücksichtigung mehrerer Kriterien eine Evaluation durchgeführt. Im dritten Teil wurde die Konstruktion entworfen. Dabei wurden hauptsächlich konstruktive, dauerhaftigkeitsrelevante und statische Aspekte berücksichtigt. Der vierte Teil ist eng mit dem dritten verknüpft, es handelt sich dabei um die statischen Berechnungen.

Wasserkraftnutzung Arieschbach, Gemeinde Fideris

Diplomand	Roman Reiner
Referent	Gian Andrea Riedi
Korreferent	Robert Widmer

In der Bachelor Arbeit werden die Möglichkeiten geprüft, den Abfluss des Arieschbachs oberhalb der von der Repower AG geplanten Fassung für das Kraftwerk Chlus zur Stromproduktion in einem Kleinwasserkraftwerk zu nutzen. Als zentrale Grundlage für die Nutzung werden die Abflussverhältnisse des Gewässers an drei möglichen Fassungsstandorten mit verschiedenen Methoden berechnet. Die an den Fassungen vermutlich einzuhaltenden Dotierwassermengen werden grob abgeschätzt und die resultierenden Nutzwassermengen unter Berücksichtigung des teilweise hohen Geschiebetriebs berechnet. Ausgehend von drei möglichen Fassungsstandorten werden verschiedene Nutzungskonzepte entwickelt, miteinander verglichen und eine Bestvariante für die Weiterbearbeitung vorgeschlagen. Die Bestvariante umfasst eine Nutzung des Arieschbachs in drei Stufen zwischen Laflina (Fideriser Heuberge) und der Landquart. Für die oberste der drei Stufen wird ein Projektkonzept ausgearbeitet mit vertiefter Bearbeitung der Fassungsanlage sowie der Leitungsführung bis zur Zentrale bei Patjänja. Für diese Stufe mit einer geschätzten Jahresproduktion von ca. 10 GWh und einer installierten Leistung von 3.9 MW wird die Wirtschaftlichkeit der Stromproduktion nachgewiesen.

Betriebsökonomie

Studienleitung

Prof. Fulvio Bottoni

Steuerung der Personalressourcen in einem Grossunternehmen (im Vergleich zu einem KMU)

Diplomandin	Luzia Aeschbach
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Jörg Schneiders
Auftraggeber	Swisscom (Schweiz) AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich mit dem Thema der Personalressourcensteuerung auseinander. Es soll die Frage beantwortet werden, wie mit entsprechenden Methoden und Instrumenten durch gezielte Steuerungsmassnahmen im Personalbereich die Produktivität sowie die Profitabilität gesteigert werden können. Die Arbeit besteht aus drei Teilen: Theorie, Analyse, Ergebnis und Empfehlung. In einem ersten Schritt werden die theoretischen Grundlagen geschaffen. Dazu gehören Begriffsdefinitionen, die Darstellung des Zusammenhangs der Begriffe sowie eine Skizzierung des Ablaufs und der Instrumente der Personalsteuerung. Der zweite Teil befasst sich mit der Ist-Situation bei der Swisscom (Schweiz) AG und der Azept Webcall. Anhand dieses Vergleichs und der Situationsanalyse werden im dritten Teil der Arbeit Verbesserungsvorschläge unterbreitet. Dieser Teil beinhaltet auch eine Anleitung, wie bei der Auswahl einer Software vorgegangen werden sollte, eine Auswahl sowie eine Bewertung verschiedener Anbieter und eine Empfehlung eines Produktes sowie Empfehlungen zum weiteren Vorgehen. Diese Arbeit soll der Swisscom (Schweiz) AG Anknüpfungspunkte liefern, um ihre Personalsteuerung zu optimieren und dadurch ihre Profitabilität sowie Produktivität zu verbessern.

Einführung eines internen Kontrollsystems beim Amt für Industrie, Gewerbe und Arbeit (KIGA) Graubünden

Diplomandin	Nadia Allemann
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Theo Plattner
Auftraggeber	KIGA Graubünden
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Bachelorthesis setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen zum internen Kontrollsystem – insbesondere dessen Bedeutung und gesetzliche Rahmenbedingungen – wie auch zum Risikomanagement erläutert sowie die wesentlichen Unterschiede zwischen der Privatwirtschaft und der öffentlichen Verwaltung aufgezeigt. Der zweite Teil beinhaltet die IST-Situation sämtlicher Abteilungen des KIGA in Bezug auf bestehende Kontrollmassnahmen resp. die Kommunikation und den Informationsaustausch untereinander. Zu diesem Zweck wurde mit je einer Person pro Abteilung eine qualitative Befragung durchgeführt. Im abschliessenden Teil folgt ein Vorschlag, wie das interne Kontrollsystem beim Amt für Industrie, Gewerbe und Arbeit Schritt für Schritt aufgebaut werden sollte und worauf besonders geachtet werden muss. Dabei werden mögliche Risiken oder Problemstellungen analysiert und bewertet sowie konkrete Handlungsempfehlungen abgegeben.

Controlling von Managed Services

Diplomand	Sandro Blaser
Referent	Prof. Dr. Christoph Benz
Korreferent	Urs Kolb
Auftraggeber	Swisscom (Schweiz) AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Managed Services sind Dienstleistungen, bei welchen der Kunde seine ICT-Bedürfnisse komplett einem Anbieter anvertraut. Dadurch entstehen Lösungen, welche eine enorme Komplexität aufweisen. Swisscom muss dazu eine Reihe von bisherigen Einzelprodukten zu einem Gesamtservice bündeln. Die verschiedenen Funktionalitäten werden innerhalb Benutzer-, Standort- und Kunden-Profilen fakturiert. Die Bachelor Thesis zeigt auf, wie das Produktcontrolling aus diesen Profilen relevante Umsätze und Mengen von Einzelprodukten eruiert. Zudem wird geprüft, ob und wie die eingesetzten IT-Systeme die, für das Controlling benötigten Informationen, liefern können.

Reporting / MIS der Flumroc AG

Informationsbedarfs- und Reportinganalyse mit Fokus auf die finanziellen Berichte

Diplomand	Pascal Bless
Referent	Prof. Dr. Christoph Benz
Korreferent	Damian Gort
Auftraggeber	Flumroc AG, Flums
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit besteht im Wesentlichen aus vier Teilen. Im Ersten werden die in der Theorie massgeblichen Bestandteile von Berichten, deren Merkmale sowie das Vorgehen einer Informationsbedarfsanalyse vorgestellt. Kennzahlen und Kennzahlensysteme spielen dabei eine wichtige Rolle. Im Anschluss wird die Situation der Flumroc AG in Flums aufgezeigt. Dieser Abschnitt veranschaulicht, wie die Führung aufgebaut ist und beinhaltet die Bestandesaufnahme von sämtlichen finanziellen Berichten. Anhand der Informationsbedarfsanalyse, unter anderem in der Form von Gesprächen mit den Geschäftsleitungsmitgliedern, wurde der Informationsbedarf der Unternehmung erfasst. Bevor die Arbeit in das Konzept überleitet, wird das Berichtssystem der Flumroc AG mit dem MIS der Firma Stäubli Sargans AG verglichen. Die daraus gewonnen Erkenntnisse über die Gemeinsamkeiten und Unterschiede, wie auch die Vor- und Nachteile der beiden Berichtssysteme, ergeben weitere Inputs, um das System der Flumroc AG zu optimieren. Das erarbeitete Konzept bildet schliesslich den Abschluss der Arbeit und stützt sich dabei auf die Erkenntnisse aus den vorangehenden Teilen ab. Es ist zudem die Grundlage für die Beantwortung der zentralen Fragestellung meiner Bachelor Thesis, wie das Reportingssystem auf den Informationsbedarf der Geschäftsleitung abgestimmt ist und was für Optimierungsmöglichkeiten bestehen.

Zweitwohnungen in der Val Lumnezia

Diplomand	Andreas Blumenthal
Referent	Dominik Just
Korreferent	Gian Derungs
Auftraggeber	Derungs Immobilien AG, Lumbrein
Klassifikation	VERTRAULICH

Zweitwohnungen sind in der Val Lumnezia ein wichtiger Bestandteil von Wirtschaft und Tourismus. Vor allem durch die angenommene Zweitwohnungs-Initiative «Schluss mit uferlosem Bau von Zweitwohnungen» hat diese Thematik wieder an Medienbranz gewonnen. Für die Val Lumnezia sind aktuell weder Daten noch Analysen bezüglich Zweitwohnungen vorhanden. Ziel der Bachelor-Arbeit ist es, eine Analyse der effektiven Nutzung von Zweitwohnungen im Tal durchzuführen. Weiter soll ein Profil von typischen Zweitwohnungs-Eigentümern erstellt werden. Dies geschieht mittels einer schriftlichen Umfrage bei den Eigentümern. Aufbauend auf diesen Daten werden weiter die effektiven Kosten einer durchschnittlichen Zweitwohnung in der Val Lumnezia berechnet. Zusätzlich wird das Wertschöpfungspotenzial im Zusammenhang mit dem Bau und Besitz von Zweitwohnungen sowie die Konsumausgaben der Eigentümer und Drittmietler berechnet und interpretiert.

Auswirkungen von Umstellungen auf Swiss GAAP FER für das Regionalspital Surselva

Diplomand	Ursin Derungs
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Gabriel Derungs
Auftraggeber	Regionalspital Surselva, Ilanz
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit befasst sich mit einer Umstellung des Rechnungslegungsstandards auf Swiss GAAP FER. Es wird konkret aufgezeigt, welche Auswirkungen für das Regionalspital Surselva zu erwarten sind. Von Interesse sind neben den Auswirkungen auf die finanzielle Berichterstattung auch solche auf die Systeme, Prozesse und die Mitarbeitenden. Ein theoretischer Gesamtvergleich zwischen den Rechnungslegungsvorschriften des Obligationenrechts und der Swiss GAAP FER dient als Einstieg. Um die zukünftigen Veränderungen zu veranschaulichen und dem Regionalspital Surselva eine solide Basis für die Umstellung bieten zu können, werden die einzelnen Fachempfehlungen zur Rechnungslegung analysiert und angewendet. Wissenschaftliche Publikationen ergänzen das Thema und geben nützliche Erfahrungen aus der Praxis wieder. Daneben werden Mitarbeitende des Regionalspitals Surselva und verschiedene Verbände zitiert. Ferner zeigt die Arbeit auf, wie beim Umstellungsprojekt vorzugehen ist.

Revenue Per Available Room: Comparability and Modification of the Key Performance Indicator in the Hotel Industry

Diplomand	Joël Günter
Referent	Prof. Dr. Christoph Benz
Korreferent	Isidoro Geretto
Auftraggeber	Fairmont Raffles Hotels International

The thesis discusses the limitations of the relatively new, but prevalent key performance indicator in the hotel industry known as «Revenue Per Available Room» (RevPAR) with respects to its meaningfulness and comparability, and raises suggestions of additional performance indicators with the aim of covering the existing inadequacies. After explaining the current metrics in the hotel industry, the limitations are identified with the aid of numerous professional opinions and relevant research materials. Through the application of general business administration theories to the hotel industry, a new measurement concept was developed with a number of possible additional hotel performance metrics. This concept was then empirically tested using two Zurich-based hotels as samples. The results of the comparison are presented followed by recommendations regarding future metrics. Lastly, a statistical analysis was conducted as an example of an alternative approach to measuring and comparing hotel performance.

Optimierung des Transfer Pricing innerhalb der INFICON

Diplomandin	Barbara Jäger
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Erika Bollhalder
Auftraggeber	INFICON
Klassifikation	VERTRAULICH

Nach einer Einführung in die Thematik Transfer Pricing bietet die Arbeit Einblick in verschiedene Transfer Pricing Methoden. Anschliessend wird die INFICON kurz vorgestellt. Das bestehende Transfer Pricing in Bezug auf Warentransaktionen wird analysiert. Für die daraus gefundenen Schwächen werden Lösungen vorgeschlagen. Erstens wird die passende Transfer Pricing Methode für die Warentransaktionen innerhalb der INFICON identifiziert. Als zweiten Punkt benötigt der Konzern einheitliche Dokumentationen und Fremdvergleichsanalysen. Diese werden mit einer speziellen Transfer Pricing Software erstellt. Mittels einer Nutzwertanalyse wurde die am besten für die INFICON geeignete Transfer Pricing Software ermittelt. Drittens ist die Zielsetzung der Transferpreisbildung betroffen. Sie wird darauf ausgerichtet, die Steuerbelastung durch Gewinnsteuern zu optimieren. Dazu wird erläutert, wie die neuen Zielsetzungen erreicht werden.

Optimierung des Cash Managements der Octapharma AG

Diplomandin	Sybille Küenzi
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Philipp Auf der Maur
Auftraggeber	Octapharma AG, Lachen
Klassifikation	VERTRAULICH

Ziel dieser Arbeit ist, der Octapharma AG Optimierungsmöglichkeiten für ihr Cash Management aufzuzeigen, welche sich in der Praxis umsetzen lassen. Deshalb umfasst die Arbeit einen Theorie- und einen Praxisteil. Im Theorieteil werden die theoretischen Grundlagen zum Cash Management erläutert. Zu Beginn wird der Begriff Cash Management definiert. Anschliessend wird geklärt, welche Aufgaben zum Cash Management gehören und wie sich diese vom Treasury abgrenzen lassen. Zudem werden Anforderungen an ein effizientes und effektives Cash Management angegeben.

Im praxisbezogenen Teil wird zuerst die Octapharma AG und ihr Cash Management vorgestellt. Ausserdem vergleicht die Arbeit das Cash Management der Octapharma AG mit jenem von drei anderen internationalen Konzernen mit Hauptsitz in der Schweiz. In der Folge wird das Cash Management der Octapharma AG mittels einer SWOT Analyse untersucht und es werden daraus konkrete Vorschläge zur Optimierung erarbeitet. Die Grundlage für diesen Schritt bilden die Erkenntnisse aus Theorie und Praxis.

Einführung eines Kennzahlensystems in der Hotel Bellevue AG

Diplomand	Roland Schweizer
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Patric Vogel
Auftraggeber	Hotel Bellevue AG

Das Führen über Kennzahlen und Kennzahlensysteme gehört in grossen Hotelketten und bei grossen Betrieben bereits seit langer Zeit zum Standard. Aber auch in kleineren Hotels kann sich die Geschäftsleitung keine reinen Bauchentscheide mehr leisten. Auch hier rücken vermehrt die Zahlen in den Vordergrund. Oft ist der Hotelier gleichzeitig auch der Finanzchef. Für die wöchentlichen oder gar täglichen Berechnungen von aufwändigen Kennzahlen bleibt somit in einem Kleinbetrieb keine Zeit. Diese Situation ist so auch beim Märchenhotel Bellevue in Braunwald vorzufinden. Ziel der Thesis ist die Implementierung eines Kennzahlensystems, welches einfach, zeitnah und ohne grossen Aufwand die wesentlichen Kennzahlen auswertet und übersichtlich darstellt. Dafür habe wurden zunächst die Ist-Situation ausgewertet und aufgrund der bestehenden Praxis in der Hotellerie, Vorschläge für die Umsetzung erläutert. In einem zweiten Schritt wurden mögliche Kennzahlen analysiert. Die aussagekräftigsten wurden für ein Management-Cockpit berücksichtigt. Ebenso wurden Möglichkeiten zur Abbildung in einer Software geprüft und erste Schritte dazu eingeleitet.

Konzept zur Optimierung von Investitionsentscheiden bei der Toneatti AG

Diplomand	Manuel Stoop
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferenten	Josef Stoop (Toneatti AG) / Max Müller (Glaronia Treuhand AG)
Auftraggeber	Toneatti AG, Bilten
Klassifikation	VERTRAULICH

Ziel der Arbeit ist es, eine brauchbare Grundlage zu erarbeiten, um zukünftig die Investitionsentscheidungen bei der Toneatti AG zu erleichtern. Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus vier Teilen zusammen. Der erste Teil beschäftigt sich mit der Grundlagenerarbeitung bei Investitionsentscheiden. Dazu gehören Analysen zum Verschuldungspotenzial, WACC-Berechnungen und eine Darstellung der Vor- und Nachteile von Investitionen. Der nächste Teil untersucht verschiedene Szenarien: ab wann ist der Kauf von Baumaschinen im Allgemeinen lohnenswerter im Vergleich zur Miete? Anschliessend erfolgt eine firmenspezifische Analyse von jeweils zehn Baustellen und deren Kostenverursachern in Bezug auf Baumaschinen. Hierbei wird in einer Variante damit gerechnet, dass die Maschinen gemietet und in der anderen Variante gekauft sind. Die Kosten der Varianten werden gegenübergestellt und entsprechende Rückschlüsse zur Optimierung von Investitionen gemacht. Der letzte Teil beschäftigt sich mit dem gesamten Investitionsprozess und schlägt ein standardisiertes Vorgehen bei Investitionsentscheiden vor.

Personalcontrolling – Wertschöpfungsorientierte Evaluation des Personalmanagements bei der Rhätischen Bahn

Diplomandin	Corina Wenzin
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferentin	Stephanie Rielle
Auftraggeber	Rhätische Bahn AG, Chur
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich aus vier Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Hintergründe zum Personalcontrolling erläutert, wobei die Bereiche Personalmanagement und Controlling im Einzelnen erklärt werden. Zudem wird aufgezeigt, wo sich das Personalcontrolling im Personalmanagement einordnen lässt und welche Aspekte man beim Aufbau eines Personalcontrollingkonzepts beachten muss. Anschliessend wird die momentane Situation betreffend Personalcontrolling bei der Rhätischen Bahn evaluiert. Im dritten Teil werden die Erfahrungen aus den drei durchgeführten Benchmarks vorgestellt. Im letzten Kapitel wird ein Vorschlag für ein Personalcontrollingkonzept bei der Rhätischen Bahn vorgestellt. Dabei wird aufgezeigt, wie das Personalcontrolling als Steuerungsinstrument angewendet werden kann. Zudem wird die Wertschöpfung des Personalcontrollings für das Personalmanagement sowie für das Unternehmen anhand von konkreten Beispielen aufgezeigt.

Betriebskonzept Technische Betriebe Safiental

Diplomandin	Patricia Wolf
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferenten	Buchli Daniel und Weber Andreas
Auftraggeber	Andreas Weber, Revierförster Versam/Valendas
Klassifikation	VERTRAULICH

Im November 2011 haben die Gemeindeversammlungen von Tenna, Safien, Valendas und Versam der Fusion zur neuen Bündner Gemeinde Safiental mit grosser Mehrheit zugestimmt. Per 1. Januar 2013 wird die Fusion vollzogen. Damit ergeben sich grundlegende Änderungen für die Bereiche Forst und Werkdienst, die neu unter dem Namen Technische Betriebe Safiental geführt werden. Ziel und Zweck dieses Betriebskonzeptes bestehen in der Analyse der Ist-Situation und der Ausarbeitung von Handlungsvorschlägen für die interne Ausgestaltung der neuen Organisation. Dabei wird aufgezeigt, wie die Zuständigkeiten sinnvoll aufgeteilt werden, wo Synergien entstehen und wo Optimierungen gegenüber der bisherigen Betriebsführung möglich sind. Da auf kantonaler Ebene die Parameter für die Beiträge an die Forstbetriebe neu festgelegt werden, soll das Betriebskonzept auch Lösungswege aufzeigen, wie der Betrieb die kommenden Herausforderungen meistern kann.

Der starke Schweizer Franken und die SNB

Diplomandin	Andrea Auer
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Bernd Hartmann
Auftraggeber	VP Bank AG, Vaduz

In meiner Bachelor Thesis wird in einem ersten Schritt überprüft, ob der Schweizer Franken tatsächlich überbewertet ist. Dann wird aufgezeigt, wie die Schweizer Wirtschaft auf den Wertanstieg des Schweizer Franken reagiert hat. Im nächsten Teil wird anschliessend evaluiert, welche Instrumente für die Abwertung des Schweizer Franken eingesetzt werden können. Dabei werden die geldpolitischen Massnahmen von ausländischen Nationalbanken betrachtet und auf ihre Effektivität geprüft. Die Vorgehensweisen der ausländischen Nationalbanken werden auf die Schweiz übertragen und anschliessend wird beurteilt, ob für die Schweiz dieselben Auswirkungen eintreten werden. Daraus kann dann abgeleitet werden, welche Instrumente für die SNB und die Schweiz am sinnvollsten und effektivsten sind. Im letzten Schritt werden die bereits angewendeten Instrumenten der SNB aufgezeigt und kritisch hinterfragt. Als Abschluss werden die Handlungsempfehlungen der Bachelor Thesis und die effektiven Massnahmen der SNB einander gegenübergestellt und analysiert.

Behavioral Finance Anwendung und Umsetzung sowie Integration der Erkenntnisse in die Praxis

Diplomand	Roman Bättig
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Dr. Martina Müller-Kamp
Auftraggeber	Graubündner Kantonalbank

Obwohl sich die Behavioral Finance steigender Beliebtheit erfreut, sind Anwendungsansätze in der Praxis wenig verbreitet. Auf Grund dessen besteht das primäre Ziel der vorliegenden Bachelor Thesis darin, ein Modell, basierend auf den Erkenntnissen der Behavioral Finance, zu entwickeln, das grundlegende Vorschläge zu einer effektiven Investitionsplanung liefert. Einleitend werden im Rahmen des Theorieteils irrationale Verhaltensweisen von Anlegern sowie die daraus resultierenden Preisanomalien an den Finanzmärkten erläutert. Aufbauend auf den theoretischen Standpunkten stehen im zweiten Teil der Diplomarbeit verhaltensorientierte Anlagestrategien, in erster Linie Momentum-Strategien, im Fokus. Mit Hilfe von empirischen Studien sowie einer Datenanalyse wird die Rentabilität von Momentum-Strategien eingehend untersucht. Eine kritische Beurteilung der Resultate sowie Empfehlungen für die Praxis runden die Arbeit ab.

Bieten nicht traditionelle Anlagen mehr Stabilität für Ihr Portfolio?

Diplomand	Mathias Bürzle
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Aribert Schurte
Auftraggeber	Centrum Bank AG, Vaduz

Die Arbeit ist im Wesentlichen in drei Kapitel gegliedert. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen von alternativen Anlagen erläutert. Dabei werden die verschiedenen Eigenschaften von alternativen Anlagen aufgezeigt sowie mögliche Risiken und Chancen bei Investitionen explizit dargestellt. Anschliessend wird untersucht, ob nicht traditionelle Anlagen bezüglich Rendite, Risiko und Korrelationseigenschaften Chancen bieten, die Stabilität eines Portfolios zu erhöhen. Für diese Quantifizierung werden zunächst die Performance- und Risikokennzahlen (-10 Jahre) sowohl von alternativen als auch von traditionellen Anlagen evaluiert. Zudem werden die Korrelationsstrukturen von alternativen zu herkömmlichen Anlagen errechnet und analysiert. Im letzten Teil werden verschiedene Modelle zur Bestimmung von erwarteten Renditen der unterschiedlichen Anlageklassen angewendet, um –darauf aufbauend – einen Mehrwert von alternativen Anlagen im Kontext einer Asset Allokation zu ermitteln. Diese Analysen bilden schliesslich die Grundlage zur Beantwortung der zentralen Fragestellung meiner Bachelorarbeit: Bieten nicht traditionelle Anlagen mehr Stabilität für Ihr Portfolio?

Cross-Border-Management Gründe warum ausländische ihr Vermögen in der Schweiz anlegen sollen

Diplomand	Josip Cacic
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Alexander Jörgler
Auftraggeber	UBS AG Chur

Die Arbeit beschäftigt sich mit der Geschichte und der Entwicklung des Finanzplatzes Schweiz. Werte wie politische und wirtschaftliche Stabilität erhöhten vor allem während der Finanzkrise die Attraktivität des Finanzplatzes. Das einzigartige Bankgeheimnis war für ausländische Anleger äusserst attraktiv, stiess im Ausland jedoch auf negativen Anklang. Trotzdem konnte sich die Schweiz in der grenzüberschreitenden Vermögensberatung eine führende Position sichern. Anhand von Nutzwertanalysen werden internationale sowie nationale Finanzplätze verglichen. Eine Wettbewerbs- sowie SWOT-Analyse zeigen die aktuelle Situation für die Schweiz, Graubünden und vor allem die UBS AG in Chur auf. Es werden Gründe aufgezeigt, die dafür sorgen könnten, dass die Wettbewerbsfähigkeit auch zukünftig aufrecht erhalten werden kann.

Nach den BRIC – die Next Eleven

Investitionsmöglichkeiten in den neuen Emerging Markets

Diplomand	David Candinas
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Beat Schumacher
Auftraggeber	Zürcher Kantonbank

Das Thema der Emerging Markets ist bei Anlegerinnen und Anlegern präsenter denn je. Dabei haben insbesondere die BRIC Staaten hohe Aufmerksamkeit auf sich gezogen. Das Investmenthaus Goldman Sachs prophezeit mit einem vergleichbaren Konzept wie dem der BRIC für elf weitere Länder – die «Next Eleven» – eine ähnlich positive wirtschaftliche Entwicklung.

Ziel der Arbeit ist, das Konzept zu erläutern, zu überprüfen und Handlungsempfehlungen für interessierte Investorinnen und Investoren aufzuzeigen.

Mit Hilfe volkswirtschaftlicher Literatur wird untersucht welche Bedingungen für das Prosperieren eines Landes wichtig sind. Ein eigenes Modell ermöglicht das Wachstums- und Investitionsumfeld in den elf Ländern zu untersuchen und zu bewerten. Das Ergebnis zeigt die attraktivsten Länder, für welche eine nähere Analyse folgt. Schliesslich resultieren Empfehlungen, wie Privatanlegerinnen und Privatanleger in diese ausgewählten Länder investieren können. Bei den vorgeschlagenen Instrumenten werden die Kosten und Risiken aufgezeigt.

Bringen Analysten einen Mehrwert für den Anleger?

Diplomand	Jascha Düsel
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Panagiotis Spiliopoulos
Auftraggeber	Bank Vontobel AG

Die Arbeit setzt sich vertieft mit der Tätigkeit der Finanzanalysten auseinander. Weiter werden die verschiedenen Ansätze und Methoden erläutert, die die Basis für die Analystentätigkeit bilden. Dies von der Informationsbeschaffung, über deren Verarbeitung nach den gängigen Methoden, bis hin zur Veröffentlichung der Empfehlungen und Prognosen. In der Folge wird die Tätigkeit der Sell-Side-Analysten der Bank Vontobel beschrieben und die Einflussfaktoren auf deren Arbeit erläutert. Kern der Arbeit bildet der Performancevergleich zwischen dem Benchmark und den Aktienempfehlungen der Analysten der Bank Vontobel für 118 Schweizer Unternehmen. Dabei wurden die Daten während einer Zeitdauer von 2005 bis 2012 untersucht. Im letzten Teil erfolgt die Auswertung der Ergebnisse, die letztlich eine konkrete Antwort auf die, der Arbeit zu Grunde liegenden Frage geben.

Inflationssensitivität verschiedener Anlageklassen

Diplomand	Alexander Frick
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Roland Bargetze
Auftraggeber	LLB Fondsleitung AG

Seit die Geschehnisse rund um die Finanzkrise die Geldpolitik der Nationalbanken diktieren, wird Inflation vermehrt in den Medien thematisiert. Die expansive Geldpolitik bringt längerfristig Risiken mit sich, was Anleger zunehmend verunsichert. Die vorliegende Bachelor Thesis befasst sich aus diesem Grund mit der Thematik Inflation und setzt sich aus drei Teilen zusammen. In einem ersten Schritt wird aufgezeigt, wie Inflation entsteht und welche Auswirkungen sie nach sich zieht. Weiter werden historische Entwicklungen der Inflationsraten sowie mögliche zukünftige Inflationsszenarien beschrieben. Anschliessend werden die Ergebnisse der Datenauswertung präsentiert. Untersucht worden ist die Inflationssensitivität verschiedener Anlageklassen seit Mitte des letzten Jahrhunderts. Ziel der Auswertung ist zu bestimmen, welche Anlageklassen in einem Umfeld mit erhöhter Inflation einen Schutz vor einer Entwertung bieten.

Währungsabsicherung im Portfoliomanagement im Umfeld der Euro-Stabilisierung

Diplomand	Mauro Giger
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Thomas Weber
Auftraggeber	UBS AG

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus fünf Teilen zusammen. Im ersten Teil wird auf die Entstehung der Währung sowie den Stellenwert des Goldes eingegangen. Darauf folgt der Teil, in welchem eine Auswahl an Instrumenten vorgestellt wird, welche sich zur Währungsabsicherung eignen. Die vorgestellten Instrumente werden mittels Fallbeispiele veranschaulicht um deren Funktion aufzuzeigen. Anschliessend wird mittels einer ausgewählten Absicherungsmöglichkeit eine Simulation durchgeführt, in welcher ein allfälliger Erfolg respektive Misserfolg festgestellt wird. Danach wird eine Empfehlung abgegeben, wie Währungsrisiken im aktuellen Wirtschaftsumfeld abgesichert werden können. Der Schluss meiner Diplomarbeit bildet die Beantwortung der zentralen Fragestellung, was Investoren tun können, um Währungsrisiken in einem Portfolio zu minimieren.

Auswirkungen der Alternative Investment Fund Managers Directive auf den Finanzplatz Liechtenstein – mit Fokus auf Depotbanken

Diplomand	Pascal Gloor
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Daniel Böhi, Betriebsökonom FH
Auftraggeber	Centrum Bank AG, Vaduz

Die Bachelorarbeit setzt sich aus einem Theorie- und Praxisteil zusammen. Die theoretische Einführung dient dem Leser als Verständnisgrundlage für die nachfolgenden Praxisausführungen. Zu Beginn werden die einzelnen gesetzlichen Bestimmungen, insbesondere bezüglich dem Geltungsbereich und der wichtigsten Akteure im Zusammenhang mit der Depotbank, erläutert. Drauffolgend sind die potentiellen Wettbewerbsvorteile von Liechtenstein, insbesondere gegenüber der Schweiz, welche sich auf Grund der Richtlinie ergeben, aufgeführt. Im zweiten Teil wird die Verwahrstellenfunktion im Allgemeinen und diejenige der Centrum Bank AG dargestellt. Mittels einem Vergleich stelle ich die gegenwärtigen sowie zukünftigen Pflichten und Haftungsbestimmungen der Verwahrstelle dar. Des Weiteren erläutere ich deren Auswirkungen auf die Verwahrstellenfunktion. Darüber hinaus stellt eine SWOT-Analyse die Stärken und Schwächen der Centrum Bank AG dar und kombiniert diese mit den Chancen und Risiken, welche sich dem Auftraggeber bezüglich der europäischen Richtlinie bieten. Der Abschluss bildet der Vorschlag von drei potentiellen Geschäftsmodellen für eine strategische Ausrichtung der Centrum Bank AG, mit welcher der Auftraggeber von der Richtlinie profitieren kann.

Vorsorge- und Pensionsplanung

Diplomand	Michael Hauser
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Daniel Aebli
Auftraggeber	Glarner Kantonbank

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden vor allem statistische Daten verwendet um das Sicherheitsempfinden der schweizerischen Bevölkerung zu messen. Interessant ist der Vergleich mit unseren Nachbarstaaten. Für die Schweiz wird ebenfalls angeschaut, welche Faktoren unsere Gesundheit beeinträchtigen können und wie uns unser Sozialsystem schützt. Die politische Diskussion thematisiert die Zukunft unseres Sozialsystems. Im zweiten Teil werden Instrumente zur Vermögensbildung und zum Vermögensverzehr angeschaut. Dabei spielt das Budget ebenso eine zentrale Rolle, wie auch die Absicherungsmöglichkeiten. Das Kapitel Interessenskonflikt des Beraters beinhaltet Fakten und Gedanken aus dem Beraterleben. Im dritten Teil wird eine Vorsorgeberatung aus der Praxis aufgezeigt und kritisch beurteilt. Das Thema Beraterhaftung findet ebenfalls Platz in dieser Arbeit. Mit der praktischen Empfehlung für die Verbesserung der Vorsorge- und Pensionsplanung der Glarner Kantonbank endet diese Bachelor Thesis.

Das KGV als Selektionskriterium: Ein Test anhand Large Cap Aktien im Schweizer Markt

Diplomand	Kai Kessler
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Marco Curti
Auftraggeber	Zürcher Kantonbank

Das Hauptziel, das ich mit meiner Arbeit verfolge, ist ein Modell zu konstruieren, das Aufschluss darüber bringen soll, ob sich das Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) als Selektionskriterium für Large Cap Aktien im Schweizer Markt eignet. Anders ausgedrückt versuche ich ein Modell zu erzeugen, das als Voraussageinstrument für zukünftige Renditen dient. Dazu ist das Modell in zwei Teile getrennt. Im ersten untersuche ich das KGV und die nachfolgenden Renditen anhand von Korrelationsberechnungen und im zweiten Teil untersuche ich die Extremwerte der Renditen auf die vorhergehenden KGVs. Damit soll erkannt werden, ob die These stimmt, dass unterdurchschnittliche KGVs überdurchschnittliche Renditen nach sich ziehen. Zur Ausschmückung meiner Arbeit biete ich unter anderem einen Einblick in die ausführlich bestehende Literatur über das KGV, eine konkrete Empfehlung zur Nutzung meines Modells und die kritische Hinterfragung betreffend dessen Zukunftsnutzens.

Portfolioabsicherung Indikationsmodell und Absicherungsstrategien

Diplomand	Ramon Kocherhans
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Alexander Schlegel
Auftraggeber	Wealth Management UBS, Chur

Aufgrund der herrschenden Unsicherheit auf den Finanzplätzen der ganzen Welt untersucht diese Arbeit die Absicherungsmöglichkeiten für Kundenportfolios im Wealth Management in konjunkturell schlechten Zeiten. Dabei werden im ersten Teil ausgewählte Konjunkturindikatoren beschrieben sowie mögliche Strategien zur Portfolioabsicherung mit ihren Vor- und Nachteilen diskutiert. Anschliessend erfolgen ein Vergleich der Konjunkturindikatoren mit einem Referenzindex und eine Wirksamkeitsüberprüfung zur Indikation von konjunkturellen Negativtrends. Aussagekräftige Indikatoren werden zu einem neu entwickelten Gesamtindikator zusammengefügt. Anhand von diesem Modell wird der Absicherungserfolg zweier Portfolio Insurance Methoden (Stop Loss Strategie und Absicherung mittels Futures) über einen längeren Zeitraum gemessen. Diese Berechnungen sollen die Wichtigkeit dieser Thematik für das Wealth Management und mögliche Lösungsansätze für die Absicherung von Kundenportfolios aufzeigen.

Rohstoffanlagen im Portfoliokontext – eine quantitative Analyse

Diplomand	Benjamin Lehmann
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Daniel Lüchinger
Auftraggeber	Graubündner Kantonalbank, Chur

Rohstoffanlagen bieten durch ihre besonderen Eigenschaften als reale Werte diverse Vorteile im Portfoliokontext. Diese Arbeit klärt die Frage, wie solche Charakteristiken in Kombination mit finanziellen Anlagen optimal genutzt werden können, um den Diversifikationseffekt in einem ausgewogenen Portfolio zu maximieren.

Einleitend wird der Nutzen einer Rohstoffquote in einem Portfolio beschrieben. Der theoretische Teil klärt im Weiteren die Einflussfaktoren auf die Rohstoffpreise sowie die Preisbildung an den Warenterminbörsen.

Im Hauptteil werden die Rohstoffrenditen mittels statistischer Verfahren detailliert untersucht. Dazu werden die vier Ordnungsmomente der Verteilung analysiert, welche zur Risikosteuerung eingesetzt werden. Des Weiteren werden die Korrelation zwischen den Rohstoffen sowie die Renditekomponenten der Futures untersucht. Basierend auf der quantitativen Analyse und Preisprognosen empfiehlt die Arbeit konkrete Umsetzungsempfehlungen einer Rohstoffallokation in einem ausgewogenen Modellportfolio.

Sektorenverhalten bei diversen Wirtschaftsszenarien

Diplomand	Roman Spirig
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Joel Hofmänner
Auftraggeber	LGT Bank in Liechtenstein AG, Vaduz

Diese Arbeit soll einfach, logisch und strukturiert aufzeigen, welche MSCI-Sektoren von Anlegern in bestimmten Phasen favorisiert werden sollten. Um dies zu erreichen, wurden vorerst die amerikanischen, wirtschaftlichen Phasen der letzten 20 Jahre theoretisch dargestellt. Anschliessend wurden die 10 MSCI-Sektoren kurz und prägnant vorgestellt.

Im Analyseteil wurden vorerst die konkreten, konjunkturellen Phasen anhand des amerikanischen Bruttoinlandsproduktes ausfindig gemacht. Anschliessend wurde mittels statistischer Analyse (Korrelation & Betafaktor) und Performanceanalyse das Renditepotential der Sektoren in den verschiedenen Marktphasen (Erholung, Hochkonjunktur, Rezession, Depression) erklärt.

Zu guter Letzt wurde ein Sektoren-Anlagevorschlag dargestellt, welcher mittels Finanzexpertengesprächen abgerundet wurde.

Behavioral Finance: Investment Vorteile basierend auf dem Behavioral Finance aufzeigen und anhand eines Backtestings nachweisen

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

Die Arbeit kann grob in den Theorie- sowie den Praxisteil gegliedert werden. Der Theorieteil ist in sich in zwei verschiedene Teile gegliedert. Zu Beginn werden die verschiedenen Finanzmarkttheorien beschrieben, welche man heutzutage unterscheidet. Dies soll die Entwicklung vom Rechnungswesen zur heute allgemeinen modernen Portfoliotheorie und weiter zu Behavioral Finance aufzeigen. Der zweite Teil bildet den Übergang zum Kernthema meiner Bachelor Thesis: Behavioral Finance. Die aufgearbeitete Theorie liefert die nötigen Hintergrundinformationen für die Erstellung des Praxisteils.

Der Praxisteil kann ebenfalls in zwei Teile eingeteilt werden. Zuerst werden die in der Forschung durchgeführten Studien näher beschrieben. Der Fokus liegt auf den wichtigsten Momentum- und Contrarian-Strategien. Im zweiten Teil wird schlussendlich das Behavioral Finance Modell aufgezeigt. Dieses Modell soll für eine Behavioral Finance Strategie erfolgsversprechende Resultate liefern und mittels einem Backtesting anhand des NASDAQ-100 überprüft werden. Als Abschluss wird der Erfolg quantifiziert, die Resultate kritisch gewürdigt und eine Empfehlung für den Einsatz des Modells im praktischen Umfeld abgegeben.

GKB & Social Media: Handlungsempfehlungen für das Projekt «Social Media» bei der Graubündner Kantonalbank

Diplomand	Giancarlo Derungs
Referent	Franco Item
Korreferent	Hans-Peter Rest
Auftraggeber	Graubündner Kantonalbank
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil wird anhand eines Modells erklärt, wie Unternehmen und deren Anspruchsgruppen in Social Media aktiv sind und warum es für Unternehmen wichtig ist, ihre Mitarbeitenden für dieses Thema zu sensibilisieren. Im zweiten Teil wird die Ausgangslage bei der Graubündner Kantonalbank beschrieben. Dabei werden die beiden Hauptbestandteile des Projektes – ein Plattformenkonzept (Facebook, Twitter, etc.) sowie eine interne Befähigungs- und Sensibilisierungskampagne – kritisch beurteilt und durch Handlungsempfehlungen optimiert. Im dritten Teil wird die durch das Aufkommen von Social Media geschaffene Führungssituation analysiert sowie ein strategie- und kulturkonformes Führungsverhalten definiert. Abschliessend werden hilfreiche Führungsinstrumente zur Bewältigung dieser neuen Herausforderungen empfohlen.

Einfluss von nachhaltigem Engagement auf die Mitarbeiter

Diplomand	Andrea Imfeld
Referent	Prof., Dr. Tobias Luthé
Korreferent	Beat Anthamatten
Auftraggeber	Ferienart Resort & Spa, Saas-Fee

Die Arbeit befasst sich mit dem Thema wie sich das nachhaltige Engagement eines Unternehmens auf die Mitarbeiter auswirkt. Abschliessend soll die Frage beantwortet werden, ob sich durch diese Beeinflussung ein Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen ergibt. Der Fokus wird dabei auf die Beeinflussung der Motivation und Effizienz gelegt sowie den Einfluss bei der Stellenwahl. Im theoretischen Bezugsrahmen werden die Themen Nachhaltigkeit, Mitarbeiter in Dienstleistungsbetrieben und Wettbewerbsvorteil erläutert. Das Kapitel legt die Grundlage für die anschliessende quantitative Mitarbeiterbefragung im Ferienart Resort & Spa. Die Ergebnisse aus der Befragung werden dann in qualitativen Interviews mit aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern diskutiert. Dies dient der Begründung und Vertiefung der Ergebnisse aus der quantitativen Befragung. Am Ende der Arbeit werden die erhaltenen Resultate aus den beiden Befragungen zusammengefasst, die Konsequenzen für das Ferienart Resort & Spa aufgezeigt und Schlussfolgerungen zur Beeinflussung von nachhaltigem Engagement gezogen.

Studie zur Nutzung von Bewegtbild in der Unternehmenskommunikation

Diplomandin	Stefan Kradolfer
Referent	Franco Item
Korreferent	Dominik Stibal
Auftraggeber	Condor Films AG, Zürich
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Werbung mit Bewegtbild ist in der heutigen Unternehmenskommunikation ein wichtiger Bestandteil. Die Möglichkeiten sowie der Konsums von Medieninhalten befindet sich in einem permanenten Wandel. Im ersten Teil wird auf die Entwicklung der TV-Werbung, den Sprung der Werbebranche ins World Wide Web sowie auf die Zukunft des interaktiven TV's eingegangen. Dabei wird immer auf die Erörterung der Fragen zu den Folgen und Auswirkungen für die Werbebranche eingegangen. Der Theorieteil wird durch einige Aspekte zum Forschungsfeld des Neuromarketings abgeschlossen. Im anschliessenden praktischen Teil stellt sich die Frage, welche Branchen sich für respektive gegen den Einsatz von TV-Werbung entscheiden. Zur Klärung dieser Frage wurden die vom 01.07.2011 – 30.06.2012 ausgestrahlten deutschsprachigen Werbespots auf den Programmen der SRG SSR ausgewertet. Abschliessend werden die Gründe und Gedanken der Marketingverantwortlichen im Bereich der Bewegtbild- resp. TV-Werbung direkt an der «Unternehmensfront» erfasst.

Einsatz von Corporate Acoustic in den beiden Sunstar Hotels in Davos

Diplomand	Robin Mark
Referent	Franco Item
Korreferent	Jürg Zürcher
Auftraggeber	Hotel Sunstar, Davos
Klassifikation	VERTRAULICH

Corporate Acoustic – ein neuer Begriff der aufzeigen soll, dass die akustische Kommunikation genauso zur Corporate Identity gehört wie das aufeinander abgestimmte Corporate Design. Die Arbeit, welche auf das noch sehr unerforschte Thema fokussiert ist, besteht aus drei Teilen. Im ersten Kapitel werden theoretische Grundlagen zu Corporate Acoustic (Gehörsinn, Wahrnehmung, Musik-, Geräusch und Sprachpsychologie) aufgrund einer Literaturanalyse sowie Experteninterviews vermittelt. Anschliessend folgt ein eigen erarbeitetes Modell der Corporate Acoustic, welches für Unternehmen aller Branchen eingesetzt werden kann. Im letzten Kapitel wird das Modell anhand der beiden Davoser Sunstar Hotels in der Praxis angewandt. Grössere Hotels sehen je länger je mehr ein, dass mit der passenden Musik- und Geräuschkulisse eine bestimmte Atmosphäre für die Gäste wie auch für die Mitarbeiter geschaffen werden kann, welche sich positiv auf das Unternehmen auswirkt. Diese Bachelorthesis zeigt auf, dass eine Implementierung von Corporate Acoustic durchaus nicht nur den Unternehmen mit grossem Budget vorbehalten bleibt.

Kommunikationskonzept der Unternehmung «EQUUS» – Pferdephysiotherapie & -osteopathie

Diplomandin	Michèle Pfiffner
Referent	Franco Item
Korreferentin	Ruth Zindel
Auftraggeberin	Equus“ – Pferdephysiotherapie & -osteopathie, Lienz SG
Klassifikation	VERTRAULICH

Das Start-Up Unternehmen «Equus Pferdephysiotherapie & -osteopathie», soll durch meine Diplomarbeit, bestehend aus einem Kommunikationskonzept, ihre Unternehmungstätigkeit gewinnbringend ausweiten können. Durch individuell angepasste Kommunikationsmassnahmen, sollen die Zielgruppen informiert und aktiviert werden. Dabei gilt es vor allem die zukünftigen Patienten zu akquirieren und langfristig an die Unternehmung «Equus» zu binden. Die Arbeit besteht grundsätzlich aus zwei Teilen, einem Theorieteil und einem Praxisteil. Konkret bedeutet dies, dass zum einen jeweils der theoretische Hintergrund der einzelnen Analysen, Methoden und Massnahmen erläutert wird. Zum anderen, zeigt die Arbeit, die Umsetzung von der Theorie in die Praxis beziehungsweise in die Anwendungsbereiche der Unternehmung «Equus» auf. Das Fundament der Praxisseite, des Kommunikationskonzeptes bilden die gewonnenen Erkenntnisse aus einer erhobene Primärumfrage zum Thema Pferdephysiotherapie und -osteopathie.

Aufbau einer neuen Marke für den Markt Schweiz

Diplomand	Gion-Felix Bandli
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Curdeng Bandli
Auftraggeber	FLINK GmbH, Chur
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich aus drei Hauptteilen zusammen. Im ersten Teil wird der theoretische Rahmen rund um den Markenbegriff, den Markenaufbau sowie dem Markencontrolling anhand einer Literaturanalyse erläutert. Dabei werden Regeln für einen erfolgreichen Markenaufbau aufgezeigt. Um den Ablauf eines Markenaufbaus in der Praxis ermitteln zu können, werden anschliessend mit vier ausgewählten Marken aus der Outdoor-Branche (Stöckli, CLAST, WILDROSES, zai) umfassende Interviews zu diesem Thema durchgeführt. Anhand der Informationen aus den Interviews konnten Erfolgs- sowie Misserfolgskriterien für einen erfolgreichen Markenaufbau ermittelt werden. Im letzten Teil wird für den Auftraggeber FLINK, ein spezifischer Konzeptvorschlag für den Markenaufbau der Marke ROTAUF in der Schweiz ausgearbeitet. Die umfassende Literaturanalyse, sowie die wertvollen Inputs aus der Praxis bilden die Grundlage zur Erstellung des Konzeptvorschlags für die Marke ROTAUF.

Sinn und Zweck von Prozessmanagementsoftware im Finanzbereich

Diplomandin	Alexandra Bertini
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Roman Kalberer
Auftraggeber	KAROKA AG, Braunau
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich grundsätzlich aus zwei verschiedenen Bereichen zusammen. Im theoretischen Bezugsrahmen werden einerseits die Begriffe Prozessmanagement, Prozess, Prozesse im Finanzbereich, IKS sowie Wettbewerbsfähigkeit definiert. Andererseits werden die Voraussetzungen aufgezeigt, welche eine Firma erfüllen sollte, damit der Einsatz einer Prozessmanagementsoftware einen Nutzen stiftet. Der Praxisteil wird mit Hilfe von qualitativen Befragungen ausgearbeitet. Zuerst wird die Software ICS mit ihren Funktionen erklärt. Dann folgt ein Kapitel über die Anforderungen, welche potentielle Kunden an eine Prozessmanagementsoftware stellen. Im Anschluss daran wird diskutiert, welchen Sinn und Zweck ein Prozessmanagementtool hat und wo die Grenzen einer Prozessmanagementsoftware liegen. Des Weiteren wird eine Konkurrenzanalyse gemacht und aufgezeigt ob ein Zusammenhang zwischen Prozessmanagement und Wettbewerbsfähigkeit besteht. Die Arbeit wird schlussendlich mit Empfehlungen für den Arbeitgeber abgerundet.

Controlling in Kleinstunternehmen (anhand der Pacast AG und Pacast-Handels-AG)

Diplomand	Edgar Bruhin
Referent	Michael Isler
Korreferent	Roger Bruhin
Auftraggeber	Pacast AG, Sargans
Klassifikation	VERTRAULICH

Diese Arbeit beschreibt anhand der Firmen Pacast AG und Pacast Handels-AG den Aufbau eines Controllings für Kleinstunternehmungen. Als erstes werden die Eigenschaften einer Kleinstunternehmung analysiert, der Begriff Controlling erklärt und die Eigenheiten dieser Kombination aufgezeigt. Als zweites wird die Ausgangssituation der beiden Unternehmen, deren Strategie, sowie deren bisheriges Controlling beschrieben. Danach werden verschiedene operative und strategische Tools erklärt und deren Nutzen für die Firmen ermittelt. Auf Basis dieser Informationen wurden in weitgehend automatisierte Excel Vorlagen für den Soll/Ist Vergleich, die Deckungsbeitragsrechnung, die Kennzahlen, das Lagermanagement, die Balanced Scorecard, sowie das Risikomanagement erstellt. Zusätzlich enthält die Arbeit einen Vorschlag für einen möglichen Ablaufplan. Die Lösung ist nicht allgemeingültig für alle Kleinstunternehmen, kann aber als Hilfestellung dienen.

Geschäftsmodelle im Internet – Finanzierungsformen eines Online Portals oder eines Online Magazines

Diplomand	Fabio Casutt
Dozent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Stefan Schiesser
Auftraggeber	Compass Communications
Klassifikation	VERTRAULICH

Immer mehr Bereiche des täglichen Lebens verschieben sich ins Internet – so auch die Suche nach Informationen und Unterhaltung. Mit meiner Thesis zeige ich Modelle und Wege auf, wie sich Portale und Magazine selbst refinanzieren können. Mit einer einfachen Google Suche nach «Geldverdienen im Internet» bekommt man über 33 Millionen Suchresultate. Davon versprechen viele sofortige Erfolge ohne Vorkenntnisse, Investitionen oder sonstigen Aufwand. Dies liegt natürlich weit entfernt von der Wahrheit. Daher habe ich sechs Finanzierungsmodelle aufgestellt und kritisch anhand einer SWOT-Analyse betrachtet. Ebenfalls wurden die Modelle auf ihre Auswirkungen auf journalistische Ziele, Marketing- und Kommunikationsziele untersucht. Die daraus resultierenden Erkenntnisse habe ich dann unter Annahmen und einer definierten Ausgangslage zu einem Umsetzungsvorschlag verarbeitet. Dieser Vorschlag besteht aus sieben Umsetzungsphasen, mit diversen Massnahmen und Empfehlungen.

Nachfolgeregelung mit Unternehmensbewertung eines Kosmetik-Instituts

Diplomandin	Corina Fässler
Referent	Michael Isler
Korreferent	Prof. Urs Kappeler
Auftraggeber	Ein Kosmetik-Institut (GmbH) in Zürich
Klassifikation	VERTRAULICH

Die vorliegende Bachelor Thesis beschäftigt sich mit der Nachfolgeregelung eines Kosmetik-Instituts (GmbH) in Zürich. Die Hauptfragestellungen betreffen den Wert der Unternehmung sowie eine geplante Nachfolgelösung mit Meilensteinplanung. Dazu mussten die persönlichen Verhältnisse der Inhaberin sowie deren Vorstellungen bezüglich des Verkaufs aufgenommen und berücksichtigt werden. Auch diverse rechtliche/steuerliche Aspekte wurden geprüft. Der Unternehmenswert wurde mittels Praktikermethode bestimmt, welcher sich aus dem Substanz- und Ertragswert zusammensetzt. Anschliessend wurden zwei Nachfolgevarianten analysiert: Der Verkauf an bestehende Mitarbeiterinnen (intern) sowie den Verkauf an eine externe Person. Beide Möglichkeiten wurden unter Berücksichtigung der Wunschvorstellungen der Geschäftsinhaberin auf die Realisierbarkeit geprüft. Zum Schluss wurden die Varianten einander anhand der Vor- und Nachteile gegenübergestellt. Daraus ergibt sich ein Favorit, für welchen eine Meilensteinplanung gemacht wurde.

Konkurrenzanalyse als Navigationssystem im Wettbewerb Erarbeitung eines Methodenkoffers zur Bewertung der internationalen Konkurrenz der HOPPE Gruppe

Diplomand	Ramun Grond
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Christoph Schütz
Auftraggeber	HOPPE AG, Müstair
Klassifikation	VERTRAULICH

Der Schwerpunkt meiner Bachelor Thesis liegt darin, einen Methodenkoffer zu erstellen mit dem Ziel, dem Unternehmen HOPPE effiziente Methoden für die Durchführung von Konkurrenzanalysen, aufzuzeigen. Um dieses Ziel zu erreichen, habe ich meine Arbeit in drei wesentlichen Hauptteilen gegliedert, welche von zusätzlichen interessanten Überlegungen und Denkansätzen abgerundet werden. Im ersten Abschnitt wird die Theorie der Konkurrenzanalyse aufgrund eines Literaturstudiums abgehandelt und mit Exkursen ergänzt. Das nächste wichtige Teilziel bildet die Ist-Analyse des aktuellen Vorgehens von HOPPE bei der Durchführung der Konkurrenzanalysen. Die Untersuchung wurde primär anhand von Mitarbeitergesprächen und Recherchen durchgeführt. Basierend auf die Theorie sowie auf die Ist-Analyse habe ich in einem nächsten Schritt ein Soll-Konzept mit Empfehlungen erarbeitet, um das Hauptziel meiner Bachelor Thesis – die Erstellung eines Methodenkoffers – zu erreichen.

Erarbeitung eines Beschwerdemanagementsystems für die ZFV-Unternehmungen

Diplomandin	Fabienne Imbach
Referent	Prof., Dr. Frank Bau
Auftraggeberin	ZFV-Unternehmungen, Zürich
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich mit der Erarbeitung eines neuen Beschwerdemanagements für die ZFV-Unternehmungen auseinander. In einem ersten Teil werden die Wichtigkeit eines gut organisierten Beschwerdemanagements und einer strategischen Planung dafür, anhand der Theorie, erläutert. Im zweiten Teil wird eine interne und eine externe Unternehmensanalyse durchgeführt, welche die Anforderungen der wichtigsten Anspruchsgruppen aufzeigen. Die interne Unternehmensanalyse beinhaltet die Bedürfnisse der ZFV-Unternehmungen selbst und der einzelnen Betriebe. In der externen Unternehmensanalyse werden die Bedürfnisse der Kunden eingeholt und externe Faktoren analysiert, welche einen Einfluss auf das Beschwerdeverhalten oder das Beschwerdemanagement selbst haben könnten. Zudem werden die Beschwerdemanagementlösungen des Hauptkonkurrenten SV Group und der Swisscom analysiert. Im dritten Teil werden die verschiedenen Anforderungen zusammengetragen und Ziele an das neue Beschwerdemanagementsystem definiert. Anschliessend werden Massnahmen vorgeschlagen, welche das bisherige Beschwerdemanagement besser an die aktuellen Bedürfnisse und die Gegebenheiten anpassen sollen.

Überprüfung der erarbeiteten Marketingstrategie der Engadin St. Moritz Mountains AG

Diplomandin	Carina Marugg
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Markus Meili, CEO Engadin St. Moritz Mountains AG
Auftraggeber	Engadin St. Moritz Mountains AG, St. Moritz
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit behandelt zwei voneinander abhängige Themen, nämlich die Überprüfung der Marketingstrategie sowie einen Vorschlag für ein entsprechendes strategisches Marketing-Controlling. Einleitend wird für beide Teile der theoretische Hintergrund erarbeitet. Nach der Vermittlung von wichtigen Hintergrundinformationen wird das bestehende Dokument Neuausrichtung der Marketingstrategie der Engadin St. Moritz Mountains AG auf seine Vollständigkeit analysiert. Erkenntnisse aus dem kürzlich durchgeführten Markenprozess sowie strategierelevante Aussagen und Standpunkte der Unternehmung sollen darin verankert sein. Aus der Analyse werden daraufhin Ergänzungsempfehlungen abgeleitet. Einige der Empfehlungen hat das Unternehmen aufgrund dieser Analyse bereits in die Überarbeitung ihres Strategiepapiers einfließen lassen.

Um die Umsetzung der Strategie sicherzustellen und deren Fortschritt regelmässig zu kontrollieren, wird der Unternehmung ein Vorschlag unterbreitet, wie ein strategisches Controlling-System in Form einer Balanced Scorecard aufgebaut sein könnte.

Potentiale und Hürden eines «customized products» für den indischen Dentalmarkt – Eine Situationsanalyse mit praktischen Handlungsempfehlungen

Diplomand	Timo Theisen
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Marcel Oehri
Auftraggeber	Ivoclar Vivadent AG, Schaan
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Bearbeitung der Problemstellung, inwieweit ein «customized product» ein geeignetes Strategieelement für das Unternehmen Ivoclar Vivadent auf dem indischen Dentalmarkt darstellt, wird parallel mit Hilfe einer theoretischen und empirischen Forschung durchgeführt. Dazu werden nach einer Untersuchung der spezifischen Gegebenheiten innerhalb des indischen Wirtschaftssystems sowie einer Analyse der Situation für Anbieter von Zahnfüllungsmaterialien die traditionellen Konzepte von Wettbewerbsstrategien nach Porter erarbeitet. Zusammen mit den Erkenntnissen der eigens durchgeführten Fokusgruppe aus Experten der Branche, die im zweiten Teil der Arbeit ausführlich dargestellt werden, ist es möglich, die Bedürfnisse der indischen Patienten im Ballungszentrum Chennai und ein für sie geeignetes Füllungsmaterial zu identifizieren. Aus den vorangegangenen Kapiteln sollen im Anschluss Handlungsempfehlungen für die Ivoclar Vivadent abgeleitet werden, damit diese längerfristig ihre Marktanteile auf dem indischen Markt für zahnmedizinische Produkte ausbauen kann.

Analyse der Führung der Mitarbeitenden in der Sozialversicherungsanstalt des Kantons Graubünden

Diplomandin	Uorschla Brunold
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferent	Carl Hassler
Auftraggeber	Sozialversicherungsanstalt des Kantons Graubünden (SVA GR), Chur

Die Zielsetzung der Arbeit ist es, die Mitarbeiterführung in der SVA GR zu analysieren und entsprechende Verbesserungsmassnahmen zu erarbeiten. Die Arbeit setzt sich aus drei Hauptteilen zusammen. Im ersten Teil werden öffentliche Verwaltungen und private Unternehmen näher betrachtet. Anschliessend werden diese miteinander verglichen, um unterschiedliche Rahmenbedingungen des öffentlichen Sektors und der Privatwirtschaft zu identifizieren. In diesem Zusammenhang werden zudem die Veränderungen und Trends im öffentlichen Sektor näher erläutert. Der zweite Teil der Arbeit setzt sich mit dem Begriff Führung auseinander. Anschliessend werden die Konsequenzen für die Mitarbeiterführung im öffentlichen Sektor aufgezeigt. Im letzten, operativen Teil der Arbeit wird die Mitarbeiterführung in der SVA GR anhand einer Mitarbeiterumfrage analysiert. In einem zweiten Schritt wird unter Berücksichtigung von verschiedenen Aspekten der Soll-Zustand festgelegt. Nach der Durchführung eines Soll-Ist-Vergleichs werden die Defizite der Mitarbeiterführung in der SVA GR identifiziert, um anschliessend entsprechende Verbesserungsmassnahmen zu erarbeiten.

Betriebliches Gesundheitsmanagement Würth International AG: Mehrwert eines Labels für die Arbeitgebermarke

Diplomandin	Nadja Bürkli
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferentin	Daniela Angius-Braun
Auftraggeber	Würth International AG, Chur

Die Arbeit hat zum Ziel, der Würth International AG aufzuzeigen, welchen Mehrwert das Label Friendly Work Space für die Arbeitgebermarke hat. Sie ist in einen theoretischen sowie in einen praktischen Teil gegliedert. Zu Beginn erfolgt eine Einführung in die Thematik Betriebliches Gesundheitsmanagement, Arbeitgebermarke und Label. Jedes dieser Themen wird definiert und wissenschaftlich hinterfragt. Speziell wird auf die Wichtigkeit der einzelnen Bereiche eingegangen und beim Thema BGM ausserdem die Wichtigkeit der Führungskräfte aufgezeigt. Der praktische Teil, welcher den Hauptteil darstellt, beginnt mit der Beschreibung, der Analyse und der Auswertung des Labels Friendly Work Space. Anschliessend folgt eine Gap-Analyse, in welcher die Massnahmen zu finden sind, bevor die Praxiserfahrung mittels Interviews ermittelt wird. Das letzte Kapitel behandelt den theoretischen wie auch praktischen Nutzen. Als Abrundung der Arbeit folgen eine Empfehlung sowie ein Schlusswort.

Überarbeitung des Mitarbeiterbeurteilungs- und Förderungsprozesses der Gemeindeverwaltung Buchs SG

Diplomand	Simon Kradolfer
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferent	Marlene Manser
Auftraggeber	Gemeindeverwaltung Buchs SG, Buchs SG
Klassifikation	VERTRAULICH

Mit der Arbeit soll der aktuelle Mitarbeiterbeurteilungs- und Förderungsprozesses der Gemeindeverwaltung Buchs SG untersucht werden. Das Ziel besteht darin, Änderungsvorschläge für das aktuelle System zu erarbeiten. Der Prozess soll anschliessend den gegenwärtigen und zukünftigen Anforderungen einer modernen Verwaltung entsprechen. Die Arbeit ist in zwei Teile gegliedert. Der erste beschreibt und vergleicht die verschiedenen Aspekte der Personalbeurteilung anhand aktueller Literatur. Dazu gehören Ziele, Inhalte, Formen und Methoden von Personalbeurteilungen. Der zweite Teil der Arbeit widmet sich dem aktuellen Mitarbeiterbeurteilungssystem der Gemeindeverwaltung. Die Ist-Analyse besteht aus einer Mitarbeiterumfrage und einem Interview mit dem Gemeindepräsidenten. Anhand der theoretischen Grundlagen, der Ist-Analyse und dem Vergleich mit anderen Verwaltungen folgen anschliessend konkrete Änderungsvorschläge. Dazu gehören beispielsweise die Überarbeitung der Formulare zur Mitarbeiter- und Vorgesetztenbeurteilung und der Vorschlag für einen Leitfaden zu den Mitarbeitergesprächen

Erfolgreiche Führungsübergabe im Nachfolgeprozess

Diplomandin	Karin Vogt
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferent	Karl Vogt
Auftraggeber	Garage Karl Vogt, Balzers
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Garage Karl Vogt befindet sich mitten im Nachfolgeprozess. Ein wichtiger Bestandteil davon ist die Einarbeitung der Nachfolger in die Führungsaufgaben. Die Arbeit soll sowohl für den Vorgänger als auch für die Nachfolger eine Hilfestellung für den Nachfolgeprozess und vor allem die Führungsübergabe sein. Ziel der Arbeit ist es, die Massnahmen zur erfolgreichen Führungsübergabe aufzuzeigen. Die Arbeit besteht grob aus fünf Teilen. Vorerst erfolgt eine Einführung in die Nachfolgeregelung von Familienunternehmen. Um die Schwachpunkte der jetzigen Führung und Organisation herauszufiltern, wird in einem zweiten Teil die Ist-Situation analysiert und ausgewertet. Im dritten Teil werden für die Einarbeitungsphase der Nachfolger und die Zeit nach dem Rückzug von Karl Vogt Ziele sowie eine Unternehmenskultur als Grundgerüst der zukünftigen gemeinsamen Führung festgelegt. Aufbauend auf dieser Soll-Situation werden im vierten Teil Verbesserungsvorschläge zu Führung und Organisation angebracht. Zum Schluss werden Empfehlungen zum weiteren Verlauf der Einarbeitungsphase und der Einführung der geänderten Führung angebracht.

Compensation Management SWiBi AG – Empfehlungen für ein zukünftiges Entlohnungssystem

Diplomandin	Ladina Waser
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferenten	Willi Aggeler, Martin Lang
Auftraggeber	SWiBi AG, Landquart
Klassifikation	VERTRAULICH

Die SWiBi AG ist ein Dienstleistungsunternehmen im Bereich des Energiedatenmanagements, der Netz- und Energiewirtschaft. Damit das KMU wettbewerbsfähig bleiben und ihre Vision erreichen kann braucht sie motivierte und leistungsfähige Mitarbeiter. Einen grossen Einfluss darauf kann auch das Compensation Management haben. Sowohl die Mitarbeiter als auch die Geschäftsleitung der SWiBi AG wünschen sich ein transparenteres und marktgerechtes System. Ziel dieser Bachelor Thesis ist es, Möglichkeiten für die Gestaltung eines zukünftigen Entlohnungssystems aufzuzeigen. Die Arbeit ist grob in drei Teile gegliedert. Sie beinhaltet einen Theorieteil zum allgemeinen Verständnis, eine Situationsanalyse und schliesslich Empfehlungen für ein weiteres Vorgehen. Dabei liegt der Fokus der Handlungsempfehlungen vor allem auf dem Lohnstufenmodell, variablen Lohnbestandteilen, Lohnnebenleistungen und Entwicklungsmöglichkeiten der Mitarbeiter. Abschliessend wird in der Arbeit auch auf den Implementierungsprozess und die interne Kommunikation eingegangen.

Marketingkonzept für die Cadruvi Gastro GmbH – Hotel Eden Montana

Diplomandin	Nicole Melanie Caviezel
Referent	Roland Berger
Korreferent	Silvester Cadruvi
Auftraggeber	Hotel Eden Montana, Ilanz

Zu Beginn wird die Unternehmung Cadruvi Gastro GmbH vorgestellt sowie das Problem erläutert. Danach folgen einige Analysen, welche zeigen sollen wo sich das Hotel positioniert, welche Entwicklungen die Cadruvi Gastro GmbH beeinflussen können, welche Konkurrenz besteht und auf welche Umwelteinflüsse sie achten muss. Ausserdem wird die Zielgruppe beschrieben und konkrete Ziele werden formuliert. Danach folgen Ausführungen, welche Strategie die Cadruvi Gastro GmbH am besten einschlagen soll und wie sie sich positionieren sollte. In einem weiteren Schritt wird der Marketing-Mix vorgestellt, in welchem Themen, wie Qualität, Preisorientierung und Kommunikationsinstrumente etc. beschrieben werden. Im letzten Teil schildere ich Massnahmen mit welchen die Ziele, die zu Beginn der Arbeit definiert worden sind, erreicht werden sollen. Diese sind zeitlich gestaffelt damit das Budget von CHF 20'000 pro Jahr eingehalten werden kann. Die Bachelorthesis wird mit dem Marketing-Controlling sowie einem Schlusswort abgerundet.

Marketingkonzept für Fitness & Wellness Bonaduz.

Diplomandin	Nicolas Fankhauser
Referent	Roland Berger
Korreferent	Marco Schmid
Auftraggeber	Fitness & Wellness Bonaduz, Bonaduz

Die Arbeit ist im Sinne eines klassischen Marketingkonzepts aufgebaut. Ziel war es die Bekanntheit, den Gewinn sowie die Neukundenakquisition zu steigern. Zu Beginn wird eine Situationsanalyse durchgeführt, die Informationen liefert über den Markt, die Konkurrenten im Marktgebiet sowie die anzusprechenden Zielgruppen. Weiter folgen die Definition der Marketingziele, die Marktsegmentierung und die Positionierung des Unternehmens im Markt und gegenüber den Konkurrenten. Der Kern des Konzeptes umfasst die Strategie und den Marketingmix mit den zum Einsatz kommenden Marketinginstrumenten. Abschliessend werden die nötigen Ressourcen geplant und dafür eine Umsetzungsplanung erstellt. Als letzter Punkt wird das Marketingcontrolling behandelt.

Training von Top-Athleten und körperliche Aktivität für ältere Leute in einem Konzept – Case Lappset Parkour

Diplomand	Roberto Guetg
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferentin	Elina Kalela
Auftraggeber	EFM Sports GmbH, Chur
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Bachelor Thesis ist in zwei Teile getrennt. Im ersten Teil geht es um eine Marktanalyse, welche mittels Experteninterviews die Strukturen der Stadt Chur und der Lenzerheide Marketing und Support AG aufzeigt. Dies soll dem Auftraggeber dessen Strukturen aufzeigen, damit die Geschäftsprozesse optimal gestaltet werden können. Der zweite Teil gibt die Grundstruktur eines Marketingkonzeptes mit dem Fokus auf der Erarbeitung von Verkaufsargumenten für die Markteinführung eines finnischen Produktes wieder. Ziel ist es, dank direkter Betreuung von Spitzensportlern, ein Marketingkonzept auszuarbeiten, welches den Verkauf von Parkour-Elementen der Firma Lappset Group LTD in der Schweiz fördert. Die Produkte «Parkour Solutions» sind spielplatzähnliche Umgebungen, welche es den Traceuren die Möglichkeit bieten, sich im Parkour zu verbessern. Abschliessend soll eine Beurteilung der Machbarkeit und Sinnhaftigkeit der Markteinführung nach dem entworfenen Marketingkonzept erstellt werden.

Internationale Wachstumsstrategie der Allegra Passugger Mineralquellen AG

Diplomandin	Myriam Hagen
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent	Urs Schmid
Auftraggeber	Allegra Passugger Mineralquellen AG, Passugg
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Allegra Passugger Mineralquellen AG steht im Heimmarkt für ein Premium-Wasser mit einem einzigartigen Geschmack. Da der Mineralwassermarkt in Mitteleuropa stagniert, müssen Optionen gefunden werden, wie die bestehende Marktposition weiter ausgebaut werden kann.

Im Rahmen der Zielerreichung wurde die aktuelle Strategie der passiven Exporte hinterfragt und die nötigen Analysen durchgeführt, um auch verstärkt im ausländischen Markt Fuss zu fassen. Zudem flossen die weichen Faktoren der Strategieentwicklung in die Arbeit mit ein. So wurde die Integration des Zusammenhangs von Leadership und Markenführung aufgezeigt und im Sinne der Strategieentwicklung das Strategieverständnis der Mitarbeiter abgefragt. Im letzten Schritt wurden Optionen präsentiert, die es der Marke ermöglichen, ihre Absatzmenge kontinuierlich zu erhöhen, um so eine weltweite Bekanntheit anzustreben.

Um diese verschiedenen Eckpunkte zu erreichen, wurden neben einer fundierten Literaturrecherche Interviews mit den Verantwortlichen sowie zwei Workshops mit dem Kader und der Belegschaft durchgeführt.

Sponsoring-Möglichkeiten im Web 2.0 für den St. Galler Turnverband

Diplomandin	Thomas Hofstetter
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin MBA
Korreferent	Meli Dominik
Auftraggeber	St. Galler Turnverband
Klassifikation	VERTRAULICH

Immer mehr Personen informieren sich heute über das Internet. Kein Wunder wünschen sich Sponsoren von regionalen Sportorganisationen, dass ihr Engagement entsprechend in Web kommuniziert wird. In diesem Zusammenhang wurden in dieser Arbeit verschiedene Bereiche thematisiert. In Interviews mit bestehenden Sponsoren wurde momentane Bedürfnisse aufgenommen. Diese Wünsche wurden mit der aktuellen Ist-Situation verglichen und herauszufinden, in wie weit diese Bedürfnisse bereits jetzt befriedigt sind. In einem zweiten Teil wurden verschiedene Sponsoring-Möglichkeiten vorgestellt und erläutert. Um herauszufinden, ob diese Möglichkeiten für einen gemeinnützigen Sportverband tauglich sind, wurde mit vergleichbaren Organisationen ein Benchmark erstellt. Aufgrund all dieser Informationen wurde im Anschluss ein «Best practice» Modell erarbeitet, dass dem SGTV in der Weiterentwicklung seiner Webpräsenz helfen sollte.

Call2Web: Transformation von Offline- zu Online-Kunden am Beispiel der Howeg, Transgourmet Schweiz AG

Diplomandin	Sandra Hollenstein
Referent	Roland Berger
Korreferent	Pascal Perraudin
Auftraggeber	Howeg, Transgourmet Schweiz AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Die vorliegende Arbeit setzt sich mit der Hauptfrage auseinander, wie man die Offline-Kunden in den Online-Shop transformieren und dadurch die Kundenstruktur von Howeg, Transgourmet Schweiz AG optimieren kann. Nach dem Theoriebezug, in welchem auf die Aspekte Organisation, Technologie und Mensch eingegangen wird, bildet die Untersuchung unterteilt in vier Hauptpfeiler einen wesentlichen Bestandteil dieser Arbeit. Zusätzlich zu einer Ist-Kundenstruktur-Analyse und zwei herangezogenen relevanten Studien wurde eine Umfrage zur Evaluation der Einstellung sowie der momentanen Hemmnisse bezüglich einer Online-Bestellung ermittelt. Aus diesen Untersuchungen abgeleitet wurden Zielsetzungen bis Ende 2013 formuliert. Um diese Soll-Struktur zu erreichen, zeigen vorgeschlagene Massnahmen konkrete Lösungsansätze auf, wie Offline- zu Online-Kunden transformiert werden können.

Social Media- und Social Network-Strategien für die Firma Elcotherm AG am Beispiel Facebook

Diplomandin	Aita Josty
Referent	Heinz Schildgen
Korreferent	Prof. Dr. Lutz Schlange
Auftraggeber	Elcotherm AG, Vilters
Klassifikation	VERTRAULICH

Bei dieser Bachelor Thesis geht darum ELCO den Nutzen von Social Media- sowie Social Network Strategien am Beispiel von Facebook darzulegen. Die Arbeit setzt sich aus zwei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundsätze zu Social Media und Social Networks erläutert. Der Unterschied zwischen den beiden Schlagwörtern wird erklärt und aufgezeigt. Ausserdem erfolgt eine Einführung zum Thema Social Media und eine zum Thema Social Network. Darin wird ELCO aufgezeigt, was Social Media für das Marketing und die Unternehmen bedeutet und wie die Social Media-Nutzung in der Schweiz bei Grossunternehmen aussieht. Ausserdem werden die Do's und Don'ts beleuchtet. Überdies wird ein Vergleich der bekanntesten Social Networks durchgeführt. Ebenfalls wird aufgezeigt welchen Einfluss die Netzwerke auf die User haben. Ebenso erhält ELCO einen Einblick wie sie Social Networks für die externe aber auch die interne Kommunikation einsetzen kann. Zudem wird eine Konkurrenzanalyse durchgeführt, die aufzeigt, welche Mitbewerber, welche Plattformen und wie nutzen. Anschliessend erfolgt eine Einführung zum Thema Facebook. Im zweiten Teil wird zu Beginn eine Situationsanalyse durchgeführt, welche aufzeigt, was ELCO bis anhin in Bezug auf Social Networks unternimmt. Anschliessend erfolgt eine Analyse der Zielgruppen, die ELCO in den Social Networks ansprechen kann. Ebenfalls wird die Kundenumfrage die für ELCO durchgeführt wurde, analysiert. Daraus zeigt sich, ob die Kunden einen Dialog mit ELCO über Facebook wünschen oder nicht. Weiter werden die Stärken und Schwächen sowie die Chancen und Gefahren aufgezeigt, die ELCO durch die Nutzung von Social Networks als Kommunikationsmittel hat. Ausserdem werden verschiedenen Social Network Strategien für ELCO am Beispiel Facebook aufgezeigt. Des Weiteren wird ELCO aufgezeigt, was für eine erfolgreiche Einführung von Social Networks bei ELCO zu beachten ist. Zum Abschluss werden die benötigten Ressourcen sowie der ökonomische Erfolg einer Social Media-Kommunikation aufgezeigt. Anschliessend wird ein Fazit gezogen.

Produktmanagement – Lebensmittel aus dem Parc Ela

Diplomandin	Manuela Kistler
Referent	Heinz-W. Schildgen
Korreferent	Dieter Müller
Auftraggeber	Verein Parc Ela, Tiefencastel
Klassifikation	VERTRAULICH

Parc Ela ist ein regionaler Naturpark von nationaler Bedeutung. Der Verein engagiert sich die Wertschöpfung in der Region zu stärken. Dies erfolgt zum einen durch nachhaltigen Tourismus und zum anderen mit der Unterstützung und Förderung von regionalen Produkten.

Die Bachelor Thesis bezieht sich auf das übergeordnete Ziel, einen Vorschlag eines geeigneten Geschäftsmodells für den Aufbau und die Vermarktung der Parc Ela Lebensmittel aufzuzeigen. Ein Hauptkriterium für einen erfolgreichen Verkauf von regionalen Produkten sind die Distributionskanäle und stehen deshalb im Vordergrund dieser Arbeit. Durch qualitative Experteninterviews und aktuelle Studien soll der Praxisbezug gewährleistet werden.

Die konkreten Empfehlungen sind marktorientiert und geben Antworten zur Positionierungsstrategie, Vertrieb und Vermarktung der Parc Ela Produkte. Zur Bachelor Thesis gehört auch die Empfehlung einer geeigneten Organisationsstruktur der Produzenten.

Marketingkonzept für die Markteinführung von Big Green Egg Schweiz

Diplomand	Sebastian Klingler
Referent	Heinz-W. Schildgen
Korreferent	John Daly, Geschäftsführer von Big Green Egg Schweiz
Auftraggeber	Big Green Egg Schweiz, Chur
Klassifikation	VERTRAULICH

Das Marketingkonzept für die Markteinführung von Big Green Egg in den Schweizer Markt besteht im Wesentlichen aus fünf Hauptbestandteilen.

Zum einen wird die Unternehmung genauer beschrieben. Darin enthalten sind vor allem die Ausgangslage, die Vision, die Ziele und die Strategie, welche verfolgt werden soll.

Anschliessend folgt die Analyse des äusseren Umfeldes, wo eine Markt-, eine Zielgruppen- und eine Konkurrenzanalyse durchgeführt wurden.

Der dritte Bereich stellt die Produktanalyse dar. Dies beinhaltet einerseits die Positionierung des Produktes und andererseits eine Leistungsanalyse nach Kotler, verbunden mit der Sortimentsgestaltung.

All diese Analysen dienen letztendlich dazu, massgeschneiderte Massnahmen abzuleiten, um die Big Green Egg Produkte ideal zu vermarkten. Damit soll die zentrale Fragestellung, welche sich mit den Möglichkeiten zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der Produkte auseinandersetzt, beantwortet werden.

Den Abschluss meiner Arbeit bildet das Controlling. Es soll aufzeigen, wie der Erfolg gemessen werden kann. Zusätzlich enthält es einen konkreten Vorschlag, um den Erfolgsbeitrag der einzelnen Massnahmen nachzuweisen.

Testimonials – Markenbotschafter für Unternehmen. Am Beispiel der Miss Schweiz für die Marke Vögele-Shoes.

Diplomand	Nino Resegatti
Referent	Roland Berger
Korreferent	Roni Haug
Auftraggeber	Karl Vögele AG, Uznach

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus zwei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen über Testimonials aufgezeigt. Es bieten sich spannende Einblicke in die Erscheinungsformen und Arten von solchen Markenbotschaftern. Es werden aber auch die Funktionen, die Wirkungen, die Chancen und Gefahren und zu guter Letzt einige Methoden für die Auswahl eines geeigneten Testimonials aufgezeigt. Der zweite Teil befasst sich mit einem realen Praxisfall. Da die Miss Schweiz Organisation momentan einer schwierigen und ungewissen Zukunft gegenüber steht, drängt sich für die Karl Vögele AG, Hauptsponsor der Miss Schweiz, die Frage auf, wie die zukünftige Zusammenarbeit aussehen soll. Mittels den theoretischen Grundlagen wird in dieser Arbeit darum die Miss Schweiz auf ihre Eignung als Testimonial für die Marke Vögele-Shoes geprüft. Zusätzlich werden in der Arbeit sechs mögliche Alternativtestimonials bewertet und zum Schluss eine konkrete Empfehlung für ein zukünftiges Testimonial von Vögele-Shoes gegeben.

Ausarbeitung einer Portfolio-Strategie für die Firma Bucher + Walt SA

Diplomandin	Katja Rupf
Referent	Prof Dr. Frank Bau
Korreferent	Julien Bucher
Auftraggeber	Bucher + Walt SA
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Bachelor Thesis setzt sich grundsätzlich aus zwei Teilen zusammen. Der erste Teil ist analytisch und beinhaltet die interne und externe Analyse sowie eine quantitative und qualitative Trendanalyse. Die Erkenntnisse aus dem ersten Teil dienen als Basis für die Formulierung verschiedener Strategiealternativen. Im zweiten Teil der Arbeit werden die Schlussfolgerungen der Analysen in einer SWOT-Matrix zusammengefasst. Daraus resultieren vier Strategiealternativen, welche beurteilt werden und die geeignetste ausgesucht wird. Für die ausgewählte Strategie werden entsprechende Massnahmen ausgearbeitet und deren Umsetzung geplant. Abschliessend werden Empfehlungen abgegeben, einerseits für die zukünftige Neukunden-Akquise und andererseits für die Erweiterung des Markenportfolios. Mit dieser vorgeschlagenen Strategie soll das Geschäftsfeld Bike optimiert und mit den Empfehlungen der Neukunden und der Markenerweiterung gestärkt werden.

Konzeption Webauftritt und Online-Shop der Appenzellerland Regionalmarketing AG

Diplomandin	Ramona Rutzer
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent	Herr Guido Buob
Auftraggeber	Appenzeller Regionalmarketing AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Bachelorthesis über die Konzeption des Webauftritts und des Online-Shops der Appenzellerland Regionalmarketing AG setzt sich aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil wird die gesamte Ausgangslage der Appenzeller Regionalmarketing AG erörtert (Ist-Situation, Ziele, Zielgruppe, SWOT-Analyse). Dieser baut auf der ab dem Jahr 2013 geplanten Strategie auf. Im zweiten Teil wird das Konzept über die Struktur, die Inhalte und den E-Shop dargestellt. Dazu wurde eine Umfrage lanciert, um den Ansprüchen der Partner und der Webseitenbesuchern gerecht zu werden. Daraus wurden Vorschläge für die Struktur und die Inhalte erarbeitet. Beim E-Shop wurde eine Bedürfnisanalyse durchgeführt. Da ein Bedürfnis vorhanden ist, wurde das Konzept beschrieben und auf dessen Umsetzbarkeit bezüglich Kosten und Gesetze überprüft. Die Arbeit wird mit Beispielen von Webseiten aus der Praxis abgerundet, um so die im zweiten Teil erarbeiteten Lösungen zu veranschaulichen. Das grösste Ziel dieser Neukonzipierung ist es, die Webseitenbesucher bis Ende 2014 zu verdoppeln.

Social Media in der Reisebranche mit Fokus auf Facebook

Diplomandin	Nicole Scharrenbroich
Referent	Prof. Dr. Nils Hafner
Korreferentin	Eva-Maria Hufnagel
Auftraggeber	Kuoni Reisen AG, Zürich
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich aus einem theoretischen und praktischen Teil zusammen. Im Theorie teil werden die verschiedenen sozialen Netzwerke in der Schweiz vorgestellt. Zudem wird die Situation in Unternehmen bezüglich Einsatz von Social Media Plattformen aufgezeigt. Dabei werden die Chancen und Risiken, die diese Kanäle mit sich bringen analysiert. Die Kundenbindung mittels sozialen Netzwerken sowie der Einfluss auf den Kaufprozess werden in weiteren Kapiteln behandelt. Der Praxisteil beginnt mit einer Konkurrenzanalyse der Facebook-Seiten von verschiedenen Reiseunternehmen. Anschliessend folgt eine empirische Untersuchung, welche die Kundenerwartungen an den Facebook-Auftritt von Kuoni Schweiz und das Kaufverhalten in Social Media analysiert. Um eine GAP-Analyse zu erstellen, wurden die erarbeiteten Soll-Kriterien der aktuellen Facebook-Seite von Kuoni Schweiz gegenübergestellt und sogenannte Gaps abgeleitet. Die Handlungsempfehlungen, die daraus entstanden sind, sollen Kuoni neue Ideen für die Gestaltung der Facebook-Seite und den weiteren Ausbau der Community aufzeigen.

Marketingkonzept: Sondermaschinenbau

Diplomand	Roland Thoma
Referent	Prof., Dr. Andreas Ziltener
Korreferent	René Brassel
Auftraggeber	A+B Bürsten-Technik AG
Klassifikation	VERTRAULICH

In meiner Bachelorthesis soll ein Geschäftsfeld eines Industriebürstenherstellers mit Hilfe eines kleinen Marketing-Budgets und entsprechenden Marketingmassnahmen mehr Umsatz generieren. Problematisch ist, dass dieses Geschäftsfeld in einem komplett anderen Bereich anzusiedeln ist, als ihr Hauptgeschäft. Mit Hilfe des Marketingkonzepts soll ein umfangreiches neues Kunden- und Partnernetzwerk aufgebaut werden. Folglich soll sich das Geschäftsfeld selber tragen können und zu einem neuen Standbein der Unternehmung werden. Zuerst wird ein Geschäftsmodell abgebildet, welches als Grundlage des Marketingkonzepts dient. Dieses besteht aus den Hauptteilen Unternehmens- und Marktanalysen sowie dem Marketing-Mix. Die Analysen basieren auf primärer und sekundärer Forschung. Für die aus diesen Teilen gewonnenen Erkenntnisse werden Marketingmassnahmen ausgearbeitet. Diese werden in einem Aktionsplan festgehalten und mit Zielen versehen.

Kundensegmentierung mit Bedürfnisanalyse bei der Elcotherm AG

Diplomand	Dominique Tomaschett
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent	Prof. Dr. Lutz Schlange
Auftraggeber	Elcotherm AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich grundlegend aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil wird die Datenerhebung vorgestellt, welche die Grundlage für die Segmentierung bieten soll. Darin werden die in der Praxis, am häufigsten verwendeten Merkmale, erläutert und das Erhebungsdesign aufgezeigt. Anschliessend werden die Kunden-, die Produktsegmentierung und die Kundenbedürfnisanalyse dargestellt. Dabei werden die Verfahren anhand einer Durchführung, basierend auf einer Stichprobe, erläutert und die daraus folgenden Ergebnisse präsentiert. Die gewonnenen Erkenntnisse werden im letzten Teil zu einer Gesamtübersicht zusammengefügt. Dadurch kann aufgezeigt werden, wie die Kunden segmentiert werden können. Zudem werden durch die weiteren Analysen, erfolgsversprechende Zusammenstellungen von Produkteigenschaften und Leistungen aufgezeigt, die kundenspezifisch zugeordnet werden können. Dies führt zur Erfüllung der Auftragsstellung meiner Bachelor Thesis, wie die Elcotherm ihren Anteil an Wartungsverträgen bei bestehenden und neuen Heizungsanlagenkunden erhöhen kann.

Beschaffungsmarktanalyse im Bereich Aluminium Extrusion in Südafrika

Diplomand	Andreas Vils
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent	Nadine Fessler
Auftraggeber	Hilti AG, Schaan FL
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Um ein ausführliches Verständnis des südafrikanischen Solarmarktes zu schaffen, werden im ersten praktischen Teil anhand des Strategischen Hilti Beschaffungsprozesses relevante Daten und Marktkenntnisse für den Bereich Aluminium Extrusion analysiert und zusammengetragen. Auf der Basis dieser ermittelten Informationen können Strategien erarbeitet und über Herstellung oder Kauf entschieden werden. Nach der Identifizierung von Lieferanten werden diese bewertet, verglichen und ausgewählt. Das Ziel der praktischen Prozessumsetzung ist die Identifizierung und Empfehlung von potenziellen südafrikanischen Lieferanten. Im zweiten Teil werden die durchgeführten Prozessschritte parallel mit diversen Theorieansätzen analysiert und verglichen. Im Mittelpunkt steht aber nicht die Überprüfung des Prozesses, sondern auch die kritische Reflexion. Um das prozessbezogene Ziel zu erreichen, werden im letzten Teil mögliche Verbesserungsansätze für den Hilti Prozess ausgearbeitet.

Innovation als Marketingtool: Wie kann die Positionierung als Innovationsführer in der Skibranche erreicht werden und welche Rolle spielt dabei die Vermarktung von Innovationen?

Diplomandin	Eliane Volken
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent	Gerhard Wieser
Auftraggeber	Fischer Sports GmbH
Klassifikation	VERTRAULICH

Diese Bachelor Thesis soll Möglichkeiten aufzeigen, wie die Fischer Sports GmbH ihre Innovationen effektiver vermarkten und sich in Richtung Innovationsführer der Branche bewegen kann. Dabei wird das Hauptaugenmerk auf den Positionierungsansatz sowie auf die Vermarktung von Innovationen gelegt.

Im ersten, theoretischen Teil der Arbeit wird der Begriff Positionierung eingeordnet und die Bedeutung von Innovationen sowie deren Vermarktung näher erläutert.

Im Hauptteil wird durch detaillierte Analysen die Ist-Situation der Marke Fischer aufgezeigt. Dazu wurde unter anderem, eine empirische Umfragen in der Schweiz, Österreich und Deutschland durchgeführt. Aufgrund der Resultate der Analysen und der Zielsetzung, sich als Innovationsführer zu positionieren, wurde eine entsprechende Strategie formuliert. Es werden sowohl externe wie auch interne Umsetzungsempfehlungen ausgearbeitet. Zusätzlich wird der Ansatz der Markenarchitektur genauer betrachtet.

Machbarkeitsstudie zur Erweiterung des Loipennetzes in Davos durch Snowfarming

Diplomand	Jöri Kindschi
Referent	Jon Andrea Schocher
Korreferent	Dr. Hippolyt Kempf
Auftraggeber	Baspo, Magglingen
Klassifikation	VERTRAULICH

Das Hauptziel der Arbeit liegt darin, zu beurteilen, ob das bestehende Snowfarming Projekt in Davos erweiterungsfähig ist und in welchem Ausmass. Dazu kommen folgende vier Teilziele: Erstens wird das bestehende Snowfarming Projekt in Davos untersucht. Dabei wird die Lancierung, die Loipenlänge, die Abdeckungsmethode, die Kosten und die Standortwahl erläutert. Weiter geht es mit einem Vergleich zwischen internationalen, ähnlichen Projekten in Schweden, Finnland und Deutschland. Drittes Teilziel ist die Bewertung des Ausbaupotenzials für das Projekt in Davos. Dabei werden die Zukunftspläne des Projekts vorgestellt und mögliche Hindernisse identifiziert. Zusätzlich wird eine Empfehlung der effizientesten Abdeckungsmethode des Schneedepots für die Erweiterung abgegeben. Zum Schluss folgen die kritischen Erfolgsfaktoren für den Ausbau, wie die technische Machbarkeit, ökonomische Überlegungen, die Finanzierung, umwelttechnische Fragen und der Klimatrend für Davos. Ein Kapitel ist auch dem Langlaufsport in der Schweiz gewidmet und anhand der erzielten Weltcuppunkte der Schweizer Langläufer in den letzten zehn Jahren, lässt sich der Nutzen eines vorzeitigen Saisonstarts auf der Snowfarming Loipe abschätzen.

Machbarkeitsstudie Nationales Golf Leistungszentrum Ostschweiz

Diplomandin	Melanie Mätzler
Referent	Jon Andrea Schocher
Korreferent	Guido Mätzler
Auftraggeber	Snap Golf GmbH, Sargans
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich aus vier Teilen zusammen. Der erste Teil beinhaltet die Definitionen einer Machbarkeitsstudie und die eines Nationalen Golf Leistungszentrums Ostschweiz sowie die Beschreibungen und Erklärungen zu den angewendeten Methoden. Im zweiten Teil werden schon bestehende Machbarkeitsstudien aus dem Sportbereich mittels Literaturoswertung analysiert. Das Ziel war, Inputs für das Vorgehen einer Machbarkeitsstudie zu gewinnen. Der dritte Teil beinhaltet wiederum eine Literaturoswertung über bestehende Sportleistungszentren aus der Schweiz und Schweden. Gleichzeitig wurde jeweils ein Athlet dieser Sportleistungszentren interviewt. Anhand dieser und weiterer Informationen aus Befragungen der Schweizer Golfspieler, wurde im vierten Teil ein mögliches Angebot für ein Golf Leistungszentrum in der Ostschweiz erstellt.

Neue Medien im Sport: Kommunikationsmöglichkeiten für kleinere Sportverbände und -vereine am Beispiel Handball

Diplomand	Reto Rietberger
Referent	Jon-Andrea Schocher
Korreferent	Stefan Bösch
Auftraggeber	ISA - Interntational Sports Agency, Buchs SG
Klassifikation	VERTRAULICH

Das Ziel meiner Bachelor Arbeit ist die Erarbeitung von Umsetzungsvorschlägen bezüglich des Einsatzes von neuen Medien am Beispiel des Schweizerischen Handballs. Zudem sollen die kritischen Erfolgsfaktoren evaluiert und beschrieben werden. Nachdem einleitend die wichtigsten Begriffe des Themas definiert werden, wird in einem weiteren Teil auf die theoretischen Grundlagen eingegangen. Dabei werden die Gründe für den Erfolg der Social Media erläutert, den Unterschied zu den traditionellen Medien erklärt, die Ziele von Social Media Aktivitäten dargelegt sowie die verschiedenen Social Media Arten vorgestellt. Das nächste Kapitel besteht aus der nationalen und internationalen Literaturanalyse sowie den Experteninterviews. Dabei geht es darum herauszufinden, wie die neuen Medien in den Randsportarten genutzt werden. Die Erarbeitung des «Best Practice», welches den Verein vorstellt, der die neuen Medien am Effizientesten nutzt, schliesst dieses Kapitel ab. Die Resultate dienen schliesslich als Grundlage für die Umsetzungsvorschläge für den Schweizer Handball-Verband und die Vereine, welche im letzten Kapitel präsentiert werden.

Spieltag-Einnahmen im Schweizer American Football Sport – Optimierung der finanziellen Erträge am Beispiel der Calanda Broncos

Diplomand	Martin Seiler
Referent	Jon Andrea Schocher,
Korreferent	Mathias Brändli
Auftraggeber	AFC Calanda Broncos, Chur
Klassifikation	VERTRAULICH

Das Ziel ist es die Erträge aus Heimspielen zu steigern und gleichzeitig den Kundennutzen für die Zuschauer an den Heimspielen zu erhöhen. In den letzten vier Saisons waren die Calanda Broncos überaus erfolgreich. Dies macht sich auch in den Zuschauerzahlen bemerkbar. Trotz Erhöhung der Ticketpreise auf die Saison 2012 wurden im Schnitt fast gleich viele Fans gezählt wie im Jahr zuvor.

Ich habe für die Calanda Broncos einerseits eine Benchmark Analyse und andererseits an vier Heimspielen eine Panel-/Trendumfrage durchgeführt. Ziel des Benchmarkings war von den Besten zu lernen. Die Meinungsumfrage wurde gemacht um den Puls der Zuschauer an den Heimspielen zu fühlen. Dadurch habe ich Kenntnis bekommen wo dem Zuschauer der Schuh drückt und welche Massnahmen der Broncos auf Gegenliebe stossen. Nach Auswertung dieser zwei Analysen wurden Massnahmen und Empfehlungen definiert, mit denen der Bündner American Football Club die Erträge an Heimspielen steigern kann.

Informationswissenschaft

Studienleitung

Prof. Dr. Robert Barth

Low-Budget-Libraries – neue Chancen mit Standardisierung?

Diplomand

Claudio Bentz

Referent

Prof. Dr. Robert Barth

Korreferent

Prof. Dr. Urs Naegeli

Die Bibliothekszene ist weltweit von Kürzungen ihrer finanziellen Mittel betroffen. Kostenintensive Lösungen für neue Bibliotheken werden zunehmend in Frage gestellt und können Hinderungsgrund für die Einrichtung einer solchen Institution sein. Diese Arbeit untersucht mögliche Einsparungspotenziale mithilfe kombinierbarer Module. Diese Module sind preislich unterschiedlich ausgelegt und können zu ganzen Modellen für eine neue Bibliothek zusammengesetzt werden. Dazu wird in einem ersten Teil die Ausgangslage heutiger Bibliotheken analysiert. Diese beinhaltet aktuelle Trends, Normen und Richtlinien sowie beispielhafte Projekte. Der zweite Teil beinhaltet die Ausgestaltung der einzelnen Module mit konkreten Bezugsquellen, welche diese vergleichbar mit anderen Projekten machen. Die Arbeit kommt zum Schluss, dass durch die Wahl günstiger Einrichtungsgegenstände vor allem bei den Investitionskosten Einsparungen sehr gut möglich sind. Diese werden aber teilweise durch die Aufgabe von individuellen Konzepten beim Bau neuer Bibliotheken erkauft. Zudem ist eine Vereinheitlichung kultureller Institutionen fraglich.

Bildbewertung am Beispiel von Bildinformationsträgern der Maschinenfabrik a.d. Sihl AG, Zürich

Diplomandin	Ursula Bühlmann
Referent	Michel Pfeiffer
Korreferent	Prof. Dr. Robert Barth

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist die Bewertung von Bildinformationsträgern der Maschinenfabrik a.d. Sihl Zürich. In der Arbeit geht es einerseits darum, die Bilder in ihren historischen, sozialen und medialen Kontext einzubetten. Andererseits werden die Bilder auf ihren Wert für die Industriegeschichte und ihre Archiwürdigkeit hin untersucht. Bei den retuschierten Bildern handelt es sich um Autotypie-Vorlagen, welche in Produkteprospekten der Maschinenfabrik a.d. Sihl reproduziert wurden. Die Abbildungen der Maschinen in der Werkhalle und im Einsatz stehen in der Tradition der Industriefotografie. Es wurde eine nüchterne Sachlichkeit inszeniert, um ein Bild einer rationalen und effektiven Industrie hervorzurufen. Die Autotypie-Vorlagen als historische Quellen haben keinen eigentlichen Wert für die Industriegeschichte. Dennoch sind sie archiwürdig, da sie Teil der Struktur des Bestandes eines Unternehmens sind und so Auskunft über ihre Funktion geben. Durch den Erhalt der Struktur werden Produktion, Prozesse und Ökonomie der Industriefotografie offengelegt.

Ist das E-Book bereits angekommen? Das Leseverhalten von Studierenden beim fachlichen E-Book

Diplomandin	Sandra Buob
Referent	Rafael Ball
Korreferent	Norbert Lang

Die hier vorgestellte Bachelorthesis des Studienganges Information Science befasst sich mit dem Thema E-Books. Sie untersucht, wie das Leseverhalten von Studierenden beim fachlichen E-Book aussieht und ob dieses neue Medium bereits akzeptiert wird. In der Schweiz wurde bisher noch keine Studie zu diesem Thema veröffentlicht, weshalb die vorgelegte Arbeit Fallcharakter aufweist. Als Hauptfragestellung gilt die Frage, ob fachliche E-Books bereits als Hauptmedium gelten können. Weitere Aspekte sind die Vor- und Nachteile von E-Books gegenüber gedruckten Büchern und unter welchen Umständen die beiden Medien als Konkurrenten eingestuft werden können. Diese Fragen werden mithilfe von 14 Leitfadeninterviews mit Studierenden von zwei Schweizer Universitäten beantwortet. Dabei lässt sich sagen, dass das E-Book zwar genutzt wird, gegenüber dem gedruckten Buch jedoch immer noch weniger wichtig ist. Viele Studierenden haben die Vorteile des elektronischen Buches erkannt, lassen sich aber von schwierigen Zugängen oder schlechtem Lesekomfort am Bildschirm von dem Gebrauch abhalten. Es sind sich aber alle einig, dass die Nutzung weiterhin zunehmen wird, dies auch in Anbetracht der aufkommenden E-Book-Reader.

Webportale zur Kunden- bzw. Rezipienteninformation von Medienorganisationen

Diplomandin	Giuanna Deflorin
Referent	Prof. Dr. Edzard Schade
Korreferent	Dr. Rudolf Mumenthaler

Die Beziehung zu den Kunden via Webportale privater schweizerischer Medienunternehmen sowie der öffentlich-rechtlichen Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft SRG sind je nach Zielpublikum unterschiedlich organisiert. Bei den Medienunternehmen, die kaum Konkurrenz ausgesetzt sind, spielt die direkte Beziehung zu den Kunden, sei es durch Feedback, Input oder andere Angebote, eine kleine Rolle. Medienunternehmen wie die Südostschweiz oder Radiotelevision svizra rumantscha und Radiotelevisione Svizzera bringen deshalb vergleichsweise wenige Ressourcen auf, um die Beziehungen zu ihren Kunden zu pflegen. Anders sieht es im viel stärker umkämpften Markt der Deutschschweiz aus, auf dem sich die überregionalen Tageszeitungen, die NZZ, der Tages-Anzeiger und die Aargauer Zeitung, sowie das Schweizer Fernsehen und Schweizer Radio DRS zu behaupten versuchen. Dementsprechend sind die Beziehungen dieser Medienanbieter zu ihren Kundenviel stärker ausgebaut und ähneln sich über weite Strecken.

Gründe für die Nichtnutzung von Bibliotheken bei Pensionierten in der Deutschschweiz

Diplomandin	Daniela Denzer
Referent	Prof. Dr. Robert Barth
Korreferent	Prof. Dr. Urs Dahinden

Thema dieser Arbeit sind die Seniorinnen und Senioren in der Deutschschweiz und ihr Verhältnis zu den öffentlichen Bibliotheken. Obwohl Menschen nach der Pensionierung mehrheitlich über mehr Zeit und weniger Geld verfügen, zeigen die Bibliotheksstatistiken keinen Anstieg bei dieser Zielgruppe. Vielmehr ist das Gegenteil zu beobachten: Seniorinnen und Senioren sind im statistischen Vergleich deutlich untervertreten. Die Erwartung, dass pensionierte Frauen und Männer in der Schweiz zukünftig ein stark wachsender Teil der Bevölkerung sein werden, verstärkt die Problematik zusätzlich.

Anhand einer quantitativen Befragung bei pensionierten Frauen und Männern aus der Deutschschweiz wurden die Gründe für dieses Verhalten befragt. Gleichzeitig wurde untersucht, welche Massnahmen für Seniorinnen und Senioren stimmig sind, um (wieder) einmal oder häufiger eine Bibliothek zu besuchen.

Schulbibliotheken und neue Lernkultur: Pädagogische Möglichkeiten und aktuelles Wirkungsfeld

Diplomandin	Simone Ehrenbolger-Bischof
Referent	Karsten Schuldt
Korreferent	Prof. Dr. Robert Barth

Gesellschaftliche Veränderungen aber auch Änderungen im Schulwesen stellen neue Ansprüche an Lehrpersonen und Schüler und fordern neue Lehr- und Lernansätze. Diese Veränderungen bringen auch neue pädagogische Herausforderungen für Schulbibliotheken mit sich. Schulbibliotheken werden längst nicht mehr nur als Bücherdepot angesehen. Vielmehr werden auch die pädagogische Nutzung und die didaktische Einbindung in den Unterricht thematisiert.

Die hier vorgestellte Bachelor-Thesis untersucht mittels Literaturanalyse und Leitfadenterviews die pädagogische Sichtweise auf Schulbibliotheken mit dem Fokus auf eine neue Lernkultur. Die Arbeit legt einerseits die pädagogischen Möglichkeiten der Schulbibliotheken und deren Ziele dar, andererseits zeigt sie das aktuelle pädagogische Wirkungsfeld der Schulbibliotheken im Kanton Luzern auf. Aus der Untersuchung resultiert, dass sich das pädagogische Wirkungsfeld der Schulbibliotheken im Kanton Luzern nicht vollständig mit dem aktuellen Stand der Fachdiskussion deckt. Diese Bachelor-Thesis liefert Empfehlungen für eine aktuelle pädagogische Schulbibliothekspraxis unter Berücksichtigung einer neuen Lernkultur.

Die Informationsversorgung von Ärzten, Assistenzärzten und Krankenschwestern in Aargauer Spitälern

Diplomandin	Olivia Fehlmann
Referent	Rafael Ball
Korreferent	Prof. Dr. Urs Naegeli

Das Ziel dieser Arbeit besteht darin, die Informationsversorgung mit Fachliteratur von Ärzten, Assistenzärzten und Krankenschwestern zu untersuchen. Mittels einer quantitativen Umfrage wurden die Informationsbedürfnisse des medizinischen Fachpersonals eruiert. Die Resultate zeigen, dass Optimierungspotential vorhanden ist, vor allem im Bereich der Bibliothek. Zwischen den verschiedenen Berufsgruppen wurden keine grossen Unterschiede bezüglich der zur Verfügung stehenden Informationsressourcen festgestellt. Krankenschwestern greifen jedoch weniger zu Fachinformationen als Ärzte oder Assistenzärzte. Während dem Studium wurden die Bibliotheksdienste zudem öfter in Anspruch genommen als am Arbeitsplatz.

Methoden und Konzepte zur Informationsbedarfsanalyse

Diplomandin	Nina Gafner
Referent	Prof. Dr. Edzard Schade
Korreferent	Norbert Lang

Die Informationsbedarfsanalyse ist ein zentraler Bestandteil der Konzeption von Informationssystemen. Sie ermöglicht die Erhebung des Informationsbedarfes, der mit einem Informationssystem befriedigt werden soll. Es existiert eine breite Auswahl an Methoden und Konzepten zur Informationsbedarfsanalyse. Die hier vorgestellte Arbeit zeigt die bisherige Entwicklung dieser Methoden auf und bietet einen umfassenden Überblick über die theoretische und die empirische Forschung auf diesem Gebiet. Gleichzeitig wird die jüngste Entwicklung hin zu situativ anpassbaren Methoden aufgegriffen und eine darauf aufbauende Kategorisierung der Methoden entwickelt. Diese erlaubt eine Vorselektion der geeigneten Methoden hinsichtlich der jeweiligen Rahmenbedingungen, unter denen ein Informationssystem konzipiert wird.

Analyse des sich ändernden Produktionsprozesses für (enhanced) E-Books für Lehrbuchverlage

Diplomandin	Nadja Garcia
Referent	Prof. Bruno Wenk
Korreferent	Norbert Lang

Der Gegenstand der hier vorgelegten Arbeit ist die Analyse des sich verändernden Produktionsprozesses für enhanced E-Books in Lehrbuchverlagen. Es wird aufgezeigt, dass sich die Produktionsprozesse für digitale und gedruckte Lehrmittel nicht komplett unterscheiden dürfen und, dass Kunden heute selbstständiger und fordernder geworden sind und deshalb von Verlegern wesentlich mehr in die Entscheidungsfindung und den Produktionsprozess mit einbezogen werden. Ein Abriss zu den derzeit diskutierten Strategien und Geschäftsmodellen sowie Veränderungen in der Liefer- und Wertschöpfungskette zeigt aktuelle Diskussionen rund um die Veränderungen in der Verlagsbranche auf. Zudem wird erörtert, was für Zukunftsaussichten enhanced E-Books haben und, dass Tablets die besten Chancen haben, sich als Marktführer für die Rezeption von enhanced E-Books durchzusetzen. In Bezug auf die Veränderungen der Verlagsbranche wird erklärt und diskutiert, wie sich der Beruf des Verlegers verändert hat und, dass dieser, trotz wachsendem Segment an Autoren, die selber publizieren, und Angeboten wie dem iTextbook weiterhin bestehen bleiben kann.

Ausstellungen in Schweizer Bibliotheken. Untersuchungen und Konklusionen unter informationswissenschaftlichen Gesichtspunkten

Diplomand **Raymon Grenacher**
Referent **Karsten Schuldt**
Korreferent **Dr. Rudolf Mumenthaler**

Die Arbeit untersucht den Gegenstand Bibliotheksausstellung in der Schweiz. Dabei wird ein breites Spektrum an informationswissenschaftlichen Fragestellungen berücksichtigt, welches Aspekte wie Vermittlung, Organisation und Administration oder den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien abdeckt. Den Ausgangspunkt bildet das theoretical framework, in welchem Bezug zur Fachrichtung, Entwicklungsgeschichte sowie Begriffs- und Funktionsbestimmungen thematisiert werden. Die Erhebung der Daten erfolgt unter drei verschiedenen Ansätzen: mit einer Inhaltsanalyse von Publikationen und Webseiten werden Vorkommen und Frequenz erfasst und mit einer an Fachpersonen gerichteten Online-Umfrage vergleichbare Resultate gewonnen; mittels Beobachtung und Interviews wird die Fragestellung am Beispiel konkretisiert und damit eine Verfeinerung der Ergebnisse erreicht. Abschliessend werden die Erkenntnisse diskutiert bzw. zur Verifizierung der formulierten Thesen eingesetzt.

Preisgestaltung der Medien in der Schweiz

Diplomand **Roger Günthart**
Referent **Karsten Schuldt**
Korreferent **Prof. Dr. Robert Barth**

Diese Bachelorarbeit untersucht die Preisgestaltung von verschiedenen Medien in der Schweiz. Das Schwergewicht wird auf das Medium Buch gelegt. Die Aufhebung der Buchpreisbindung führte zu einer politischen Debatte und einer diesbezüglich erhöhten Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit. Daneben werden in der Arbeit die Tonträger, die DVDs / Blu-rays und die Video- und Computerspiele betrachtet. Diese Branchen befinden sich in einem Wandel. Immer mehr Konsumenten kaufen Medien online oder sie laden diese in digitaler Ausführung direkt auf ihre Computer oder Smartphones herunter. Die Händler mit Ladenlokalen und die Anbieter physischer Produkte geraten zunehmend unter Druck. Es wird ein Einblick in die einzelnen Branchen vorgenommen und die Verkaufspreise für verschiedene Medienprodukte miteinander verglichen und kommentiert.

Bring Your Own Device – Handlungsempfehlungen für Nobel Biocare AG

Diplomand	Raphael Hasler
Referent	Prof. Bruno Wenk
Korreferent	Dr. Rudolf Mumenthaler

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit sind die wissenschaftliche Bearbeitung des Themas Bring your own device (kurz: BYOD) und die Ausarbeitung einer Handlungsempfehlung für die Nobel Biocare. Unter Bring your own device wird der Kerngedanke verstanden, dass alle Mitarbeitenden die persönlichen Geräte ins Unternehmen mitnehmen dürfen, diese werden in die IT-Infrastruktur integriert und dienen den Mitarbeitern als Unterstützung zur Erledigung geschäftlicher Aufgaben. Bei der Realisierung spielen rechtliche, finanzielle, organisatorische und sicherheitstechnische Aspekte eine Rolle. Die ständige Erreichbarkeit, verbunden mit Technostress, ist ein brisantes Thema und sollte in die BYOD-Strategie miteinbezogen werden. Innerhalb der Nobel Biocare wurden sieben Anwendungsbereiche mobiler Endgeräte analysiert, zentral sind dabei die E-Mail-, Kalender- und Kontakt-Applikation, Salesforce.com und die Dokumentensynchronisation. Aufgrund der Diversität dieser Applikationen rückt der Schutz des gesamten Gerätes ins Zentrum. Daher wird für diese Umsetzung der Einsatz eines Mobile Device Management Tools und einer Policy empfohlen.

Das Angebot an E-Books von Schweizer Verlagen in Online-Buchhandlungen und -Bibliotheken

Diplomand	Silvan Hollenstein
Referent	Prof. Bruno Wenk
Korreferent	Norbert Lang

Digitale Bücher gehören zu den aktuellsten Themen in der Buchbranche Schweiz. Bereits 22 Publikumsverlage haben ein E-Book-Angebot, 11 davon sind Belletristikverlage, die insgesamt über 300 E-Books anbieten. Diese E-Books sind in Online-Buchhandlungen (z.B. Thalia) und bei anderen Medienanbietern (z.B. Amazon) erhältlich und kosten bis zu 40% weniger als die günstigste lieferbare Printversion. Untersuchungen haben ergeben, dass ausschliesslich die Formate EPUB und PDF bei E-Books eingesetzt werden, wobei das EPUB-Format klar dominierend ist. Nicht alle untersuchten E-Books von Schweizer Verlagen sind in Online-Buchhandlungen vorhanden. Die zwei Verlage Diogenes und Kein & Aber, die mit Abstand über das grösste E-Book-Angebot verfügen, bieten ihre E-Books über andere Vertriebskanäle an (u.a. bei Weltbild). Einige Bibliotheken führen ebenfalls ein E-Book-Angebot (Online-Bibliothek oder E-Reader-Ausleihe), E-Books von Schweizer Verlagen sind aber nur wenige zu finden (Nagel & Kimche und Rotpunktverlag).

Suchunterstützung mit grafischen Benutzeroberflächen

Diplomand	Michael Kälin
Referent	Prof. Bruno Wenk
Korreferent	Dr. Fredrik Gundelsweiler

Die Fachhochschule Potsdam möchte die Suche in ihrer Volltextdatenbank INFODATA-eDepot verbessern. Die vorliegende Arbeit zeigt hierzu Möglichkeiten auf. Einerseits wird die bestehende eDepot-Oberfläche analysiert und Vorschläge zu deren Verbesserung erarbeitet. Zum Beispiel soll schon auf der Startseite die Möglichkeit einer einfachen Suche geboten werden. Mit Hilfe dieser Verbesserungsvorschläge kann die Usability der eDepot-Oberfläche gesteigert werden. Andererseits wird ein Konzept zur Visualisierung des INFODATA-Thesaurus vorgestellt. Durch die Visualisierung wird ein thematisches Browsen im Thesaurus möglich gemacht. Dieses thematische Browsen wird mittels Einteilung der Thesaurus-Terme in hierarchische Klassen ermöglicht. Durch die Darstellung dieser Klassen wird neben den beiden herkömmlichen Einstiegen in den Thesaurus (Term-Suche und alphabetische Liste) ein dritter, thematischer Einstieg geboten.

Benutzerauthentifizierung für lizenzpflichtige elektronische Medien - Empfehlung einer Lösungsvariante für die Kantonsbibliothek Graubünden

Diplomandin	Daniela Ladner
Referent	Prof. Bruno Wenk
Korreferent:	Prof. Martin Studer

Die Kantonsbibliothek Graubünden (KBG) lizenziert vermehrt elektronische Medien. Um den Vorteil der orts- und zeitunabhängigen Nutzung dieser Produkte auch ihren Benutzerinnen und Benutzern anzubieten, braucht es ein Authentifizierungsverfahren. In dieser Arbeit werden verschiedene Authentifizierungsmethoden hinsichtlich der spezifischen Anforderungen der KBG miteinander verglichen. Dabei wird auch berücksichtigt, welche Erfahrungen ähnliche Bibliotheken mit solchen Systemen gemacht haben. Das Resultat ist eine Empfehlung, einen EZ-proxy als Authentifizierungslösung einzusetzen. Diese Lösungsvariante eignet sich am besten für die gegebene Situation in der KBG, da sie von vielen Anbietern elektronischer Medien unterstützt wird und einfach zu erweitern ist. Somit können auch die Angebote anderer Verbundbibliotheken und zukünftige Angebote in die Lösung integriert werden.

Nutzer- und Nutzerinnenforschung in wissenschaftlichen Bibliotheken – Methodische Übersicht und Anwendungsbeispiele aus dem deutschsprachigen Raum

Diplomandin	Barbara Lested
Referent	Karsten Schuldt
Korreferent	Prof. Dr. Robert Barth

Im modernen Bibliothekswesen stehen die Nutzer im Zentrum des Dienstleistungsangebots. Letzteres wird auf die Nutzer ausgerichtet, um eine möglichst umfassende und hohe Zufriedenheit zu gewährleisten. Mittels Nutzer- und Nutzerinnenforschung wird die Zufriedenheit ermittelt, und sie dient auch als Quelle für Wünsche und Anregungen. Der Forschung stehen eine Vielzahl von Methoden und unterstützende Tools zur Verfügung. Bei der Wahl der Methodik und des Tools sowie bei der Studiendurchführung gilt es, verschiedene Faktoren wie Ziel, Budget, Zeit, Kapazitäten und Kompetenzen zu berücksichtigen und abzuwägen. Bei einer falschen Einschätzung schwindet die Effizienz und Brauchbarkeit einer Studie. Beachtenswert ist auch der Studienrahmen, denn um Resultate zu erhalten, aus welchen sich konkrete Massnahmen ableiten lassen, kann eine Priorisierung mancher Nutzergruppen nach Faktoren wie konkrete, wichtige Probleme empfehlenswert sein. Diese Arbeit bietet eine Übersicht zu Methoden, Tools und Anwendungsbeispielen der Nutzer- und Nutzerinnenforschung.

Bibliotheksgebühren in der Schweiz – Situation und Argumente

Diplomandin	Beatrice Maag Schär
Referent	Prof Dr. Robert Barth
Korreferent	Karsten Schuldt

Bibliotheken sind für Benutzer da und die von ihnen angebotenen Dienstleistungen sollen genutzt werden. Einige Bibliotheken erheben Gebühren und andere nicht. Im Gegensatz zum Ausland wurde bis anhin in der schweizerischen Fachwelt kaum über Bibliotheksgebühren diskutiert. Deshalb wurden in dieser Arbeit die für die Schweiz relevanten Argumente pro und contra die Gebührenerhebung zusammengetragen und kommentiert.

Ein weiterer Teil der Arbeit stellt die Situation der Gebührenerhebung in der Schweiz dar, denn Gebühren werden durchaus erhoben. Die vorhandenen schweizerischen Bibliotheksstatistiken aus dem 19. und 20. Jahrhundert wurden nach dem Thema durchsucht und die relevanten Teile zusammengetragen. Anhand einer für diese Arbeit durchgeführten aktuellen Erhebung der Gebührensituation werden bestehende Unterschiede in den verschiedenen Regionen und bezüglich der Bibliothekstypen aufgezeigt.

Barrierefreiheit: Anspruch und Wirklichkeit

Diplomandin	Selina Märchy
Referent	Norbert Lang
Korreferent	Werner Schweibenz

Im Bereich der heutigen Accessibility, auch Barrierefreiheit genannt, herrschen Richtlinien und Vorgaben des World Wide Web Consortiums (W3C) vor. Nebst den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) des eben genannten W3C, existiert für die Schweiz die Checkliste der Stiftung Zugang für alle. In Deutschland ist die Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung mit ihrem BITV-Test zugegen. Diese Richtlinien und Tests sind jedoch sehr umfangreich und mehrheitlich nur von Experten nutzbar. Um eine Untersuchung der Barrierefreiheit auch für Laien zu ermöglichen, wurde ISIS entwickelt. Mit dem Kriterienkatalog ISIS soll es möglich sein, die eigene Website schnell, einfach und variabel zu testen. ISIS baut auf den drei genannten Katalogen auf und wurde anhand von sieben Websites auf Tauglichkeit überprüft. Die Testergebnisse zeigten, dass vor allem im Bereich der Kontrastverhältnisse und der Bedienung mit der Tastatur, ausbaupotential besteht.

Das Informationsmanagement der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung des Kantons Bern

Diplomandin	Justine Mayor
Referent	Prof. Dr. Edzard Schade
Korreferent	Prof. Dr. Niklaus Stettler

Lange Zeit waren Informationen ein knappes Gut. Heute ist das Gegenteil der Fall und eine wachsende Anzahl grösserer Organisationen und Unternehmen hat ein eigenes Informationsmanagement (IM), um die tägliche Informationsflut zu bewältigen. Die vorliegende Fallstudie setzt sich mit dem IM der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB) des Kantons Bern auseinander und vergleicht die Theorie mit der Praxis, um daraus Handlungsempfehlungen für das Management abzuleiten. Die Untersuchung zeigt, dass viele Prozesse und Tätigkeiten in der Praxis des IM der BSLB zwar nicht nach der Theorie benannt sind, jedoch viele Gemeinsamkeiten bestehen. Alle Mitarbeitenden sind für das IM tätig und dementsprechend in der Gestaltung und Weiterentwicklung dieses Bereichs stark involviert. Gemäss der Umfrage bei den Mitarbeitenden, wird den Informationen in der BSLB des Kantons Bern eine grosse Bedeutung zugewiesen, die Informationsstrategie ist jedoch nirgends explizit festgehalten. Dies könnte mit der Tatsache zusammenhängen, dass der Fachbereich IM noch relativ jung ist. Neueste Entwicklung ist die schrittweise Umstellung von der physischen zur elektronischen Dokumentation auf nationaler Ebene (eDoc). Diese Umstellung und die gesellschaftlichen Trends der Social Media und des Mobile Computing sind die grössten Herausforderungen für die Zukunft des IM der BSLB im Kanton Bern.

Interaktion Deutschschweizer Bibliotheken mit ihren Kunden über soziale Medien

Diplomandin	Tatjana Mizeva
Referent	Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Prof. Dr. Robert Barth

In der vorliegenden Bachelor Arbeit wird die Interaktion Deutschschweizer Bibliotheken mit ihren Kunden über soziale Medien dargestellt.

Soziale Medien haben im Zuge der Entwicklung und Verbreitung des Web 2.0 auch für Bibliotheken spürbar an Bedeutung gewonnen.

Die Arbeit gliedert sich in drei grosse Abschnitte.

Zunächst wird im Rahmen einer Literaturanalyse und Quellenbeurteilung erarbeitet, warum und wie soziale Medien bei Bibliotheken zur Kundeninteraktion zum Einsatz kommen.

In einer zweistufigen empirischen Analyse werden sodann in einem ersten Schritt die Internetauftritte Deutschschweizer Bibliotheken auf Hinweise der Nutzung sozialer Medien analysiert. In einem zweiten Schritt untersucht eine schriftliche Befragung im Detail den Einsatz sozialer Medien in Deutschschweizer Bibliotheken. Dabei werden u.a. Fragen der organisatorischen Einbettung, Zielsetzung, Zielgruppen, Instrumentenwahl, Ressourcen und Erfolgskontrolle thematisiert.

Hierauf aufbauend werden im dritten Teil die beiden Teilergebnisse zusammengeführt und kritisch beleuchtet sowie Handlungsempfehlungen für den Einsatz sozialer Medien in Bibliotheken gemacht.

Die Rolle von Usability bei der Nutzung von Gesundheitswebsites am Beispiel von Müttern mit Kindern im Alter von 0 bis 6 Jahren

Diplomandin
Referent
Korreferent

Cordula Natau
Prof. Dr. Urs Dahinden
Werner Schweibenz

Es ist essenziell, verlässliche Gesundheitsinformationen im Internet zur Verfügung zu stellen, denn diese sind ein wertvolles Gut in der sich wandelnden Struktur unseres Gesundheitssystems. Welchen Einfluss die Benutzbarkeit oder Usability dabei auf die Entscheidung der Nutzenden hat, eine Gesundheitswebsite zu besuchen oder nicht, wurde bislang noch nicht erforscht.

Aufgrund der Befragung von 31 Müttern mit Kindern im Alter von 0 bis 6 Jahren ergibt sich folgendes Bild: Die Nutzenden achten nicht bewusst auf die Benutzbarkeit von Gesundheitswebsites. Im Vordergrund steht vielmehr, wer die Informationen anbietet und ob diese Personen oder Personengruppe qualifiziert ist. Weiter wird Wert auf eine ansprechende Gestaltung gelegt. Dennoch hat die Usability von Gesundheitswebsites einen Einfluss auf den Entscheid der Nutzenden, einer Gesundheitswebsite zu vertrauen, wenn die erstgenannten Faktoren ebenfalls erfüllt sind.

Die Empfehlung an Anbietende von Gesundheitsinformationen lautet demgemäss: fundierten Inhalt anbieten, übersichtliche Seiten gestalten, transparent machen, woher die Informationen stammen, Werbepolitik offenlegen und auf der Website kennzeichnen, Finanzierungsquellen aufdecken, auf ein hohes Ranking bei Suchmaschinen achten, mindestens die folgenden Usability-Kriterien einhalten: einfache Navigation, gut lesbare Schrift, ausreichender Kontrast zwischen Hintergrund und Schrift, ansprechende (zurückhaltende) Farben verwenden, direkte Kontaktmöglichkeit anbieten.

Multilinguale Portale – Eine Möglichkeit für die Schweiz?

Diplomand	Stefan Nötzli
Referent	Karsten Schuldt
Korreferent	Dr. Rudolf Mumenthaler

Der Ausländeranteil in der Schweiz nimmt stetig zu. Für die Anbieter von multilingualen Portalen bedeutet dies, sich zwei Herausforderungen zu stellen: der Gestaltung des mehrsprachigen Zugriffs auf Informationen sowie der Gestaltung des Angebots mehrsprachiger Inhalte. Ziel ist es, dass alle Schweizer Einwohner auf dieselben Informationen in einer ihnen verständlichen Sprache zugreifen können. In der vorliegenden Arbeit werden die Portale ch.ch, admin.ch und europeana.eu verglichen, um herauszufinden, welches Portal Konzepte von welchem übernehmen könnte. Die Anfragen, bestehend aus Termen und booleschen Operatoren, werden auf Deutsch, Französisch und Englisch im jeweiligen System eingegeben und die Resultate bezüglich Metadaten und Inhalt verglichen. Der Verfasser ermittelt die Funktionen, die angewendet werden, um den mehrsprachigen Zugriff und das Auffinden von mehrsprachigen Inhalten zu gewährleisten. Er beurteilt zudem die Theorieproduktion anhand der Publikationen der Portale. Es ergibt sich, dass europeana.eu die Herausforderungen am besten bewältigt, ch.ch folgt und admin.ch am schlechtesten abschneidet. Alle Portale verfügen über jeweils mindestens zwei Konzepte zur Handhabung des mehrsprachigen Zugriffs sowie jeweils zwei Konzepte, um mehrsprachige Inhalte verlässlich zu finden.

Akquisition bestimmter Benutzergruppen (Jugendliche und junge Erwachsene) am Beispiel der Gemeinde- und Schulbibliothek Binningen

Diplomandin	Rebecca Preiss
Referent	Prof. Dr. Robert Barth
Korreferent	Norbert Lang

Diese Arbeit ist in Zusammenarbeit mit der Gemeinde- und Schulbibliothek Binningen entstanden. Binningen ist ein Vorort von Basel und liegt im Kanton Basel-Landschaft. Die Zahl der jungen Nutzer der Gemeinde- und Schulbibliothek ist in den letzten Jahren konstant niedrig bis sehr niedrig. Darum sucht die Bibliothek Binningen nach Akquisitions-Möglichkeiten, um neue junge Nutzer zu gewinnen.

Um die Jugendlichen und jungen Erwachsenen des 21. Jahrhunderts besser kennen zu lernen, stehen diese beiden Gruppen im Zentrum des theoretischen Teils der Arbeit. Ihre Bedürfnisse, Interessen und nicht zuletzt ihr Verhältnis zu öffentlichen Bibliotheken sind ein wichtiger Indikator für den praktischen Teil der Arbeit.

Das Kapitel der allgemeinen Massnahmen umfasst alle Themen, die mit dem Bereich der Akquisition zusammen hängen, um einen ersten Überblick zu verschaffen. Am Ende und als Ergebnis der Arbeit stehen die erarbeiteten Handlungsempfehlungen für die Gemeinde- und Schulbibliothek Binningen.

E-Book-Markt Schweiz

Diplomandin Helene Roth
Referent Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent Dr. Albert Weichselbraun

Die Thematik der E-Books und deren Verbreitung, Akzeptanz und Umsetzung sind viel diskutierte Thematiken innerhalb des Schweizer Buchmarktes. In dieses neue Geschäftsfeld werden grosse Erwartungen gelegt. Die hier vorliegende Arbeit untersucht den Stand der E-Books innerhalb des Schweizer Buchmarktes. Dabei werden die Chancen und Risiken, die mit E-Books einhergehen, und verschiedene internationale Geschäftsmodelle aufgezeigt. Um den Stand der E-Books und die mit ihnen verbundenen Strategien in der Schweiz aufzuzeigen, wurden Experteninterviews durchgeführt, die im zweiten Teil der Arbeit präsentiert werden. Der Fokus liegt dabei auf dem aktuellen Stand, den Ideen und Plänen für die Zukunft. Zusätzlich folgt eine Prognose über die Zukunft des Buchmarktes Schweiz im Zusammenhang mit der Thematik E-Book.

News aus Öffentlichen Bibliotheken und ihre Wirkungsmessung

Diplomandin Andrea Schönholzer
Referent Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent Karsten Schuldt

Öffentliche Bibliotheken verwenden zahlreiche Kommunikationskanäle für die Verbreitung von Newsinhalten an ihre Kunden. Diese Bachelor-Thesis zeigt, anhand der Auswertung von Fachliteratur und der Durchführung von qualitativen Interviews, die verwendeten Kommunikationsmittel, die thematisierten Newsinhalte und die Organisation der Newsverbreitung in Öffentlichen Bibliothek auf. Festgestellt wird ein Trend hin zur Professionalisierung der Kundenkommunikation in Öffentlichen Bibliotheken. Ein grosses Problem bei den befragten Bibliotheken stellt die fehlende schriftliche Festlegung der Kommunikation, verbunden mit der Newsverbreitung, dar. Ohne klare Zielvorgaben für die einzelnen Kommunikationsmassnahmen ist eine zuverlässige Wirkungsmessung kaum möglich und in Folge dessen, an den Öffentlichen Bibliotheken auch nicht vorhanden. Auf Grundlage der aus der Literaturoswertung und den Interviews gewonnenen Ergebnisse, wird zum Schluss der Arbeit eine Handlungsempfehlung für die Verbreitung von News, spezifisch an die Kunden, an Öffentlichen Bibliotheken ausgesprochen.

Medieninhaltsanalyse: Wie Depression in deutschsprachigen Zeitungen der Schweiz dargestellt wird

Diplomandin Claudia Schumacher
Referent Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent Norbert Lang

Die Depression gilt schon heute als Volkskrankheit. In der Schweiz gibt es deshalb Bündnisse gegen Depression, welche mittels Öffentlichkeits- und Medienarbeit die Krankheit vermehrt thematisieren wollen.

Es stellt sich die Frage, wie Medien über die Erkrankung berichten. Mittels Medieninhaltsanalyse wird untersucht, wie Depression in deutschsprachigen Zeitungen der Schweiz dargestellt wird. Der Fokus der Analyse liegt auf der Stigmatisierung von Betroffenen.

Die Untersuchung stützt sich auf eine bewusste Auswahl, die während dem 1. Oktober 2011 bis zum 22. Juni 2012 mittels Suchterm depress* 70 Artikel aus 26 Zeitungen lieferte.

Die grosse Mehrheit der Zeitungsartikel stuft Depression als Krankheit ein und Stigmatisierungen werden häufig thematisiert, wobei die Gesellschaft für die Stigmatisierung verantwortlich gemacht wird. Das Umfeld von Betroffenen wird hingegen positiver dargestellt und Betroffene kommen in 30 Artikeln zu Wort, Angehörige dagegen kaum. Fachpersonen werden weitgehend zitiert und etwas mehr als die Hälfte der Artikel erwähnt Hilfsangebote.

Stolpersteine beim Records Management bei kleineren Gemeinden

Diplomand Florian Steffen
Referent Prof. Dr. Niklaus Stettler
Korreferent Dr. Anna-Katherina Mayer

Records Management ist seit einigen Jahren, ausgelöst unter anderem durch die zunehmenden Datenmengen, ein weit verbreitetes Thema. Während privatwirtschaftliche Organisationen ab einer gewissen Grösse sowie öffentliche Verwaltungen von Bund, Kantonen und Städten immer öfters mit organisationsweiten Records-Management-Konzepten versuchen, eine regelkonforme Schriftgutverwaltung umzusetzen, fehlen solche Konzepte in Gemeindeverwaltungen kleinerer Gemeinden noch weitgehend. Obwohl diese durch eine grosse Aufgabenvielfalt und eine daraus entstehende grosse Dokumenten- und Aktendiversität mit denselben Problemen konfrontiert sind wie grössere öffentliche Verwaltungsstellen, wird das Records Management dort immer noch vernachlässigt.

In der vorliegenden Arbeit werden nun zur Vereinfachung des Records Managements in kleineren Gemeinden problembehaftete Prozesse analysiert. Für die vorgefundenen Schwierigkeiten werden Lösungen präsentiert, die teilweise einzeln angewendet, teilweise in einem organisationsweiten Records Management Konzept umgesetzt werden können. Angestrebt wird die Vereinfachung des RM in kleineren Gemeinden sowie ein Pflichtenheft an ein Records-Management-System, welches den vorgefundenen Problemen begegnet.

ECplus: Hochschulbibliographie und Dokumentenserver der ETH Zürich

Diplomandin	Rita Stieger
Referent	Prof. Dr. Robert Barth
Korreferent	Karsten Schuldt

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist die Weiterentwicklung des Dokumentenservers «ETH E-Collection» und der Hochschulbibliographie «ETH E-Citations» der ETH Zürich. An der ETH Zürich sind diese beiden Applikationen parallel im Einsatz. In der Praxis hat sich gezeigt, dass das verschiedene Fragen aufwirft. Durch diese Arbeit soll abgeklärt werden, ob die Applikationen weiterhin getrennt geführt oder ob sie in einer neuen Lösung zusammengeführt werden sollen. Mittels einer Prozessanalyse der bestehenden Arbeitsabläufe und einer Inhaltsanalyse von Studien über Institutional Repository, die den Benutzer ins Zentrum stellen, werden Faktoren gewonnen, die dazu dienen, einen Kriterienkatalog für einen Systemvergleich auszuarbeiten. Die sich im Einsatz befindenden Systeme, welche auf der Open Source Software «Fez/Fedora» beruhen, werden ausgewählter Repository Software gegenübergestellt. Die Auswahl fiel auf die Programme «DSpace», «E-Prints» und «Invenio», zusätzlich wird die aktuelle Version von «Fez/Fedora» mit einbezogen. Durch diese Untersuchungen wird eine Entscheidungsgrundlage für ein weiteres Vorgehen gefunden. Es wird vorgeschlagen, die beiden Applikationen zusammenzuführen.

Strategien für die digitale Zukunft

Diplomand	Jonas Stöckli
Referent	Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Prof. Dr. Robert Barth

Die vorliegende Arbeit untersucht inwiefern Strategien in wissenschaftlichen Bibliotheken der Schweiz verbreitet sind und wie sich die Bibliotheken mithilfe von Strategien auf die Herausforderungen der digitalen Zukunft ausrichten. Sie entwickelt dazu ein Kategoriensystem anhand der Jahrgänge 2000 bis 2012 der informationswissenschaftlichen Zeitschrift *arbit* und analysiert konkrete Strategien von Bibliotheken mithilfe der gebildeten Kategorien. Die Analysen liefern ein heterogenes Bild der Situation. Grundsätzlich ist strategisches Denken verbreitet, z.B. in Form von Visionen oder Leitbildern, jedoch finden Strategien erst vereinzelt konkret und konsequent Verwendung. Die Untersuchung kann zeigen, dass sich vor allem die grossen Bibliotheken um ausgearbeitete Strategien bemühen. Im Hinblick auf die Positionierung der Bibliotheken zeigt sich ein ähnliches Bild. Die grossen Bibliotheken befinden sich bereits auf dem Weg hin zur digitalen Bibliothek, während die kleinen Bibliotheken noch stark in den physischen Beständen verankert sind.

Named Entity Recognition in deutschsprachigen Texten

Diplomandin	Franziska Walser
Referent	Dr. Albert Weichselbraun
Korreferent	Prof. Dr. Niklaus Stettler

In der vorliegenden Arbeit werden die Möglichkeiten und Grenzen der Eigennamenerkennung in deutschsprachigen Texten, anhand dreier frei verfügbaren Systeme ermittelt, die ohne Programmierkenntnisse zugänglich sind. Dazu werden ein Hauptkorpus und ein Nebenkörper, der mit ambiguen Wortstellungen und weiteren Spezialitäten der deutschen Sprache angereichert ist, verwendet. Anhand von Precision, Recall, F1-Wert und Durchsatz wird die Systemleistung ermittelt. Die Evaluation befasst sich zusätzlich mit benutzerorientierten Aspekten, die durch ein Evaluationsframework gestützt werden. Auf Basis aller erarbeiteten Informationen aus der Evaluation wird abschliessend eine Empfehlung für ein System abgegeben. Es wird auf die Verfahren im maschinellen Lernen eingegangen und regel- und listenbasierte Methoden erläutert.

Virtuelle Fachbibliotheken – Entwicklung, Status Quo und Perspektiven

Diplomandin	Regina Wanger
Referent	Karsten Schuldt
Korreferent	Prof. Dr. Robert Barth

Virtuelle Fachbibliotheken (ViFa) sind Bestandteil der dezentralen nationalen Forschungsbibliothek in Deutschland und werden von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG mit Fördergeldern unterstützt. Aufgabe der ViFa ist es, einen zentralen Zugriff auf relevante digitale und gedruckte Informationen des jeweiligen Faches anzubieten. Die Angebote sind jedoch in Bezug auf Qualität, Aktualität und Nutzerfreundlichkeit insgesamt nicht zufriedenstellend. Viele ViFa wurden seit Entstehen nur marginal weiterentwickelt und ein zeitgemässer Webauftritt ist selten vorhanden. Das Konzept der Virtuellen Fachbibliotheken kann deshalb als gescheitert betrachtet werden. Dennoch besteht aufgrund der zunehmenden Fülle an Informationen im Internet der Bedarf an einem zentralen Zugang zu fachbezogenen Informationen. Dazu muss jedoch der bei den ViFa vorhandene bibliothekarische Ansatz verworfen werden. Stattdessen sollen auf Kooperationen basierende Fachportale konzipiert werden, die aktuelle Informationen, Kompetenznetzwerke und auch Interaktionsmöglichkeiten für die Fachwelt anbieten.

Nutzerbefragung auf dem „Bibliotheksplatz Chur“

Diplomandin	Caroline Weber
Referent	Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent	Prof. Dr. Robert Barth

In dieser Arbeit wird die Erstellung, Durchführung und Auswertung einer Benutzerbefragung erläutert. Seit 2009 gibt es das Projekt «Bibliotheksplatz Chur», welchem eine intensivere Zusammenarbeit der fünf wissenschaftlichen Bibliotheken auf dem Platz Chur zugrunde liegt. Um die erarbeiteten Dienstleistungen zu bewerten und eine Entscheidungsgrundlage für die mögliche Weiterführung einzelner Angebote zu erhalten, wurde eine Umfrage durchgeführt. Es stellt sich heraus, dass nur eine Dienstleistung, der Velo-Buchkurier, bei der Mehrheit der Befragten bekannt ist. Alle weiteren entwickelten Produkte sind bei maximal einem Drittel der Befragten geläufig. Basierend auf diesen Ergebnissen werden für die Bibliotheken einige Handlungsempfehlungen genannt. Es stellt sich zudem heraus, dass die Mehrheit der Befragten einen gemeinsamen Ausweis aller Churer Bibliotheken befürwortet und für diesen 11 bis maximal 60 Franken bezahlen würde.

Forschungsdatenmanagement in der Schweiz – ein Arbeitsfeld für Bibliotheken?

Diplomandin	Magdalena Welter
Referent	Karsten Schuldt
Korreferent	Dr. Rudolf Mumenthaler

Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist das Forschungsdatenmanagement in der Schweiz. Die zentrale Fragestellung, die untersucht werden soll, lautet: Ist das Forschungsdatenmanagement ein sinnvolles Arbeitsfeld für Bibliotheken? Nach einer Einführung in den Begriff und die Definitionen von Forschung und in die Grundlagen des Forschungsdatenmanagements wird die Forschungsstruktur der Schweiz erläutert. Mittels Experteninterviews aus verschiedenen Forschungsorganen, wie der ETH-Bibliothek oder der Schweizerischen Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften wird der aktuelle Stand im Forschungsdatenmanagement aufgezeigt. Anhanden dieser Erkenntnisse soll geklärt werden, ob dies ein Feld für Informationseinrichtungen in der Schweiz ist und was es für die Aus- und Weiterbildung bedeutet.

Die Georeferenzierung von Katalogdaten mit Hilfe von Linked Open Data – Möglichkeiten und Grenzen

Diplomand	Patrick Wermelinger
Referent	Prof. Dr. Niklaus Stettler
Korreferent	Dr. Rudolf Mumenthaler

Vorliegende Arbeit setzt sich mit der Georeferenzierung von Katalogdaten auseinander. Sie zeigt auf, wie sich mit Hilfe von Linked Open Data bibliografische Metadaten mit geografischen Koordinaten anreichern lassen. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf den Schlagwörtern der Gemeinsamen Normdatei (GND), insbesondere der Geografika. Als mögliche Datenquellen für die automatisierte Georeferenzierung dienen DBpedia, GeoNames und LinkedGeoData, deren Daten als RDF-Tripel zur Verfügung stehen. Skizziert werden verschiedene Anwendungen, bei denen Geo-Browsing und das Serendipity-Prinzip eine Rolle spielen. Neben der Punktsuche (Point of Interest) ist dabei die geografische Flächensuche (Area of Interest) von grosser Bedeutung. Die geografische Themensuche zeigt, wie sich durch die Verwendung des Ländercodes der GND die Suchergebnisse verbessern lassen, wenn ein sinnvolles Ranking implementiert ist.

Mobile Angebote von Bibliotheken

Diplomand	Thomas Werner
Referent	Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Karsten Schuldt

Die mobile Nutzung des Internets nimmt rasant zu und stellt neue Herausforderungen an die Anbieter von Internet-Angeboten und somit auch an die Bibliotheken.

Diese Arbeit untersucht den Stand bei den Angeboten der Schweizer Bibliotheken für das mobile Web. Sie bietet eine Übersicht zu den momentanen Standards der mobilen Daten-netzwerke in der Schweiz, zu den aktuellen mobilen Endgeräten und zu möglichen mobilen Angeboten von Bibliotheken. Davon ausgehend wird ein Abfrage-Formular erstellt und zur Analyse der vorhandenen Web-Angebote der 40 grössten Schweizer Bibliotheken angewandt. Die Arbeit kommt zum Schluss, dass die Schweizer Bibliotheken damit begonnen haben, ihre Angebote für das mobile Web zu optimieren. Auch wenn diese Optimierung noch in den Anfängen steckt, ist zumindest ein Bewusstsein für das Potential des mobilen Webs vorhanden. Der Autor empfiehlt, die Bibliothekskataloge und die wichtigsten allgemeinen Informationen der Bibliotheken in nutzbringender Frist für die mobile Nutzung und damit für eine schnell wachsende Benutzergruppe zu optimieren.

Multimedia Production/Media Engineering

Studienleitung

Ruedi Müller-Beyeler

Welches Betreibermodell eignet sich am besten für den Betrieb der St. Jakobshalle Basel?

Diplomand	Kilian Bamert
Referent	Roland Köppel
Korreferent	Michel Loris-Melikoff
Auftraggeber	St. Jakobshalle Basel

Die vorgelegte Bachelor-Thesis ist auf einem Praxisauftrag der St. Jakobshalle Basel aufgebaut. Die im öffentlichen Besitz stehende multifunktionale St. Jakobshalle Basel steht in ihrem Betrieb zwischen der Erfüllung einer öffentlichen Aufgabe sowie einer wettbewerbs- und marktorientierten Ausrichtung. Die öffentliche Aufgabe beinhaltet die Bereitstellung von Flächen für den Breiten- und Universitätssport. Die wirtschaftliche Ausrichtung fokussiert sich auf eine kommerzielle Auslastung der Hallen mit Events. Die Thesis zeigt grundlegende Herausforderungen des Veranstaltungsstätten-Managements auf. Der Autor analysiert die St. Jakobshalle Basel und führt alternative Betreibermodelle aus der Theorie und der Praxis auf. In der Arbeit wird zudem der verstärkte Vergleich mit Public Private Partnership Betreibermodellen gesucht. In einer abschliessenden Nutzwertanalyse werden verschiedene Betreibermodelle dem gegenwärtigen Modell der St. Jakobshalle Basel gegenübergestellt und bewertet.

Anpassung der Dramaturgie der Miss Schweiz Wahlen mit Unterstützung von Web 2.0

Diplomandin	Yara Beckmann Boller
Referentin	Christina Spindler
Korreferent	Thomas Post

Bei dieser Arbeit geht es um eine Untersuchung des aktuellen Stands von Schönheitswettbewerben in der Schweiz. Im Zentrum steht vor allem die Miss Schweiz Wahl, die in der letzten Zeit mit mehreren Problemen zu kämpfen hatte. Der erste Teil der Arbeit besteht aus theoretischen Grundlagen. Der zweite Teil zeigt auf, dass die Präsenz des Schönheitswettbewerbs und die Aufmerksamkeit, die die Miss Schweiz Wahl kriegt, in den Online-Gattungen der Schweizer Medien weiterhin sehr hoch ist. Es wird untersucht, wie in Zukunft die Wahlen aussehen könnten in Bezug auf eine veränderte Dramaturgie der Veranstaltung und wie Web 2.0 und dessen Interaktivität und Gestaltungsmöglichkeiten eingesetzt werden könnten, um die Attraktivität und das Publikumsinteresse dieser Veranstaltung zu steigern.

Die Wirkung von Marketingevents als Instrumente der Unternehmens-kommunikation unter Betrachtung der Imagebeeinflussung

Diplomandin	Loredana Carrabs
Referent	Roland Köppel
Korreferent	Pascal Braun
Auftraggeber	Agrano AG

Die Arbeit basiert auf theoretischen Grundlagen der wichtigsten Autoren im Zusammenhang mit Eventmarketing und schafft einen Überblick über die Eventwirkungen. Durch die detaillierte Betrachtung der theoretischen Grundlagen ermittelt die Autorin die vielseitigen Wirkungsweisen von Marketingevents. Die Theorie veranschaulicht das Potenzial, welches Marketingevents einem Unternehmen eröffnen. Den Bogen zur Praxis schlägt die Autorin durch die Analyse der Seminare der Agrano AG. Diese sind Teil des Eventmarketings der Unternehmung. Die Seminare wurden durch kurzfristige und langfristige Befragungen analysiert. Die Untersuchung zeigt die Wirkung der Seminare als Teil der Unternehmenskommunikation und resultiert in Entwicklungsmöglichkeiten für die Praxis.

Multimedia Kommunikation innerhalb der Schweizer Event-Agenturen

Diplomand	Tinet Gaudenz
Referent	Roland Köppel
Korreferent	Michael Schranz

Gegenstand dieser Arbeit ist die Erforschung des Einsatzes von Multimedia-Kommunikation als Angebot der Schweizer Event-Agenturen. Der Autor dieser Arbeit befasst sich mit der Suche nach den verschiedenen Teilbereichen von Multimedia-Kommunikation sowie deren Verbreitung innerhalb der führenden Event-Agenturen in der Schweiz. Dabei werden die Agenturen untersucht, die im «Live Communication Verband Schweiz», Expo-Event, in der Kategorie «Agenturen / Eventveranstalter» Mitglieder sind. Nach einem umfangreichen Desk-Research wurde innerhalb dieser Arbeit eine Definition für den Begriff «Multimedia-Kommunikation» verfasst. Diese beinhaltet die Definition der vier Teilbereiche Multimedia, Social Media, interaktive Medien und Storytelling. Diese vier Teilbereiche dienen als Grundlage für die Befragung und die darauf folgende Auswertung der Ergebnisse. Innerhalb dieser Befragung wird erforscht, welche Teilbereiche von Multimedia Kommunikation von den Schweizer Event-Agenturen bereits als Dienstleistung angeboten werden.

Die Entwicklung des Radios in der 2.0 Generation anhand der Analyse der drei grössten Zürcher Privatradios

Diplomandin	Lisina Marika Gut
Referent	Roland Köppel
Korreferentin	Christina Spindler

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist eine Untersuchung der drei grössten Radiostationen in Zürich (Radio 24, Radio Energy, Radio ZÜRisee) um herauszufinden, inwiefern und ob die Entwicklung des Web 2.0, beziehungsweise des Social Networking, einen Einfluss auf die zukünftige Entwicklung des Rundfunks hat. Zudem soll die Arbeit zeigen, wie die diversen Radiostationen die sozialen Plattformen und die Web 2.0 Tools nutzen und inwiefern diese eine Wirkung auf die Hörerschaft haben. Ziel ist es herauszukristallisieren, wo die Chancen und die Gefahren des Rundfunks liegen, und im Idealfall eine allgemeingültige Theorie aufzustellen, wie das Medium Radio der Zukunft aussehen könnte.

Auswirkung von Umwelt und Kundenbindung auf die Zukunft des Ticketings

Diplomandin	Waiana Holderer
Referent	Christina Spindler
Korreferent	Thomas Post

Gegenstand der vorgestellten Arbeit ist eine Analyse des Ticketings (dt.: Kartenverkauf), bei der vor allem Nachhaltigkeits- und Kundenbindungsaspekt eine wichtige Rolle spielen. Bei dieser Arbeit geht es allein um den Papierverbrauch. Eine vollumfängliche Betrachtung der Ökologie würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Des Weiteren zeigt ein schriftlicher Fragebogen, wie die Teilnehmenden das Ticketing nutzen und wie sich dies auf die Thematik des Papierverbrauchs der Schweiz auswirkt. Abschliessend wird die Auswertung analysiert, die neuen Erkenntnisse aufgelistet und eine Empfehlung abgegeben, welche den Schritt in das papierlose Ticketing wagt.

Das erste Kapitel gibt einen grundlegenden, theoretischen Einblick in die Welt der Tickets gibt. Diese Arbeit beschränkt sich auf den Kunden- und den Umweltaspekt; andere Themen wie zum Beispiel das Budget werden in dieser Arbeit nicht ausgeleuchtet. Deswegen konzentriert sich Kapitel zwei auf den Papierverbrauch und das Druckverhalten der Schweiz, während Kapitel drei die Internet- und Smart Phone-Nutzung der Schweiz analysiert und einen Einblick in die Kundenbindung im Zeitalter von Social Media gibt.

Bedeutung und Nutzen von Social Media für Schweizer Eishockeyvereine

Diplomandin	Simone Nägele
Referent	Dr. Alexander Schmidt
Korreferent	Roland Köppel

Gegenstand der Arbeit ist eine Untersuchung von drei Schweizer Eishockeyvereinen der National League A sowie deren Social Media-Verhalten, um herauszufinden, wie Schweizer Eishockeyvereine der National League A Social Media verwenden und wie dies beim Publikum ankommt. Eine Beobachtung der Social Media-Aktivitäten während der Playoffs 2012 sowie Interviews mit den Experten liefern Grundlagen, die aufzeigen, wie Social Media verwendet werden sollte, um die Zielgruppe optimal anzusprechen.

Am Schluss der Arbeit wird ein Best Case-Modell vorgeschlagen, das zukünftig als Grundlage für eine erfolgreiche Social Media-Präsenz von Eishockeyvereinen dienen kann.

Analyse des Sponsorenverzichtes bei der Organisation und Durchführung des Open Air Festivals Polenta Jam

Diplomand	Marcel Schlegel
Referentin	Tina Spindler
Korreferentin	Dr. Amina Ovcina Cajacob

Gegenstand der Arbeit ist eine Analyse eines Teilbereiches bei der Organisation des Open Air Festivals Polenta Jam. Dieses Festival hat von Anfang an aus ideologischen Gründen auf die Zusammenarbeit mit Sponsoren verzichtet. Was dies für die Organisation des Festivals bedeutet und welche Auswirkungen dieser Umstand auf die einzelnen Bereiche hat, wurde bisher seitens des Organisationskomitees nicht analysiert. Dieser Arbeit will diese Lücke füllen und durch verschiedene wissenschaftliche Methoden aufzeigen, welche Auswirkungen der Verzicht von Sponsoren spezifisch bei der Organisation und Durchführung des besagten Festivals mit sich bringt. Ziel dieser Analyse ist es, die Mechanismen aufzuzeigen, welche aufgrund des Verzichts von Sponsoren von der Norm abweichen. Diese Erkenntnisse können für andere Veranstalter, welche ebenfalls sponsorenunabhängige Events planen, interessant und relevant sein.

Neue Kommunikationsmöglichkeiten durch Viralmarketing und Social Media

Diplomand	Marco Waldner
Referent	Roland Köppel
Korreferent	Michael Schranz

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist die Erforschung der Möglichkeiten des Viralmarketings innerhalb einer Social Media Umgebung. Dabei soll mithilfe des Desk-Researchs herausgefunden werden, wie Social Media in die Vorgehensweise einer viralen Kampagnenplanung integriert werden kann.

Durch eine Fallstudie, die Kampagne von Graubünden Ferien Schweiz, wird die Umsetzung von der Theorie in die Praxis hervorgehoben. Dabei wird das Zusammenspiel von Viralmarketing und Social Media untersucht. Im letzten Kapitel wird die Fallstudie kritisch hinterfragt und mögliche Trends werden veranschaulicht.

Im abschliessenden Fazit und Ausblick wird eine Bilanz über die gesamte Arbeit gezogen und zusammengefasst, inwiefern sich Social Media im Zusammenhang mit Viralmarketing eignet.

Anforderungen an die Konzeption von crossmedialen Kommunikationskampagnen

Diplomand	Marcel Debrunner
Referent	Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent	Heiner Butz

Diese Arbeit geht der Frage nach, welche Kriterien crossmediale Kommunikationskampagnen erfüllen müssen und wie bei der Erarbeitung eines crossmedialen Kommunikationskonzepts vorgegangen werden sollte. Diese Fragestellung wird anhand theoretischer Grundlagen aus der klassischen Kommunikationslehre sowie spezifischer Literatur über Crossmedia untersucht und anschliessend an einem Praxisbeispiel veranschaulicht. Ziel dieses Prozesses ist es, konkrete Handlungsempfehlungen für die Konzeption von crossmedialen Kommunikationskampagnen in Form eines Konzeptionsmodells zu geben.

Bewegtbild in der Online-Kommunikation: Wie Schweizer Unternehmen das Instrument Webvideo erstellen und nutzen

Diplomandin	Katja Epple
Referent	Thomas Weibel
Korreferentin	Ines Jansky

Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Bewegtbild in der Online-Kommunikation von Schweizer Unternehmen und Institutionen. Für die Ausarbeitung der theoretischen Grundlagen wurden aktuelle Publikationen und Studien herangezogen. Neben den Beweggründen für Bewegtbild wird die Vielzahl der Anwendungsformen und -gebiete erörtert. Zusätzlich wird auf die wichtigsten Aspekte bei der Bewegtbild-Kommunikation im Internet, von der Entstehung über die Distribution bis hin zur Evaluation, eingegangen. Eine anschliessende empirische Untersuchung liefert aktuelle Erkenntnisse über die Nutzung und Erstellung von Webvideos. Zu diesem Zweck wurde eine Online-Befragung bei Schweizer Unternehmen und Institutionen durchgeführt, die das Instrument Webvideo bereits einsetzen. Die Ergebnisse zeigen unter anderem deutlich, dass das Vermitteln und Hervorrufen von Emotionen durch Videos in der Online-Kommunikation ein grosses Thema mit viel Potenzial ist.

Reputationssteuerung durch Corporate Social Responsibility

Diplomand Raphael Eugster
Referentin Ines Jansky
Korreferent Hans-Peter Rest

Die vorliegende Arbeit untersucht die relevante Theorie zur Unternehmensreputation und den Einfluss von Corporate Social Responsibility (CSR) auf diese. Es werden Gründe eruiert, welche die Bedeutung von CSR für Unternehmen erklären. Daraus werden Faktoren abgeleitet, welche für eine positive oder negative Beeinflussung der Reputation durch CSR entscheidend sind. Die Erkenntnisse aus den theoretischen Grundlagen werden zusammen mit Experteninterviews und einer Umfrage auf das Untersuchungsobjekt Graubündner Kantonalbank (GKB) übertragen, um das Reputationspotential ihrer CSR-Aktivitäten zu evaluieren. Diese Arbeit basiert auf aktuellem Theoriewissen und weist durch die Verknüpfung mit dem Untersuchungsobjekt einen hohen Praxisbezug auf. Somit kann die Arbeit ideal für weitere praxisbezogene Studien herangezogen werden.

Wissensvermittlung bei Roadshows

Diplomand Florian Frehner
Referentin Ines Jansky
Korreferentin Katja Brändle
Auftraggeber Life Science Communication AG

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Thema Wissensvermittlung bei Roadshows. Sie setzt sich mit den Faktoren auseinander, welche die Wissensvermittlung beeinflussen, und untersucht, inwiefern Theorien zur Wissensvermittlung aus den Themenbereichen Pädagogik und Psychologie auf das Kommunikationsinstrument Roadshow angewendet werden können. Zum Schluss wird ein Fazit gezogen, ob sich Roadshows überhaupt für die Vermittlung von Wissen eignen. Für die Datenerhebung wurde eine quantitative Befragung mit Besuchern der mobilen Ausstellung «Brain Bus» durchgeführt.

Diese Arbeit soll Kommunikationsagenturen und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, die eine Roadshow mit wissensvermittelnden Aspekten planen, als Anhaltspunkt und Erfahrungswert dienen und sie bei der Planung und Umsetzung des Projekts in diesem Bereich unterstützen.

Mode 2.0 – Wandel der Werbe- und Produktkommunikation in der Schweizer Modebranche durch die Erscheinung von Modeblogs

Diplomandin	Lea Hefti
Referent	Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent	Heiner Butz

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist die Erforschung der Schweizer Modebranche und deren Dynamik. Die Untersuchung wurde in erster Linie ausgerichtet auf die Ermittlung des Einflusses von Schweizer Modebloggern auf die Kommunikation bestimmter Branchenbereiche, die durch die Tätigkeiten von Bloggern tangiert werden. Für die Analyse wurden Studenten von drei Schweizer Fachhochschulen, die auf technische und kommunikationsorientierte Studiengänge spezialisiert sind, zu ihrem Medien- und Modekonsumverhalten befragt. Zudem erfolgten eine Untersuchung unter 17 Modebloggern und diverse Experteninterviews, für die Fachpersonen aus den Gebieten des Modejournalismus, Onlinemarketings und des Modervertriebs herangezogen wurden. Ziel der Arbeit war es zu eruieren, in welchen Sektoren der Schweizer Modebranche derzeit ein Wandel in der Kommunikation durch die Erscheinung von Modeblogs und Web 2.0 zu beobachten ist.

Social Media - kulturelle und strukturelle Voraussetzungen bei öffentlichen Verwaltungen

Diplomandin	Tanja Huber
Referent	Su Franke
Korreferent	Dr. Amina Ovcina Cajacob

Gegenstand der Arbeit ist eine Untersuchung über strukturelle und kulturelle Rahmenbedingungen für öffentliche Verwaltungen, die mit der Social Media Kommunikation beginnen wollen. Hierzu wurden zwei öffentliche Verwaltungen hinsichtlich ihrer Verwaltungskultur und Struktur analysiert. Eine der beiden Behörden kommuniziert bereits erfolgreich über Social Media. Ihre Kultur gilt als beispielhaft und wurde deshalb einer Verwaltungskultur gegenüber gestellt, in der diese Kommunikationsmöglichkeiten noch nicht genutzt werden. Dieser Verwaltung wurde am Ende der Arbeit aufgezeigt, welche strukturellen und kulturellen Anpassungen sie anstreben sollte, um sich den Einstieg in die Social Media Kommunikation zu erleichtern und diese erfolgreich umzusetzen. Ziel dieser Arbeit ist es, ein Beispiel zu schaffen, an dem sich andere Verwaltungen in einer ähnlichen Situation orientieren können.

Der Einsatz von Second Screen Anwendungen bei live Sportübertragungen im TV

Diplomand Andreas Keller
Referent Heiner Butz
Korreferent Ruedi Alexander Müller-Beyeler

Die Medien TV und Internet nähern sich zunehmend an. Der Stand der Medienforschung zeigt, dass die zwei Medien Internet und TV immer öfter parallel genutzt werden. Dieser Trend zeichnet sich vor allem beim jungen Fernsehpublikum ab. Um diesem Trend nachzukommen gibt es bereits Angebote in diese Richtung. Eines davon sind Second Screen Anwendungen. Dies sind Applikationen, welche entwickelt werden, um Zusatzinformationen beim TV Schauen an den Empfänger weiterzuleiten. Diese Anwendungen laufen auf mobilen Zweitgeräten wie Laptops, Smartphones oder Tablets. Das Forschungsziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, ob das Bedürfnis nach einer Second Screen Anwendung, spezifisch für live Sportübertragungen, vorhanden ist und welche Funktionen und Eigenschaften eine solche Anwendung für live Sportübertragungen in Zukunft bieten muss, um das Bedürfnis des Rezipienten zu erfüllen. Um einen Überblick über aktuelle Projekte und Meinungen zu Second Screen Lösungen zu erhalten, werden zwei Experten interviewt. Um herauszufinden ob die Rezipienten überhaupt ein Bedürfnis nach Second Screen Anwendungen haben und wenn ja welches, wurde eine quantitative Befragung mittels Online-Fragebogen durchgeführt.

Nutzung und Potenzial von Social Media in Schweizer Kinderhilfswerken

Diplomandin Petra Lieberherr
Referentin Su Franke
Korreferentin Dr. Amina Ovcina Cajacob

Die Arbeit untersucht die Nutzung von Social Media in der Kommunikation von Schweizer Kinderhilfswerken und versucht, deren Potenzial für Organisationen aus dem Nonprofit-Sektor zu verdeutlichen. Es soll geklärt werden, ob der Einsatz von Social Media für Kinderhilfswerke geeignet ist und wie und wofür Social Media verwendet wird. Dafür wird eine Definition und Klassifikation von Nonprofit-Organisationen (NPOs) und insbesondere von Kinderhilfswerken vorgenommen. Der Fokus wird auf die aktuelle Lage, Bedeutung und die Kommunikationspolitik der NPOs in der Schweiz gelegt. Social Media wird als Kommunikationsmedium im Allgemeinen vorgestellt, konkrete Instrumente werden genannt und Handlungsempfehlungen zu Einsatzmöglichkeiten abgegeben. Eine empirische Analyse der Nutzung von Social Media in zehn Schweizer Kinderhilfswerken gibt Aufschluss über den Status Quo. Die Frage, welche Instrumente genutzt werden und wie hoch der Aktivitätsgrad von Organisationen und deren Usern ist, wird mit verschiedenen Kerngrößen beantwortet. Dies ermöglicht das Aufzeigen von Verbesserungspotenzialen. Die Fragestellungen werden schliesslich auf der theoretischen Grundlage der aktuellen Fachliteratur, der empirischen Analyse und der Experteninterviews beantwortet.

Wie Social Media im Customer Relationship Management als Chance genutzt werden können.

Diplomandin	Rebecca Meier
Referentin	Su Franke
Korreferent	Ruedi Alexander Müller-Beyeler

Mit den neuen Social-Media-Kanälen verändert sich auch das Customer-Relationship-Management (CRM) in Richtung Social CRM. Denn zu den bestehenden Kunden-Touchpoints wie Telefon, Fax, E-Mail, Flyer, Website und Messe haben sich längst YouTube, Facebook, Twitter, unzählige Blogs und themenspezifische Communities gesellt. Unternehmen stehen somit vor der grossen Herausforderung, die Komplexität dieser Kommunikationskanäle strategisch richtig einzusetzen und über sie Anhänger zu generieren, die zu loyalen Markenfans und Kunden werden.

Die vorliegende Bachelorarbeit untersucht, wie Social Media als eigenständiges Kanalbündel in das CRM eingegliedert werden können. Beispiele und die Auflistung von Chancen sollen dabei helfen, die Möglichkeit zur Integrierung von Social Media aufzuzeigen.

Einsatz multimedialer Inhalte in der Medienarbeit von Schweizer Grossunternehmen

Diplomand	Fabian Müller
Referent	Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent	Heiner Butz

Gegenstand dieser Arbeit ist die Untersuchung des Einflusses von Multimedia auf die Medienarbeit. Dabei werden einerseits die Folgen für die drei Akteure (Medien, Unternehmen, Rezipienten) dargestellt, andererseits auch das Rollenspiel zwischen Unternehmen und Medien aufgezeigt. Speziell gewichtet wird die Klärung der Begriffe «Multimedia» und «Medien». Mittels Beobachtung werden die Medienbereiche von zehn Schweizer Grossunternehmen untersucht. Mit Hilfe dieser Untersuchung ist es möglich, den Entwicklungsstand in der Schweiz zu beurteilen – und ob die in der Theorie aufgezeigten Erkenntnisse mit der Praxis übereinstimmen. Ziel der Arbeit ist es, Erfolgsfaktoren für Unternehmen auszuarbeiten, die multimediale Medienarbeit betreiben möchten.

Newsroom-Strukturen in Kommunikationsabteilungen

Diplomandin	Laura Occhipinti
Referent	Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent	Heiner Butz
Auftraggeber	SBB CFF FFS

Die Arbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen. Der erste Teil befasst sich mit dem Thema Forschung. Im Speziellen wird auf die angewandte qualitative Befragung eingegangen. Basierend auf theoretischen Grundlagen im Bereich Crossmedia, integrierte Kommunikation und Organisation wurde eine Befragung mit Kommunikationsfachleuten aus Schweizer Unternehmen sowie teilnehmenden Beobachtern im Produktionsraum der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) in Chur durchgeführt. Im zweiten Teil wird die Auswertung der Befragung aufgezeigt und interpretiert. Aufgrund der zusammengefassten Forschungsergebnisse wurden die wichtigsten Punkte, die bei der Umsetzung des Communication Rooms beachtet werden müssen, definiert und erläutert. Dies ist Thema des dritten Teils und bildet das Bindeglied zum dazugehörigen Artefakt. Das Artefakt bildet ein umsetzbares Konzept für die Implementierung eines Communication Rooms bei der Schweizerischen Bundesbahn.

Reputation Management im Schweizer Fussball

Diplomandin	Sonja Putzi
Referentin	Ines Jansky
Korreferentin	Dr. Amina Ovcina Cajacob
Auftraggeber	FC Zürich, Zürich

Die Arbeit gliedert sich in fünf Bereiche. Im einleitenden Abschnitt wird der Leser ins Thema eingeführt. Anschliessend wird die Theorie vorgestellt. Darin werden auch aktuelle Arbeiten zu Reputation Management berücksichtigt und Begriffe definiert. Der dritte Teil beinhaltet die angewandete Methodik. Dabei wird auf die empirische Untersuchungsmethode sowie die Recherche- und Analysemethoden Bezug genommen. Zudem werden der Zusammenhang von Thesis und Artefakt sowie die Strichprobenkonstruktion erläutert. Kapitel vier beschäftigt sich eingehend mit den Resultaten der Exploration. Dadurch zeigt sich, welche Mittel für Schweizer Fussballvereine lohnenswert sind, um aktuell Reputation aufzubauen und zu pflegen. Diese Ergebnisse bilden schliesslich die Grundlage zur Beantwortung der zentralen Fragestellungen der Thesis und zur Hypothesenprüfung. Der letzte Teil umfasst eine Interpretation der Resultate. Dabei werden auch kritische Punkte und ein Ausblick formuliert.

Zur medialen Förderung des politischen Interesses bei Jugendlichen

Diplomand	Philip Reding
Referentin	Dr. Amina Ovcina Cajacob
Korreferentin	Ines Jansky

Politikverdrossenheit ist Gift für die Demokratie. Sämtliche Involvierten – Jugendliche, Medien, Politiker – können sowohl Teil des Problems als auch Teil der Lösung sein. Diese Bachelor-Thesis geht der Frage nach, welche inhaltlichen und formalen Anforderungen Jugendliche an Medienformate stellen, um sich interessiert dem Thema Politik zu widmen. Zur Beantwortung dieser Frage diskutierten fünf Gruppen Jugendlicher über die Themen Jugendliche, Medien und Politik, wobei je eine Gruppe aus Kantonsschülern, Fachmittelschülern, kaufmännischen Auszubildenden, Detailhandelsfach-Auszubildenden sowie Blauring-Mitgliedern bestand. Gezeigt hat sich, dass Jugendliche mehr Interesse für das politische Medienangebot zeigen, wenn dieses Wert auf Verständlichkeit legt, Möglichkeiten bietet, sich einzubringen, und mit «Politik» nicht nur Politiker und Parteien meint, sondern Themen aus dem Alltag der Jugendlichen aufgreift. Das heisst, Jugendliche haben kein prinzipielles Desinteresse an Politik, sie bestehen aber auf eine jugendgerechtere Vermittlung. Drei Ansatzpunkte sind genannt.

Social Trading: Nutzung von kollektiver Intelligenz zur Optimierung von Prozessen in der Finanzwirtschaft

Diplomand	Ivo Ronner
Referent	Prof. Dr. Christian Filk
Korreferent	Dr. Martin Arnet
Auftraggeber	Netbreeze GmbH, Dübendorf

Social Media erlaubt ihren Nutzern den Austausch jeglicher Informationen und Nachrichten, welche von Unternehmen gezielt überwacht werden können. Die damit generierten Daten könnten Vorhersagen für zukünftige Entwicklungen von Aktienkursen ermöglichen und sind daher für diverse Unternehmen äusserst interessant. Diese Studie hatte somit das Ziel, Korrelation zwischen der Social Media-Kommunikation und dem Börsenkurs eines Unternehmens herauszufinden. Dafür wurden drei verschiedenen Klassifikationen eingesetzt und überprüft. Mit Hilfe einer computergestützten Inhaltsanalyse wurden verschiedene Social Media-Kanäle während neun Wochen nach Daten über Unternehmen des Dow Jones sowie des Deutschen Aktienindex bzw. nach Stimmungsdaten auf Twitter durchsucht. Diese Daten wurden anschliessend in die verschiedenen Klassen eingeteilt. Daraufhin wurden die Daten mit den täglichen Aktienkursveränderungen der jeweiligen Unternehmen bzw. Indices verglichen und nach Korrelationen untersucht.

Chancen- und Risiken-Analyse der Social-Media-Kommunikation von Technologieunternehmen im B2C- Bereich

Diplomand	Elliot Timothy Sellschopp
Referent	Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent	Christoph Walz

Diese Bachelorthesis beschäftigt sich mit den Chancen und Risiken der Social-Media-Kommunikation von Technologieunternehmen. Diese Arbeit stellt die Hypothese auf, dass die Chancen der Social-Media-Kommunikation von Technologieunternehmen die Risiken überwiegen. Nach einer theoretischen Einführung in den Bereich der Unternehmenskommunikation wird durch eine qualitative Expertenbefragung der Hypothese nachgegangen. Die Arbeit kommt zu dem Schluss, dass die Chancen der Social-Media-Kommunikation für Technologieunternehmen gegenüber den Risiken überwiegen und sich ein Social-Media-Engagement daher, unter bestimmten Voraussetzungen, lohnt. Die Arbeit endet mit der Bezugnahme der Expertenaussagen auf die Hypothesen und zeigt die möglichen Limitierungen und Ansatzpunkte für die weitere Forschung auf.

Die Bedeutung der Interaktivität für TV-Unterhaltungssendungen am Beispiel von The Voice of Germany

Diplomand	Reto Betschart
Referent	Dr. Jürgen Müller
Korreferent	Roberto Liebold
Status	vertraulich

Die Bachelor-Thesis hat zum Ziel, die Bedeutung der Interaktivität für die Talentshow «The Voice of Germany» (TVoG) zu ergünden. Sechs Experten aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen der ProSiebenSat1 Media AG, die unmittelbar für die Realisation dieses Erfolgsformats verantwortlich sind, wurden jeweils in der Form von offenen Interviews befragt. Mit Hilfe dieser qualitativen Forschungsmethode soll insbesondere ermittelt werden, welche interaktiven Elemente für TV-Unterhaltungssendungen wie TVoG tatsächlich relevant sind, und welche Auswirkungen diese auf den First- und Second Screen haben. Darüber hinaus hält die Thesis persönliche Erfahrungswerte der Experten fest und gibt Einblick in interne Unternehmensprozesse. Weil zudem Erkenntnisse aus der Zuschauerforschung in die Auswertung einfließen, ist die Thesis nicht für die Öffentlichkeit bestimmt.

Kommunikation in Produktionsprozessen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Diplomand	Andrin Egger
Referent	Heiner Butz
Korreferent	Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Auftraggeber	Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)

Die Bachelorarbeit untersucht die bereichsübergreifende Kommunikation zwischen Mitarbeitern der Technik und der Redaktion während eines Produktionsprozesses. Mehrheitlich verlaufen diese Prozesse beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk so: Die Redaktion erarbeitet ein neues oder bestehendes Fernsehformat und die Technik, als Dienstleister, setzt die Wünsche technisch um.

Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, ob die bereichsübergreifende Kommunikation von den Beteiligten als zufriedenstellend wahrgenommen wird. Als Recherchebasis dienen ein zweimonatiges Praktikum beim ZDF, zahlreiche Interviews und eine Umfrage unter Mitarbeitern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland und der Schweiz. Diese beleuchten das noch wenig erforschte Gebiet.

Die Beobachtungen und die Umfrage haben gezeigt, dass beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk Kommunikationsdefizite bestehen und ein Bedürfnis nach Verbesserung vorhanden ist. Die Arbeit zeigt insofern Lösungsansätze für den Arbeitsalltag auf, um diesen Defiziten nach und nach entgegenzuwirken.

Entwicklung audiovisueller Musikformate für die Online-Medienplattform POPBAR

Diplomanden Andreas Fruet, Witold Stankiewicz
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferent Otmar Graf

Im heutigen Internetzeitalter sind die Rezipienten nicht mehr abhängig von den klassischen Medien TV, Radio und Print. Das Web 2.0 ist ein riesiges globales Archiv von Medieninhalten und bietet den Nutzern neue Möglichkeiten, diese zu konsumieren. Gegenstand dieser wissenschaftlichen Arbeit ist die Beschreibung des Prozesses einer audiovisuellen Formatentwicklung im musikalischen Bereich anhand der jungen Medienplattform POPBAR (www.popbar.ch). Ziel dieser Arbeit ist es zu untersuchen, ob sich eine Medienplattform mit rein musikalischem Inhalt im Internet-Jungle überhaupt etablieren kann oder ob es in Zeiten der non-linearen Pull-Kommunikation trotzdem Sinn macht, für eine breite Masse Medieninhalte zu produzieren.

Anwendung und Wirkung von Product Placement in filmischen Reportagen

Diplomandin Elena Kemper
Referent Otmar Graf
Korreferent Dr. Jürgen Müller

Die Arbeit befasst sich mit den Themen Product Placement und filmische Reportagen. Dabei gilt es herauszufinden, in welchem Masse Product Placement in Reportagen anwendbar ist. Dabei werden alle beteiligten Parteien berücksichtigt: die Filmemacher, die Sponsoren und das Publikum.

Ein Ziel der Untersuchung ist es, die Akzeptanz und Wirkung von Product Placement in filmischen Reportagen auf die Rezipienten zu ermitteln. Ausserdem soll analysiert werden, wie und ob Product Placement die Rahmenbedingungen und Botschaften von Reportagen verfälscht.

In einem ersten Schritt werden die theoretischen Grundlagen von Product Placement und filmischen Reportagen erörtert und in einem zweiten Schritt findet die eigentliche Untersuchung anhand eines praktischen Beispiels statt.

Die Grenzen des Videojournalismus am Beispiel der 30-minütigen Dokumentation Der Emmen-Taler

Diplomand Rinaldo Giorgio Krättli
Referent Heiner Gatzemeier
Korreferentin Yvonne Herzig

Gegenstand der Arbeit ist die Filmanalyse der Dokumentation Der Emmen-Taler. Es handelt sich dabei um eine 30-minütige Dokumentation, die vom Autor selbst als Videojournalist erstellt wurde.

Ein Videojournalist erledigt die klassischen Aufgaben eines EB-Teams (Kameramann, Tonmischer, Reporter, Cutter) in Personalunion. In einer Art Experiment versucht sich der Autor als Videojournalist und geht der Frage nach, in welchen Situationen dieser an seine Grenzen stösst. Der Autor beschreibt, wie gewisse Situationen unweigerlich zu Fehlern führen können. Da er seinen eigenen Film analysiert, können auch Faktoren miteinbezogen werden, die bei herkömmlichen Filmanalysen keine Beachtung finden. Dadurch lassen sich die Fehler genauer herleiten und verstehen.

Videojournalismus in Deutschland und in der Schweiz am Beispiel von ZDF, RTL, RTR und Tele Südostschweiz

Diplomandin Carolin Luck
Referent Heiner Gatzemeier
Korreferent Martin Arnet

Gegenstand dieser Arbeit ist eine Untersuchung zum Thema Videojournalismus in den deutschen Fernsehsendern ZDF und RTL sowie in den Schweizer Sendern RTR und Tele Südostschweiz. Dazu wurden mit Hilfe eines Interview-Leitfadens Telefon-Interviews mit je zwei Mitarbeitern der oben genannten deutschen und Schweizer Sender sowie mit drei deutschen und Schweizer Experten auf dem Gebiet des Videojournalismus geführt. Die Interviews wurden digital aufgezeichnet, transkribiert und inhaltsanalytisch ausgewertet. Die Ergebnisse dieser Arbeit geben einen Einblick in den Umgang mit Videojournalisten der vier Sender sowie eine Zustandsbeschreibung des Videojournalismus in Deutschland und in der Schweiz. Die Arbeit zeigt auf, dass der Videojournalismus, ob in öffentlich-rechtlichen oder privaten Fernsehsendern, allseits eingesetzt und akzeptiert wird. Er bietet eine weitere Option neben dem klassischen Fernsehteam für die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender, wie dem deutschen Fernsehsender ZDF. Ausserdem ist er ein entscheidender Grund dafür, dass Regionalsender, wie etwa der Schweizer Sender Tele Südostschweiz, überhaupt Fernsehen machen können.

Psychologische Wirkungen von Postproduktionstechniken auf Rezipienten

Diplomandin Mirella Nüesch
Referent Otmar Graf
Korreferent Dr. Jürgen Müller

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist die Untersuchung der Wirkung von Postproduktionstechniken auf den Zuschauer. Als Grundlage dieser Untersuchung dienen zwei Versionen von einem Film zum Thema Nutztierhaltung in der Schweiz. Durch eine Online-Umfrage wurden den Rezipienten Fragen zu jeweils einer Version des Filmes gestellt, die erörtern sollten, inwiefern sich die Meinung der Rezipienten zum Thema Nutztierhaltung in der Schweiz veränderte und welchen Einfluss die Postproduktionstechniken darauf hatten. Anschliessend werden durch die Antworten der Rezipienten die unterschiedlichen Versionen der Filme einzeln analysiert und verglichen. Daraus werden Schlussfolgerungen in Bezug auf die Arbeits-hypothesen gezogen.

Erfolgsfaktoren von Filmprojekten bei Crowdfunding

Diplomand David Ramseier
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferent Roberto Liebold

Crowdfunding hat sich in den letzten Jahren als neue Form der Projektfinanzierung entwickelt. Diese Thesis stellt Crowdfunding vor und untersucht, wie gut sich diese Finanzierungsform für Filmprojekte im deutschsprachigen Raum eignet. Ausserdem wird überprüft, ob es möglich ist, Prognosen über den Finanzierungserfolg von Filmprojekten anhand bestimmter Eigenschaften zu machen. Dazu werden Projekte auf der Crowdfunding-Plattform Startnext untersucht. Die Case Studies drei verschiedener Filmprojekte bieten zudem praktische Anhaltspunkte, wie man eine Crowdfunding-Kampagne umsetzen kann. Dazu äussern die Filmemacher ihre Meinung zu Chancen und Risiken dieser neuen Finanzierungsform. Die Untersuchung der Filmprojekte kommt zum Schluss, dass Faktoren wie Budget oder Projektlaufzeit einen Einfluss auf die Erfolgchancen haben. Ausserdem gibt es thematische Unterschiede zwischen erfolgreichen und gescheiterten Projekten, vor allem bei Dokumentarfilmen.

Die Authentizität in personalisierten Dokumentationsformaten

Diplomand	Simon Schenk
Referent	Heiner Gatzemeier
Korreferent	Dr. Jürgen Müller

Die Arbeit beginnt mit einer Annäherung an die Bedeutung der Authentizität im Dokumentarfilm und einer Erläuterung der Problemstellung. Die Hypothese in der Einleitung – je hybrider die Stilmittel, desto mehr wird die Authentizität im personalisierten Dokumentarfilm verfälscht – stellt den Ausgangspunkt der Untersuchung dar. Weiter werden die Ordnungskriterien beschrieben, welche im Hinblick auf die Filmanalyse von Bedeutung sind. Innerhalb der Filmanalyse werden gesamthaft sieben Dokumentationen untersucht, die in Geschichtenform personalisierbar erzählen. Exemplarisch dient «Roger & me» von Michael Moore als authentische Referenz für die personalisierte Darstellung von Einzelschicksalen. Weitere sechs Filme werden in zwei themenorientierten Analysegruppen aufgeteilt sowie unter Berücksichtigung der definierten Ordnungskriterien untersucht und verglichen. Für die Ermittlung von Authentizität in den dokumentarischen Formaten spielen auch Bedingungen ausserhalb der formalen Gestaltung eine Rolle. Diese werden im Rahmen der Untersuchungsergebnisse und des Schlussfazits thematisiert.

Tablets und ihre Auswirkung auf das Nutzerverhalten der Online-Video-User

Ein Überblick über den Stand der Forschung

Diplomandin	Denise Schnider
Referentin	Tanja Hess
Korreferent	Christoph Walz

Untersuchungsgegenstand der Arbeit sind die aktuellen Forschungsergebnisse zum Thema Tablets; wie viele Tablets werden heute von wem wie und wozu genutzt. Auf Produkt- und Preisvergleiche zwischen den verschiedenen Anbietern wird verzichtet. Die Arbeit gliedert sich im Wesentlichen in zwei Teile. Zu Beginn werden alle für diese Arbeit wichtigen wissenschaftlichen Publikationen einer qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen. Dies informiert über den aktuellen Forschungsstand. In einem zweiten Arbeitsschritt wird diese Zusammenstellung nach Kapiteln zusammengefasst. Das Wesentliche wird herausgearbeitet und erklärt. Im zweiten Teil steht die Onlineumfrage «Internet-Nutzung» im Zentrum. Die Resultate werden mit den Reduktionen aus der Inhaltsanalyse zusammengetragen und diskutiert. Zum Schluss wird die Hypothese dieser Arbeit «Tablets verändern das Nutzerverhalten von Online-Video-Usern» diskutiert und es zeigt sich, wie weit diese These durch Recherchen und Datenerhebung bestätigt werden kann.

Digital Storytelling – Eine sinnvolle Methode zur Förderung der Mediennutzung und Mediengestaltung auf Sekundarstufe I

Diplomandin	Angela Zaugg
Referent	Heiner Butz
Korreferentin	Yvonne Herzig

Kinder und Jugendliche wachsen heute in einer medialisierten Gesellschaft auf. Bestandteile ihrer Lebenswelt sind gerade digitale Medien, denen sie mit Neugierde und Offenheit begegnen. Dies bedeutet nicht, dass die Heranwachsenden automatisch medienkompetent sind. Dieses Manko könnte abgebaut werden, indem Schüler im Unterricht lernen, eigenständig ein Medienprodukt herzustellen. Die Fülle an rasant wachsenden medialen Hilfsmitteln ermöglicht neue didaktische und handlungsorientierte Konzeptionen. Doch scheint sich die Volksschule damit schwer zu tun, diese in der Praxis zu erschliessen. Durch die Methode Digital Storytelling könnten sprachliche Fertigkeiten in der Schule spielerisch mit Medien und ICT verbunden werden, indem audiovisuelle Elemente am Computer zu einem multimedialen Kurzfilm verwoben werden. Digital Storytelling ist damit eine mögliche Ergänzung zur traditionellen Buchschule. Die Arbeit zeigt auf, ob Digital Storytelling eine sinnvolle Methode zur Förderung der Mediennutzung und der Mediengestaltung auf Sekundarstufe I darstellt.

Ein Onlinemagazin steigert die Lesemotivation der Jugendlichen, wenn es inhaltlich auf deren Interessen basiert

Diplomandin Maja Frick
Referentin Tanja Hess
Korreferent Heiner Butz

Diese Bachelorarbeit befasst sich mit der These, dass ein Onlinemagazin, das sich an die Interessen der Jugendlichen richtet und inhaltlich angepasst ist, deren Lesemotivation steigern kann. Mit Hilfe von Studien und Statistiken wird die Ausgangsthese belegt und durch präzisere Aussagen ergänzt. Zielgruppe sind Jugendliche im Alter zwischen 13 und 17 Jahren. Es war wichtig herauszufinden, wie die Jugendlichen mit (neuen) Medien umgehen und wo genau ihre Interessen liegen. Die Arbeit liefert Vorschläge, wie ein solches Jugendmagazin inhaltlich aussehen könnte und was nicht fehlen darf. Die Arbeit setzt sich zusammen aus einem theoretischen Teil mit Begriffsdefinitionen und bisherigem Forschungsstand. Es folgt der empirische Teil mit Resultaten aus dem Fragebogen, der Inhaltsanalyse und der Befragung sowie die Zusammenfassung aller Erkenntnisse. Sie dienen dazu, ein Onlinemagazin für die Jugendlichen zu gestalten. Das Artefakt ist diese Null-Nummer in Form einer Applikation als Beispiel.

Mobile Cross-Plattform Applikationen für Medienunternehmen auf der Grundlage von Webtechnologien: Eine Evaluation

Diplomand Alain Holzhauser
Referent Martin Vollenweider
Korreferent Dr. Fredrik Gundelsweiler

Die Bachelorarbeit befasst sich mit Apps für Medienunternehmen auf der Grundlage von Webtechnologien. Die Arbeit geht der Frage nach, welche App-Strategie Medienunternehmen im Hinblick auf die Fragmentierung des Marktes mobiler Geräte verfolgen sollen bzw. welche App-Art die geeignetste ist. Um dies herauszufinden, werden zuerst die Vor- und Nachteile der App-Arten sowie deren Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt. Die für die Entwicklung von Cross-Plattform Applikationen möglichen Frameworks und Tools werden kategorisiert und anhand exemplarischer Beispiele genauer beschrieben. Des Weiteren wird der Markt mobiler Betriebssysteme sowie das Geschäftsmodell von Medienunternehmen analysiert. Im empirischen Teil der Arbeit werden die Ergebnisse aus den Experteninterviews aufbereitet. Abgeschlossen wird die Arbeit mit einer Empfehlung, die sich auf Grund der theoretischen und empirischen Erkenntnisse ergibt.

Wie Responsive Web Design den Arbeitsablauf in der Web Entwicklung verändert: Eine qualitative Untersuchung des Vorgehens von Unic

Diplomand	Thomas Känel
Referent	Martin Vollenweider
Korreferent	Wolfgang Bock
Auftraggeber	Unic, Zürich

Diese Arbeit zeigt auf, was Responsive Web Design (RWD) ist und wie sich RWD auf den Arbeitsprozess bei der Entwicklung von Webseiten auswirkt. Dabei richtet sich das Hauptaugenmerk auf die Untersuchung des kreativen Prozesses von der Konzeption über die visuelle Gestaltung bis hin zur technischen Umsetzung im Frontend.

Weiter wird analysiert, wie Unic aktuell bei der Entwicklung von Webseiten vorgeht und wie dieser Arbeitsablauf in Zukunft angepasst werden müsste, um Webseiten effektiver nach dem Prinzip von RWD umzusetzen. Anschliessend erfolgt die Dokumentation dieses neuen Vorgehens anhand eines Fallbeispiels.

Abschliessend werden die gewonnen Erkenntnisse zusammengefasst und dadurch aufgezeigt, welches die wichtigsten Faktoren bei der Umsetzung von RWD-Projekten sind. Neben der Verschmelzung der Arbeitsgebiete, dem Mehraufwand und der internen Absprache spielt auch das Prototyping eine entscheidende Rolle.

Usability und User Experience in der Softwareentwicklung von KMU

Diplomand	Florian Meier
Referent	Dr. Fredrik Gundelsweiler
Korreferent	Martin Vollenweider
Auftraggeber	GMG Net, Buchs (SG)

Die Bachelorarbeit befasst sich mit dem Thema Usability (Gebrauchstauglichkeit) und User Experience (Nutzererlebnis) in der Softwareentwicklung von kleinen und mittleren Unternehmen. Grundlage der Arbeit bilden dabei die bestehende Theorie von Usability, User Experience und Usability Engineering sowie die Recherche des aktuellen Entwicklungsprozesses in einem KMU. Durch die Gegenüberstellung bestehender Eigenschaften von bekannten Usability Engineering-Modellen und den Merkmalen des aktuellen Softwareentwicklungsprozesses wird ein für KMU spezifisch entwickeltes Usability Engineering-Modell entwickelt. Das mit der Thesis verbundene Artefakt wird weitergeführt und mit dem neuen Modell entwickelt. Die Anwendung wird Designer/innen und Softwareentwickler/innen in KMUs unterstützen, die Gebrauchstauglichkeit sowie das Nutzererlebnis von Webseiten zu steigern. Die Aussagekraft des neuen Usability Engineering-Modells wird in der Evaluation des Artefakts festgehalten.

Analyse der Wirkung und Umsetzung von interaktiven Online-Video-Ads

Diplomandin	Anja Schnider
Referent	Martin Vollenweider
Korreferent	Samuel Röthlisberger

Gegenstand dieser Bachelorarbeit ist eine Analyse über interaktive Videowerbungen im Internet anhand von drei Beispielen. Ziel der Arbeit ist es, die Umsetzung und die Wirkung von interaktiven Online-Video-Ads detaillierter zu untersuchen. Aus diesem Grund wurden zunächst drei erfolgreiche, interaktive Werbevideos untersucht. In einem nächsten Schritt werden die drei Werbespots einem qualitativen Usability-Test mit zwölf Probanden unterzogen. Abgerundet wird die Arbeit, indem mit den Projektverantwortlichen des jeweiligen Werbespots ein Experteninterview geführt wird, um noch genauere Angaben zu erhalten. Die durchgeführten Methoden zeigen am Ende der Bachelorthesis auf, wie die untersuchten Bewegtbildwerbungen umgesetzt wurden und wie die Werbung auf die Rezipienten wirkt.

Die Zweisprachigkeit in den regionalen Medien als Beispiel der Stadt Freiburg im Üechtland

Diplomand Xavier Rappo
Referent Christian Stärkle
Korreferenten Thierry Savary, Markus Brunner

In der Schweiz gibt es kaum mehrsprachige Medien, obwohl im Land vier Idiome gesprochen werden. In dieser Arbeit wird die Stadt Freiburg im Üechtland unter die Lupe genommen, weil sie auf der Grenze zwischen der Deutschschweiz und der Romandie liegt und deswegen ein zweisprachiges Medium aufnehmen könnte. Ziel dieser Arbeit ist es, die Haltungen der Medienschaffenden, der Rezipienten und der Politik zu erfahren, um die Möglichkeit abzuschätzen, ein solches Medium zu gründen. Geschichtliche Aspekte werden auch berücksichtigt, um zu wissen, ob ein zweisprachiges Radio oder eine zweisprachige Zeitung schon gegründet wurde und die Beziehung der Einwohner zu den Sprachen zu kennen. Zu diesem Zweck werden Interviews mit verschiedenen Experten durchgeführt sowie auch die Bevölkerung anhand eines Fragebogens befragt. Dabei stellt sich heraus, dass die interviewten Personen sich nicht immer einig sind. Diese Arbeit wirft einen ersten Blick in einen Bereich, der bis heute noch kaum erforscht wurde.

Polymediale Arbeitsmethoden für den Korrespondenten von morgen

Diplomandin Raouf Selmi
Referent Thomas Weibel
Korreferent Christian Stärkle

Wie sehen die Anforderungen an künftige Korrespondenten aus? Strandurlaub in Griechenland? Städtrip nach Paris? – Auf und davon war gestern. Heute weht der eisige Wind der Betriebswirtschaft durch die Redaktionen von Zeitungen, Radiostationen und Fernsehsendern. Die Medienkonvergenz und die Ausdifferenzierung des Rezipientenmarktes zwangen die Medienunternehmen in den letzten zehn Jahren in allen Bereichen dazu, den Rotstift anzusetzen. Von den Redakteuren und Redakteurinnen wird nur noch eines verlangt: Output! Und diesen in möglichst allen Kanälen. In dieser Arbeit wird analysiert, warum künftige Korrespondenten diesen neuen Anforderungen gerecht werden müssen. Den Kern der Arbeit bildet eine induktive Forschung mittels vier Experteninterviews zur Evaluation der veränderten Arbeitsmethoden. Daraus resultieren detaillierte und umfangreiche Erläuterungen zum technologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel in den letzten zehn Jahren. Untersucht wird somit der polykausale Zusammenhang der sich ändernden Arbeitsmethodik zum medialen Wandel.

Studienleitung

Prof. Bruno Wenk

Design eines FPGA-Boards zur Regelung von Konverter- systemen der Leistungselektronik

Diplomand

Emir Arnautovic

Referent

Peter Kühne

Korreferent

Toni Venzin

Auftraggeber

Professur für Hochleistungselektronik, ETH Zürich

In vielen leistungselektronischen Anwendungen dienen diverse Steuerungs-, Regelungs- und Überwachungsaufgaben dazu, eine stabile Funktion des Systems zu gewährleisten. An der Professur für Hochleistungselektronik soll für diese Aufgaben ein FPGA-Board entwickelt werden.

Die vorliegende Arbeit umfasst die Konzeption des FPGA-Boards, die Auslegung der Komponenten, das Zeichnen des Schemas und des Layouts sowie die Bestückung und Inbetriebnahme. Das Design richtet sich primär nach dem bereits an der Professur eingesetzten FPGA-Board. Die Peripherie des FPGAs soll aus DDR2 SDRAM, SPI Flash, USB und LEDs bestehen. Zudem müssen die benötigten Spannungsversorgungen für das FPGA ausgelegt werden.

Galvanisch entkoppelter Verstärker

Diplomand	David Brühlmann
Referent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Korreferent	Peter Kühne
Auftraggeber	High Voltage Laboratory, ETH Zürich

Das exakte Messen von sich schnell verändernden elektrischen Grössen im Umfeld von Hochspannungsanlagen gestaltet sich auf Grund der hohen Spannungsdifferenzen zwischen Messstelle und Operateur und den sehr hohen Störpegeln sehr schwierig.

Um schnell ändernde analoge Messwerte in Echtzeit zu übertragen, bedarf es eines Übertragungssystems, das in der Lage ist, die hohen Potentialdifferenzen zu überwinden mit, und genügend Bandbreite aufweist, um die Messsignale nicht zu verfälschen.

Leider reichen bei käuflichen «Echtzeit»-Systemen mit geschirmten Messkabeln, Funkübertragung etc. meistens die Bandbreite und/oder die Isolationsfestigkeit nicht aus. Eine Eigenentwicklung kann diese Marktlücke füllen.

Auf Grund der vom Auftraggeber definierten Parameter ist eine Schaltung als Funktionsmuster entworfen, realisiert und in Betrieb genommen worden.

Neukonzeption Sharepoint

Diplomanden	Claudio Coray, Simon Egger
Referent	Dr. Ulrich Hauser
Korreferent	Prof. Martin Studer
Auftraggeber	Inventx AG, Chur

Sharepoint ist ein Software-Produkt von Microsoft, welches in einer Unternehmung als Unternehmensportal, Intranet, Datenmanagement-System und als Kommunikationsplattform eingesetzt werden kann.

Ziel dieser Bachelorarbeit war es, eine optimale Portallösung für das Datenmanagement und das Kollaborationsmanagement der Inventx AG zu entwickeln. Der Einsatz der bestehenden Sharepoint-Lösung der Inventx AG wurde bisher konzeptionell noch nicht erarbeitet.

Während der Bachelorarbeit wurden die Struktur, die Handhabung und Prozesse innerhalb der Sharepoint-Plattform optimiert und auf die Bedürfnisse der Inventx AG abgestimmt, damit Sharepoint als effizientes Arbeitsinstrument eingesetzt werden kann. Es wurden die Anforderungen der Inventx AG an Sharepoint erhoben und zwei Konzepte für die Bereitstellung und den Einsatz entwickelt. Anschliessend wurde eine Pilotumgebung aufgebaut, in welcher die entwickelten Konzepte implementiert und getestet werden konnten.

Visualisierung Energieverbrauch

Diplomand	Leo Grob
Referent	Toni Venzin
Korreferent	Patrik Janett
Auftraggeber	Zentrum für Energieeffizienz, HTW Chur

Den Energieverbrauch nicht weiter ansteigen zu lassen bzw. zu senken, ist in der heutigen Gesellschaft ein wichtiges Ziel. Bevor aber Massnahmen ergriffen werden können, muss bekannt sein, welche Geräte wieviel Energie verbrauchen.

In dieser Arbeit wurde der Verbrauch an elektrischer Energie der verschiedenen Geräte im Telecom-Labor der HTW Chur mit Messungen ermittelt und übersichtlich dargestellt. Dazu wurden die Energieverbraucher in Licht-, Kraft- und Informatikanlagen unterteilt und ein zusätzlicher Messpunkt für die erneuerbaren Energien installiert.

Induktions- oder LED-Technologie?

Diplomand	Adrian Kim
Referent	Toni Venzin
Korreferent	Patrik Janett
Auftraggeber	Gastrolight Sagl, Tegna

Diese Bachelorarbeit befasst sich mit der Frage, welche der beiden Technologien - Induktion und LED - das grössere Potenzial für zukünftige Beleuchtungen hat. Dabei wurden Wohn- und Strassenbeleuchtungen separat behandelt. Bei der Wohnbeleuchtung wurde ein Vergleich zu den herkömmlichen Glühbirnen mit den Formen Standard, Kugel und Kerze gezogen. Bei der Strassenbeleuchtung erfolgte der Vergleich mit Natrium-Hochdruckdampflampen. Für den Wohnbereich gibt es keine geeigneten Induktionslampen. Die LED-Lampen weisen ebenfalls noch Mängel auf. Es ist jedoch anzunehmen, dass die LED-Lampen mit der Entwicklung der LED-Technologie in den nächsten paar Jahren die Glühbirnen gleichwertig ersetzen können. Bei den Strassenlampen ist die Sachlage nicht so klar. Die Induktionsleuchte hat nach wie vor ihre Berechtigung, jedoch liegt die Zukunft eher bei der LED.

Konzeption und Einsatz von Microsoft Dynamics CRM am Beispiel HTW Chur

Diplomand	Mario Lanfranchi
Referent	Prof. Martin Studer
Korreferent	Dr. Michel Pfeiffer
Auftraggeber	Institut für Informations- und Kommunikationstechnologien, HTW Chur

Die HTW Chur wird für das Customer Relationship Management das Produkt Microsoft Dynamics CRM 2011 einsetzen. Die Einführung ist schrittweise für 2012 geplant. Die CRM-Lösung soll die Mitarbeitenden der HTW Chur in den Bereichen Lehre, Weiterbildung, Forschung und Dienstleistungen sowie in allen Fachbereichen unterstützen.

Der Einsatz von CRM-Systemen in Unternehmen ist erprobt und vielfach beschrieben. Aber wie soll ein CRM an einer Hochschule genutzt werden? Wie sollen typische Geschäftsvorfälle an einer Hochschule abgebildet und unterstützt werden? Die Bachelorarbeit beschreibt die (problematischen) Geschäftsvorfälle an einer Hochschule. Sie zeigt Lösungsvarianten auf und beschreibt mögliche Richtlinien für den Einsatz eines CRM-Systems.

Überfahrtsicherung für Ponylifte

Diplomand	Jasmin Lonic
Referent	Patrik Janett
Korreferent	Patrick Wyss
Auftraggeber	Tscharner Seilbahnsteuerungen, Zizers

Kleine Skilifte, auch als Ponylifte bezeichnet, werden aus wirtschaftlichen Gründen in der Regel von einer einzigen Person bedient. Diese Person bedient am unteren Ende des Liftes den Antrieb und kann, wenn nötig, auch den Benutzern beim Einsteigen helfen.

Am oberen Ende überwacht niemand den Lift. Eine Reissleine stellt den Lift im Notfall automatisch ab, wenn eine Person sich nicht rechtzeitig vom Bügel lösen kann. Um den Lift wieder anzufahren, muss das Liftpersonal die Reissleine wieder einstecken.

Professionelle Lösungen sind am Markt derzeit nicht verfügbar. Jeder Hersteller bastelt selber etwas. Zum Teil installieren die Betreiber die Sicherheitsleine, ohne sich ausreichend Gedanken über die Funktionalität der Anlage zu machen. Die Sicherheitsbestimmungen werden in vielen Fällen nicht richtig beachtet. Diese Bachelorarbeit befasst sich deshalb mit der Konzeption und Realisierung einer neuartigen Überfahrtsicherung, welche wirtschaftlich einsetzbar ist und die Sicherheit gewährleistet.

Network Interface Safety Lightcurtain

Diplomanden	Nico Sachs, Claudio Sutter
Referent	Peter Kühne
Korreferent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Auftraggeber	Cedes Safety & Automation AG, Landquart

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wird ein Ethernet/IP Interface für sicherheitsrelevante Produkte der Firma CEDES Safety & Automation AG entwickelt.

Ethernet/IP ist ein Netzwerkprotokoll von der Organisation ODVA, welches auf dem Common Industrial Protocol CIP basiert. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt darin, das Common Industrial Protocol CIP auf eine bestehende Hardware zu implementieren. Ethernet/IP (EtherNet Industrial Protocol) bildet dabei die CIP Implementation auf Basis TCP/IP mit Standard Ethernet Komponenten. Nebst der Implementation von Ethernet/IP wird das Betriebssystem FreeRTOS eingesetzt. Des Weiteren müssen ein geeigneter TCP/IP- sowie ein Ethernet/IP-Stack gefunden werden, welche die Schnittstellen zwischen unserer Hardware und dem Ethernet/IP bilden.

Der Auftraggeber erhält einen Überblick über das Common Industrial Protocol und dessen wichtigsten Eigenschaften. Zudem zeigt die Arbeit den Aufwand auf, der für eine erfolgreiche Portierung auf ein beliebiges Zielsystem notwendig ist. Für zukünftige Projekte basierend auf Ethernet/IP soll die Arbeit als Wegleitung dienen.

Product Assurance for Space Projects

Diplomand	Ricco Soder
Referent	Patrik Janett
Korreferent	Daniel Pfiffner
Auftraggeber	Physikalisch-Meteorologisches Observatorium/World Radiation Center, Davos

Das Physikalisch-Meteorologische Observatorium Davos (PMOD/WRC) beteiligt sich regelmässig an internationalen Weltraumprojekten und sieht sich in diesem Zusammenhang mit ständig wachsenden Anforderungen an die Qualitätssicherung konfrontiert. Insbesondere betriebswirtschaftliche Gründe zwingen die partizipierenden Institutionen dazu, die Rückverfolgbarkeit der getätigten Projektarbeiten zu gewährleisten. Die Rückverfolgbarkeit bildet einen wesentlichen Bestandteil der gesamten Product Assurance.

Die vorliegende Bachelorarbeit befasst sich mit der Erarbeitung und anschliessenden Umsetzung eines entsprechenden Product Assurance Konzepts. Die European Space Agency (ESA) definiert mit den ECSS-Standards die normativen Rahmenbedingungen, welche für das Referenzprojekt gelten.

Der im Rahmen dieser Bachelorarbeit entwickelte Product Assurance Plan bildet die Schnittstelle zu den übrigen Projektdisziplinen und beinhaltet die anzuwendenden Prozesse des Product Assurance Konzeptes.

Interaktive Datenvisualisierung für MMVisT

Diplomand	Flavio Steger
Referent	Dr. Fredrik Gundelsweiler
Korreferent	Prof. Martin Studer
Auftraggeber	Institut für Medien und Kommunikation IMK, HTW Chur

Plattformen wie Facebook oder Twitter haben die klassische Medienwelt revolutioniert. Kunden können Medienartikel mit Bekannten teilen oder ihre Meinung im Kommentarbereich der Webseiten kundtun. Medienschaffende sehen sich also immer öfter mit Begriffen wie User Generated Content oder Social Media konfrontiert.

Im Projekt MMVisT (Multimedia Management mit Visualisierung und Tracking) wird ein Medienmanagementsystem erarbeitet, welches diese Informationen in die Wertschöpfungskette der Medienproduktion einbeziehen soll. So können mediale Trends frühzeitig erkannt und berücksichtigt werden.

Mit dieser Arbeit wird den Medienschaffenden ein Werkzeug zur Verfügung gestellt, welches die grosse Datenflut bündelt und sinnvoll visualisiert und damit die geräteübergreifende und situationsunabhängige Medienproduktion fördert. Durch Suche, Filterung und Relevanzberechnung können sehr genaue Suchergebnisse erzielt werden.

Tourism

Studienleitung

Andreas Deuber

Sea Turtle Conservancy Research Station - Marketing in the Off Season

Graduate	Nadine Abt
Advisor	Michael Tschapka
Co-Advisor	Jordan Urstadt
Principal	Sea Turtle Conservancy, Gainesville FL

The Sea Turtle Conservancy's Eco-Volunteer Programs dealing with sea turtles can only be offered from March until September which results in an almost empty field station during the remainder of the year. However, in order to get as much support as possible, the Sea Turtle Conservancy should also be able to offer an Eco-Volunteer Program during this time that the turtles are not present. Their program focusing on neo-tropical and tropical birds would be perfect to fill this gap since certain birds are there all year round. This bachelor thesis identifies the right target group for the organization's Eco-Volunteer Program dealing with neo-tropical and tropical birds. Additionally, it investigates this target group's demographics, motivations, expectations as well as preferred information sources and booking channels. The literature review is supplemented by an online survey. Finally, recommendations for the Sea Turtle Conservancy are deduced from the findings.

FC Vaduz home matches – more than just sport events - Development of possible measures and strategies for changes and improvements

Graduate	Kristina Aprile
Advisor	Paul Ruschetti
Co-Advisor	Patrick Burgmeier
Principal	FC Vaduz, Vaduz

Football has filled people since nearly two centuries with enthusiasm. The past years, football has gone through a commercialization, which has brought up new elements like shows and the involvement of gates into the stadiums. Football is developing into a more commercial event. Sport and entertainment are increasingly staged together. This development has brought up new needs from the society. Today, fans are looking for a more spectacular supporting program and want to experience special and exciting moments. The sporting competition is just the core of the program these days and the entertainment program in stadiums has to follow-up a clever devised dramaturgy. This development has led to some difficulties for the Liechtenstein Football Club Vaduz. The club is trying to increase the amount of visitors through different strategies. Unfortunately, their fans fail to appear. This thesis analyse the actual situation and problems of FC Vaduz in order to give recommendations to improve the situation.

Catering in Ice Hockey Arenas - Products and Process Optimization in the Vaillant Arena Davos

Graduate	Irene Bachmann
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Peter Bättschi
Principal	Hockey Club Davos (HCD)

The ice hockey club of Davos (HCD) caters to its spectators at the home matches in the Vaillant Arena Davos, whose revenue generated can provide the club with additional valuable financial means. The motivation for the topic of this bachelor thesis was the desire to find out if and where there were potentials of improvement which would presumably lead to the best possible satisfied customers, additional sales revenue and easier handling for all staff members involved. The main focus is set on the range of goods offered and various processes, with strong emphasis on the consumer behaviour of the target group. Very little specific literature about catering in sports arenas is available, which this thesis is intended to enhance. Additionally, a survey conducted with slightly over 300 respondents at an ice hockey game in the Vaillant Arena, as well as a benchmark with experts being in charge of the catering of the BOSSARD Arena in Zug and PostFinance Arena in Bern are provided. Furthermore, the sales figures from the HCD of the previous ice hockey season have been supplied by the external partner and are aimed to support the evaluations. These various methods lead to recommendations for adjustments for the HCD concerning various aspects.

Increasing the Flexibility of Hotel Employees - The Concept of a Day Nursery for Grand Resort Bad Ragaz

Graduate	Martina Baumgartner
Advisor	Dr. Heinrich Bischoff
Co-Advisor	Edith Kohler
Principal	Grand Resort Bad Ragaz, Bad Ragaz

The high quality standards of luxury hotels like the Grand Resort Bad Ragaz call for employing the best people. Women are very much capable of being among the best employees, but they frequently cannot be flexible enough because of their children. To make it possible for mothers to join the workforce, it is necessary for them to find external care for their children. Such places are rare, especially in the region of Bad Ragaz. This Bachelor thesis presents answers to the question of whether the flexibility of the employees can be increased through the availability of a day nursery. Moreover, it shows how the market of day nurseries works and what the criteria are of effectively operating day nurseries. Findings from the literature review are supplemented by the results of a quantitative survey of more than 400 participating employees of Grand Resort Bad Ragaz and of potential partner companies. In addition, the contents of numerous expert interviews are included in the analysis. As a final result, detailed recommendations for a successful decision making are provided to the responsible managers of the Grand Resort Bad Ragaz.

Development of a Key-Account Management Conception for the AG Hallenstadion

Graduate	Livio Bergamin
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Felix Frei
Principal	AG Hallenstadion, Zürich

The on-going globalization has led to a reinforced competition for existing customers. Service and product providers have realised that the price is not anymore the first priority why customers seek the cooperation. Therefore a professionally managed key account management is required in order to survive under highly competitive circumstances. This bachelor thesis emphasizes on the importance of key account management with all its ingredients. Furthermore it points out the steps which have to be undertaken in order to implement and apply key account management properly. The bachelor thesis combines the literature approach with expert interviews from various fields to impart applicability. The bachelor thesis consists mainly of a literature review, expert interviews and an analysis of the current situation of the AG Hallenstadion. The main objective of this work is to develop a key account management conception for the AG Hallenstadion. The recommendations given consist of findings from the literature review and the results from the expert interviews.

Coach Tourism: Chance for sustainable Travel? Analysis of Coach tourism as potential for sustainable travel?

Graduate	Sébastien Beyer
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthé
Co-Advisor	Hans-Peter Christoph
Principal	Avanti Reisen, Freiburg im Breisgau

Sustainable tourism has been widely recognized and scientifically analyzed over the last years as one of the new and fast developing niches in the tourism industry. Coach tourism in contrast has previously been neglected in any scientific journals and other literature.

Hence this thesis is focusing on outlining the potentials of coach tourism in regards to sustainable travel, as the synergy potential between both branches has not been examined so far and environmentally friendly travel is of growing importance. This could be achieved with the help of the German coach tour operator Avanti Reisen, known in the industry for its sustainability approach and the unconventional coach tours. With a customer questionnaire the attitude of coach tourist with reference to the coach as being an eco-friendly transport mode, is highlighted. Additionally a case study, comparing different transport modes in regards to their economical and ecological performance, evaluates the potential of the coach as an environmentally friendly means of transport.

CSR and sports clubs - How UHC Alligator Malans can benefit from socially responsible actions

Graduate	Jonas Bloch
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Heinz Grass
Principal	Unihockey Club Alligator Malans, Malans

Corporate social responsibility (CSR) has become a popular topic in today's business world, it is widely recognized as a value-adding factor. Simultaneously, sports has partly become a business. Therefore, It seems fair to ask how ideas and measures regarding CSR can be converted from generic business to the sports industry and to what extent this has been done.

In the course of this bachelor thesis, different interpretations and definitions regarding CSR are pointed out in the literature review. Interviewed experts from sports federations, sports events and sports clubs explain how concepts focusing on social responsibility can be implemented and suggest improvements. The gathered information is then used to formulate possible CSR strategies for sports clubs. Benefits and difficulties are highlighted with a particular focus on the fringe sport floorball. In a final step, recommendations for UHC Alligator Malans are deduced from the findings.

Conception of Film Location Switzerland - Evaluation and Exploitation of a Business Model Approach

Graduate	Helene Blumer
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Ines Jansky
Principal	Institute for Tourism and Leisure Research, HTW Chur

Audiovisual productions, such as feature films or TV shows, have attracted the attention of many countries and regions, as they have proven to have significant impacts on the economy and employment, the domestic film industry, tourism and the image of a region or country. Placing a destination in a film is seen as the ultimate form of product placement, as well as miracle cure for ailing destinations. In order to capitalize on this fast-growing phenomenon, more and more countries and regions are establishing film commissions, which promote and develop filming activity within the jurisdiction.

The goal of this thesis is to develop a business model for Switzerland's national film commission, Film Location Switzerland. In a first step, the impacts of audiovisual productions and their main beneficiaries will be identified, followed by an exploitation of a business model framework. Combining these insights with interviews with stakeholders, international film commissions and experts, a possible business model for Film Location Switzerland will be discussed, and recommendations for its implementation will be given.

How to make the appearance of Casinotheater Winterthur more attractive and successful at the suisseEMEX? Promotion concept for Casinotheater Winterthur with a special regard on suisseEMEX

Graduate	Jasmin Boltshauser
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Esther Locher
Principal	Casinotheater, Winterthur

Nowadays, a lot of companies organise meetings outside of their own office because they just don't have enough space within their own facilities to either ensure a strong coherence within the team or to escape for once from the daily business life. The Casinotheater Winterthur provides companies with different possibilities to hold such a meeting or workshop within its complex. The purpose of this Individual Bachelor Thesis is to help Casinotheater Winterthur to gain more out of their attendance at SuisseEMEX'12 where they want to promote its facilities. SuisseEMEX is Switzerland's leading B2B trade show for marketing, communication, events and promotion. Opinions that electronic media replaces fairs are often heard. But they are not yet true. For the majority of industries, fairs are still very important to address the already existing but mainly new target groups. After an extended benchmark analysis a custom-made fair concept for Casinotheater Winterthur was elaborated. The literature review contains a survey with potential clients of Casinotheater Winterthur to find out their expectations when it comes to organising a meeting in an external company.

How to improve the organization of an indoor festival - Different experts' opinions of a good organized event applied on the example of the «Elements of Rock»

Graduate	Felix Boss
Advisor	Roland Köppel
Co-Advisor	Tobias Ellenberger
Principal	Verein Unblack, Hirschthal

Nowadays events are part of the daily live and especially in summer open air music festivals mushroom all over, especially festivals became more and more an important part of many people's summer activities for young and old and therefore the demand for all kind of festivals is rising and rising.

This bachelor thesis picks out one festival and analyzes how the whole organization is done. With the help of in-depth interviews the most important parts of the five phases model from project/event management will be gathered and integrated into a new and especially shorter form of the mentioned model. Based on the new model, recommendations will be done for an improved organization process of the Elements of Rock.

How can SWISS translate its brand positioning into products and services in order to enhance the Business Class Travelers experience?

Graduate	Stephanie Bosshart
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Sarah Klatt-Walsh
Principal	Swiss International Airlines Ltd., Zürich

In the deregulated airline industry carriers can compete either by implementing a low cost structure or by service excellence. Product and service offerings have become heterogeneous and airlines have difficulties to preserve a sustainable USP. Thus, a strong brand positioning and a good image have become imperative in such a challenging market environment. Strong brand positioning, however, requires coherent product and service offerings, which support the brand identity and lead to an enhanced customer value.

This bachelor thesis highlights the theoretical background of SWISS's branding approach and how the carrier's product and service could be adapted to embody the company's core values. In addition, the literature findings are discussed with experts from SWISS. In a second step, a passenger survey was conducted in order to understand and gain access to the customer's point of view. In a third step, interviews with aviation experts from around the world were carried out in order to cross-check and analyse prior findings. Finally, recommendations for SWISS are deduced from prior findings.

Strengthen the returns of Sport Ferien Resort Fiesch - Developing new offers for meeting and events

Graduate	Daniela Bruderer
Advisor	Dr. Andreas Deuber
Co-Advisor	Claudio Rossetti
Principal	Sport Ferien Resort, Fiesch

In the recent years, the resort in Fiesch faced a strong decrease of overnight stays due to an inappropriate marketing strategy and the European economic situation. The aim is to add value and relaunch the resort. Therefore, a new event business segment shall be developed.

This Bachelor Thesis takes a look on the events industry and various types of events. Based on concepts presented in the literature and a thorough analysis of the company's situation, opportunities and event-market segments are presented and realistic event ideas are proposed.

Towards the main objective, which is proposing new products for meetings and events, an extensive literature review is performed. Insights from this review are complemented by case studies and utilized to develop new product concepts for the resort. In addition, the results of two expert interviews strengthen the arguments outlined in this thesis. To conclude, recommendations for the resort are deduced from our findings.

Exchange Rate Fluctuations and their Influence on a Tourist Destination - The Example of the Destination Lenzerheide

Graduate	Martina Bühler
Advisor	Prof. Dr. Silvia Simon
Co-Advisor	Nadia Stamm
Principal	Lenzerheide Marketing & Support AG

The appreciation of the Swiss currency represents a major challenge for tourism destinations in Switzerland. Tourists from Euro-regions are discouraged by the sudden increase in price level of more than 25% in real terms since the end of 2007 and Swiss guests are therefore also more attracted to cheaper vacations in the Euro-region. Hence, a profound understanding of the development of the Swiss Franc and its impact on guests visiting Swiss destinations is needed to competently react in this situation.

In literature, the influence of exchange rate movements on tourism has partly been discussed; however, barely any generalizable findings with reference to Swiss destinations can be drawn. Thus, this bachelor thesis aims at filling some of these existing gaps. Moreover, it shall help Lenzerheide Marketing & Support AG to implement measures to successfully cope with the strong Swiss Franc. For this purpose, 130 guest surveys, 26 online stakeholder questionnaires and five expert interviews with leaders of Swiss tourism destinations have been lead.

Sponsoring Playbook: Calanda Broncos

Graduate	Can Canbek
Advisor	Paul Ruschetti
Co-Advisor	Mathias Brändli
Principal	Calanda Broncos, Chur

Sport Sponsoring is evolving to a better tool for marketers. In the canton of Grisons there are but a few sport properties that make use of sport sponsoring with a strategic approach. The Calanda Broncos the American football club from Chur/Landquart have had difficulties to create long term partnerships. In the season of 2012 they had no main sponsor. However, with their recent sportive success, becoming the best European football team, having more international games and being followed by media from all over the continent, new opportunities opened for the club. Nonetheless, to grasp those opportunities the club needs to improve its sponsoring offer.

This thesis aims to guide the American football club to sponsoring success. In most marketing and sports management literature sponsoring is often explained as separate parts of a cars engine, there are only but a few researchers that explain how the engine works together. This Bachelor thesis sets out a step by step guide leading through different phases and merging the tasks to one process. It results in providing the sports club with a practical guide and makes recommendations for the future approach and strategy to the clubs sponsoring.

Repositioning of Saanen - Development of an authentic and new position for a historical village

Graduate	Manuela Casanova
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Martin Bachofner
Principal	Gstaad Saanenland Tourismus, Gstaad

Saanen, the historical as well as political centre of the Saanenland is taking several actions until 2015 with the aim to reposition itself. The construction of the tunnel could already be realised in 2010 in order to keep the traffic away from the village centre. Until 2015, several public and private building projects are planned as well as the reconstruction of the centre with the renovation of houses, streets etc.

Having in mind that the village of Saanen is protected by the Swiss Federal Office of Culture, the aim of this study is to give the destination Gstaad Saanenland Tourism inputs of how it could reposition the historical village of Saanen also in a touristic way with some authentic products that stand in correlation to the already existing attractions of the village as well as with the local history and cultural habits. The overall aim of the repositioning and therefore also of the new products is to raise the awareness of Saanen among already loyal customers of the region as well as to attract potentially new customer segments towards the region, with Saanen as a product and village that is different to the already well-known ones of the region.

Application of Yield Management to the Mountain Railway Industry - Innovative Pricing Models on the case of «Lenzerheide Bergbahnen AG»

Graduate	Tobias Cerny
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Linda Netzer
Principal	Lenzerheide Bergbahnen AG, Lenzerheide

In Switzerland the mountain railway industry has been facing a loss of customers since the 90s. The tendency indicates a further decline in the future. On the other hand, cable car companies invest heavily into new infrastructure to provide capacity and compete on the market. There are three possibilities to stay profitable: decrease costs, increase sales volume or increase price. This Bachelor thesis focuses on the latter, the price as a power tool. A change in price has the highest impact on earnings. Yield management is a pricing approach that aims at squeezing as much money out of the customer as possible. At present various research has been conducted about yield management in both the airline and hotel industry. First indication of revenue management in the mountain railway industry can be observed, but little research is available yet. The main objective of this work is to devise an application model of yield management to this field of business in general, and the Lenzerheide Bergbahnen AG in specific. The propositions are based on findings from other industry sectors, expert interviews and competitor's activities.

Development of Educational Environmental Bike Routes - Identifying important components for a themed environmental stations concept

Graduate	Sabrina Dattilo
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthe
Co-Advisor	Simone Hochstrasser
Principal	Hand & Fuss Konzepte, Zürich

People are losing their relationship to the environment. Rural areas are getting urbanised and new technologies are determining peoples' lives. A tool to bring the environment closer to people and mediate environmental education is the themed pathway. A themed pathway offers an experience outdoors that creates an emotional connection with the environment. Consequently, it forms the basis for the development of environmental consciousness and environmental-friendly actions. The project in focus aims to create an Educational Environmental Bike Route from Zurich to Chur. The bike route targets to make people aware of their daily energy consumption and motivate them to adapt a more sustainable behaviour. The aim of this Bachelor Thesis is to identify important success elements of themed pathways that will ensure the success of the Educational Environmental Bike Route. The outcome of this Thesis is the creation of a holistic model, which considers the experience creation outdoors and principles of environmental education.

Repositioning of Winter Alpine Huts for Mountain Gastronomy - A Marketing and Business Concept for the «Alp Scharmoir» in the Lenzerheide

Graduate	Sofia de Anta
Advisor	Dr. Alexander Schmidt
Co-Advisor	Linda Netzer
Principal	Lenzerheide Bergbahnen AG, Lenzerheide

The most important components of a successful ski area are, apart the ski slopes and their accessibility, the available gastronomy offers. To increase the gastronomy offers attractiveness, is a continuous task of tourism. Therefore, the Lenzerheide Bergbahnen AG, having a wide influence on the local gastronomy, decided to extend the numbers of unique restaurants. The aim of this paper is to examine whether a repositioning of the Alp Scharmoir to a restaurant is not only a vision but also feasible. Among others, different questions will be addressed, as for example, identify a new type of gastronomy offer, build a unique selling proposition, a detail menu card and interior design. All these questions will be answered within this bachelor thesis.

Benefits from implementing the ibex fairstay label - An investigation into efforts, perception and benefits of the certification through ibex fairstay

Graduate	Ricarda Deragisch
Advisor	Dr. Bruno Abegg
Co-Advisor	Kathrin Spiller
Principal	Grischconsulta AG, Chur

Sustainability is a concept which is getting more and more important in the tourism sector. High price levels, growing pressure of competition due to the very high capacity and tempting prices of the competition lead the hospitality industry to a quality focus. The only successful and profitable way for the hospitality industry is profiling itself with labels. Also ibex fairstay, formerly «Steinbock-Label», made it to its business to certificate sustainable hospitality companies.

The purpose of this Bachelor Thesis is to find out how efficient ibex fairstay is for labeled hospitality companies and its customers. The thesis will furthermore show up how the customers perceive and appreciate the efforts made. Moreover, the research deals with the benefits of a certification through ibex fairstay.

No research has been done so far in the field of efforts, perception and benefits of a certification through ibex fairstay. To fill this gap relevant literature has been collated followed by interviews with hospitality managers and a survey with guests of companies already certified by ibex fairstay.

The Development of Structures and Tools for Boardstock Franchise Partners in Switzerland

Graduate Patricia-Jenny Duckeck
Advisor Romano Wyss
Co-Advisor Daniel Schärer
Principal Boardstock GmbH

Franchising is one of the fastest growing business cooperation forms in Europe and gains increased importance in the world of business. However, a consistent definition of the term «franchise» does not exist in Switzerland. Extensive literature on the three forms of franchising exists (product, service and distribution franchising) but hardly anything on event franchising. In this respect, it is necessary to examine the literature review of franchise systems to transfer the core theoretical indications into the Boardstock case study in order to develop appropriate Boardstock franchise structures and tools.

Several expert interviews with the event host city, sponsors as well as potential franchise partner cities were conducted to supplement the literature review. Finally, with the findings key success factors are proposed for the establishment of event franchise structures and tools and the probability to franchise an event concept is verified.

Social Media - New Corporate Communication Instruments

Graduate Corinne Eicher
Advisor Dr. Brigitte Stangl
Co-Advisor Thomas Witt
Principal Ticketcorner AG, Rümlang

In 2011, more than 50% of social media users followed brands on social media sites and companies are increasingly investigating in social media, indicated by worldwide marketing spending on social networking sites of about \$4.3 billion. Managers invest in social media to foster relationships and interact with customers. One way to realize this aim is to create brand communities in the form of brand fan pages on social networking sites where customers can interact with a company by liking or commenting on brand posts.

While preliminary research has been conducted on the success of marketing activities on social media, little is known about factors that influence brand post popularity and its impact on company's perceived image.

The aim of this Individual Bachelor Thesis is to empirically investigate what factors drive brand post popularity and if such have an influence on the perceived image of companies. For that reason, a self-administrated online survey was created. The responses of more than 1000 participants were analysed and finally, recommendations for Ticketcorner AG are elaborated from the findings.

Emotions Live on Top of Zurich - How to create a successful summer event for the Uto Kulm in Zurich.

Graduate	Nina Elchhorn
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Christine Neunkirch
Principal	Hotel Uto Kulm, Zurich

In the past years, the event management sector boomed and many new events in different areas were developed. A lot of hotels recognized the matching symbiosis of event management and their accommodation facilities and around the globe they started to attract guests by offering special events in their locations.

The Uto Kulm on top of the Uetliberg in Zurich is offering a range of events during the whole year. The hotel works together with the same artists for many years and has a number of well-visited existing events.

In this bachelor thesis, modern event approaches should be evaluated and proposed to the hotel Uto Kulm. Therefore, a target group and hotel analysis followed by expert interviews should bring information about new approaches in the event management sector to create a special summer event, which is state-of-the-art.

Promotion of Arosa in Russia in Cooperation with Arosa Tempus AG

Graduate	Natalia Ershova
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Willi Saladin
Principal	Arosa Tempus AG

Swiss tourism industry affected by the slowdown of European economy is experiencing a decrease in foreign overnight stays from the euro-zone. While the traditional markets show striking declines, the emerging markets, such as Russia have a strong increase in overnight stays. In fact, Russia has had a very positive development of overnight stays in Switzerland over the past few years and the mid-term prognosis for growth is extremely high. Arosa Tempus AG recognises potential of the Russian market and therefore, is eager to have more Russian guests in Arosa.

This bachelor thesis analyses the current situation of Arosa regarding the Russian market and defines the most effective promotion channels for Arosa in Russia. The recommendations on how to successfully promote Arosa in Russia are given based on extensive literature review on the topic and findings from the interviews with industry professionals from Russia and Switzerland.

Towards pro-environmental air travel - Customer demand for carbon offsetting service - Example of Swiss International Airlines

Graduate	Nicole Feller
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthe
Co-Advisor	Gieri Hinnen
Principal	SWISS International Air Lines Ltd., Zürich

In recent years aviation and its impact on climate change has become the dominant environmental issue related to tourism. In addition, customers get more and more aware of environmental issues but people clearly do not want to travel less, as the society gets more hyper-mobile. The growing market has to be taken as a chance by including passengers directly in an environmental friendly development. One possibility to involve the customer in ecological-friendly measures is the so called voluntary carbon offsetting schemes.

So far carbon offsetting schemes within air travel were not receiving much attention and passengers make little use of it. The aim of this bachelor thesis is to find out from the customer site what actually influences pro-environmental behavior and if such behavior patterns can also be transferred to pro-environmental air travel behavior. Furthermore, it is assessed how passengers would act if such schemes become compulsory or if they should remain on a voluntary level.

The most important aspects which were found in the literature review and which could be transferred to pro-environmental air travel behavior are then presented in a framework which is then analyzed in the section of methodology. Through a survey which has been conducted among 442 respondents, the gaps of the usage of carbon offsetting schemes in connection with current air travel behavior are investigated which in the end lead to future implications which should be taken by the airline to make carbon offsetting schemes more attractive.

How to attract leisure tourists to the destination St.Gallen-Bodensee

Graduate	Vanessa Forlin
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Astrid Nakhostin
Principal	St.Gallen-Bodensee Tourism, St.Gallen

Over the decades, tourism has experienced continued growth and deepening diversification to become one of the fastest growing economic sectors in the world. One area of tourism which is said to be increasingly growing in the future is cultural tourism. Due to higher education, people become more eager for knowledge. This leads to a relative growth of cultural tourism. Therefore, many tourism organizations like St.Gallen-Bodensee Tourism increasingly focus on the marketing of cultural offers. However, at least 80% of the tourists of St.Gallen-Bodensee are business tourists. This Bachelor thesis deals with the question on how to attract leisure tourists, namely cultural and culinary tourists, to the destination St.Gallen-Bodensee.

Firstly, central aspects of cultural and culinary tourism such as definitions and typologies of cultural tourists are outlined. Furthermore, a benchmark study as well as a SWOT analysis of St.Gallen-Bodensee as a cultural and culinary destination is created. Based on the findings of literature and internet research as well as in-depth interviews with experts, recommendations for St.Gallen-Bodensee Tourism on how to attract leisure tourists are published with the suggestion of new packages.

Redeveloping a communication concept - The revision of the communication concept «Bewusst geniessen!» for the ZFV gastronomy organisation

Graduate	Soraya Zara Gabriel
Advisor	Noelene Orsolini
Co-Advisor	Hans-Peter Schmid
Principal	ZFV-Unternehmungen, Zürich

«Bewusst geniessen!» is a contemporary food concept applied in the community gastronomy services of the ZFV-Unternehmungen throughout Switzerland. Despite its strengths, «Bewusst geniessen!» faces three main challenges; if the concept satisfies customer's needs, if it is still competitive and how its communication can be improved. This Bachelor Thesis is comprised of various external as well as internal analyses in order to create an individual and sustainable communication concept. All the analyses conducted and the accompanying literature research gave useful in- and outside perspectives which helped to think out of the box and clearly see the changes needed. Eventually, a Unique Selling Proposition (USP) has been identified with which «Bewusst geniessen!» can strengthen and improve its position on the marketplace long-term. Consequently, the USP as well as the results from the methodology were included in the communication concept at the core of the conclusion of the thesis. With the redeveloped communication concept, the ZFV should be able to celebrate a great product with a communication strategy adapted to the impending challenges and with tools to improve the chances of a resounding success.

Development of attractive Product Packages for Summer Tourism in Klosters

Graduate Lisa-Maria Gerber
Advisor Roger Walser
Co-Advisor Christoph von Euw
Principal Davos Destination Organisation, Davos

Alpine tourism originally developed in the summer season. And after destinations have been focusing mainly on winter tourism in the recent past, summer gains again on importance. This thesis is concerned with the summer Tourism in Klosters and supported by various interviews with experts and main stakeholders of Klosters tourism.

After a retrospective view on the history of Klosters, the current situation is analysed. Customer target segmentation for the summer tourism in Klosters is conducted according to Sinus Milieus. For promising target segments two packages are conceptualized, including a bundle of existing products, which constitute to the entire tourism experience to meet the customer's needs and wants. Therefore, the integrated service chain has been used as a main tool. To further support the experience economy in tourism, the staging model has been applied as well. The concepts of both packages feature all relevant factors of the extended marketing mix. At the end of the thesis the reader finds a variety of recommendations to further exploit the existing potential for Klosters during the summer season.

Decision Making of Hotel Guests - Which criteria are relevant for business tourists?

Graduate Ivana Hajdinovic
Advisor Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor Thomas Allemann
Principal hotelleriesuisse, Bern

Business travel and its activities touch numerous diverse industries. One of the most affected industries is the lodging sector. Concerning accommodation questions and decisions business tourists differ from other tourists, like leisure tourists. They show particular needs, preferences and behaviours in this field. Understanding this kind of tourist and its behaviour is the key for a successful hotel business focusing on business tourists.

This bachelor thesis aims to provide an insight into the decision making of hotel guests, in particular business clients, and to investigate relevant criteria when choosing a hotel for a business trip. Moreover, it proposes recommendations for hotels that, according to the literature and findings, are desired by business tourists.

The relationship between the business tourist and the hotel is still a niche area in research matters. Nevertheless, the topic is gradually gaining attention and significance. Therefore this paper attempts to increase the current amount of studies focusing on this interesting subject. The study is based on literature and expert interviews with experts from the three most crucial parties in the business tourism sector: Hotel managers, travel agents and business travellers.

Usage of Soundscapes in an Advertising Context - Soundscape Creation at Zurich Airport on the Example of Carl F. Bucherer

Graduate	Ruben Härtel
Advisor	Roland Köppel
Co-Advisor	Peter Philippe Weiss
Principal	Corporate Sound AG, Basel

The demand for multimedia advertisements has dramatically increased in recent years due to the fast development of professional multimedia devices such as projectors, professional sound systems and multi screening equipment. But still, the usage of multimedia commercials in public spaces is very seldom used because of limited application possibilities of sound in such facilities due to high noise emissions. Despite all that, some pioneer projects exist already such as the Carl F. Bucherer Branding Floor Advertisement at Zurich Airport. This thesis tries to analyse the usage of Soundscapes, which were originally used in the context of fine art projects to raise awareness of the environment or to create relaxing acoustic atmospheres. Furthermore, it examines under which conditions Soundscapes can be used within commercials to raise customers' attention so significantly that he is more likely to absorb the core-marketing message of the advertising brand through his listening experience.

Evaluation of adequate distribution partners for the product line 'klein und fein' (KUF) of Graubünden Ferien (GRF) with a special focus on existing online systems

Graduate	Marc Held
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Fabian Weidmann
Principal	Graubünden Ferien, Chur

The constant development of the internet and information communication technologies changes the way people search on the web and book their vacations. This has likewise brought new possibilities to tourism organizations. On the other hand, through the ongoing discussions concerning climate change, the socio-cultural influences and changes in values, sustainable nature- and culture-based travels increase in great popularity. The marketing campaign 'klein und fein' of Graubünden Ferien is a direct response to this development and embeds small tourism regions in Grison which offer a variety of authentic nature experiences. This thesis aims to give revealing explanations for these developments and combine them by evaluating ways to make use of the existing online systems for promoting and distributing the product line 'klein und fein'. Based on literature research, expert interviews and a benchmark analysis, a comprehensive catalogue of measures and a list of adequate cooperation partners are deduced. The results enable Graubünden Ferien to enhance its cooperation network and thus boost and increase the awareness level of its product line.

Staging a Special Event - 50 Years of Savognin Bergbahnen AG

Graduate	Tanja Hengartner
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Vendelin Coray
Principal	Savognin Bergbahnen AG, Savognin

The experience economy has arrived and only providing goods or services does no longer satisfy customer's expectations. Creating and staging experiences is the modern way to differentiate and brings new values for a company. The tourism and leisure industry can improve their offers and services considering experience and staging principles. Understanding the needs and requirements of the experience-based economy and the experience tourists is thus essential when creating these experiences.

This work analyses the various possibilities to stage a special event by reviewing theoretical input from the Experience Economy, Staging in Tourism, Marketing of Tourism Experiences and Event Management.

Beside an extensive literature review, a survey was conducted among nine stakeholders of the company and six staging experts.

The main goal of this thesis is to develop a practical guideline for staging tourism experiences by elaborating key success factors. The findings are presented in recommendations to stage the jubilee of the mountain railway company successfully.

Increasing the efficiency and touristic attractiveness of airports in Brazil in anticipation of the World Cup 2014 - Possibilities for Swiss Investors and Suppliers

Graduate	Andrea Hochstrasser
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Martin Matter
Principal	Swiss Business Hub Brazil, São Paulo

Along with the growing Brazilian economy have come significant increases in air travel. Infrastructure investments have not been able to keep up, causing most airports to operate way above their capacity limits. In light of the quickly approaching World Cup 2014, this situation has become highly prominent. Subsequently airport privatization was introduced and three of the most important international airports were entered in a concession bid. With the private operators, the hope is to eliminate bottlenecks, increase operational efficiency as well as commercial revenue and improve strategic planning processes. In this bachelor thesis, an insight is given towards different airport ownership structures, followed by a description of the relevant infrastructure and passenger processes. The situation of foreign direct investment in Brazil is further discussed.

An important aspect of the research is pointing out the chances Swiss investors and suppliers have in the Brazilian airport market. This is assessed through a number of expert interviews along with detailed case studies of four airports. Finally recommendations are provided for the Swiss companies in this specific market.

Development of a Partnership Strategy for SchweizMobil and its Hospitality Providers

Graduate	Angela Hugentobler
Advisor	Roland Andereg
Co-Advisor	Fredi von Gunten
Principal	Stiftung SchweizMobil, Bern

Although the partnership between the national network for non-motorized traffic Switzerland-Mobility and its hospitality providers has existed since 2008, no study has been conducted on the situation of this co-operation yet. Neither has there been information available on the added value of a hospitality provider when entering into this partnership. In addition, the potential of added value on this partnership, when taking into account actual trends in summer tourism, or from the non-motorized traffic industry, is not yet known. This Bachelor thesis aims to close this gap.

The amount of literature available for the topic of this thesis is limited. Hence the focus is primarily on quantitative and qualitative research based on a questionnaire conducted among hospitality partners in the east of Switzerland, as well as four in-depth interviews with tourism experts.

As a result, this thesis provides unique recommendations to develop the partnership between Switzerland-Mobility and its hospitality providers.

How to enhance «fascination flying» at the tourist attraction Zurich Airport?

Graduate	Nathalie Humm
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Christian Bärlocher
Principal	Zurich Airport

The business of airports has changed considerably in the past few years. Zurich Airport is dealing with a dynamic and competitive environment, especially in the non-aviation area. Customers perceive better service and quality than some years before.

Therefore, the main objective of this bachelor thesis is to determine specific shopper types at the airport based on their motivation. Furthermore, the paper outlines how the airport can appeal to more customers by triggering positive feelings of fascination towards flying and the airport itself. A comprehensive knowledge about individuals' shopping behaviour, their motives, different influences as well as about trends in the affected industry is crucial. Therefore, these issues are analysed within the literature part of this thesis. Beside literature, expert interviews are conducted as well as the results of a written survey from the market research institute of Zurich airport are analysed. Finally, recommendations are given based on previous findings. Thus, three concepts of how to increase people's motivation to come to the airport, as well as of how to trigger individuals' fascination for flying are presented.

Bernina Mondo - How to manage the visitor experience – Concept of a space full of experiences

Graduate	Yasmin Hunziker
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Ursula Maag
Principal	Tourist Office Valposchiavo, Poschiavo

Bernina Mondo defines the area that stretches from the Bernina pass down to Cavaglia. Nowadays, countryside itself is not enough anymore to entertain. People put more emphasis on experiences. This is why the region Bernina Mondo must be developed. Therefore, the idea is to create a concept of different attractions, which are all connected with each other and form an experience space. The whole space could be compared to a museum: the initial purpose for the visit is a special topic, however, once there, something else might arouse your curiosity, too.

This Bachelor thesis underlines the importance of experiences in today's society as well as staging and aims to give recommendations for an extensive experience concept. The research design contains literature review and empirical research. Interviews were conducted with different players in the region in order to ascertain their views and priorities and to gain deeper insight into the destination. Additionally, the catchment area was analysed and Bernina Mondo was benchmarked against Jungfrauoch – Top of Europe. Finally, the concept derived from the findings.

The future of the business hotel industry in the St. Gallen Rhine Valley

Graduate	Mery Jankovski
Advisor	Dr. Bruno Abegg
Co-Advisor	Boris Tschirky
Principal	St. Gallen-Bodensee Tourismus, St. Gallen

The early form of business travel emerged out of trading activities with agricultural products thousands of years ago. Nowadays, it is the main sector for a lot of tourism destinations. In addition, business travel is the major form of non-leisure tourism and the sector is seen as the one with the highest spending. However, the business hotel industry is not well researched today and only little data are available. Therefore, more attention to this topic needs to be made. This bachelor thesis is focused on the research of the business travel in the St. Gallen Rhine Valley. As this region clusters a high number of high-tech internationally operating enterprises, the aspect of business travel is very important. Nonetheless, the hotel situation in the destination is not fully satisfying as some companies chose accommodations in the adjoining regions of Austria. Therefore, this thesis aims to evaluate if there is a potential and need to increase the business hotel infrastructure in the St. Gallen Rhine Valley. After a thorough literature review, research is done by analyzing the demand and supply side by interviewing various hotels and companies in the region. Moreover, to find out the potential and suitability of the region, a SWOT-Analysis as well as a benchmark study was adapted.

Visitors' needs and expectations of the Davos FearNada and acquirement of new customers

Graduate	Shirley Jost
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthé
Co-Advisor	Jöri von Ballmoos
Principal	Telemark Club Wallhalla, Davos

According to the high competition of winter sport destinations, the amount of events during the winter season increases to attract tourists. These events have mostly the goal to promote the destination for mass tourism. Nevertheless, the event Davos FearNada tries to counteract this trend and provides since 11 years a small event with a sport, a dinner and a music part. The goal of this event is to provide a social intensive day in a familiar atmosphere and to attract 80% repeaters and 20% new participants each year. This bachelor thesis is dealing with the problem of the event to hold the amount of 80% repeaters and to acquire 20% new participants. Nevertheless, the organization wants to hold the amount of total participants around 200 according to the reason for keeping the familiar atmosphere and also due to safety reasons. Therefore it was focused on finding out the expectations and needs of the participants and ways to acquire new visitors. The literature review was supplemented by analyzing the service experience theoretical and practical with a survey of previous participants, interviews with potential participants, a market analysis and a SWOT analysis to use the previous analysis for potential strategies for the organisation of the event.

Designing a Personnel Concept for the Resort Walensee - Recruiting and Retention of Qualified Staff

Graduate	Sandra Keller
Advisor	Dr. Heinrich Bischoff
Co-Advisor	Michaela Vehlöw
Principal	Resort Walensee AG, Unterterzen

The Resort Walensee is a 4 star holiday resort beautifully located along a picturesque lakeshore. The Resort consists of vacation homes, hotel rooms, restaurants, and conference centre facilities. Key to success is the motivated and competent workforce assuring excellent quality and high guest satisfaction. For this reason, the management of the Resort plans to further improve the human resource processes to attract and employ the best people. This Bachelor thesis aims to identify possible improvements in the human resource management process. The research design includes both literature review and empirical research. Interviews with members of the Resort's staff were conducted in order to find out about their motivational factors and expectations towards their employer. Additionally, interviews with managers of comparable companies were conducted with the objective to find out about their human resource processes and the problems they are facing in recruiting and retaining qualified staff. Resulting arguments and findings provide the basis for comprehensive recommendations to the management of the Resort Walensee.

Marketing strategy improvement to enhance a small company's performance in a short and volatile season - The case of the Sailing School Davos (SSD)

Graduate	Dominik Knaus
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Hans – Martin Heierling
Principal	Sailing School Davos

Since tourism industry is highly influenced by seasonal and environmental factors, it is of utmost importance to plan this short period of time to run a business as profitable as possible. Every summer the Sailing School Davos faces the challenge to work as economically as possible, since the season is very short because the lake Davos is drained from the end of September to mid of June. On top of the very short season the business is strongly affected by the natural, meteorological and economical conditions. The aim of this bachelor thesis is to assess the current state of the Sailing School Davos, based on portfolio analysis to get an overview of the company as well as an environmental analysis with appropriate tools. The results of this thesis are strategic approaches to mitigate the effects of the volatile demand caused by the seasonality. Further these findings allow a simple and realistic implementation to bridge the summer season in a winter destination, since the Sailing School Davos is rather a summer activity, than a full time job.

Promotion of wine tourism in Thurgau - What needs to be done to have an attractive wine tourism offer?

Graduate	Marco Küng
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Othmar Lampert
Principal	Weinverband Thurgau, Hüttwilen

One year ago the wine farmers association bundled sales and production together, hence with the new founded umbrella organisation named the wine farmers association Thurgau, the field of wine tourism got its first recognition. During that time first contacts were made with Thurgau Tourism, to market and position wine tourism in Thurgau. Nevertheless wine tourism has not reach the level of importance the wine farmer association wished it had. Thus the aim of this Individual Bachelor Thesis is to give adequate, feasible, doable and marketable ideas on how to promote wine tourism in Thurgau. The Individual Bachelor Thesis consists of four expert interviews involved in wine tourism. As well as two quantitative surveys to have on the first hand the tourism behaviour of tourists in Thurgau and on the other hand to have an inside of the wine tourist in Thurgau. Furthermore literature concerning wine tourism were gathered and analysed and together with a SWOT and a Benchmarked ideas on how to promote wine tourism in Thurgau were formulated.

High Price Destination Switzerland - How Can St. Gallen-Bodensee Tourism React?

Graduate	Corina Küttel
Advisor	Prof. Dr. Silvia Simon
Co-Advisor	Boris Tschirky
Principal	St. Gallen-Bodensee Tourism, St. Gallen

St. Gallen-Bodensee Tourism is the destination management organisation of St. Gallen and its surrounding region. Its aim is to promote the region as a whole. It is therefore of great importance to St. Gallen and its adjacent regions. However the city with its numerous German visitors struggled especially with the effects of the current euro-crisis causing a strong CHF. The aim of this bachelor thesis therefore is to propose some general as well as product recommendations for St. Gallen-Bodensee Tourism. These recommendations are based on a comparison with the benchmark Basel Tourism and with regard to the price differences for tourists from euro-countries. The literature review thus focuses on the topics economy- and euro-crisis and on price differences for the target groups of the respective destination. In addition Expert interviews were made to provide a professional insight into the current situation of some touristic companies. Finally a value chain analysis and a SWOT analysis for St. Gallen were made to figure out some possible practical actions or remedies.

Optimization of Waiting Time during Events with Staging - A Specific Concept and Measurement Plan for Energy Stars for Free 2012

Graduate	Stéphanie Lampart
Advisor	Dr. Alexander Schmidt
Co-Advisor	Roland Köppel
Principal	Habegger, Regensdorf

In today's frantic world people do generally not appreciate waiting times as it leads to boredom, uncertainty and stress. Moreover, it can even have a negative impact on the posterior event. Although the issue occurs in many different realms, this bachelor thesis is particularly concerned with the event industry. Especially in this field, latency is part of the daily business as events often include breaks. In order to overcome the matter a staging concept to entertain the audience is developed. The focus lies on the creation of memorable experiences through triggering the right emotions. A further emphasis is put on how to steer the audience's attention while keeping up the established atmosphere. To apply the learned from the theory, the analyses and the semi-structured expert interviews, a concrete concept proposal for Energy Stars for Free 2012 is developed. This unique event has been chosen due to its many stage alteration phases deriving from technical conversions.

Hotel concepts for the Metropol-location in Arbon and the nearby Hamel plot - Description and evaluation of different solutions which are economically feasible and aligned to the development plans of the city.

Graduate	Christoph Lehner
Advisor	Dr. Andreas Deuber
Co-Advisors	Monique Trummer Kissling
Principal	Stadt Arbon

The four-star Hotel Metropol at Lake Constance in Arbon has been temporarily closed due to lacking profitability. The property has been sold to a real estate developer. The Swiss hotel industry is facing a phase of structural change: changing demand habits and the urgent need for investments have led to diversified hybrid hospitality forms, a new field of hotel business model and financing.

This bachelor thesis aims to evaluate hotel business models which could be economically feasible at this location. Hotel concepts and trends in the hotel industry as well as in the field of residential living are assessed. Thus, this Bachelor thesis shall provide integrated ideas and evaluations for the City of Arbon whether to set the conditions for further hotel usage on the Metropol plot. In addition to that, it shall also recommend whether to integrate residential living components and the neighbouring Hamel plot (a former industry site) into the planning process.

The literature review is completed by brief financial calculations, case study analysis and expert interviews. From these findings recommendations for the City of Arbon are derived.

How can flanking/accompanying measures such as social media activities and pre-events be optimized, in order to raise awareness of the House of Switzerland?

Graduate	Christina Leu	
Advisor	Dr. Brigitte Stangl	
Co-Advisor	Angelica Schempp	
Principal	Federal Department of Foreign Affairs, Presence Switzerland	Bern

To remain successful in the highly competitive and dynamic event industry implementation of new trends and future scenarios have to be sought. An example is hybrid events, which are considered as the most innovative trend in live-marketing and connect social media and events. It is predicted that in the future social media will be an integral part of any successful event. Also, the House of Switzerland (HoS) faces a tough competition due to a very large range of cultural, culinary and tourist entertainment events in the pre-phase and during the Olympic Games. For the first time, the HoS has included social media sites and pre-events in its promotion concept before Olympic Games. Data has been collected on the one hand by conducting a survey among the HoS fans and partners and on the other hand by analyzing log files of the HoS Facebook page and the Twitter channel HoS@London2012. Based on these findings recommendations on the optimization of promotional efforts have been made to raise awareness of the HoS in the pre-phase of the Olympic Games.

The Social Franchise Model of Null Stern – the only star is you

Graduate	Salisa Liewvanich
Advisor	Paul Ruschetti
Co-Advisor	Frank Riklin
Principal	Atelier für Sonderaufgaben, Verein Null Stern, St. Gallen

The Null Stern hotel has closed its doors in June 2010 one year after opening. Even though there is still a high demand, this prototype is now used as a museum. In order to spread the Null Stern – the only star is you spirit an appropriate replication strategy needs to be found. For this reason, researches about the method of social franchising were done since in recent years this term has been established as a new concept to expand social activities. It is about scaling-up a business concept to solve a certain social problem. However, the concept of the social franchise method is to maximise social impacts with limited resources.

The paper discusses different topics in the literature review so as to draw connections to Null Stern – the only star is you. Firstly, the terms commercial and social franchising needed to be explained and specified. Further narrowed down topics were non-profit-organisations, sustainable development as well as the star classification of hotelleriesuisse. The results out of the expert interview with one of the founders deepened the knowledge about the pilot project and future actions.

The main goal of the thesis is to identify whether the social franchise model is appropriate to replicate the philosophy of Null Stern – the only star is you.

The development of new packages for the Seminar- and Wellnesshotel Stoos

Graduate	Tanja Loher
Advisor	Noelene Orsolini
Co-Advisor	Eve Muggenburg
Principal	Seminar- und Wellnesshotel Stoos

The Seminar- and Wellnesshotel Stoos is a four-star superior hotel and is located in the car-free village called Stoos, in the canton of Schwyz. It aims to differentiate itself from its competitors. Even though the hotel already offers standard and special packages according to the season, new packages should be implemented. Therefore, the aim of this thesis is to develop new packages, not only for already existing target groups, but also to attract new guests.

The literature review includes information about innovation and product development, creativity techniques, consumer behaviour, current and future wellness and tourism trends. In addition to the literature review, a survey in the form of a questionnaire is done among the hotel guests. Based on the literature review and the results of the survey, ideas for new packages are developed. The new packages and further recommendations for the hotel are presented in the end.

Audi Snowboard Series - Opportunities for Improvement in the Fields of Sponsorship and Public Relations

Graduate	Dominic Maag
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	David Hürzeler
Principal	Swiss Ski, Bern

The Audi Snowboard Series is a national snowboard tour for up and coming talents in the Swiss snowboard scene. They have completed the second winter season and would possibly like to attract more sponsors. The aim of this Bachelor thesis is, to benchmark the tour with other tours and events, with a close focus on the areas of sponsorship and public relations as well as communication. Therefore, the literature of sponsorship and public relations is covered in a first step.

In a second step, five separate case studies were conducted, examining the Audi Snowboard Series, the TTR World Snowboard Tour, the Nescafé Champs, the Coop Skicross Tour and the BMC Racing Cup.

Finally, these case studies were compared to each other and general tendencies, differences and best practices were derived from the cross-comparison of the various cases. The best practices were reformulated into concrete and direct recommendations tailored for the Audi Snowboard Series.

Hiking Trails as an Experience for Kids and Families

Graduate	Chantal Mannhart
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Markus Comploj
Principal	Savognin Tourismus im Surses, Savognin

The canton of Grisons is strongly dependent on the tourism sector, whereat it gains the biggest part of its income in the winter season. Because the winter season is shortening due to the climate change, it is crucial to strengthen the summer season to cushion this development. On this account, Savognin Tourismus im Surses (STiS) wants to implement an innovative hiking trail for kids. The trail has to be integrated in its natural surroundings and it should convey a learning effect to children. Therefore, the aim of this bachelor thesis is to elicit the expectations of the target group concerning an innovative and children friendly hiking trail in the destination of Savognin Bivio Albula. The theoretical and methodological parts concentrate therefore on tourism in Switzerland, consumer behaviour concerning families and tourism, and the influence of nature on children. In addition, they contain the different analyses and research that have to be undertaken to elaborate a criteria catalogue for STiS. Finally, the results of this bachelor thesis lead to the recommendations, which should help STiS to implement an innovative hiking trail for children.

Suggestions for increasing local attendance at the festival of the Moon and Stars in Locarno

Graduate	Tamara Manolio
Advisor	Roland Köppel
Co-Advisor	Thomas Post
Principal	Good News Productions AG, Zurich

The act of hosting festivals as an instrument for tourism development has gained global momentum in recent years. This has led to many festivals being invented and promoted for the single purpose of drawing new visitors to a specific city or region. When a festival attracts a large number of tourists, the city or region hosting the festival is impacted in many positive and negative ways, which simultaneously affect the residents' attitude and participation at the hosted festival.

A survey conducted by Good News Productions AG in accordance with the visitors' canton of origin, resulted in an overall low participation of the Ticinesi at the Moon and Stars. This Bachelor thesis highlights the reasons why so many people from Ticino do not attend the music festival and their wishes and expectations that could later lead to a change in their behaviour. With the aid of a questionnaire conducted directly with the locals from Ticino and expert interviews, the author was able to gain a valuable insight into the situation, which was later relayed to Good News Productions AG in the form of suggestions on how it might be possible to increase local attendance at the festival of the Moon and Stars.

Strengthening the Summer Business of the Swiss Ski and Snowboard School Klosters - Running a Booking Office for Outdoor Sports

Graduate	Sandra Meier
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Nicole Ammann
Principal	Swiss Ski and Snowboard School Klosters (SSSK)

This thesis shows an approach of how a ski school possibly can establish itself in the summer tourism market. In fact, it demonstrates how this could be achieved at an accelerated pace with minimal risks involved. Yet, it is understood that they cannot achieve this goal by going it alone.

Therefore, it is essential to develop a comprehensive clarification of collaborative action, in particular strategic alliances, as well as to identify its role. Alliances bring the possibilities to obtain diversified offerings. Indeed, diversification seems to be a must in terms of Alpine summer tourism development.

Hence, the theoretical components of this study intended to examine these three key aspects. Subsequently, the following methodology has been applied to turn this into SSSK's real business practice. Firstly, the potential partners have been interviewed. Secondly, desk research has been conducted in order to analyse benchmark practices. These findings will underline the final recommendation for the SSSK.

How to Supply Grisons Gastronomy with Regional Organic Products - Possible Ideas and Concepts

Graduate	Rona Meins
Advisor	Prof. Dr. Silvia Simon
Co-Advisor	Andi Schmid
Principal	Bio Grischun, Chur

When considering regional and organic products Grisons has a unique opportunity, as agriculture is one of the main economic drivers in the canton. Although approximately 56% of the agricultural establishments are of organic nature, it is currently not very common to find regional and organic products within the local gastronomy, as there is still a large gap between these two industries. This is particularly evident in the procurement and the logistics of obtaining those products. Thus, this bachelor thesis brings together the most important players by taking a closer look at the gastronomic sector as well as intermediaries and the producers of these specialized products, including/and the current relationships which they maintain. Furthermore different concepts and ideas are developed in order to find solutions and synergies within this field. This should help to facilitate and improve the procurement with the aim of increased integration of regional and organic products in restaurants and hotels of the region.

Should bio fuels be introduced in the aviation industry at a large scale? Based on stakeholder's opinions in the case of Swiss International Air Lines Ltd.

Graduate	Thomas Meister
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Gieri Hinnen
Principal	Swiss International Air Lines Ltd., Zürich

Globally, aviation produces around 2 % of the man-made carbon dioxide. Furthermore, they rely on fossil fuels, which are supposed to extinguish and furthermore prices are deemed to rise in the future. Therefore, aviation is basically in demand of an alternative energy source other than fossil kerosene.

Bio fuels, which are fuels made from a renewable energy source, biomass namely, seemed to be the dream solution some years ago. However, very recently they came into harsh criticism especially from Non-Governmental Organisations (NGO's) such as Swissaid or Friends of the Earth, due to the fact that bio fuels would cause social as well as ecological issues. Therefore, bio fuels have been discussed very controversially recently, since the aviation sector is still very positive towards bio fuels and sees a great potential. It has to be taken into consideration that there are various feed stocks from which bio fuels can be produced and therefore a great variety of bio fuels exists. Bio fuels for the automobile industry for instance are already in commercial use whereas for aviation markets have not yet taken off.

However, the main objective of this work is basically to find out, whether Swiss should think about introducing bio fuels at a large scale in the near future based on stakeholder's opinions including NGO's, aviation industry and scientists. The literature review is supplemented by interviews with different experts in the specific field of aviation bio fuels (stakeholders). Finally, recommendations for Swiss are deduced from the findings.

Staging of experiences and emotions in tourism - The case of the 'Bärenpark' in Arosa

Graduate	Anna Sophia Moro
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Pascal Jenny
Principal	Arosa Tourism, Arosa

As the summer tourism is gaining in importance due to the stagnating winter business alpine tourism destinations are forced to create appealing and sustainable attractions for their guests to differentiate from the competitors. Therefore, Arosa Tourism launched the idea to establish a bear park on the undeveloped side of the destination. It is seen as opportunity to revitalize the summer business through generating more overnight stays and day visitors. The intention of this Bachelor Thesis is to analyse the project and determine how the 'Bärenpark' Arosa could be the next successful product after the All-inclusive concept in Arosa. Therefore, literature concerning the experience staging in tourism had been analysed and expert interviews were conducted to finally make some recommendations for Arosa Tourism.

Concept for optimising operative management of non-profit sport associations - A concept and implementation plan for Chur Unihockey

Graduate	Beatrice Müller
Advisor	Dr. Alexander Schmidt
Co-Advisor	Cornel Ehrler
Principal	Chur Unihockey, Chur

Non-profit sport associations deal with several challenges when it comes to their management. Not only is there a high dependence on voluntary work but also do they face limited financial means. In order to acquire and retain human and financial resources non-profit sport clubs have to make a lot of efforts. Given this situation, the question is raised how a non-profit sport club can use its resources in an efficient manner. Therefore, this paper aims at developing a concept for the optimisation of operative management of non-profit sport associations. This theoretical concept is applied to the case of Chur Unihockey. In the literature review various sources relating to non-profit sport associations and operative management are examined. Expert interviews provide further insights into the topic and the case of Chur Unihockey. Besides that, a benchmark analysis of similar non-profit sport clubs has been undertaken by conducting expert interviews and secondary data research. Based on these findings the concept for Chur Unihockey accompanied by concrete implementation measures has been developed.

Guideline for the Development of New Touristic Offers - How to Develop Tourism Packages at PostAuto Graubünden

Graduate	Jasmin Müller
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Kurt Willi
Principal	Post Auto Graubünden, Chur

Public transport is a very common phenomenon in the world, in Europe, and especially in Switzerland. Buses, in extension, are the most prevalent form of public transport in many places. In Switzerland, PostAuto is the main provider of this public service. PostAuto offers a variety of tourist package offers, encapsulating a variety of areas and adventures. Within this Bachelor thesis these various offers are analysed, focusing on Graubünden, with the help of different marketing tools such as; SWOT-Analysis, an analysis of competitors and a cost-benefit-analysis in order to determine the best practice. Several expert interviews were conducted in the course of researching this paper. These, coupled with the investigation of relevant literature, revealed the factors that are most important for success in regards to tourist package offers. A primary goal is to offer a guideline on how to develop these offers at Post-Auto Graubünden. Recommendations concerning this guideline and propositions for the development of future package offers are also established.

50plus – time to travel - What is the perfect offer for active people over 50 and how can this product be distributed

Graduate	Isabel Nahmias
Advisor	Christine Kern
Co-Advisor	Ruedi Bless
Principal	Globetrotter Tours

Due to demographic changes, the market segment «50plus» will play a key role in the near future and have a massive influence on tourism as more and more travellers belong to this age group. Tourist agencies will feel an urge to react to this shift and provide travel offers that satisfy the expectations and needs of the afore-mentioned target segment in order to remain successful in a highly competitive market. Therefore, Globetrotter Tours plans on creating an offer for this age group, however no research of their expectations and needs has been done yet. The aim of this thesis will be to find out what elderly people normally expect and in what way Globetrotter Tours is supposed to design their new offer «50plus – Zeit zum Reisen» in terms of competition ability. Since the «50plus» segment opens up a whole new market, little research has been carried out in the tourism field. The main objective of this thesis consists in filling this gap and providing recommendations to Globetrotter Tours in regards to the contents of such a new offer and in regards to its distribution and promotion, respectively. As Globetrotter Tours is a niche-oriented travel agency, a survey directed to their customers instead of a general approach has been conducted.

Experiential Marketing in Swiss alpine destinations - Differences between successful and less successful tourism destinations

Graduate	Therese Poltera
Advisor	Roland Köppel
Co-Advisor	Andrej E. Isler
Principal	BRANDSOUL PLC, Zurich

Experiential Marketing is becoming increasingly important in the tourism sector as companies endeavour to differentiate themselves from competitors. Today and in the future, the success of tourism destinations depends on the design and implementation of experiences. However, many Swiss alpine destinations display weaknesses in this field.

The aim of this Bachelor Thesis is to investigate which Experiential Marketing tools are currently implemented by Swiss alpine destinations and what makes the difference between successful and less successful Swiss alpine destinations. In order to answer the research questions, three successful and three less successful Swiss alpine destinations were analysed and compared. First, the six Swiss alpine destinations were identified using the «BAK Top-Index». Then, primary data collection was conducted by means of semi-structured telephone interviews with six tourism organisations. In order to evaluate the differences between the Swiss alpine destinations multiple-case studies were created.

Improving quality management by introducing the next step of Kaizen at Swiss International Air Lines Ltd. - Assure optimization through process transparency by visual management focusing on cabin crew members

Graduate	Milica Radovanovic
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Reto von Atzigen
Principal	Swiss International Air Lines Ltd., Zurich

KAIZEN, the Japanese business philosophy, methodology and toolset, has become very important in today's and modern business environments. Toyota, the famous Japanese car manufacturer, originally started in the early 1950's to develop business processes, business procedures, as well as workflows using a revolutionary new mind-set, in order to steadily improve and refine its business and organizational structures.

Today's KAIZEN toolset consists of six steps to be followed for its successful introduction in a company's business environment. This thesis focuses on the 4th step, implementing visual management, to be introduced at SWISS. A company that is well aware of the importance of KAIZEN for their success and currently in the middle of its implementation. The paper concentrates on what could be visualized and how optimization could be assured tomorrow through visual management and is limited on the cabin crew business unit at SWISS. This Bachelor thesis starts with a literature review about the various topics related to quality management, that are: KAIZEN in general, labour psychology, visual management and key performance indicators and is intended to identify possible instruments and information that could be visualized for cabin crew members. Next, the thesis is substantiated and supported by interviews and focus groups consisted of notable experts. At the end, all the findings and observations are collated and recommendations for SWISS are suggested.

Ecotourism in South Africa: Development of Community Based Tourism

Graduate	Giannina Rageth
Advisor	Dr. Bruno Abegg
Co-Advisor	Fabian Jenni
Principal	South Africa Stay GmbH, Uster

South Africa's rural areas are often rich in cultural and natural attractions. Also the province Eastern Cape is an important part of the overall South African tourism destination with nearly unspoiled resources. While one might expect that indigenous communities should be able to participate in the development of tourism programs, this is often not the case in developing countries. Community Based Tourism (CBT), therefore, focuses on the participation of previously disadvantaged people in tourism development in order to ensure a more sustainable industry.

This Bachelor thesis concentrates on the perception and implementation of CBT in Eastern Cape of South Africa and its promotion and potential on the Swiss tourism market. Thus, the literature is based on the concept of CBT followed by an introduction to the case study South Africa. Furthermore, expert interviews with three CBT project owners on the Wild Coast of South Africa and three Swiss tour operators were conducted. Implications for South Africa Stay GmbH and other stakeholders were concluded from the results.

The development of new services for Globetrotter Travel Service AG

Graduate	Nadine Rancetti
Advisor	Noelene Orsolini
Co-Advisor	Sandra Studer
Principal	Globetrotter Travel Service AG, Bern

The increasing importance of the Internet in the past decades has led to the fact that the role of traditional travel agencies has been changed dramatically. They used to be the intermediaries between customers and travel suppliers such as airlines. Through the emergence of the Internet, airlines were able to cut costs by establishing their own distribution systems and thus bypassing traditional travel agencies. Therefore, travel agencies lost part of their function as sales agents. As especially young people book their journeys in the Internet, the aim of Globetrotter is to lure them back. Although various literature about the altered role of traditional travel agencies exists, little research has been done in the field of the rather young target group and its behaviour and desires concerning travel bookings. This Bachelor Thesis thus strives to find solutions in the form of new services which help Globetrotter to strengthen their position in the competitive travel industry. In order to do so, the literature review is supplemented by an E-Survey with 312 respondents in the age between 18 and 28 and a competition-based benchmark analysis.

Key Buying Factors of Airlines to select a suitable Ground Handling Company

Graduate	Jan Resele
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Martin Meyer
Principal	Airline Assistance Switzerland Ltd, Zurich

Due the liberalisation of the ground handling market in the EU, ground handling companies are acting in a highly competitive market and need to adapt their business strategies to stay competitive in the market. In these days airlines are using the enhanced competition within the ground handling market and force the ground handling companies to adapt their pricing models for ground handling services.

The aim of this thesis is to evaluate possible key reasons or key factors for choosing a ground handling company (Safety Record, Price, Quality, Network, Image etc.). While various literature about the airline business exists, little research has been done in the field of ground handling. The literature review is supplemented by an online survey with 24 decisions makers from airlines in the field of ground operations and procurement and personal meetings and discussions at the IATA Ground Handling Conference in Prague. Finally, the most important key buying factors for airlines are deduced from the findings.

Female Staff and Leaders of the Rhaetian Railway - Current Situation and Future Development

Graduate	Susanna Roffler
Advisor	Dr. Heinrich Bischoff
Co-Advisor	Stephanie Rielle
Principal	Rhaetian Railway, Chur

The Rhaetian Railway is one of the major transport companies, an important tourism partner and belongs to the largest employers in the Canton of Grisons. In this thesis a clear focus is set on the women in the workforce of the Rhaetian Railway. Considering the shortage of skilled workers, the recruitment and retention as well as the fight for talents constitute a great challenge. A proportionally high number of men work at the Rhaetian Railway, especially in certain areas and professions. Similar is the case in leading positions where women amount in a minority. The qualitative interviews showed the employees' satisfaction in the current situation and where gender issues are located. This thesis presents valuable recommendations on how to attract and promote more women. Moreover, the importance is highlighted for the Rhaetian Railway to actively position itself for equal opportunities and diversity management to become a women and family friendlier company.

Expectations of touristic stakeholders in Grisons on the Olympic candidacy «St. Moritz 2022» and the consequences for the initiative committee.

Graduate Corinne Roost
Advisor Jon Andrea Schocher
Co-Advisor Gaudenz F. Domenig
Principal Verein Olympische Winterspiele Graubünden 2022, Davos

Sports mega-events are rare in Switzerland and particularly Olympic Games have been executed only twice up until now. However, Swiss candidacies for Olympic Winter Games occurred on a regular basis and the narrowly lost candidacy of Sion in 1999 and the resulting frustration is still present in everybody's mind. Nevertheless, the Association XXIV. Olympic Winter Games Grisons 2022, in strong cooperation with the Federal Government and Swiss Olympic, has again decided to candidate for the Olympic Winter Games in 2022. The innovative concept intends to organise the Games in the spatially limited Alpine sites St. Moritz and Davos and pursues the objective to abandon gigantism. Since the whole canton of Grisons would be involved in such a sports mega-event and the tourism industry represents a crucial economic factor of the region, this Bachelor Thesis focuses on identifying the expectations of touristic stakeholders in Grisons on the Olympic candidacy St. Moritz 2022 and its Association in order to develop recommendations to make the forthcoming plebiscite on the candidacy in March 2013 a success for the Association.

Image of Snowmaking - Image of technical snow production within the German speaking area of Switzerland in order to provide strategies for Bergbahnen Graubünden to improve public perception of technical snow production and its benefits.

Graduate Patric Andrea Rota
Advisor Romano Wyss
Co-Advisor Marcus Gschwend
Principal Bergbahnen Graubünden, Lantsch/Lenz

Winter tourism is the main economic contributor for many alpine destinations in Switzerland. Increasing competition, climatic changes, higher customer expectations, and technical innovations have led to an increased use of technical snow production within the last decades. Most research was devoted to ecological and economic effects, but not on the actual perception of technical snow production. The aim of this bachelor thesis is to provide the association Bergbahnen Graubünden with information about the image of technical snow production within Switzerland and developing strategies to improve this image.

As there is very little literature available regarding the image of technical snow production, an online survey with more than 500 people from the German speaking area of Switzerland was conducted to supplement the literature review. The findings of survey and literature are combined to develop strategies that can help Bergbahnen Graubünden influencing the image of technical snow productions and its benefits.

Sponsorship Problems and Challenges in Fringe Sports - The case of bobsled and skeleton sports

Graduate Janine Röthlisberger
Advisor Jon Andrea Schocher
Co-Advisor Martin Galliker
Principal Bobteam Galliker/Millag GmbH, Oberentfelden

In Switzerland, around 83 national sport federations are attached to Swiss Olympic. Most of them are unknown by the general public and hence are called 'fringe sports', indicating that the sport does not receive much attention, be it from media or society. As a result, it might be assumed that there are certain challenges and problems for athletes, teams or federations with regard to the finding of sponsors.

As there is not much literature available on sponsorship in fringe sports, this thesis analyzes sponsorship structures and processed in fringe sports on the basis of bobsled and skeleton sports in Switzerland. Also, a comparison is drawn to sponsorship approaches and practices of other (fringe) sports. The critical success factors of sport sponsorship are evaluated as well as recommendations for sponsorship improvements are provided.

In order to address the before mentioned aims, twelve in-depth interviews were conducted including four athletes, two federations, two sponsors of federations, three sponsors of athletes and two sport management agencies.

Hotel Marketing Communication - The Concept of Casa Clarezia Waltensburg

Graduate Anna Rozumowski
Advisor Dr. Heinrich Bischoff
Co-Advisor Tim Zoetmulder
Principal Casa Clarezia, Waltensburg

In many regards, Casa Clarezia is a special hotel. It follows a unique concept, involving the guests in a family like atmosphere, inviting them to join common indoor activities and outdoor hiking tours. Guests also participate voluntarily in helping in the kitchen, clearing the tables and tidying their rooms. In addition, Casa Clarezia has reached a distinct price leadership, offering holidays everyone can afford. As a result of the current economic crisis, Casa Clarezia has to intensify the marketing efforts. In order to attract new guests, the hotel needs to effectively communicate its unique concept to the specific target groups. This thesis aims to develop external and internal marketing communication concepts for Casa Clarezia. The research is based on a review of the management literature and on interviews with management, employees and guests of Casa Clarezia. In addition, experts and employees of comparable hotels were interviewed. The analysis of the research findings and of the current situation results in comprehensive recommendations for the management of Casa Clarezia, intended as an inducement for the hotel's future development.

The development of a new product concept for a banquet hall - How can the revenue of a banquet hall be optimised during weekdays?

Graduate	Florence Schelling
Advisor	Noelene Orsolini
Co-Advisor	Wolfgang Rapp
Principal	FBM AG, Zurich

The banquet hall industry is part of the gastronomy industry and is known for being a highly competitive market, especially in the surroundings of Zurich. Therefore, a restaurant wanting to assert itself on the market needs a strong concept for each offered product or service. The Restaurant Schiffflände in Maur is eager to optimise their revenue during weekdays concerning the banquet hall.

Even though a product concept is essential for every company in the gastronomy sector, often too little importance is attached to it. This Bachelor thesis illustrates what is required to develop a complete product concept for the banquet hall of the Restaurant Schiffflände and investigates in new usage possibilities.

The main objective of this paper is to set up a product concept for the banquet hall in the Restaurant Schiffflände to optimise their revenue during weekdays.

Dynamic Pricing in a Non-Profit Organisation - Possibilities and Limitations for the Swiss Youth Hostels

Graduate	Annika Schindler
Advisor	Prof. Dominik Just
Co-Advisor	Janine Bunte
Principal	Swiss Youth Hostels, Zürich

The non-profit sector is currently confronted with a number of new challenges. The overall demand for their services as well as the existing competition is increasing while money from donations and grants is decreasing. Therefore, more sophisticated management methods, particularly pricing methods, are needed to face these developments. This Bachelor thesis aims to analyse if and how the Swiss Youth Hostels as a non-profit organisation can implement and communicate a dynamic pricing approach. It provides an overview of current literature about dynamic pricing in the hospitality industry and literature about pricing in non-profit organisations. Based on this review and interviews conducted with experts from the field, all aspects of dynamic pricing that are relevant for the Swiss Youth Hostels are outlined and concrete recommendations for a successful implementation and communication of this pricing approach are deducted.

Periodic employee survey in the Hotel Giardino to guarantee work satisfaction and define goals for superiors - Analysis of the survey instruments regularly used in the hotel and suggestions how to improve them or introducing alternatives

Graduate	Fabienne Schläppi
Advisor	Dr. Andreas Deuber
Co-Advisor	Philippe Frutiger
Principal	Hotel Giardino, Ascona

The service industry lives by interaction between customers and employees and therefore employees are the most valuable resource of a hotel. Consequently, it is essential to ensure that employees are satisfied with their job. Especially in the Hotel Giardino, since their corporate philosophy is based on the assumption that employee satisfaction has a direct influence on customer satisfaction. In order to measure and increase work satisfaction this company implemented an employee survey whereas its findings are transferred into goals that have to be achieved by superiors. Since experiences with this tool have not always been positive an assessment was considered. This thesis presents improvements for the job satisfaction instrument currently applied. The suggestions are based on a detailed evaluation about the strengths and weaknesses of the survey process.

Conception and Implementation of Modern Event Management in the Appenzellerland

Graduate	Laura Schläpfer
Advisor	Dr. Alexander Schmidt
Co-Advisor	Urs Berger
Principal	Appenzellerland Tourismus AG

Several events are offered as part of the touristic product in the Appenzellerland. These offers became more and more important over the last years as higher workload turned leisure time into an increasingly important way to escape daily life and experience something new. However, for the tourism organization Appenzellerland Tourismus AR events are difficult to promote, as not all the information about events is automatically forwarded to the organization. A further difficulty the tourism organization deals with is how to evaluate which events are of interest to the tourists.

The goal of this thesis is to develop a concept for an improved event management for the destination Appenzellerland. The literature review outlines the theoretical approach to this concept and is consolidated into an 'ideal' concept for event management in a destination. An analysis of the current state, measured against target objectives, shows fields of potential improvement. And measures for improvement, based on these findings, are proposed.

How the appropriateness of the prices of Hotel Schweizerhof Lenzerheide can be better communicated to the guests – concepts and concrete measures.

Graduate Sasithorn Schlatter
Advisor Dr. Andreas Deuber
Co-Advisor Claudia Züllig-Landolt
Principal Hotel Schweizerhof, Lenzerheide

Robert Gately once said, «effective communication starts with listening». The same can be deemed as true in the marketing world. It is a widespread fact that companies should be well informed about their customers' behaviours and needs to effectively communicate their products. In the face of an economical downturn, consumers tend to be more careful in buying and increasingly price sensitive. Hence, the need to optimize the communication of prices to guests is crucial.

This paper will first explore the extensively researched field of consumer behaviour in the form of literature review. This is followed by an general overview of the current communication strategy of the hotel. Additional, a survey on the hotel Schweizerhof Lenzerheide's guests was conducted, along with expert interviews. A case study on the Renaissance Hotel Luzern will also be presented. To conclude the thesis, recommendations on how to optimize the communication of price are made based on the results and findings.

Potential analysis of the «Naturstimmenfestival» - A concept of new development options for the festival

Graduate Aurelia Schöb
Advisor Dr. Alexander Schmidt
Co-Advisor Hans Bütikofer
Principal Association KlangWelt Toggenburg

The event industry is characterised by constant changes. While the increasing social alterations lead to new ways and forms of entertainment, customers benefit from a broad range of available offers. Thus, event organisers are forced finding new ways for value creation and differentiation. This Bachelor Thesis aims for providing possible development options for the «Klangfestival Naturstimmen» in the Toggenburg.

While the theoretical part focuses on the strategic assessment and development of established festivals, the empirical part aimed for identifying the potential of the «Klangfestival Naturstimmen». The research is conducted by a visitor survey with 374 responses and expert interviews. Apart from that, a benchmark analysis with six similar festivals's regarding development options and key processes were completed. Out of the data possible development strategies were identified and examined by their feasibility. Finally, the festival organiser KlangWelt Toggenburg received a new festival concept with implementation plan.

The development of a CRM strategy for Spinout SportTours TUI

Graduate	Monika Schoop
Advisor	Noelene Orsolini
Co-Advisor	Bettina Vögeli
Principal	Spinout SportTours TUI, Zurich

Spinout SportTours TUI provides wind surf, surf, kite, and dive vacations. So far Spinout does not have a customer relationship management strategy, which would be of high interest since they try to acquire new customers and bring back lost customers of the diving segment. The customers were lost due to confusion about management style and dissatisfaction with the consulting service when the diving sector belonged to TUI Germany and not Spinout itself. A suitable customer relationship management strategy would help to solve these issues and improve SST's reputation. A suitable CRM strategy would support future marketing, sales, and service activities. It would also help in finding the right customers through the right distribution and communication channels.

The research provides a proposal to develop the CRM strategy and a proposal to find new distribution and communication channels. Recommendations for Spinout are deduced from the literature review and the findings section with expert interviews from various industries.

Development of a Sponsorship Plan for the «Festival della Castagna» in the Valley of Bregaglia

Graduate	Sarah Schümperli
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Michael Kirchner
Principal	Bregaglia Engadin Turismo, Stampa

The Festival della Castagna is an event taking place in the Valley of Bregaglia. This year, it occurs for the eighth time and will last approximately 15 days. During these days, visitors have the possibility to taste dishes made out of chestnuts as well as taking part on several cultural related activities.

As the Festival della Castagna becomes more and more popular, further financial sources are needed in order to carry out the event. Additional money from sponsors is the desired solution for this problem of missing financial sources. Therefore, aim of this bachelor thesis is to propose three sponsors which fit well to the Festival della Castagna. To reach this goal, the festival itself and an assortment of potential sponsors have been examined in detail to find out which sponsors are the best suited for the event. Furthermore, a literature review provides additional insights into the theory of sponsorship, supporting the value of such a tool. Last but not least, several recommendations give ideas about a possible future sponsorship relationship between sponsor and sponsee.

How successful are Summer Products for Families? Benchmark Analysis of Summer Offers and Application to Elm

Graduate Bianca Schwab
Advisor Romano Wyss
Co-Advisor Jasmin Schläpfer
Principal Sportbahnen Elm, Elm

The significance of summer tourism increased in the last years also due to implications from climate change. The Sportbahnen Elm are quiet successful in winter tourism and with the upcoming trend of the summer season they want to improve its summer offers and make it more competitive too. This bachelor thesis aims to identify key success factors for summer offers for families which will be analysed through a benchmarking study. Another goal within this work is to get a closer look at the summer portfolios and best practice summer offers from competitors which were chosen due to their comparability towards the Sportbahnen Elm. The final benchmarking partners include Sattel-Hochstuckli AG, Diemtigtal, Wildhaus/Toggenburg, Bergbahnen Flumserberg AG and the Sportbahnen Melchsee-Frutt. The paper comprises a theoretical and practical part. Further, the paper presents the Sportbahnen Elm in more details with a SWOT analysis of its summer portfolio. Research was done through qualitative expert interviews with the five benchmarking partners. The findings are summed up in a gap analysis, a spider plot and an action plan for the Sportbahnen Elm was developed where highly important criterias for successful family summer offers are listed.

Social Media as a new strategic approach for Bischofberger Info-Reisen

Graduate Caroline Schweizer
Advisor Dr. Brigitte Stangl
Co-Advisor Melanie Felber
Principal Bischofberger Info-Reisen AG, Zürich

With the growth and development of the Internet, social media has allowed for new possibilities in marketing companies. Although there is a high potential for the tourism industry, Bischofberger Info-Reisen has not applied it as a marketing instrument. The purpose of this bachelor thesis is therefore to provide a comprehensive picture of how Bischofberger Info-Reisen could use social media in their marketing activities. The first part delivers theoretical insight into the necessary background information of the diversity of social media and its channels as well as the characteristics of social media as a marketing instrument. The second part provides an empirical content analysis, which focuses on the top tour operators of Switzerland and Germany. Furthermore, expert interviews are carried out in order to investigate their experiences and practical approaches with social media as a marketing tool. With the basis of the literature review and empirical research, the study finally aims at offering recommendations for Bischofberger Info-Reisen.

Analysis of customer expectations of booking information service - Development of new customer service process from booking until departure

Graduate	Justine Chantal Solèr
Advisor	Christine Kern
Co-Advisor	Fabian Wismer
Principal	Travelwindow AG, Zurich

In general, customers are increasingly demanding for individual customer service preferably according to their personal preferences. Travelwindow AG wants to assess with its Swiss online travel agency travel.ch whether customers still prefer to receive their booking information service only by post or if their expectations have changed. This thesis analyzes the current customer service process of travel.ch by means of a comprehensive travel market analysis, supplemented by two internal expert interviews and an online survey questionnaire for former customers.

Further, an assessment of customers' willingness for paying a small extra amount for customer service by post is given. Another fundamental surveyed aspect is the potential difference among age groups. All in all, it is not only the purpose to create a new customer service process in case of customers' demand, but also to give recommendations on small adaptations of existing items and new innovations.

Crisis Communication after a Natural Catastrophe - The reflection and improvement of an existing crisis communications concept in a Swiss alpine destination

Graduate	Lucas Soltermann
Advisor	Ines Jansky
Co-Advisor	Nora Fehr
Principal	Dr. Schenker Kommunikation AG, Bern

Natural Catastrophes are a phenomena of the nature with a huge potential for damage. On one side, there is the structural damage which can be fixed, on the other side, there is the reputational damage which is hard to rebuild if a crisis is not managed professionally. The field of crisis communications plays a major part in keeping or restoring the image and reputation. The focus of this bachelor thesis is to examine an existing crisis communication concept of an alpine destination by comparing it to the current scientific literature of the topic. Furthermore, with the help of in-depth expert interview and SWOT Analyses, suggestions are given on the creation of a successful crisis communications strategy.

Finally, the results of the examination of the existing concept are compared to the approaches of the newly created concept of this thesis and measures to be taken are highlighted.

Cross cultural communication and leadership within a culturally diversified company: the case of Themed Attractions Malaysia

Graduate	Livia Somerville
Advisor	Christine Kern
Co-Advisor	Steve Peet
Principal	Themed Attractions, Kuala Lumpur Malaysia

It is a common scenario that Asian companies do not constrain their pool geographically when recruiting personnel for emerging business fields. This employee structure development through the allocation of knowledge results in enterprises with multicultural teams. Themed Attractions Malaysia can be classified as one of these culturally rich and diversified companies. The company develops and operates themed attractions across the country. It was incorporated in 2009 and only in February 2012 the first attraction KidZania, which focuses on the new trend of Edutainment (combination of education and entertainment), was launched.

This IBT aims to decipher the company's current culture by analysing the cross cultural communication. Finally, it will give recommendations for a leadership style which should enable the cultural diversity to be an advantage instead of a hurdle in daily business. The author of this IBT will spend six weeks in the company to conduct the primary research.

Evaluation of the Acceptance of Integrated Destination Management Structures - A Feasibility Study in the Destination of Haslital

Graduate	Martina Stadler
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Ueli Hug
Principal	Haslital Tourismus, Meiringen

Despite large natural and cultural potential of the destination, Haslital's tourism has not advanced significantly during the last years. The internal problems the destination faces are considered typical for Alpine regions, as they strongly relate to the prevailing fragmented structure in terms of ownership and product and service development. Hence, the aim of this study is to evaluate the acceptance of more integrated destination management structures and give recommendations to Haslital Tourismus regarding how to develop its management approach to help to, as a destination, become more competitive again. The bases of the study and recommendations are twofold: on the one hand, literature review and best practice examples; on the other hand, an analysis of Haslital as tourism destination and interviews with some of the tourism suppliers of the destination to include the specific view of different stakeholders. As a feasibility study, it does not include a detailed conception of how to proceed.

Development of a Marketing Concept for the MICE Tourism in Flims Laax Falera

Graduate	Daniela Stocker
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Yasmin Cachemaille Grimm
Principal	Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa, Flims

MICE tourism, which encompasses meetings, incentives, congresses and events, is a high-yield sector within the tourism industry. Due to its attractiveness, many destinations start to make huge investments into the MICE sector, which leads to more intense competition. In this highly competitive market, it becomes crucial for destinations to create successful marketing strategies. Therefore, the aim of this bachelor thesis is to develop recommendations on how to improve the marketing strategy of the destination Flims Laax Falera in order to enhance its competitiveness. The literature review provides an overview of the meeting industry with special focus on MICE marketing. In a second step, expert interviews were accomplished to evaluate the destination Flims Laax Falera and its current marketing activities as well as to develop trends and challenges facing the meeting industry. Furthermore, a benchmark analysis with four leading MICE destinations in Switzerland and Austria was conducted. Finally, recommendations for Flims Laax Falera are derived based on the findings outlined by the literature review, the expert interviews and the benchmark analysis.

Event development of a sport event for an alpine destination - On the case of Engadin Scuol Samnaun – potential for a ski uphill race

Graduate	Maria Stuhr
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthe
Co-Advisor	Kurt Kirschner
Principal	Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG

The sport tourism market within alpine destinations has a lot to offer for passionate athletes. Many companies and independent organisations provide a high range of touristic products and events during the winter season. Observing the development of winter sport activities and events it was recognized that the trend concerning ski mountaineering is steadily increasing and evermore devotees are following this trend. This thesis examines the potential of the destination Engadin Scuol Samnaun as a host destination for a winter sport event called ski uphill race. Therefore, it has been researched, compared and analysed already existing ski uphill races within the market to identify specialities, requirements and difficulties for the development of such an event. The thesis is based on a literature review on event management, winter sport events, event destinations and event development issues. The author supports the findings with expert interviews, online surveys and several applied analysis to examine the potential of the destination Engadin Scuol Samnaun.

Assessing the eligibility of potential customer loyalty programmes for leisure airlines - The Special Case of Edelweiss Air

Graduate	Pascal Stumpp
Advisor	Michael Tschapka
Co-Advisor	Michael Trestl
Principal	Edelweiss Air AG, Zurich-Airport

With the liberalisation of the airline industry in the 1980's and 1990's, the globalisation and the increasing competitive constraints air travel became increasingly a commodity that almost everyone could afford. In current days, customers are not able to differentiate the services and products among different airlines anymore which leads to an exchangeability of homogenous products. Therefore, customers are likely to switch between different airlines when flying for leisure purposes. For airlines such as Edelweiss Air it is not only crucial to focus on differentiation by unique product and service attributes but also to offer attractive incentives to loyal customers.

Even though literature about customer loyalty programmes in the airline industry exists, comparatively few studies specifically address the embodiment of a customer loyalty programme for leisure airlines. Therefore, this bachelor thesis aims at identifying and investigating characteristics and elements that a potential customer loyalty programme for Edelweiss Air should include. In particular this thesis addresses the subject areas of the leisure travel demand, Customer Relationship Management, customer retention and customer loyalty programmes. Literature review is complemented with an empirical part including a survey that has been conducted among 295 respondents. Lastly, managerial implications were derived and suggested.

How to develop an efficient sport sponsorship - Case study Vacon

Graduate	Johan Sundkvist
Advisor	Paul Ruschetti
Co-Advisor	Elina Kalela
Principal	EFM Sports GmbH, Chur

Increased investments in the area of sport sponsorship have not been paralleled with increased understanding of the topic. Therefore, to improve the sponsorship process for companies, this thesis aims at providing a complete concept of how a sport sponsorship should be developed from the perspective of organisations.

To create this concept all the elements within the sport sponsorship process will be carefully evaluated and structured within the literature review and then be applied to a practical case. The case will be constructed according to the organisation of Vacon, a Finnish AC drive producer.

The case will provide insights in business-to-business organisations which are often associated with using sponsorship as a support to the society (donation) rather than using it integrated with other promotion tools to reach the broader corporate objectives. Consequently, focusing on these kinds of companies will challenge the concept and lead to interesting recommendation and discussion points.

How to increase the brand awareness of ESL in Eastern Switzerland

Graduate	Marion Suter
Advisor	Michael Tschapka
Co-Advisor	Rahel Wildhaber
Principal	ESL, St. Gallen

The language travel industry is getting more and more competitive. The challenges for language travel agencies to stand out against competitors are increasing. Based on the observation that ESL is not very well known in Eastern Switzerland this bachelor thesis intends to elaborate recommendations about how to increase the brand awareness of ESL in Eastern Switzerland concerning the target group of students. First of all an insight into ESL and the Swiss language travel market is given. Then the differences between a corporate brand, a product brand and a service brand are described. In addition the characteristics of the language travel product are discussed. As brand salience is not enough for high involvement products such as language travels the influence of brand equity on brand awareness is analysed. Within this main topic all influence factors on brand awareness such as brand image, brand differentiation, brand associations and others are discussed. Last and not least a survey among potential customers of ESL has been carried out. The bachelor thesis results in clear recommendations on how brand awareness can be increased within the given market and target group.

Online Distribution in the Swiss Alpine Hospitality Industry - Opportunities and Threats for the Resort Walensee

Graduate	Janine Sutter
Advisor	Alexander Fritsch
Co-Advisor	Marius Haag
Principal	Resort Walensee, Unterterzen

In the last years online distribution channels gained of importance in the hospitality industry. Through this new marketing and promotion technology it has become easier for hotels to attract a broader target market. However, the current economic situation in Europe is affecting the tourism industry, specifically in the Swiss alpine regions. Therefore, for many European guests a vacation in Switzerland has become too expensive forcing them to dislocate to the neighbouring countries.

The Resort Walensee, principal of this Bachelor Thesis, has been affected by this trend and is therefore keen on developing its distribution in order to increase the occupancy rates of the hotel rooms and apartments. For this purpose different analyses and an online customer survey were conducted to collect information from different perspectives. Based on this information several future marketing strategies were then developed in order to avoid threats as well as to take advantage of arising opportunities.

Conception for Summer Tourism in the Obergoms

Graduate	Daniel Tesolin
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Mathias Fleischmann
Principal	Gästecenter Obergoms, Münster

Due to environmental and social trends the summer season is becoming increasingly important again for alpine destinations. In order to face monopolistic competition and extend the season destinations have to develop a clear positioning strategy.

The goal of this thesis is to develop a clear summer concept that includes specific target groups, theming and recommendations for possible products and collaborations.

After depicting the development and success factors of alpine summer tourism, the process of a successful positioning is discussed. The creation of a RB value profile of the destination serves as a basis for the evaluation of possible target groups, which are further analysed and judged according to their attractiveness and reachability for the destination. A theming is proposed, which emphasizes the potential USPs of the destination and fits the target groups. In a last step, products, changes and collaborations are discussed to further strengthen the proposed positioning.

All steps of the process are developed with the help of expert interviews.

Introducing mobile devices into daily flight operations - A study on the case of Swiss International Airlines Ltd.

Graduate	Jennifer Trowbridge
Advisor	Alexander Fritsch
Co-Advisor	Patrick Hartmann
Principal	Swiss International Air Lines Ltd., Flughafen Zürich

Tablet computers have become ever-present working tools in the tourism industry. Providing their staff and also guests with tablets and similar devices, restaurants, hotels and airlines increasingly try to improve their daily operations, cut expenses and save printing costs.

In the airline industry, it has become a trend to replace manuals and other flight relevant data by portable devices in order to simplify working processes and save weight.

This Bachelor Thesis highlights the key success factors that companies have to consider when introducing mobile devices such as tablets into daily operations.

The literature review is supplemented by two questionnaires handed out to a group of 50 Maître de Cabin working for SWISS. Finally, recommendations for SWISS are deduced from the findings.

Museums and tourism - Taking advantage of cooperations with the local tourism board

Graduate	Florence Ursprung
Advisor	Marc Antoni Nay
Co-Advisor	Stephan Kunz
Principal	Bündner Kunstmuseum, Chur

Museums and tourism organizations consider each other as mutually important. However, literature broadly reveals the difficulties these two institutions have at developing a well-functioning cooperation.

This Bachelor thesis is structured into three parts. Firstly, it investigates whether the Grisons Museum of Fine Arts (Bündner Kunstmuseum) and the local tourism board (Chur Tourism) as well confirm this discrepancy described in literature or not. Secondly, it outlines vital prerequisites for a successful cooperation. Finally, existing cooperation products are analyzed.

This thesis sheds a light on literature on the differences of these two institutions, their mutual field of action and presents studies affirming the difficult collaboration between museums and tourism organizations. To assess the specific case, two in-dept interviews with the directors of both institutions have been conducted. Based on the findings of the literature research and the interviews their collaboration is assessed. Recommendations are drawn to create a better foundation for further cooperations and possible improvements for existing cooperation products.

Adventure trail staging – How can Engadin Scuol Samnaun reshape and enhance his adventure trails

Graduate	Francesca von Tschärner
Advisor	Michael Tschapka
Co-Advisor	Michael Leibacher
Principal	Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG, Scuol

Adventure trails and theme trails are common and supplementary offers in the nature and culture based tourism destinations as the 'Ferienregion Engadin Scuol Samnaun'. Theme trails are also educational and entertaining offers for the visitors to experience the real nature. Visitor- oriented planning should therefore be the ultimate ambition of a tourist destination. Due to this fact the overall purpose of the thesis is to evaluate and understand the theme trail visitor's expectations, opinions, needs and wants. Therefore, a questionnaire survey is designed to directly ask the theme trail visitors of the 'Ferienregion Engadin Scuol Samnaun'. This study presents the results of the survey and gives suggestions and recommendations to upgrade existing theme trails and design new trails.

Effective promotion of the tour-grischa on social media platforms

Graduate Nina Widmer
Advisor Dr. Brigitte Stangl
Co-Advisor Silvio Bundi
Principal bundicycling Event GmbH, Untervaz

Within the last few years, social media have been spreading with incredible dynamics of development. Today, the sharing of information, experiences, attitudes and opinions on social media sites is, for many people, part of their everyday life. Also, more and more companies try to take advantage of social media in order to promote their products and establish relationships with their customers.

This thesis examines how the tour-grischa, a new mountain bike stage race in the Canton of Grisons, can be effectively promoted on social media platforms. More precisely, the organisers of the tour-grischa are provided with suggestions on what and how they should communicate to their target group(s) on Facebook, Twitter and YouTube. Furthermore, the study highlights how the promotional impacts can be measured. Also, light is shed on the most effective method to attract new participants for the tour-grischa through social media channels.

The managerial implications provided in this thesis are based on literature in the fields of sport and event consumer behaviour, sport and event marketing and social media as well as on the findings from interviews with tour-grischa participants and social media experts.

Ecological Sustainability in Meeting Management - The Case of the Congress Center Basel

Graduate Domenica Wilhelm
Advisor Dr. Bruno Abegg
Co-Advisor Jonas Scharf
Principal Congress Center Basel, Basel

Since the publication of the Brundlandt report 1987, sustainable development has become a worldwide concern. Also the meeting industry, as the second most wasteful industry worldwide, has realized the need for change.

Out of this development the term «Green Meetings» has arisen and players within the meeting industry have started to rethink their practices.

This Bachelor thesis aims to evaluate the drivers and barriers of going green in the case of the Congress Center Basel. Furthermore, the areas for implementation, as well as the role of eco-labels applicable for congress centers are discussed.

Corporate greening is widely discussed in literature. Nonetheless, the specific drivers and barriers, with a focus on the evaluation of customers' pressure for the Congress Center Basel are assessed through semi-structured interviews with eight customers of the Congress Center Basel. Conclusively, recommendations for further actions for the Congress Center Basel are given.

New Arosa - Shangrila Sister City Relationship - Assessment of Willingness and Readiness of Arosa to Receive and Serve Chinese Tourists

Graduate	Maria Wolf
Advisor	Dr. Bruno Abegg
Co-Advisor	Pascal Jenny
Principal	Arosa Tourism, Arosa

The Chinese outbound tourism industry has experienced a dramatic growth over the past few decades. The attractive growth rates and increase of income have led to considerable attention from destinations worldwide as well as from Swiss destinations. Arosa Tourism contemplates to enter the Chinese market and has therefore established a new sister-city partnership with Shangrila. The differences between Chinese and western cultures, however, bear potential for difficulties and require the local service providers to adapt to the needs of Chinese tourists. This study attempts to assess the capability of Arosa to attract Chinese tourists. Furthermore, the readiness and willingness of Arosa's service providers to serve Chinese guests is examined. Qualitative research in form of interviews was conducted in order to address the stated research questions. The findings are summarized and contrasted resulting in recommendations for Arosa.

Health prevention - a concept for corporate health events

Graduate	Alexandra Zimmermann
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Bettina Pfiffner
Principal	t'nt events GmbH, Zürich

More and more employees suffer from physical and psychic diseases, caused by suboptimal work conditions. The changes in demography and globalization demand for a protection of the health of the employees in order to stay competitive. An efficient and sustainable method to do so is the introduction of a corporate health management. Therefore, the idea of this thesis is to elaborate a concept for bookable health prevention events for companies that aim to increase the employees' awareness for health issues. With the aid of best case studies, a benchmark analysis and expert interviews, the need and demand for such events in Swiss enterprises is analyzed and the structure and the content which guarantee a sustainable success are elaborated. As a result, the thesis provides an applicable event concept which can be used by 't'nt

Master-Studiengang

Business Administration

Studienleitung

Prof. Ralph Lehmann

Effects of Web-Based Features on Destination Image - Analysis of the Destination Bodensee-Vorarlberg

Diplomand	Patrik Fehér
Referentin	Dr. Brigitte Stangl
Korreferentin	Cornelia Kriegner
Auftraggeber	Bodensee-Vorarlberg Tourismus, Bregenz

Main objectives of this Master thesis are measuring travellers' overall image perception concerning the destination Bodensee-Vorarlberg in Austria and revealing coherencies between the destination image and new web-based features, frequently applied on the websites of DMOs. Hence, a multi-method approach is used, involving a theoretical summary and a practical application of the Delphi method, the Kano model and the implementation of an image measurement study. As the main result of the research, several correlations have been discovered between development of the ICT and tourism sectors. Nonetheless, application of the Kano model allows decisions concerning the implementation sequence of web-based features, which serves as a guideline for cost- and time-effective improvement of the Bodensee-Vorarlberg DMO's website, aiming at effectively influencing travellers' image perception, further differentiating offered products and services from competitors in the future.

Choice of Event Locations: How Customers Perceive the Value of Event Locations on the Case of the ZENDOME

Diplomandin	Luisa Kalsbach
Referent	Dr. Andreas Wittmer
Korreferent	Marco Baumgartner, Geschäftsführer Company Baumgartner Ltd.
Auftraggeber	Company Baumgartner Ltd.

This master thesis in hand explores the value that customers place on the ZENDOME – a geodesic tent capable to host different kinds of events. To be able to market the ZENDOME and to find the right location for further events, the customer is considered a key element. Therefore the decision criteria different customer groups make to book an Event and the values they reflect are taken into consideration. With reference to literature and cases, a survey has been made as the major data source and to reveal customer behaviour, perception, and potential target groups. The results show that the ZENDOME is indeed perceived as qualitative higher and that an additional value is seen. Further the analysis reveals that a significant amount of people consider paying more money to experience an event in the ZENDOME. A longer drive is also considered by some of the survey participants. Also indications for a potential target group became apparent. Understanding these can assist Company Baumgartner Ltd. in decision-making and implementing marketing strategies to successfully sell and produce events in the ZENDOME.

A Purist-Scale for Mountain Huts

Diplomandin	Stephanie Nabitz
Referent	Michael Tschapka
Korreferent	Ueli Hintermeister, Präsident SAC-Sektion Uto
Auftraggeber	Schweizerischer Alpen-Club SAC

The thesis deals with the derivation of a purist-scale for mountain huts based on customer expectations in comfort. Attributes are collected through literature in the first place and verified or developed through qualitative interviews afterwards. Three diverse mountain huts are the basis for investigation. Participants for the interviews have been chosen from the supply and demand side. With supply side, experts from SAC responsible for one of the three evaluated mountain huts are meant. On the demand side, guests staying at one of the three huts have been asked to participate. Based on the identified attributes a self-completion questionnaire has been developed asking for the importance of single attributes. In order to analyse the questionnaire the purist-scale is clustering huts into different categories. Depending on the numerical value derived from the questionnaire guests can be classified into different groups matching a category and indicating a certain level of plainness.

Adaptation to Climate Change in Alpine Destination

Diplomand	Ingo Schlutius
Referent	Prof. Dr. Tobias Luthé
Korreferent	Dr. Bruno Abegg
Auftraggeber	Institut für Tourismus- und Freizeitforschung ITF, HTW Chur

Alpine destinations in the European Alps experienced a warm and dry winter in 2010/11. After the winter 2006/07 it was the second snow sport season within five years with unusually low snowfall. The study analyses the effects of the snow deficient winter 2010/11 on ski area operations in three steps. First, meteorological data provides an overview of the weather, then financial statements reveal the impacts on ski area operations and finally, interviews with ski area managers show their perception of climate change and vulnerability of their destination. Results reveal that the direct impact of climate change can be reduced effectively by technical snow making while indirect effects in the form of customer perceptions are far more difficult to resolve. The importance of mitigation is acknowledged and implemented in single projects. To increase the eco-efficiency while increasing the attractiveness of destination, the suggestion is made to include the journey into the product offer.

Ländervergleich Seedfinanzierung: Implikationen für die Schweiz

Diplomand	Sebastian Früh
Referent	Prof. Josef Walker
Korreferent	Dr. Urs Althaus
Auftraggeber	Schweizerisches Institut für Entrepreneurship SIFE, HTW Chur

Die Schweiz ist als attraktiver Standort für innovative Unternehmen zu bezeichnen. Trotz dieser Eigenschaft ist in der Schweiz eine eher bescheidene Kommerzialisierung von Ideen zu beobachten. Gründe hierfür werden in einer zu geringen Verfügbarkeit von Wagniskapital in der Seed-Phase von technologieorientierten Unternehmen gesehen. Andere Länder haben erkannt, dass der Staat die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen so gestalten sollte, dass diese Finanzierungslücke geschlossen wird. Aus diesem Grund wurden in dieser Master Thesis die vorherrschenden Rahmenbedingungen und Kapitalprogramme der Seedfinanzierung in den Ländern Deutschland und Grossbritannien anhand von jeweils 10 qualitativen Experteninterviews abgefragt. Die Ergebnisse wurden der Schweiz in einem Quervergleich nebenangestellt, welcher die Grundlage für die vorformulierten Handlungsempfehlungen bildete. Für die endgültigen wurden diese mit VC-Experten aus der Schweiz auf deren Durchführbarkeit validiert.

Analyse und Optimierung eines Ausbildungs-modells im Bereich der Informatik im Engadin

Diplomandin	Viktoria Laim
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Marcel Aebi
Auftraggeber	Informatik Ausbildungszentrum Engadin

Für Jugendliche besteht die Möglichkeit, anstelle einer herkömmlichen Lehre in einem Betrieb, ihre Lehre als Informatiker in einem Verbundmodell im Engadin zu absolvieren. Bei diesem Modell verbringen die Lernenden die ersten Lehrjahre im Ausbildungszentrum und die letzten zwei Lehrjahre in einem angeschlossenen Betrieb – dem so genannten Verbundpartner. Somit eignen sich die Lernenden zu Beginn ihrer Ausbildung vor allem die Theorie an, welche sie anschliessend im Betrieb in die Praxis umsetzen. Um die Leistungen des Verbundmodells zu beurteilen und zu verbessern wurde mittels Literaturanalyse, Interviews, Umfragen und Gesprächen der Frage «Wie kann das Ausbildungsmodell im Bereich der Informatik im Engadin optimiert werden?» nachgegangen. Ferner zeigt die Masterthesis auf, wie gross der Bedarf an Informatikfachkräften in Graubünden ist und welche Anforderungen heute und in Zukunft an sie gestellt werden.

Mitarbeitergetriebenes Wachstum

Diplomand	Martin Lang
Referent	Prof. Urs Jenni
Korreferent	Willi Aggeler, Geschäftsführer SWiBi AG
Auftraggeber	SWiBi AG, Landquart

Die Masterthesis untersucht, wie Wachstumspotentiale durch Mitarbeiter aktiviert werden können. Zur Beantwortung der Forschungsfrage werden zwei Case Studies im Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) der Schweiz durchgeführt. Die beiden involvierten Unternehmen unterscheiden sich stark voneinander. Sie haben trotz ähnlicher Mitarbeiterzahl eine ganz andere Entstehungsgeschichte und sind in unterschiedlichen Branchen tätig. Mittels qualitativer Interviews wurde jeweils rund ein Viertel der Belegschaft der Firmen befragt. Der Aufbau und die Auswertung der Interviews erfolgten mit Hilfe eines passenden theoretischen Frameworks aus dem Bereich Corporate Entrepreneurship. Aus den Interviewprotokollen konnte der Erfüllungsgrad der einzelnen, im Modell vorgegebenen, Bewertungskriterien eruiert werden. Entsprechende Lücken zwischen dem theoretischem Modell und der real vorhandenen Situation in der Firma konnten als Entwicklungspotentiale identifiziert werden. Die beiden Cases Studies lassen sich über das gewählte theoretische Framework qualitativ vergleichen.

Methoden & Prozesse der Dienstleistungsinnovation

Diplomandin	Alexandra Karoline Suss
Referent	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Korreferent	Michael Isler
Auftraggeber	Schweizerisches Institut für Entrepreneurship SIFE, HTW Chur

Die Master Thesis untersucht den Einfluss der Methoden und Prozesse der Dienstleistungsinnovation auf die Anzahl der neuartigen und verbesserten Dienstleistungen sowie deren Umsatz- und Gewinnanteil. Auch der Einfluss auf die Wettbewerbsposition der Unternehmen wurde untersucht. Einen weiteren Part der Arbeit bildet die Analyse der Branchenunterschiede. Die Auswertung basiert auf einer primären Datenerhebung mittels eines Fragebogens. Die statistische Analyse erfolgte mit einem Datensatz von 300 Unternehmen. Die Ergebnisse zeigen, dass Methoden zu einem höheren Gewinnanteil der verbesserten Innovationen und einer verbesserten Wettbewerbsposition führen. Der F&E- und Ad-hoc-Prozess führen zu einer höheren Anzahl an Innovationen. Alle drei Prozessarten führen ebenfalls zu einer besseren Wettbewerbsposition. Auch zeigt die Arbeit, dass zwar keine signifikanten Branchenunterschiede existierten, dass jedoch die Effektivität der Methoden und Prozesse sich zwischen den Branchen unterscheidet.

Gründung internationaler Dienstleistungsunternehmen – Entwicklung eines Gründungsmodells des internationalen Catering

Diplomandin	Anna Vosschulte
Referent	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Korreferent	Michael K. Birnmeyer, VP & MD Business Development
Auftraggeber	ARAMARK GmbH, Neu-Isenburg (Deutschland)

Die Arbeit beschäftigt sich mit der Gründung eines internationalen Dienstleistungsunternehmens. Das internationale Catering wird als Beispiel dazu dienen, den Gründungsprozess zu entwickeln und zu verstehen. Der Prozess soll eine Hilfestellung sein, die von der Gründung eines Dienstleistungsunternehmens bis hin zum Markteintritt inklusive der Internationalisierung die relevanten Schritte aufzeigt. Um das gewünschte Ergebnis zu erzielen, wurden für die empirische Datenerhebung acht Interviews mit Unternehmern aus dem Top Management des internationalen Caterings geführt. Dieses Modell wurde somit anhand von Expertenwissen evaluiert, analysiert, verbessert und erweitert. Es ist nun möglich anhand dieses erstellten Modells, welches aus der Literatur entwickelt und anhand von Erfahrungen und Wissen aus der praktischen Relevanz optimiert wurde, ein Cateringunternehmen, unter Berücksichtigung aller Aspekte und der Barrieren, zu gründen und dieses mit der Zeit international auszubauen.

Master-Studiengang

Engineering

Studienleitung

Prof. Martin Studer

Webbasierte Visualisierung eines föderierten Configuration Management Systems

Diplomand	Flavio Bolfing
Referent	Prof. Martin Studer
Korreferent	Raymond Marfurt
Auftraggeber	Bank Julius Bär AG

In der Best Practice Sammlung von ITIL wird in der Version 3 mit dem Configuration Management System (CMS) ein neuer Begriff eingeführt. Ein CMS ist ein Satz an Hilfsmitteln und Datenbanken, in welchen Informationen für die Erbringung eines IT Service zusammenkommen. ITIL hat dabei erkannt, dass man erst bei der Zusammenführung von Informationen wie Störungen, Probleme, Changes, etc. in der Lage ist, den reibungslosen Betrieb eines Services zu garantieren. Da solche Daten oft in autonomen Datenbanken gespeichert sind, muss eine Föderation der Daten erfolgen. Aufgrund der grossen Datenmenge kann dies schnell einmal zu Unübersichtlichkeit führen. Damit man trotzdem effizient zu den gewünschten Daten kommt, ist die Informationsvisualisierung ein geeignetes Mittel dafür. Die Entwicklung einer solchen webbasierten Visualisierung eines föderierten CMS bildet denn auch den Kern dieser Arbeit.

Master-Studiengang

Information Science

Studienleitung

Prof. Dr. Wolfgang Semar

Screencast-Tutorials als Hilfsvariante im OPAC? Eine Benutzerevaluation am Beispiel der Universitätsbibliothek Regensburg

Diplomandin

Sarah Amsler

Referent

Prof. Dr. Wolfgang Semar

Korreferent

Thomas Weinhold

Die hier vorgestellte Master-Thesis wurde im Rahmen des Masterstudiengangs Information Science an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Chur geschrieben. In dieser Arbeit wird die Problematik des Einsatzes von Screencast-Tutorials als Online-Hilfe anhand des Beispiels des OPACs der Universitätsbibliothek Regensburg untersucht. Ziel ist es, die existierenden Screencast-Hilfen durch die Benutzer evaluieren zu lassen, sodass eventuelle Probleme betreffend der Konzeption und des Designs aufgedeckt werden können. Dazu soll auch die Nützlichkeit dieses Mediums untersucht werden, da das Ziel der Anwendung solcher Tutorials die Unterstützung der Benutzer bei der Verwendung des OPACs ist. Um Ergebnisse aus einer Benutzerperspektive zu erhalten, wurden Webanalyse Verfahren durch den Einsatz von Google Analytics angewendet sowie von Interviews gefolgte Usability-Tests mit acht Testpersonen durchgeführt. Dieses Vorgehen erlaubte es einerseits die tatsächlichen Zugriffe auf die Tutorials zu beobachten, andererseits Verbesserungsvorschläge für die zu analysierenden Screencast-Hilfen zu äussern, die als Kriterien für künftige Gestaltungen von Screencast-Hilfen gelten können.

Learning Centre und Information Commons. Konzepte auch für Schweizer Bibliotheken?

Diplomandin	Judith Bailey
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent	Prof. Dr. Robert Barth

Lernzentren unterstützen den Lernprozess, indem sie ihren Nutzerinnen und Nutzern eine umfassende IT-Infrastruktur, Dienstleistungen und Beratungen zur Verfügung stellen. Vor zwei Jahrzehnten im englischsprachigen Raum entstanden, sind solche Zentren im Ausland weit verbreitet. Das Schweizer Bibliothekswesen hinkt dieser Entwicklung jedoch hinterher: Bisher wurden erst ein paar Lernorte gebaut, einige mehr sind in Planung. Die vorliegende Arbeit setzt sich mit dem Begriff Lernzentrum auseinander, beschreibt die wichtigsten Lernort-Servicekonzepte und stellt erfolgreiche Beispiele vor, um daraus ein Modell zur Konzeption von Lernzentren zu entwickeln. Dieses wird auf die Schweizer Bibliothekstypen angewendet, um zu zeigen, ob das neue Konzept auch hier umgesetzt werden kann.

Authority control for creators-ISAAR(CPF) als Entwicklungspotential für die Schweizer Archive?

Diplomandin	Katarzyna Blawat
Referent	Prof. Dr. Edzard Schade
Korreferent	Prof. Dr. Michel Pfeiffer

Diese Masterarbeit setzt sich kritisch mit der Verzeichnismark für Körperschaften International Standard Archival Authority Record (Corporate Bodies, Persons, Families) auseinander. Internationale Standards werden in der Schweiz sehr zurückhaltend angewendet. Mit ISAAR(CPF) steht ein Standard zur Verfügung, den bisher nur wenige Institutionen nutzen. Im Mittelpunkt steht das Erarbeiten des Potentials von ISAAR(CPF) für die Schweizer Archive. Es soll in dieser Arbeit abgeklärt werden, warum in der Schweiz dieses Potential nur ansatzweise erkannt wird. Ebenfalls soll darauf hingewiesen werden, wie ISAAR(CPF) effektiv verwendet und gefördert werden kann.

Man kann sowohl ISAAR(CPF) und andere archivische Standards als auch die Informations- und Kommunikationstechnologien als Chance begreifen, dem Ziel der globalen Archivwelt, bis hin zu Open Linked Archival Data, näher zu rücken.

Erarbeitung von Gestaltungsrichtlinien für amtliche Geographische Informations-Portale

Diplomand	Giuseppe Brandalise
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent	Sascha Beck

Gegenstand der hier vorgestellten Master Thesis ist es, Design-Guidelines (Gestaltungsrichtlinien) für schweizerische Geoportale zu erarbeiten mit dem Ziel, dass bei Neuentwicklungen von solchen Geoportalen eine höhere Gebrauchstauglichkeit (Usability) erreicht wird. In einem ersten Schritt wird der Begriff Geoportal im schweizerischen Umfeld definiert. Dafür werden die Besonderheiten solcher Portale in der Schweiz analysiert. Um eine genaue Begriffsdefinition zu erreichen werden Experteninterviews durchgeführt und die gesetzliche Situation betrachtet. Nach der Definition des Begriffes «amtliche Geoportale» erfolgt eine Analyse derer Nutzergruppen. Um Usability-Probleme aufzudecken, werden drei kantonale Geoportale der Schweiz einem Usability-Test unterzogen. Die bei den Tests identifizierten Probleme werden als nächstes in verschiedenen Kategorien zusammengefasst. Zu jeder dieser Kategorie werden entsprechende Usability-Empfehlungen erarbeitet und in Form von Gestaltungsrichtlinien für amtliche Geoportale in einem Katalog zusammengefasst.

Bildungsangebote für Jugendliche in der Schweiz zum Umgang mit Privatheit in Sozialen Netzwerken

Diplomandin	Isabelle Bugnard
Referent	Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent	Prof. Dr. Rainer Kühlen

Gegenstand der vorliegenden Arbeit sind Bildungsangebote für Jugendliche in der Schweiz zum Umgang mit Privatheit in Sozialen Netzwerken. Die Frage lautet, ob Jugendliche in der Schweiz mit den bestehenden Bildungsangeboten in genügendem Ausmass auf den Umgang mit Privatheit in Sozialen Netzwerken vorbereiten würden. Diese Arbeit konnte aufzeigen, dass die bestehenden Bildungsangebote in genügendem Ausmass auf den Umgang mit Privatheit in Sozialen Netzwerken vorbereiten können. Die Bildungsangebote weisen unterschiedliche Ansätze auf, haben aber nur ein grosses Ziel: Die Stärkung der Medienkompetenz bei Jugendlichen und dabei die Sensibilisierung im Umgang mit persönlichen Daten. Eine direkte Befragung der Jugendlichen zu den bestehenden Bildungsangeboten könnte Aufschluss darüber geben, welche Bildungsangebote tatsächlich eine Rolle spielen.

Patron-Driven Acquisition (PDA) an Hochschulbibliotheken

Diplomandin Anja Ebeling
Referent Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent Prof. Dr. Robert Barth

Patron-Driven Acquisition (PDA) ist eine Erwerbungsform, bei der die Bibliothek ihren Nutzern einen Pool an E-Books zur Verfügung stellt, die sie vorab noch nicht erworben hat. Der Kauf dieser Titel wird erst durch die tatsächliche Nutzung nach bestimmten Kriterien ausgelöst. Während PDA an US-amerikanischen Bibliotheken bereits verbreitet ist, hat sich dieses Modell an Schweizer Hochschulbibliotheken noch nicht etabliert.

Es wird in der vorliegenden Arbeit zunächst ein Überblick über das aktuelle Angebot an PDA-Geschäftsmodellen geliefert. Mit qualitativen Forschungsmethoden werden in einem nächsten Schritt das Potential von PDA und seine Einflussfaktoren ermittelt. Folgende Aspekte des Potentials konnten erfasst werden: hohe Nutzungsquote, effiziente Erweiterung des Angebots und eine starke Kundenorientierung. Dabei stellten sich für eine erfolgreiche Einführung von PDA folgende Faktoren als besonders wichtig heraus: Auswahl des passenden Anbieters, interne Kommunikation und der Einsatz eines Discovery-Systems. Dubletten-Kontrolle und Selektion der Titeldaten können abhängig von bibliotheksinternen Prioritäten ebenfalls Erfolgsfaktoren darstellen.

Die Master Thesis kommt zu dem Ergebnis, dass der Einsatz von PDA als ergänzende Erwerbungsform von E-Books aufgrund seines Potentials auch für Schweizer Hochschulbibliotheken empfehlenswert ist.

Die Mitarbeitenden und ihr Arbeitsumfeld im Zentrum des Records Management Der Lösungsansatz für die bestehenden Probleme im Records Management?

Diplomandin Barbara Kellenberger
Referent Prof. Dr. Niklaus Stettler
Korreferent Dr. Anna-Katharina Mayer

Diese Arbeit befasst sich mit den aktuellen Problemen im Records Management und versucht einen Lösungsansatz genauer zu untersuchen. Dieser Lösungsansatz stellt den Benutzer ins Zentrum mit dem Ziel, Records Management Lösungen zu entwickeln, die besser an die Arbeitsabläufe und Arbeitsmethoden der User angepasst sind. Erst in den letzten Jahren wurde dem User eine gewisse Aufmerksamkeit geschenkt und die Forderung steht im Raum, dass mehr Untersuchungen über das Arbeitsumfeld gemacht werden müssen. Ein Gebiet, das sich schon länger mit dem Individuum und seiner Informationsumgebung befasst, ist das Personal Information Management. In dieser Arbeit geht es einerseits darum, herauszufinden, welche Erkenntnisse aus dem Personal Information Management dem Records Management helfen können, den Benutzer besser zu verstehen. Andererseits soll herausgefunden werden, in welche Richtungen Lösungen gehen müssen, damit der Benutzer soweit in die Abläufe des Records Management einbezogen wird, dass das Records Management seinen Auftrag nach Compliance erfüllen kann.

Creation of a specific digital collection

Diplomandin	Fabienne Mabillard
Referent	Prof. Dr. Urs Naegeli
Korreferent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler

This research paper seeks to develop a model for the creation of specific collections for the international digital library of the Globethics.net Foundation.

In order to do this, different types of criteria are being developed. The difficulty lies in the fact that the collections should reach a really large target group in emerging and developing countries and should be made up of documents of quality. First, criteria for the collections' content are developed. Then a classification system is proposed for the different collections. Once the content is collected, a follow-up is implemented to keep the collection up to date.

In parallel to the theoretical part, a practical example of creating an online collection on health ethics is being carried out.

Bibliotheks-Workflow für E-Books Unterstützungsmöglichkeiten von Open Access für Bibliotheken

Diplomand	Daniel Meienberg
Referent	Ulrich Herb
Korreferent	Prof. Dr. Urs Dahinden

Gegenstand der vorliegenden Masterarbeit sind Optionen und Handlungsmöglichkeiten zur Implementierung von Open Access E-Books in eine Bibliothek. Ausgehend von den informationsethischen Überlegungen über die Legitimation von Open Access im Wissenschaftsbetrieb, werden die Möglichkeit und die Ausrichtung eines Institutional Repository besprochen, um Open Access-Ressourcen der eigenen Institution verfügbar zu machen.

Danach wird anhand eines Workflows für E-Books aufgezeigt, dass es möglich sein kann, im selben Workflow sowohl E-Books aus dem Toll Access wie aus dem Open Access parallel integrieren zu können. Dafür wird eine mögliche Strategie und Policy der Bibliothek diskutiert, aufgrund derer E-Ressourcen in den Bestand aufgenommen werden. Daneben kommen auch Fragen nach dem Personalbestand für den Aufbau einer digitalen Bibliothek zur Sprache.

Pertinence et jugement de pertinence LexisNexis sur le banc d'essai

Diplomandin	Kathrine Meylan
Referent	Prof. Dr. Urs Naegeli
Korreferent	Prof. Dr. Urs Dahinden

In dieser Arbeit wird der Begriff der Relevanz, im Rahmen der Informationssuche mit Hilfe von einem Datenabfragesystem, untersucht. Zunächst wird eine allgemeine Definition vorgestellt, dann werden die unterschiedlichen Ansätze, insbesondere die System-Relevanz von Tefko Saracevic und das vierdimensionale Modell von Stefano Mizzaro, dargestellt. Dann sind die Bedeutung dieses Begriffs in der Interaktion zwischen Benutzer und Informationssystem diskutiert: was sind die Kriterien von Relevanz, wie wird man die Relevanz eines Dokuments oder einer Darstellung des Dokuments beurteilen? Wie sind Auswertungskampagnen, wie TREC, aufgebaut und wie definieren diese die Dokumenten, auf welche sie sich in den Berechnungen von Recall und Precision stützen? Endlich ist eine Fallstudie vorgesezt, mit Hilfe von der LexisNexis-Datenbank, auf der der zuvor ausgesetzte Begriff der Relevanz getestet wird.

Konzeption und Proof of Concept einer Ablösestrategie für eine bestehende E-Learning-Lösung

Diplomand	Benjamin Obst
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent	Sascha Beck

Gegenstand der hier vorliegenden Arbeit ist die systematische Entwicklung einer Ablösestrategie für eine bestehende E-Learning-Lösung. Hierbei wurden theoretische Grundlagen des E-Learnings berücksichtigt, deren weitere Umsetzung in der darauffolgenden Konzeption festgeschrieben und in einem abschließenden Proof of Concept in der Praxis getestet wurden.

Um die konzeptionellen Grundlagen ausformulieren zu können, wurden verschiedene Modelle im Bereich E-Learning betrachtet, ebenso wie Anforderungen eines bestehenden Kriterienkataloges. Zusätzlich wurde eine Analyse der Marktanforderungen zusammen mit den ditis-Fachbereichen Marketing/Vertrieb, Technik und Datenschutz durchgeführt, deren Ergebnis ebenfalls mit in den Kriterienkatalog eingeflossen ist. Die so festgelegten Kriterien»wurden anhand ihrer Notwendigkeit in die drei Kategorien «must have», «should have» und «nice to have» eingeteilt. Auf Basis dieses gewichteten Kriterienkataloges erfolgte eine Evaluation mehrerer Open-Source-Lernplattformen im Vergleich zur abzulösenden ELearning-Lösung. Als Ergebnis der Evaluation wurde ILIAS als das System festgelegt, mit dem die detaillierte Konzeption durchgeführt wurde.

In der Konzeption wurden folgende Themenbereiche näher spezifiziert:

Customizing des Grund- und Kundensystems, Strukturierung der Inhalte, Ex- und Importschnittstellen, Anbindung an Benutzerverwaltung, Betriebssystemunabhängige Installationsroutine
Mit dem Proof of Concept wurde die Konzeption in der praktischen Umsetzung getestet und deren Erkenntnisse und ggf. angepasste Lösungsvorschläge dokumentiert.

QR-Codes in Bibliotheken «Sind die Benutzerinnen und Benutzer bereit dafür?»

Diplomandin	Seraina Scherer
Referent	Prof. Dr. Bruno Wenk
Korreferent	Sascha Beck

Mit der von Bruno Wenk und Sascha Beck betreuten Masterthesis im Studiengang Information Science an der HTW Chur wird untersucht, ob die Benutzerinnen und Benutzer von Hochschulbibliotheken bereit dafür sind, QR-Code-Anwendungen zu nutzen. Es wird betrachtet, mit welchen mobilen Geräten die Kundschaft ausgerüstet ist und ob sie in der Lage ist, diese in Bezug auf die Nutzung von QR-Codes korrekt anzuwenden. Die in einer schriftlichen Befragung erhobenen Angaben tragen dazu bei, die aufgestellte Hypothese, das Zielpublikum sei nicht in der Lage, selbstständig Angebote dieser Art zu nutzen, zu bestätigen. Vervollständigt wird die Arbeit durch eine Literaturanalyse sowie Handlungsempfehlungen.

Embedded Information Literacy Portfolio (e-IL-p) – Potentiale des Portfolio-Ansatzes zur Förderung der Informationskompetenz von Hochschulstudierenden

Diplomandin
Referent
Korreferent

August Scherer-Hug
Prof. Dr. Wolfgang Semar
Prof. Dr. Urs Dahinden

Als Schlüsselkompetenz für die Informationsgesellschaft kommt der Informationskompetenz eine herausragende Rolle zu. Zentral damit verbunden ist die Frage, wie ein umfassend kompetenter Umgang mit der Ressource Wissen erlernt und gefördert werden kann. Insbesondere Hochschulstudierende sind gefordert, ihr Kompetenzniveau im Laufe des Studiums kontinuierlich zu erweitern, um ihre Ausbildung erfolgreich abschliessen zu können. Im Gegenzug sind aber auch die Hochschulen gefordert, geeignete und wirkungsvolle Fördermassnahmen anzubieten. Als zeitgemässes didaktisches und methodisches Werkzeug dafür setzen Hochschulen vermehrt Portfolios ein, welche die Reflexion des Lernprozesses unterstützen und Auskunft geben über die Kompetenzentwicklung der Studierenden.

Erste Praxiserfahrungen beim Einsatz von Portfolios für die Vermittlung von Informationskompetenz wurden vor allem in Deutschland in den letzten Jahren gesammelt. Als entscheidendes Element erweist sich dabei, dass die Vermittlung mit konkreten Problem- und Aufgabenstellungen der Studierenden verbunden werden muss. Mit dem Konzept einer «embedded librarianship» versuchen Bibliothekarinnen und Bibliothekare, welche in hohem Masse in die Förderung von Informationskompetenz involviert sind, die nötige Nähe und Verbindung zu den Fachbereichen an den Hochschulen herzustellen.

In der vorliegenden Arbeit wird auf Grund einer Literaturstudie untersucht, wie sich die Kozepte Informationskompetenz, Portfolio und «embedded librarianship» verbinden lassen. Entwickelt wird dabei das Modell eines embedded Information Literacy portfolio (e-IL-p), welches als integraler Bestandteil eines Portfolios zu verstehen ist und das die Kompetenzentwicklung eines Studierenden im Bereich der Informationskompetenz nachweisen soll. Die Arbeit stützt sich ab auf die Literatur im englisch- und deutschsprachigen Raum und basiert grösstenteils auf Beispielen aus den USA, aus Deutschland sowie aus der Schweiz.

Ignorierung wichtiger medizinischer Erinnerungsmeldungen in einem Klinikinformationssystem

Diplomandin

Philipp Stalder

Referent

Prof. Dr. Urs Dahinden

Korreferent

Prof. Dr. Albert Weichselbraun

Die venöse Thromboembolie stellt eine ernste Komplikation bei Patienten mit stationärem Spitalaufenthalt dar. Zur Steigerung der Häufigkeit der ärztlichen Verordnung einer Thromboseprophylaxe wurde im Klinikinformationssystem eine algorithmisch gesteuerte Erinnerungsmeldung implementiert, welche eine fehlende Prophylaxe anzeigt und zu einer Intervention durch die zuständigen Ärzte führen soll. Doch diese spezifische Erinnerungsmeldung wird teilweise vom ärztlichen Personal während 10 Tagen nicht beantwortet. Die Ursachen für die Ignorierung dieses eAlerts sind nicht bekannt und sollen mit dieser primären Untersuchung geklärt werden. Dazu wurden strukturierte Kurzinterviews mit Fragebogen bei den compliant-user und ihrer Vergleichsgruppe (non-compliant) durchgeführt. Die statistische Auswertung zeigte auf, dass bezüglich den Funktionen des eAlerts ein deutlicher Informationsbedarf besteht und die gestalterische Hervorhebung des eAlerts von anderen Hinweisen die Compliance verbessern würde. Ausserdem konnte festgestellt werden, dass bereits verordnete prophylaktische Massnahmen mit dem hinterlegten Algorithmus nicht zufriedenstellend erkannt werden. Dahingehend wird empfohlen, die medizinischen Aspekte im Umgang mit dem eAlert weiter zu untersuchen.

Vertrauenswürdige digitale Records

Analytische Grundlagen für die Beurteilung und Sicherung der Vertrauenswürdigkeit von digitalen Records in Informationssystemen auf Basis der Anforderungen, Methoden und Prinzipien des Rechts, der Geschichtswissenschaft, der Diplomatie, der Computerforensik und der Informationssicherheit

Diplomand	Tristan Triponez
Referent	Prof. Dr. Niklaus Stettler
Korreferent	Prof. Dr. Edzard Schade

Die Master Thesis «Vertrauenswürdige digitale Records» erarbeitet anhand von Fachliteratur die Grundlagen für die Beurteilung und Sicherung der rechtlichen und historischen Vertrauenswürdigkeit von digitalen Records. Vertrauenswürdigkeit umfasst die diskutierten Konzepte der Authentizität, der Integrität und der Zuverlässigkeit. Es wird erarbeitet, welche Anforderungen das Recht und die Geschichtswissenschaft an Dokumente als Beweis oder historische Quellen im allgemeinen und digitale Aufzeichnungen im Speziellen haben. Weiters wird anhand der Diplomatie, insbesondere der zeitgenössischen digitalen Diplomatie erarbeitet, wie die Authentizität und die Integrität gesichert werden kann. Es wird untersucht, was die Computerforensik zur Klärung der Frage beitragen kann. Es wird zudem der Schluss gezogen, dass die Grundsätze der Informationssicherheit die Vertrauenswürdigkeit digitaler Informationssysteme sichert. Implementiert können diese Grundsätze mit einem ISMS, das in der Master Thesis erörtert wird. Die Kriterien zur Beurteilung und Massnahmen zur Erhaltung der Vertrauenswürdigkeit von digitalen Records werden in einem Entwurf eines analytischen Frameworks festgehalten, das anhand dreier realistischer Fallbeispiele einem Vortest unterzogen wird. Die Arbeit schliesst mit der Erkenntnis ab, dass sich die Vertrauenswürdigkeit von digitalen Records auf die Vertrauenswürdigkeit des Informationssystems abstützt, in denen sie entstehen und aufbewahrt werden.

App-Entwicklung im metrologischen Umfeld im Bereich des Mobile Learning

Diplomand	Sven Wachsmann
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent	Sascha Beck

Diese Arbeit befasst sich mit der Entwicklung von Anwendungen für mobile Endgeräte im metrologischen Umfeld im Bereich des Mobile Learning. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt dabei in der Entwicklung und Überprüfung eines Modells, welches das Vorgehen sowie die Aspekte und Gegebenheiten bei der Entwicklung von Apps beinhaltet und beleuchtet. Das Modell wurde nach der Entwicklung auf die Metrologie angewandt und anhand eines konkreten

Beispiels aus der Koordinatenmesstechnik überprüft. In der Überprüfung des Modells wurde eine App anhand dem Usability Engineering entworfen, umgesetzt und evaluiert. Dabei hat sich herausgestellt, dass die Entwicklung von Apps im Bereich des Mobile Learning eine interdisziplinäre Aufgabe darstellt, indem sowohl die Technik als auch die Didaktik berücksichtigt werden muss. Mobile Learning sollte zudem nur dann eingesetzt werden, wenn durch die Mobiltechnologie ein Mehrwert hervorgeht. Dabei kann Mobile Learning einen wesentlichen Teil zu einer durchgängigen Lernunterstützung beitragen.

Modelle für den Einsatz von Near Field Communication (NFC) in Bibliotheken

Diplomandin	Nadine Wallaschek
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent	Sascha Beck

RFID (Radio Frequency Identification) ist für Bibliothekarinnen und Bibliothekare kein Fremdwort mehr, sondern ein geschätztes technisches Mittel, das die tägliche Bibliotheksarbeit unterstützt und zusätzlich auch dem Publikum einige Mehrwerte bietet. Deshalb wappnen sich immer mehr Bibliotheken für die Zukunft und rüsten ihre Medien mit RFIDTags aus, um den Benutzerinnen und Benutzern bspw. die Selbstausleihe von Medien zu ermöglichen.

Doch die Entwicklung in der Funktechnologie geht weiter und mit Near Field Communication, kurz NFC, steht ein Funkstandard auf Basis von RFID zur Verfügung, der weitere, vielleicht sogar noch interessantere Möglichkeiten bietet. Für die Selbstausleihe mit RFID müssen in Bibliotheken Stationen zur Verfügung stehen, an denen die Medien verbucht werden können. Mit NFC könnte sich dies ändern, da es mittlerweile Mobiltelefone gibt, die als NFC-Lesegerät funktionieren. Damit ist sogar die Selbstausleihe von Medien direkt am Regal denkbar.

Die Arbeit zeigt auf, wie die beiden Funkstandards RFID und NFC funktionieren und modelliert anschließend einige neue Anwendungsszenarien für NFC in Bibliotheken.

MAS-Studiengang

Multimedia Communication and Journalism

Studienleitung

Dr. Jürgen Müller

«Führen geschieht über Kommunizieren»: Welchen Einfluss die interne Kommunikation auf die Motivation der Mitarbeiter hat und wie die Motivation positiv beeinflusst werden kann?

Diplomand
Referentin
Korreferent

Stefan Baumgartner
Bernadette Bisculm
Ivo Macek

Diese Arbeit besteht grundsätzlich aus drei Teilen. Im ersten, theoretischen Teil werden wichtige Begriffe (Kommunikation, interne Kommunikation, Motivation, Führungsstil) eingeführt, definiert und illustriert. Es wird aufgezeigt, mit welchen Instrumenten die vorgestellten Begriffe in der Praxis ausgeführt und beeinflusst werden können.

Im zweiten Teil wird anhand der Mitarbeiterumfragen bei zwei ähnlich strukturierten und arbeitenden Firmen sowie mittels Interviews mit dem jeweiligen Redaktionsleiter der Ist-Zustand in Sachen Motivation, Zufriedenheit, Identifikation mit dem Arbeitgeber, Arbeitsklima/Stimmung aufgezeigt und in einem zweiten Schritt anhand der theoretischen Vorgaben analysiert und verglichen. Es wird aufgezeigt, welche Art von Einfluss die interne Kommunikation auf die Motivation und die Leistung der Mitarbeiter hat und wie folglich die zentrale Fragestellung der Masterarbeit beantwortet werden kann.

Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für den dritten und letzten Teil. In diesem wird ein Empfehlungskatalog zur Verbesserung der internen Kommunikation und zur Beeinflussung der Mitarbeiter-Motivation ausgearbeitet.

Social Media Konzept für das Schnee- und Lawinenforschungsinstitut Davos

Diplomand	Marco Gotsch
Referentin	Birgit Ottmer
Korreferentin	Su Franke

Diese Arbeit untersucht die Einführung von Social Media beim Institut für Schnee- und Lawinenforschung in Davos (SLF). Im ersten Teil werden die Möglichkeiten von Social Media gezeigt und das SFL kurz vorgestellt. Im mittleren Teil der Arbeit entsteht ein Leitfaden. Der Leitfaden dient der konkreten Vorbereitung und Umsetzung von internen und externen Arbeiten in einem Betrieb, bevor Social Media eingesetzt werden kann. Dieser Leitfaden enthält sämtliche Vorbereitungsschritte bis zur Realisation eines Social Media Konzeptes. Im Anschluss an den Leitfaden werden die in Frage kommenden Social Media Plattformen evaluiert und einem Vergleich unterzogen. Der Vergleich liefert Argumente für die definitive Wahl der Social Media Plattformen, welche dann beim SLF in einer ersten Phase eingesetzt werden sollen. In der Schlussbetrachtung erfolgt dann die Beurteilung in Hinblick auf die gestellten Leitfragen und auf die am Anfang gestellte These mit den konkreten Empfehlungen an das SLF.

Das Corporate-Storytelling-Modell (CSM) als strategische Ausrichtung für christliche Kirchen

Diplomand	Roland Köppel
Referentin	Christina Spindler
Korreferent	Dr. Jürgen Müller

Beim Corporate-Storytelling geht es darum, die Vision und die Mission des unternehmerischen Handelns in Form narrativer (erzählerische) Elemente zu transportieren. Der Autor entwickelt in dieser Arbeit auf Basis der Erzählsatzstruktur nach Gregor A. Heussen ein Corporate-Storytelling Strategie-Modell für christliche Kirchen und erforscht dessen Akzeptanz bei Kirchgängern und Nicht-Kirchgängern.

Kirchen sehen sich heute vermehrt damit konfrontiert, dass ihre Glaubwürdigkeit, ihre Identität und Kommunikation im Markt zu wenig vertreten sind. Vision und Mission als zentrale Ausrichtung jeder erfolgreichen Unternehmensstrategie werden im Denken, Handeln und Kommunizieren der Kirchen mehrheitlich (zu) wenig integriert; mit der Konsequenz, dass infolge fehlender Emotionalisierung und Identität die Kirchgänger den Auftrag der Kirchen nicht verstehen und fernbleiben. Dies wiederum bedeutet ausbleibende Einnahmen und Spenden und entsprechend schmerzhaft, finanzielle Konsequenzen.

Erfolgsmethoden in der Online-Kommunikation einer Schweizer Verwertungsgesellschaft

Praktische Massnahmen zur Imagepflege durch Öffentlichkeitsarbeit im Web 2.0 am Beispiel der SUI SA

Diplomand
Referent
Korreferent

Manuel Leuenberger
Daniel Köhler
Ivo Macek

Die Digitaltechnologie und das zum Massenmedium gewordene Internet haben den Umgang mit geistigem Eigentum, davon insbesondere mit Werken der Literatur und Kunst fundamental verändert. Das Urheberrecht wird in Teilen der Bevölkerung als unzeitgemäss angesehen und in politischen Vorstössen werden Gesetzesreformen gefordert. Zusammen mit dem Urheberrecht geraten die Verwertungsgesellschaften, die ihre Tätigkeit auf Basis des geltenden Gesetzes verrichten, in den Fokus einer breiten Öffentlichkeit. In der öffentlichen Wahrnehmung sind die zunehmend negativen Vorstellungsbilder von Gesetz und Verwertungsgesellschaften des Öfteren miteinander verknüpft.

Die zentrale Frage dieser Masterarbeit ist, mit welchen Erfolgsmethoden in der Online-Kommunikation eine Schweizer Verwertungsgesellschaft im Web 2.0 positive Imagepflege betreiben kann. Die Ausarbeitung der praktischen Massnahmen erfolgt am konkreten Beispiel der grössten und bekanntesten Schweizer Verwertungsgesellschaft SUI SA, der in der öffentlichen Wahrnehmung oft eine Vorreiterrolle für sämtliche nationalen Schwester-gesellschaften zukommt.

Für die Beantwortung der Fragestellung werden zunächst die Images der Schweizerischen Verwertungsgesellschaften aufgrund einer durchgeführten Inhaltsanalyse von Printmediens-Artikeln und Social-Media-Beiträgen analysiert und verglichen. Das Image der SUI SA wird anhand von zusätzlichem Datenmaterial vertieft untersucht. Danach wird der Ist-Zustand der Online-Kommunikation des Musterfalls betrachtet. Schliesslich wird aus den gewonnenen Erkenntnissen eine geeignete Massnahmenstrategie für einen imagefördernden Web-2.0-Auftritt der SUI SA definiert, der im Zentrum die Einführung eines Corporate Blogs vorsieht. Beobachtungen aus qualitativen Interviews mit Vertretern von Bezugsgruppen der SUI SA finden in allen Bereichen der Arbeit Niederschlag.

Mythos im Hollywood-Blockbuster: Die mythische Heldenreise in den kommerziell erfolgreichsten Filmen aus den Dekaden 1930er bis 2000er Jahre

Diplomand
Referentin
Korreferent

Stephan Mark
Magdalena Kauz
Dr. Jürgen Müller

Mythen, Sagen und Märchen erzählen Geschichten mit immer wiederkehrenden Elementen. Diese Bausteine des Mythos haben Wissenschaftler aus den unterschiedlichsten Bereichen beschäftigt – von der Sozialpsychologie über die Philosophie bis zur Religionswissenschaft. Mit einem dieser universellen Erfahrungsmuster, der mythischen Heldenreise, beschäftigt sich diese Arbeit.

Dieses Grundmuster des Geschichtenerzählens wird im Kontext der Mythos-Forschung vorgestellt und ein eigenes Untersuchungsmodell basierend auf den Konzepten von Joseph Campbell und Christopher Vogler erstellt. Mit diesem Modell werden acht Hollywood-Blockbuster auf ihr mythologisches Raster hin analysiert und ausgewertet. Wie wird die Heldenreise dargestellt? Welche starken mythischen Bilder und Symbole kommen zum Einsatz?

Die Arbeit identifiziert und interpretiert die mythischen Spuren, wie sie seit Tausenden von Jahren in Geschichten vorkommen, in den erfolgreichsten Filmen aus den Dekaden der 1930er bis 2000er Jahre: Von «Vom Winde verweht» bis «Avatar». Nach den Filmuntersuchungen versucht die Arbeit mit einer abschliessenden Analyse die Bedeutung und Struktur des Mythos im Kino erfassen.

«Social Media & Fernsehen»: Wie Social Media für Fernsehsender zum Mehrwert werden, welchen Effekt sie auslösen und wie die User optimal mit einbezogen werden.

Diplomand
Referent
Korreferentin

Tobias Müller
Ivo Macek
Su Franke

Diese Masterthesis beschäftigt sich mit der Verschmelzung von Social Media und Fernsehen. Immer häufiger verfügen Fernsehsendungen über eine Social Media-Präsenz bei Facebook, Twitter oder Google+. Diese Arbeit klärt, wie die Präferenzen der Nutzer diesbezüglich aussehen und welche Inhalte gewünscht sind. Ausserdem wird erörtert, ob sich die Social Media-Auftritte auf das Einschaltverhalten auswirken, also wie oft die User einer Social Media-Präsenz eine Fernsehsendung bewusst einschalten, nachdem sie in einem sozialen Netzwerk einen Sendehinweis erhalten haben. Empirische Grundlage zur Klärung dieser Fragen ist eine repräsentative Online-Umfrage unter Social Media-Usern.

Im zweiten Teil der Thesis werden vier Facebook-Präsenzen des Schweizer Fernsehens untersucht. Dabei wird mit Hilfe von Stärken-/Schwächen-Profilen evaluiert, wo sich Optimierungspotenzial finden lässt. Daraus werden konkrete Empfehlungen für das Schweizer Fernsehen abgeleitet.

Schliesslich geht die Arbeit der Frage nach wie effektiv bei einer Fernsehsendung on air-Hinweise auf eine Social Media-Präsenz sind. Anhand von konkreten Beispielen wird aufgezeigt, wie sich die Fanzahlen unmittelbar nach einem on air-Hinweis entwickeln.

Social Media Strategie für ein kleines Unternehmen – Das Beispiel der Firma Nova Energie GmbH

Diplomandin	Gaby Roost Panczel
Referentin	Bernadette Bisculm
Korreferent	Dr. Jürgen Müller

Die Arbeit setzt sich aus fünf Teilen zusammen. Der erste Teil beleuchtet die Bedeutung der Sozialen Medien in der Theorie. Dabei werden Soziale Medien definiert und ihre Auswirkungen auf die Kommunikation verdeutlicht.

Die Bedeutung der Sozialen Medien in der Praxis zeigt der zweite Teil auf. Im Mittelpunkt steht der Gebrauch der Sozialen Medien. Dieser gibt Aufschluss über die Nutzer sowie ihren Umgang mit der neuen Kommunikationsform.

Gegenstand des dritten Teils sind die Auswirkungen der Sozialen Medien auf die Unternehmen. Es werden ihre Nutzung sowie Herausforderungen und Chancen durch die Sozialen Medien beleuchtet.

Der vierte Teil präsentiert die Erfahrungen dreier kleiner Unternehmen mit ihrem Social Media Auftritt und fasst Erfolgskriterien für eine Social Media Strategie zusammen.

Im fünften Teil wird die Social Media Strategie für ein kleines Unternehmen entwickelt und ergänzend das Vorgehen für die Umsetzung der Strategie skizziert.


Vergleich von sechs CMS in Bezug auf Social Media und Multimedia

Diplomandin	Jessica Wonneberger
Referent	Martin Vollenweider
Korreferent	Wolfgang Bock

In dieser Arbeit werden sechs CMS (Drupal, GetSimple, Joomla!, SilverStripe, Typo3 und WordPress) miteinander verglichen. Hierbei spielen vor allem die Möglichkeiten für den Ausbau mit Social Media und Multimedia eine grosse Rolle, aber auch die Bereiche Benutzerverwaltung, Ausgabe für mobile Endgeräte, SEO, Benutzerfreundlichkeit, Mehrsprachigkeit, Sicherheit sowie Community werden untersucht.

Basis dieser Arbeit bilden sechs Websites, die mit jeweils einem der zu untersuchenden CMS aufgesetzt wurden. Ein weiterer Teil der Arbeit bestand darin weltweit 96 Experten zu den CMS zu befragen. Zudem wurden mittels einer Testgruppe von acht Personen die Erweiterungen in den Bereichen Social Media und Multimedia getestet. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse konnten zu den Bereichen der einzelnen CMS Aussagen getroffen.

In der Konklusion werden alle sechs CMS miteinander verglichen, und es wird analysiert, welche CMS in welchen Bereichen besonders stark sind. Zudem gibt eine persönliche Einschätzung sowie einen Ausblick, in welche Richtung sich der CMS-Markt in Zukunft bewegen könnte.



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
www.htwchur.ch