



HTW Chur



Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Master of Science in **Business Administration** Diplomarbeiten 2016



Inhaltsverzeichnis

3	Vorwort	13	Valentina Chekhomova
4	Kristina Aprile	14	Catalina Simona Dianu
4	Irene Buller	14	Irina Ștefana Ghinea
5	Sina Degen	15	Elisabeth Grossmann
5	Dominik Dölger	15	Eva Karin Hauck
6	Mario Facchinetti	16	Kerstin Kriha
6	Moritz Göttfert	16	Ramona Patricia Lüdke
7	Manuel Heinzle	17	Lisa Nahrgang
7	Lukas Horror	17	Andreea-Maria Popescu
8	Adrian Karl	18	Valentin Stan
8	Diana Kottmann	18	Jeancy Kabeya Tshiangu
9	Rebekka Kündig	19	Ke LIN
10	Jose Navarrete	19	Eva Dohrmann
10	Andreas Ospelt	20	Flurina Huonder
11	Manuel Nicolas Siegrist	20	Alexandra Jobmann
11	Tobias Johann Steinbach	21	Fabian Muster
12	Kathrin Zogg	21	Nicole Scheurer
12	Michael Züst	22	Christoph Weibel
13	Julija Cernostana		

Betriebsökonomie

Studienleitung: Prof. Dr. Ralph Lehmann

Die Kurzbeschreibungen wurden von den jeweiligen
Diplomierten selbst verfasst.

Impressum

Herausgeberin:

Abteilung Marketing und Kommunikation HTW Chur

Adresse:

Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur

Abteilung Marketing und Kommunikation

Pulvermühlestrasse 57, 7004 Chur

marketing@htwchur.ch

Titelbild: HTW Chur

Gestaltung: Patrizia Zanola, Zürich



Videoproduktionen und Systeme AG

Liebe Diplomandinnen und Diplomanden

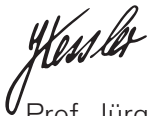
Herzlichen Glückwunsch zu Ihrem Bachelor- bzw. Masterdiplom. Sie dürfen mit Recht stolz auf sich sein und sich über das erreichte Ziel freuen. Ein Studium erfordert einen grossen Einsatz. Sie haben es geschafft, haben Ihr Ziel nicht aus den Augen verloren, und dies hat sich gelohnt.

Sie haben Begabung und Disziplin unter Beweis gestellt und sich selber eine gute Ausgangslage für Ihre weitere Karriere verschafft. Und trotzdem heisst es: Nicht stehen bleiben, gerade auch im weiteren dynamisierten Umfeld. Denn das Wissen wird nicht für den gesamten Berufsweg ausreichen. Halten Sie also die Augen offen und beobachten Sie, was in Ihrem Fachgebiet weiter passiert.

Nehmen Sie regelmässig an Weiterbildungen teil – möglicherweise an der HTW Chur – und bauen Sie Ihr Netzwerk weiter aus. Denn mit Menschen, die Sie schon kennen, werden Sie leichter zusammenarbeiten. Sie werden sich dabei gegebenenfalls an Ihre Mitstudentinnen und Mitstudenten erinnern, die Sie an der Bündner Fachhochschule kennen gelernt haben, mit denen Sie heitere und anstrengende Stunden geteilt haben.

Mit diesem Netz, diesem Engagement und Ihrer Kompetenz können Sie den weiteren Weg optimistisch und offensiv angehen. Dazu wünsche ich Ihnen Glück, den manchmal nötigen langen Atem und viel Erfolg.

Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur



Prof. Jürg Kessler
Rektor

Kompetenzen von Hochschulabgängern

Diplomand/in	Kristina Aprile
Referent/in	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent/in	Daniel Büchel
Vertiefungsrichtung	New Business

Stimmen die Kompetenzen und Qualifikationen von Hochschulabgängern nach Abschluss des Studiums mit den heutigen Anforderungen des Arbeitsmarktes überein? Die Masterthesis beschäftigt sich mit dieser Forschungsfrage. Ausgangslage der Arbeit stellt das Spannungsfeld dar, in welchem sich Hochschulen befinden: Sie sollen den akademischen Bildungsanspruch wahren, aber gleichzeitig berufsrelevante Kompetenzen vermitteln.

Die Arbeit zeigt die Kompetenzvermittlung in den BWL Bachelor- und Masterstudiengängen von fünf ausgewählten Hochschulen auf: HTW Chur, Universität Liechtenstein, HSG St. Gallen, FH Vorarlberg und Hochschule Konstanz. Die Ergebnisse der qualitativen Unternehmensbefragung spiegeln die Sicht von Unternehmen auf die Thematik wider. Sind sie mit den Kompetenzen und Qualifikationen zufrieden bzw. wo gehen sie Kompromisse ein? Welche K.O.-Kriterien gibt es bei der Auswahl von Hochschulabsolventen? Die Resultate weisen Implikationen für die Praxis und für die Forschung aus.

Corporate Venturing in der Automobilbranche

Diplomand/in	Irene Buller
Referent/in	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Korreferent/in	Prof. Dr. Josef Walker
Auftraggeber/in	AUDI AG, München
Vertiefungsrichtung	New Business

Die Automobilindustrie erfährt global einen starken Wandel. Veränderte Kundenbedürfnisse und technologischer Fortschritt verändert die Mobilitätslandschaft. Die Innovationsfähigkeit der Automobilhersteller soll die Wettbewerbsfähigkeit sichern. Corporate Venturing ist dabei eine wichtige Innovationsquelle. Die Kooperation mit Startups bietet den Zugang zu Zukunftstechnologien, neuen Geschäftsmodellen und Distributionskanälen. Bei der Entscheidung für oder gegen die Zusammenarbeit mit einem Startup, müssen viele Faktoren berücksichtigt werden. Die Entscheidungsträger sehen sich dabei mit einer hohen Komplexität konfrontiert, da in der frühen Phase einer Unternehmung kaum belastbare Fakten für die Unternehmensbewertung vorliegen. In dieser Arbeit werden die Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Auswahl von Startup-Partnern bestimmt. Dadurch kann die Komplexität des Entscheidungsprozesses verringert werden.

Einflussfaktoren auf unternehmensinterne Nachfolgeprozesse bei mittelständischen Familienunternehmen: eine explorative Fallstudie am Beispiel des BootCenter Konstanz

Diplomand/in	Sina Degen
Referent/in	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent/in	Max Gebhardt
Auftraggeber/in	BootCenter Konstanz
Vertiefungsrichtung	New Business

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit dem Nachfolgeprozess bei mittelständischen Familienunternehmen, bei welchen der personelle Wechsel auf der Eigentums- und Führungsebene unternehmensintern, konkret durch ein Management-Buy-Out, erfolgt. Aufgrund der hohen gesellschaftlichen Bedeutung der erfolgreichen Übergabe von mittelständischen Familienunternehmen wird mit dieser Arbeit das Ziel verfolgt, die Einflussfaktoren des Nachfolgeprozesses mittels Management-Buy-Out zu bestimmen und einen vertieften Einblick in die praktische Unternehmensnachfolge zu erlangen. Hierfür wird eine explorative Einzel-fallstudie am Beispiel des BootCenter Konstanz durchgeführt. Die qualitativen Interviews mit dem Unternehmer bzw. Übergeber des Unternehmens geben Aufschluss über die Anforderungen an den unternehmensinternen Nachfolger und die vorherrschenden Einflussfaktoren des Nachfolgeprozesses.

Effective virtual teams: A systematic literature review on factors impacting effectiveness of virtual teams

Diplomand/in	Dominik Dölger
Referent/in	Prof. Dr. Kerstin Wagner
Korreferent/in	Dr. Beier Michael
Vertiefungsrichtung	New Business

Virtual teams are one response to the increasing need for flexibility resulting from competitive constraints and the globalization. This organizational form is characterized by dispersion regarding location, organization and/or time as well as electronic communication media as main communication and coordination tools. This Master Thesis contains a systematic literature review considering the latest (published between 2008 and 2016) empirical studies researching on virtual teams. Its objective is to outline which factors impact the effectiveness of virtual teams, bring the results into a framework, illustrate how they are related to each other and derive need for further research. The developed framework and consolidated information regarding factors impacting virtual team effectiveness provide a basis for both, application by virtual team leaders and further development by researchers.

Innovationsmanagement in der Immobilienwirtschaft

Diplomand/in	Mario Facchinetti
Referent/in	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Korreferent/in	Dr. Roman H. Bolliger
Auftraggeber/in	Dr. Roman H. Bolliger
Vertiefungsrichtung	New Business

Die Studie beschäftigt sich mit dem Innovationsmanagement in der Immobilienwirtschaft. Sie versucht eine Forschungslücke in der Literatur zu schliessen, indem sie Klarheit über den Innovationsprozess in der Immobilienentwicklung schafft.

Aus Elementen bekannter Innovationstheorien und empirisch erhobenem Datenmaterial wird ein für die Immobilienbranche spezifischer Innovationsprozess erarbeitet. Die Ergebnisse sollen zum einen das Verständnis von Innovationsmanagement in der Immobilienwirtschaft fördern und den Status-Quo der Branche im Umgang mit Innovationen beschreiben. Zum anderen dient die qualitative Studie als Grundlage für weiterführende Studien.

Das Immobilieninnovationsprozessmodell ist eine Kombination aus bekannten Prozessmodellen der Produkt- und Dienstleistungsindustrie. Es zeigt auf, wie Unternehmen die zunehmende Informationsflut betreffend neuen Technologien und Märkten verarbeiten können um nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

Erfolgsfaktoren der digitalen Transformation

Diplomand/in	Moritz Göttfert
Referent/in	Prof. Dr. Patricia Deflorin
Korreferent/in	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Vertiefungsrichtung	New Business

Die fortschreitende digitale Transformation verändert die Gesellschaft als auch die Industrie nachhaltig. Diese Arbeit zeigt auf, welche Dimensionen für Unternehmen relevant und inwiefern Wechselwirkungen zwischen den Unternehmen zu beobachten sind. Zugleich werden mit Hilfe der Erkenntnisse Erfolgsfaktoren für Unternehmen formuliert.

Basierend auf einer Literaturrecherche wurde ein Dimensionen Modell der digitalen Transformation erarbeitet, welches im Folgenden anhand einer Case-Study mit zwei Industrieunternehmen untersucht wurde. Die Untersuchung erfolgte mit Hilfe eines strukturierten Fragebogens, in dem der Ist-Zustand der Unternehmung ermittelt, sowie darauf aufbauend einem Workshop, in welchem durch ein vorgegebenes digitales Geschäftsmodell ein Zukunftsszenario der Unternehmen erarbeitet wurde. Durch die Analyse der Case Study konnte das aus der Theorie erarbeitete Modell überprüft, sowie Wechselwirkungen und Abhängigkeiten abgeleitet und in ein modifiziertes Modell übertragen werden. Schlussendlich runden basierend auf dem modifizierten Modell definierte Handlungsempfehlungen die Arbeit ab.

Corporate Venture Capital – ein Praxisleitfaden

Diplomand/in	Manuel Heinzle
Referent/in	Prof. Josef Walker
Korreferent/in	David Hug
Vertiefungsrichtung	New Business

Diese Thesis befasst sich mit der Erstellung eines Praxisleitfadens zu Corporate Venture Capital (CVC).

In der aktuellen Literatur findet sich kein umfassendes Werk als Wegleitung zu CVC. Für interessierte Unternehmen ist es schwer, einen ganzheitlichen Überblick zu erhalten.

Basierend auf einer umfassenden Literaturrecherche wurde ein eigenes Modell entworfen. Dieses Modell beinhaltet die essentiell wichtigen Punkte, die Unternehmen klären müssen, um erfolgreich CVC einzusetzen. Das Modell zeigt einen Ablaufplan, der durch Detailinformationen zu den einzelnen Kategorien ergänzt wird. Durch Interviews mit Experten aus Theorie und Praxis wurde das eigene Modell mehrfach validiert.

Da es keinen «Königsweg» für CVC gibt, werden verschiedene Lösungsansätze präsentiert. Unternehmen können mit Hilfe des Praxisleitfadens, einen für sie passenden Ansatz zu CVC entwickeln, ohne dabei wichtige Punkte zu vergessen oder bereits bekannte Fehler selbst begehen zu müssen.

Die Bedeutung der neuen Mittelschichten in Schwellenländern für exportierende KMU: Fallstudie mit einem KMU aus der Lebensmittelindustrie

Diplomand/in	Lukas Horrer
Referent/in	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Korreferent/in	Prof. Dr. Patricia Deflorin
Vertiefungsrichtung	New Business

Die Masterarbeit fragt nach der Bedeutung der neuen Mittelschichten in Schwellenländern für exportierende KMU. Die Frage, wer zur neuen Mittelschicht – gemessen am Einkommen – zu zählen ist, wird in der Literatur kontrovers diskutiert. Die Masterarbeit schliesst sich einer möglichen Definition an, die nach Meinung des Autors eine angemessene Trennlinie gegenüber tieferen und höheren Einkommen formuliert. In einem zweiten Schritt wird die in der Literatur offene Frage nach der Bedeutung der neuen Mittelschichten für exportierende KMU mittels einer Fallstudie erörtert. Weiter sind angewandte Marktselektions-, Markteintritts- oder Produktlokalisierungsstrategien für die Fallstudie von Interesse. Schliesslich werden hypothetisierende Antworten auf die Forschungsfragen gegeben. Zukünftige Forschungsvorhaben in diesem relativ neuen Bereich der Internationalisierungsforschung finden so mögliche Anknüpfungspunkte. KMU wiederum finden in der Masterarbeit ein Praxisbeispiel und Einschätzungen.

Risikominderung im Export mittels geografischer Diversifikation

Diplomand/in **Adrian Karl**
Referent/in Prof. Dr. Ralph Lehmann
Korreferent/in Prof. Dr. Patricia Deflorin
Vertiefungsrichtung New Business

Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise hat für die europäischen Länder grosse negative Auswirkungen und die Folgen sind in einigen Ländern heute noch zu spüren. Durch die hohen Exportvolumina in den europäischen Markt, determinieren diese Nachwirkungen die Schweiz ebenfalls. Ein schwacher Euro und eine wachstumsschwache Konjunktur verschlechtern die Rahmenbedingungen für Schweizer Exporteure auf unterschiedlichste Weise. Die Auflösung des Euro-Mindestkurses im Jahr 2015 bietet deshalb einen weiteren Anlass, näher zu untersuchen, ob eine geografische Diversifikation die Risiken für Schweizer Exporteure mindern würde. Die Arbeit widmet sich deshalb der Untersuchung, welche Risiken mittels geografischer Diversifikation gemindert und welche Risiken zusätzlich erhöht werden. Auf Basis dieser Risiken wird zudem im Folgenden ein Risikomodell entwickelt, welches versucht aufzuzeigen, wie sich die Risiken gegenseitig kompensieren können, sodass die Risiken im Export gemindert werden können.

Stakeholderanalyse im Gründungsprozess – sustainability-driven vs. economically-driven Entrepreneurship

Diplomand/in **Diana Kottmann**
Referent/in Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent/in Dr. Marc Zimmermann, Geschäftsführer eco.ch
Vertiefungsrichtung New Business

Die vorliegende Arbeit behandelt die Fragen nach den Unterschieden bei der Auswahl und Gewichtung von Stakeholdern sowie der Gewichtung der Schlüsselattribute in der Gründungsphase von ökonomisch orientierten (economically-driven) und nachhaltig orientierten (sustainability-driven) Start-ups. Gegenübergestellt werden jeweils fünf Schweizer Start-ups, die sich in ihren Geschäftsmodellen und Branchen unterscheiden sowie deren Gründungszeitpunkt nicht länger als vier Jahre zurückliegt. Die Daten werden in Form von Leitfadeninterviews erhoben, die mit den jeweiligen CEOs durchgeführt werden. Die empirische Umsetzung orientiert sich an der Theorie der Multiple Case Study, in deren Rahmen jedes der befragten Start-ups als einzelne Fallstudie behandelt wird. Die einzelnen Erkenntnisse münden schliesslich in eine Cross-Case-Synthese und tragen zur Beantwortung der Forschungsfragen sowie Theoriebildung bei.

Mobile Payment im Schweizer Detailhandel

Diplomand/in	Rebekka Kündig
Referent/in	Prof. Dr. Josef Walker
Korreferent/in	Michael Hügli & Dominic Senn
Auftraggeber/in	Twint AG
Vertiefungsrichtung	New Business

Das Ziel der vorliegenden Masterarbeit ist es einen Überblick über die Händleradaption von Mobile Payment im Schweizer KMU Detailhandel zu geben. Die Arbeit ist im Wesentlichen in drei Teile gegliedert. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen und bisherige Studien analysiert. Im zweiten Teil wird die Problemstellung und die Forschungsmethode vorgestellt und im dritten Teil werden die Ergebnisse der Untersuchung aufgezeigt.

Insgesamt 18 qualitative Befragungen mit KMU-Unternehmen aus drei Bereichen geben Auskunft, inwiefern der relative Vorteil, die Transaktionskosten, die Installation, das Vertrauen in den Anbieter, die Zusatznutzen, die Kundenbasis und der zeitliche Aspekt die Händleradaption beeinflussen. Anhand der Erkenntnisse werden Empfehlungen für das weitere Vorgehen in Bereich Mobile Payment in der Schweiz abgeleitet.

Commercial Opportunities for Panorama Trains In the case of Tren Ecuador, how can new products and marketing strategies increase local market share?

Diplomand/in	Jose Navarrete
Referent/in	Prof. Dr. Peter Keller
Korreferent/in	Raul Garcia, Former President of the Chamber Of Tourism, Quito-Ecuador
Vertiefungsrichtung	New Business

The aim of this thesis was to create a new commercial opportunity for Tren Ecuador, a touristic panorama train company. The focus was set on new touristic products and marketing strategies to attract a higher number of local tourists. The reflection on product sustainability and price inclusions appropriateness also benefit the company's long-term objectives.

Twenty semi structured face-to-face interviews with marketers and panoramic train experts were analysed using a qualitative comparative method.

The use of BTL & ATL channels combined with a new product based on different inclusions rates could solve the occupancy problems. The study suggests that an increase of sales is possible when following a price reduction strategy. This corresponds with the expectations of the majority of clients (current and potential) that use Tren Ecuador's services. The most appropriate marketing channel for the local population was confirmed and a marketing proposal based on the thesis findings was presented.

Digitalisierung in unterstützenden Bereichen: Entwicklung einer Methode zur Erfassung von Digitalisierungspotenzial in der ThyssenKrupp Presta

Diplomand/in	Andreas Ospelt
Referent/in	Prof. Dr. Patricia Deflorin
Korreferent/in	Frank Imsel
Auftraggeber/in	Thyssenkrupp Presta
Vertiefungsrichtung	New Business

Die Arbeit umfasst im Wesentlichen drei Themenblöcke. Einleitend werden in einer Literaturanalyse die notwendigen Komponenten der Digitalisierung vorgestellt. Im Detail sind dies die Treiber der Digitalisierung, deren Dimensionen in den unterstützenden Bereichen, die zu schaffenden Voraussetzungen und die Auswirkungen auf das Unternehmen durch Business-Treiber. Damit werden Bedeutung, Einfluss und Potenzial der Digitalisierung aus der Literatur abgeleitet und auf Basis dessen, im Anschluss ein erster Entwurf der Methodik erstellt. Als geeignete Methode wurde ein Reifegradmodell ausgewählt. Dieses Reifegradmodell wird anschliessend im Rahmen einer Case-Study durch qualitative Interviews mit Experten aus den unterstützenden Bereichen aus der Thyssenkrupp Presta evaluiert und überarbeitet. Abschliessend wird das entwickelte Reifegradmodell operationalisiert, um es für die unterstützenden Bereiche zur Erfassung von Digitalisierungspotenzial nutzbar zu machen.

Rahmenkonzept zur Einordnung von technologiebasierten Ideen

Diplomand/in	Manuel Nicolas Siegrist
Referent/in	Prof. Dr. Urs Jenni
Korreferent/in	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Auftraggeber/in	SIFE
Vertiefungsrichtung	New Business

Eine Erfindung alleine bedeutet noch keinen wirtschaftlichen Erfolg für den Erfinder. Der Weg von einer Idee bis hin zur effektiven Vermarktung des fertigen Produktes ist geprägt von Herausforderungen verschiedener Art. Diese Arbeit befasst sich insbesondere mit der Realisierung einer technologiebasierten Idee bis hin zum marktfähigen Produkt. Im Vorfeld der eigentlichen Untersuchung wird in dieser Arbeit die Realisierung einer technologiebasierten Idee analysiert und in ihren Grundsätzen erläutert. In einem nächsten Schritt werden relevante Kriterien definiert, anhand derer eine Idee, entlang ihrer Realisierung eingeordnet und bewertet werden kann. Bei der qualitativen Erhebung wurde ein Rahmenkonzept zur Einordnung und Bewertung einer technologiebasierten Idee mittels Fallstudien überprüft. Das daraus entstandene Modell ist ein Versuch, eine Idee, unabhängig von der Technologie oder Branche, entlang ihrer Realisierung einerseits einordnen und andererseits bewerten zu können. Die Bewertung bezieht sich mehr auf die ganzheitliche Erfüllung der Realisierung an sich und weniger auf die Bewertung einer Technologie nach Attraktivität oder Reifegrad.

Geschäftsmodelle für die Davoser Immobilienwirtschaft Auswirkungen und Konsequenzen der Zweitwohnungsinitiative, sowie Aufzeigen von nachhaltigen Geschäftsmodellen

Diplomand/in	Tobias Johann Steinbach
Referent/in	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent/in	Jan Christmann
Auftraggeber/in	Engel & Völkers Chur-Davos Flims
Vertiefungsrichtung	New Business

Am 11. März 2012 hat das Schweizer Stimmvolk mit einer knappen Mehrheit die Zweitwohnungsinitiative angenommen. Durch die Zustimmung ist eine Verordnung entstanden, die in Regionen mit einem Zweitwohnungsanteil über 20% grundsätzlich das Bauen von neuen Zweitwohnungen verbietet. Aus diesem Tatbestand resultierend viele Auswirkungen und Konsequenzen für die Immobilienwirtschaft, so auch für die Davoser. Die Arbeit hat sich dabei zum Ziel gesetzt, auf der einen Seite die Auswirkungen und Konsequenzen für die Immobilienwirtschaft zu eruieren und in einem zweiten Schritt das Thema Nachhaltigkeit zu thematisieren. Die Resultate werden dabei in nachhaltige Handlungsempfehlungen, bzw. in ein nachhaltiges Geschäftsmodell überführt. Hierfür ist die Arbeit in drei wesentliche Bereiche gegliedert, welche mittels einer quantitativen und qualitativen Forschung realisiert wurden.

Der Einfluss der neuen Swissness-Gesetzgebung auf die Konfiguration der Wertschöpfungskette international tätiger Schweizer Unternehmen der MEM-Industrie

Diplomand/in	Kathrin Zogg
Referent/in	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Korreferent/in	Doris Anthenien Häusler
Auftraggeber/in	Swissmem
Vertiefungsrichtung	New Business

Die neue Swissness-Gesetzgebung tritt am 1. Januar 2017 in Kraft und fordert Transparenz bezüglich dem Swissness-Anteil von Produkten, die mit dem Co-Brand Schweiz vermarktet werden. Führt dies zu einem Dilemma für hiesige Unternehmen? Ziel ist es, den Einfluss der neuen Swissness-Gesetzgebung auf die Konfiguration der Wertschöpfungskette von Schweizer MEM-Unternehmen zu analysieren. Die Ergebnisse einer quantitativen Befragung von 342 Swissmem-Mitgliedsunternehmen zeigen, dass die neue Swissness-Gesetzgebung die Bedeutung des Einflussfaktors Herkunftsland Schweiz weniger stark verändert als wahrscheinlich von vielen Unternehmern befürchtet. Für den Grossteil der befragten Unternehmen stellt die neue Swissness-Gesetzgebung keinen Faktor dar, der Änderungen an der Wertschöpfungskette verlangt. Sie erfüllen die Kriterien bereits heute und dürfen ihre Produkte (weiterhin) rechtmässig mit dem Co-Brand vermarkten.

– VERTRAULICH –

International After Sales Services: Vorgehensmodell zum Auf- und Ausbau von internationalen After Sales Services

Diplomand/in	Michael Züst
Referent/in	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Korreferent/in	Robert Züst
Vertiefungsrichtung	New Business

Schweizer Maschinenbauunternehmen kommen durch den Wettbewerb zunehmend unter Druck. Um sich wieder differenzieren zu können, sind neue Lösungen gefragt. Eine Möglichkeit bietet der Aufbau von internationalen After Sales Services (ASS). Der Aufbau des Dienstleistungsgeschäfts ist jedoch mit grossen Herausforderungen verbunden. Die Unternehmen wissen oft nicht, wie sie ihr Dienstleistungsgeschäft optimal ausbauen können.

Die Arbeit soll deshalb die Frage beantworten, wie Unternehmen beim Aufbau von ASS auf ausländischen Märkten vorgehen sollen.

Mittels Literaturrecherche werden Ansätze zum Aufbau des Dienstleistungsgeschäfts gesucht und zusammen mit den wichtigsten Einflussfaktoren beschrieben. Diese Informationen dienen als Grundlage für die Entwicklung eines Vorgehensmodells.

Resultat der Arbeit ist eine Konzeption, welche das Vorgehen zum Aufbau von internationalen ASS beschreibt. Diese kann von Unternehmen verwendet werden, um sich gezielt weiter zu entwickeln.

The Potential of Russian Market for Swiss MICE Tourism

Diplomand/in	Julija Cernostana
Referent/in	Norbert Hörburger
Korreferent/in	Mrs. Natalia Sizova
Auftraggeber/in	Switzerland Tourism, Moscow
Vertiefungsrichtung	Tourism

MICE tourism brings economic, social and intellectual benefits to the tourism industry, but also contributes to the destination's development. Switzerland has been recognised for years as a competent destination within the Europe's MICE industry. On the other side, Russian business travellers occupy considerable market share due to their performance on the MICE market. However, the travel intensity from Russia to Switzerland leaves much to be desired. The purpose of this master thesis is to deliver the recent knowledge on the Russian MICE tourism to Switzerland. The aim of the thesis is to provide an insight into the characteristics, preferences and current tendency of Russian MICE market. For the research there has been applied a qualitative approach. The market data was collected by semi-structured expert interviews and further results are going to establish fundamental knowledge of the market.

E-learning as a viable training tool in the hotel sector (Evaluation of the current situation and further potential of e-learning for the Swiss hotel industry)

Diplomand/in	Valentina Chekhomova
Referent/in	Norbert Hörburger
Korreferent/in	Helena Trachsel
Vertiefungsrichtung	Tourism

The research addresses the degree of e-learning usage by the Swiss hotel sector, particularly its impact on staff training as well as its economic benefits. Specifically, this thesis discussion revolves around two main points:

Firstly, an overview of the current status of e-learning in the Swiss hotel industry. This includes penetration depth and usage patterns in which e-learning is designed and delivered to hotel employees in Switzerland as well as its effectiveness (success factors, best practices, limitations etc). In parallel, the range of utilized tools and suppliers is discussed. Secondly, it provides a forecast on e-learning development and its potential for the Swiss hotel industry as well as a cost comparison of e-learning against traditional forms of training. Primary data are derived from qualitative and quantitative interviews with three groups of respondents: e-learning experts, hotel managers and managers of the Swiss insurance sector. The latter group serves as a benchmark. The reason for this is to compare e-learning usage in Swiss hospitality with best practices in other (service) sectors engaging in massive in e-learning and which face similar customer-facing challenges. Data from other industries help develop a set of recommendations for the hospitality business.

Ecological Impacts of Tourism in Swiss National Park

Assessing the ecological Impacts of Nature based Tourism in the Swiss National Park

Diplomand/in	Catalina Simona Dianu
Referent/in	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent/in	Dr. Philippe Sanner
Auftraggeber/in	University of Zurich
Vertiefungsrichtung	Tourism

This research paper intends to get an insight of a new topic, mainly to identify and to assess the ecological impacts in the Swiss National Park based on the general ideas found in literature combined with the specific answers resulted from the research. Thereby, the author of this paper desires to provide some new information which could provide some new knowledge to the literature. This research paper will first try to develop a list with general ecological impacts of tourism, followed by a selection of ecological impacts of nature based tourism in the Swiss National Park and an assessment of their consequences. Moreover, the author of paper will investigate the management awareness and taken actions with regard of these impacts and consequences.

Experience management: customer experience as core value in tourism – The case of Dumbrava Hotel Bacău

Diplomand/in	Irina Ștefana Ghinea
Referent/in	Prof. Jan Mosedale
Korreferent/in	Felicia Bejan
Auftraggeber/in	Dumbrava Hotel Bacău
Vertiefungsrichtung	Tourism

This study explores the consumer experience by examining empirical data collected via a series of semi-structured interviews with business travellers. The study findings indicate that hotel guest experiences constitute both of physical environment and human interaction dimensions. The research findings suggest that business travellers' experiences are affected by physical environment of the hotel, but also by the attitude of employees. In terms of physical environment, the most important drivers for good customer experience for business travellers are the location and comfort of the hotel, having access to all-inclusive facilities which helps them to feel like home even when they are away.

The research findings provide specific implications for hotel executives looking for ways to differentiate themselves from their competitors by creating impressive customer experiences for business travellers. In particular, the proposed framework in this study can help practicing managers understand what the determinants of consumer experience are and how to adapt the services to fit the needs and requests of guests. This paper contributes to the overall understanding of consumer experience by illuminating the experience perceptions of business travellers in a hotel environment.

Generation Y – adaptations needed in the hotel industry

Diplomand/in	Elisabeth Grossmann
Referent/in	Prof. Aurelia Kogler
Korreferent/in	Olivier Rappai
Auftraggeber/in	Zürich Marriott Hotel
Vertiefungsrichtung	Tourism

In recent years, Generation Y has quickly become a major segment of the tourism industry and has also a high spending potential. Thus, it is essential for tourism owners and operators to get to know the unique characteristics and expectations of those customers in order to be able to adapt their practices and cultures appropriately to meet the needs of this generation. According to this fact, the master thesis deals with the question, which adaptations are needed in order to win Generation Y as loyal customers. In order to reach this aim, a detailed literature analysis is done in a first step. This is followed by a structured and standardized online questionnaire via the social media platform Facebook to investigate the travel behaviour of Generation Y. In a further step, the results of the quantitative research are discussed with chosen experts in order to gain further ideas for adaptations. Out of the different information gathered recommendations for adaptations in the hotel industry are given.

Evaluation of Community Support at a Sporting Mega-Event – A Case-Study of the FIS Alpine World Ski Championships 2017 St. Moritz

Diplomand/in	Eva Karin Hauck
Referent/in	Dr. Teresa Leopold
Korreferent/in	Claudia Jann
Auftraggeber/in	FIS Alpine World Ski Championships 2017 St. Moritz
Vertiefungsrichtung	Tourism

The research intends to investigate the attitude of the host community of St. Moritz towards the FIS Alpine World Ski Championships 2017 and suitable community engagement practices to increase community support. Main theoretical concepts addressed are the role of the host community as a stakeholder of an event, the effects of an event on the host community and the effect of the host community on the success of an event with the concept of community support. To investigate the attitude of the host community towards the event, a survey has been developed on the basis of existing literature. The results enable the organizing committee of the event to clearly understand the attitude of the host community, to identify areas of emphasis to work on and to specify those community engagement measures that are deemed as the most suitable ones. The future-oriented approach of this research allows insights to supplement and influence the organizing committee planning with the aim to increase benefits for all involved parties.

Crisis Management Strategies of Thailand's Tourism Industry – A study of Thailand's tourism industry following political unrests and terrorism in 2014/15

Diplomand/in **Kerstin Kriha**
Referent/in Prof. Dr. Walter Ammann
Korreferent/in Dr. Jan Mosedale
Vertiefungsrichtung Tourism

Political instabilities and terror attacks pose a serious challenge for the tourism industry which relies on stable surrounding conditions. Thailand has seen its share of such crises in recent years with the military coup in 2014 and the Bangkok bombing in August 2015. This research investigates the impacts as well as the corresponding crisis management activities. Key stakeholders from the private and public sector were interviewed both in Europe and on site in Thailand. A first aim of the research was to analyse the impacts of both events on tourist arrivals through Desk and Field research. Another part of the thesis is dedicated to the analysis of crisis management activities prior to, during and after the crises. The research also analyses to which extent collaboration between stakeholders took place and whether there was room for improvement. Finally, the efficiency of Thailand's tourism industry in managing political instabilities and terrorism is evaluated. Due to the involvement of stakeholders from all relevant parties, the thesis was able to gain practical – and sometimes surprising – insights into the complexity behind the management of tourism crises.

Development of an online marketing concept for Bad Zurzach – taking into account its strategic positioning as a health tourism destination

Diplomand/in **Ramona Patricia Lüdke**
Referent/in Prof., dipl. Ing. Aurelia Kogler
Korreferent/in Peter Schläpfer
Auftraggeber/in Bad Zurzach Tourismus AG
Vertiefungsrichtung Tourism

The vibrant nature of the online marketing industry with the emergence of new features and instruments, in contrast to the traditional, rather slow-paced health tourism industry results in a lack of knowledge and uncertainty about the effectiveness and appropriate use of online marketing for a health tourism destination. With Bad Zurzach being a well-known village in terms of health issues in Switzerland, this problem is specifically applied to this destination. With the help of expert interviews amongst health tourism and online marketing professionals and a web-based survey with (potential) tourists, this research proposes an online marketing concept for the tourism organisation of Bad Zurzach regarding its presence in online channels.

Relevant criteria for Generation Y and Z in Switzerland when deciding for or against an apprenticeship in the hospitality industry

Diplomand/in	Lisa Nahrgang
Referent/in	Prof. Dr. rer. soc. Sylvia Manchen Spörri
Korreferent/in	Claudia Züllig-Landolt
Vertiefungsrichtung	Tourism

Current market trends reveal the following aspects for the travel and tourism industry: Growing touristic markets and a need for qualified personnel face skill shortages and difficulties of attracting young talented staff in a sector, which is often associated with negative career and working conditions. This thesis therefore deals with the topic of relevant criteria for Generation Y and Z in Switzerland when deciding for or against an apprenticeship in the hospitality industry. Existing literature on the topics of human capital in the hospitality industry, Generation Y and Z as well as employer branding served as a basis for the research. Afterwards, 18 interviews with former interns of hotel Schweizerhof in Lenzerheide were conducted to reveal how and for what reasons the interviewees finally decided for or against an apprenticeship in the hospitality industry. The aim of this thesis is to give recommendations to hotel Schweizerhof and to other businesses in the named sector, to enable them to adapt their personnel recruitment and management strategies to the needs and expectations of young generations.

Ecotourism development in Romania: Opportunities and Challenges in Land of Dorna destination

Diplomand/in	Andreea-Maria Popescu
Referent/in	Dr. Frieder Voll
Korreferent/in	Liviu Hutanu
Vertiefungsrichtung	Tourism

Ecotourism is known as having a big potential to develop sustainably an ecosystem and minimize the human impact on it and on the local culture. From the all types of tourism, ecotourism has the fastest growth recently, due to its strong link with nature and local culture. In some destinations the term «ecotourism» is used just as a marketing tool to promote the business and attract tourists and not as it should be used and developed. Therefore, this research aims to establish the status of the ecotourism concept in the Land of Dorna destination as it presents a big potential for developing ecotourism operations. There is a need for knowing the current condition of ecotourism in Land of Dorna, as it is important to establish further strategies and plans for improving its condition. To get to a conclusion, the researcher has conducted semi-structured interviews with Romanian experts in ecotourism as well with members of the local community of Land of Dorna. In this study there were identified the impacts of ecotourism in the destination, the opportunities and challenges which exists for ecotourism and there were presented methods and ideas of improving the practices in the destination.

Climate change in the Swiss National Park region: Impacts of climate change on the tourism business in winter season in the Swiss National Park region

Diplomand/in **Valentin Stan**
Referent/in Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent/in Dr. Philippe Saner
Vertiefungsrichtung Tourism

Climate change is currently a central issue for Swiss winter tourism, as the mountain destinations are and will be for sure affected in different modalities by this global phenomenon. This issue is even more pressing for those destinations that rely mainly on the revenues obtained from this type of tourism. This study investigates the climate change impacts on tourism business in the Swiss National Park (SNP) region during the winter time and also the tourism providers' behaviors with regards to this phenomenon. With the help of literature review, interviews with tourism experts and with tourism providers of the area, aspects such as physical impacts, effects on tourism business, adaptation measures, drivers, barriers, and consequences are treated. The results of this research can represent a starting point for further studies but it is also useful for the practitioners who are interested how climate change can influence winter tourism businesses in the SNP region during winter season.

African Luxury Tourists: A Potential Niche Market for the Swiss Tourism Industry

Diplomand/in **Jeancy Kabeya Tshiangu**
Referent/in Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent/in Urs Eberhard
Vertiefungsrichtung Tourism

Following the appreciation of the national currency and the considerable drop in European tourist numbers, the Swiss tourism industry is looking for solutions. This research intends to uncover the real potential that African outbound tourism represent for the Swiss tourism industry. It also analyses how the Swiss tourism industry views African outbound tourism and identifies the barriers and drivers of including this type of tourism in its market portfolio.

Primary data was gathered by expert interviews, while secondary data was analysed to assess African outbound tourism in respect to the criteria applied by Switzerland Tourism.

This study is one of the first that attempts to not only evaluate the real potential that African outbound tourism may represent for the Swiss tourism industry but also to unearth the underlying reasons for its position. It aims to stimulate a scientific debate on the paradox relating to the desired growth of African outbound tourism and the establishment of measures that impede that very same desired growth.

New Business Strategies and Methods for Chinese Traditional Outbound Travel Company – The Case of GIC Company

Diplomand/in	Ke LIN
Referent/in	Prof. Marco Hartmann
Korreferent/in	Mrs. Chenju Shen
Auftraggeber/in	Great International Commercial AG Cham, Switzerland / Shanghai, China
Vertiefungsrichtung	Tourism

The work is mainly composed of three parts in order to help the client, GIC Company, to find out the new business strategies and methods under the influence of Internet. In the first part, the literature review is considered as secondary data to give insights on China outbound travel market including luxury travel market and online travel market, and to provide the business model framework as the foundation of the work for further qualitative research and data analysis. The second part would be the presentation of primary data, the useful findings from six in-depth interviews with the travel companies and one in-depth interview with the industrial expert are generated and analyzed with the selected business model framework. In the final part, all the findings from both primary and secondary data eventually form the basis to answer the research question and sub-questions of my master thesis.

Medienbeobachtung als Managementinstrument an Universitäten

Diplomand/in	Eva Dohrmann
Referent/in	Prof. Dr. Albert Weichselbraun
Korreferent/in	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Vertiefungsrichtung	Information and Data Management

Für die Unternehmensführung ist es wichtig, über politisches und gesellschaftliches Geschehen auf dem Laufenden zu sein, die das Unternehmen möglicherweise beeinflussen. Allerdings ist wenig darüber bekannt, wie Pressebeobachtung für Universitäten angepasst und optimiert werden kann. Dieses Thema unter den Aspekten der Zielgebung, Einbettung und der Darstellung der Ergebnisse zu analysieren ist das Ziel dieser Arbeit. Dies wird anhand der Analyse von Fachliteratur, Benutzerbefragung und Dokumenten der Universität Lausanne ermöglicht. Die Ergebnisse zeigen auf, wie Medienbeobachtung für öffentliche Universitäten, je nach Zielen und zur Verfügung stehenden Mitteln ausgerichtet und ergänzt werden kann. Ein besonderes Augenmerk liegt auf einem Vergleich von Medienbeobachtung im Privaten Sektor mit jenem für Universitäten. Ferner wurde ein Framework zur Entwicklung und Verbesserung von Medien-Monitoring-Diensten entwickelt und anhand eines Projekts der Universität Lausanne illustriert.

Medieninhaltsanalyse Big Data: Big Data, Datenschutz und Privatsphäre in Schweizer und US-amerikanischen Zeitungen

Diplomand/in **Flurina Huonder**
Referent/in Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent/in Prof. Dr. Christian Hauser
Vertiefungsrichtung Information and Data Management

Die Digitalisierung und technologische Entwicklung, welche Big Data vorantreiben, beeinflussen zunehmend unser Leben. Jeden Tag fallen grössere Datenvolumen an und dies immer schneller. Mit Big Data werden neue Geschäftsmodelle entwickelt, welche die Wirtschaft revolutionieren. Jedoch gibt es bei Big Data auch eine Kehrseite – über Datenschutzfragen sowie Eingriffe in die Privatsphäre darf nicht hinweggesehen werden. Diese Masterthesis geht der Frage nach, wie Big Data in den Schweizer und den US-amerikanischen Medien dargestellt wird; der Fokus liegt dabei auf der Versicherungsbranche. Dazu wurde eine zweistufige Inhaltsanalyse mit sechs ausgewählten Zeitungen aus der Schweiz sowie den USA durchgeführt. In einem ersten Schritt wurden die Artikel mittels einer computer-gestützten Inhaltsanalyse codiert. In einem zweiten Schritt wurde eine Auswahl an Artikeln manuell codiert. Die Ergebnisse führen formale als auch thematische Unterschiede zwischen den Zeitungen und Ländern auf.

Informationsethik und Open Science: Eine Untersuchung der Bereiche Open Access, Open Data und Text- und Data-Mining

Diplomand/in **Alexandra Jobmann**
Referent/in Dr. Ulrich Herb
Korreferent/in Prof. Dr. Rainer Kuhlen
Vertiefungsrichtung Information and Data Management

Das Internet hat neue Formen des Umgangs mit Wissen und Information hervor-gebracht. Diese Entwicklung betrifft auch und insbesondere die Wissenschaft, denn wissenschaftliches Arbeiten und Publizieren bzw. Forschung im Allgemeinen wurde um den digitalen Raum erweitert. Die im Rahmen der Digitalisierung ent-stehenden Möglichkeiten zur Integration von Transparenz in den gesamten For-schungsprozess führen weiterhin zu einer Öffnung der Wissenschaft. Diese Öffnung hat dabei nicht nur Auswirkungen auf die Gesellschaft und die wirtschaft-liche Entwicklung eines Landes, sondern auch auf die Wissenschaft selbst. Die hier aus verschiedenen Auffassungen entstehenden Konflikte können mit Hilfe der Informationsethik diskutiert werden. Gegenstand dieser Master Thesis ist die Untersuchung der Open Science zugrunde liegenden informationsethischen Prinzipien. Zur Einordnung von Open Access und Open Data in diese Prinzipien ist ein entsprechendes informationsethisches Modell notwendig.

Datenstrategiemodell: Ein Referenzmodell zur Entwicklung von Datenstrategien

Diplomand/in	Fabian Muster
Referent/in	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent/in	Prof. Dr. Albert Weichselbraun
Vertiefungsrichtung	Information and Data Management

Das Potenzial zur Steigerung der Profitabilität mittels Daten ist enorm – genutzt wird es hingegen kaum. Viele Unternehmen sind entweder nicht qualifiziert genug oder aber es fehlt am notwendigen Bewusstsein, um dieses Potenzial auszuschöpfen. Die vorliegende Arbeit bietet ein Referenzmodell für Datenstrategien, wie ein Unternehmen aus betrieblicher Sicht mit Daten umzugehen hat, um diese effizient nutzen zu können. Dabei werden die relevanten Bausteine einer erfolgreichen Datenstrategie identifiziert und zusammen mit relevanten Unternehmens- und Strategiefunktionen mittels Handlungsanweisungen in eine erfolgreiche Transformation überführt. Zur Unterstützung werden zudem Vorlagen zu einer Roadmap, Maturitätsbewertung und einem Rollenkonzept mitgegeben, die diese Arbeit praktikabel machen.

Das Wissensmanagement in einem Bibliotheksnetz – Überdenken eines betrieblichen Modells

Diplomand/in	Nicole Scheurer
Referent/in	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent/in	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Vertiefungsrichtung	Information and Data Management

Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist die Evaluation einer möglichen Umsetzung eines Wissensmanagementmodells im Rahmen eines Bibliotheksnetzes. Als Modellgrundlage wird das Bausteinmodell von Probst, Raub und Romhardt (2000) verwendet.

Damit eine klare Darstellung der Rahmenbedingungen möglich ist, werden zuerst die Grundbegriffe erläutert. Anschliessend werden die allgemeinen Wissensbarrieren und die Auswirkungen einer Netzorganisation analysiert. Als Kernpunkt der Arbeit wird das Bausteinmodell vertieft und die konkreten Realisierungsvorschläge von Düren (2015) bezüglich seiner Umsetzung im Bibliotheksbereich genauer betrachtet. Hieraus werden anschliessend eventuelle Verbesserungen in Bezug zu einem Bibliotheksnetz vorgeschlagen. Die so evaluierten Faktoren dienen im Anschluss dazu, diese im Rahmen des Prozesses der Wissensmanagementumsetzung zu integrieren. Aufgrund dieser Reflexionen wird schliesslich ein Vorschlag zur Ergänzung des Bausteinmodells erarbeitet.

Linked Enterprise Data am Beispiel von Gesellschaftsdaten – Grundlagen zum Vorgehen und zur Umsetzung einer Integration von Gesellschaftsdaten als Linked Enterprise Data

Diplomand/in	Christoph Weibel
Referent/in	Prof. Dr. Niklaus Stettler
Korreferent/in	Prof. Dr. Albert Weichselbraun
Auftraggeber/in	Wenk Rea, LGT Financial Services AG
Vertiefungsrichtung	Information and Data Management

Gegenstand dieser Masterthesis sind die Grundlagen zum Vorgehen und zur Umsetzung einer Datenintegration als Linked Enterprise Data. Basierend auf einer Literaturrecherche und einer Analyse der Systemlandschaft, in welcher die Gesellschaftsdaten verarbeitet und verwaltet werden, wird ein Vorgehensmodell zur Umsetzung der Datenintegration als Linked Enterprise Data entwickelt. Das Vorgehensmodell beinhaltet das Objekt-Modell, das Ontologie-Modell, die RDF-Umwandlung und den RDF-Dump. Dieses Vorgehensmodell wird anschliessend mit anonymisierten Gesellschaftsdaten umgesetzt. Es wird aufgezeigt, welche neuen Möglichkeiten die Daten als Linked Enterprise Data eröffnen sowie welche Vorteile sich diesbezüglich im Vergleich zur aktuellen Situation ergeben. Mit der Umsetzung wird illustriert, dass durch die Datenintegration als Linked Enterprise Data bestehende Datensilos aufgebrochen und die Daten in einer integrierten Sicht abgefragt werden können.



Mix
Produktgruppe aus vorbildlicher Waldwirtschaft
und anderen kontrollierten Herkünften
www.fsc.org Zert-Nr. SQ5-COC-22253
© 1996 Forest Stewardship Council

HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
Pulvermühlestrasse 57
CH-7004 Chur

Telefon +41 (0)81 286 24 24

Telefax +41 (0)81 286 24 00

E-Mail hochschule@htwchur.ch

www.htwchur.ch