



HTW Chur



Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Bachelor- und Masterarbeiten 2011

STUDIERN FÜRS LEBEN

 www.htwchur.ch

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibungen der Bachelor- und Masterarbeiten 2011

Bachelor-Studiengänge	Seiten
– Bau und Gestaltung	3
– Betriebsökonomie	21
– Informationswissenschaft	39
– Multimedia Production	54
– Telekommunikation/Elektrotechnik	67
– Tourism	76
Master-Studiengänge	
– Business Administration	117

Die Kurzzusammenfassungen wurden von den jeweiligen Diplomierten selbst verfasst.

Bau und Gestaltung

Studienleitung

Plácido Pérez

Wohnen in den Bergen

Diplomand	Philip Bär
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Christian Auer, Felix Jerusalem, Mike Bürgi und Marlene Gujan

Der guten Bausubstanz wegen wird das bestehende Gebäude erhalten, umfassend umgebaut und zudem der hintere Teil des Gebäudes um ein Geschoss aufgestockt. Das zusätzliche Geschoss bietet mehr Wohnfläche, wodurch das Gebäude ökonomischer genutzt werden kann. Ein Anbau, welcher einen Carport mit drei Stellplätzen und eine Terrasse umfasst, erweitert das Gebäude. Das Erdgeschoss ist mit einer Cafeteria im vorderen und einem Fitnessraum mit Garderoben im hinteren Bereich weitgehend öffentlich organisiert. Die oberen Geschosse nehmen die neun Wohnungen und zwei Zimmer für Biker mit Nasszellen auf, welche temporär vermietet werden.



Privatsphäre und Gemeinschaft

Diplomand Benjamin Bärtsch
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem, Mike Bürgi und Marlene Gujan

In Curaglia besteht aufgrund der Überalterung seiner knapp 300 Einwohner und dem Generationenwechsel in den landwirtschaftlichen Familienbetrieben vermehrt der Bedarf an Kleinwohnungen. Inspiriert durch den engen Zusammenhalt der Bevölkerung über die Altersgrenzen hinweg, wird ein Wohnhaus für jüngere und ältere Menschen vorgeschlagen. Dieses umfasst fünf Wohnungen mit zweieinhalb Zimmern, wobei ein Teil der Wohnfläche für das gemeinschaftliche Zusammenleben bestimmt ist. Die Übergänge von privat und gemeinschaftlich sind fließend. Diese Aufenthaltsbereiche sind dem Treppenhaus vorgelagert, dabei erweitern geräumige, teilmöblierte Korridore den privaten Raum.



Umbau Altersheim in Curaglia

Diplomand Simon Bisquolm
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem, Mike Bürgi und Marlene Gujan

Mit dem geplanten Bau des Pflegezentrums «Casa da tgira Sursassiala» in Disentis wird das Altersheim im Nachbardorf Curaglia in Zukunft nicht mehr als solches genutzt. Ziel des Projektes ist, das Gebäude einer neuen Nutzung und Funktion zuzuführen, welche für das Dorf Curaglia zugleich Mehrwerte darstellen. Das bestehende Altersheim fügt sich trotz seiner Grösse harmonisch ins Dorfbild ein, die alte Bausubstanz ist gut erhalten. Bei der Sanierung wird die statische Struktur des Gebäudes beibehalten. Das Gebäude wird mit sechs Wohnungen für Jung und Alt neu organisiert, die bestehende Küche wird zusammen mit einem «Bed and Breakfast» Angebot als Restaurant wiederverwendet. Die Umplanung sieht ein Mehrgenerationenhaus, ergänzt durch eine touristische Nutzung, vor und schafft so einen Ort der Begegnung.



Schutzbau Stadtgarten Chur

Diplomandin Anna-Lydia Capaul
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan

Die Stadt Chur plant, den Verkehr auf der Grabenstrasse zu beruhigen und einen grösseren Anteil des motorisierten Verkehrs über die Engadinstrasse zu lenken. Die bereits heute rege besuchten Cafés und Bars an der Grabenstrasse sollen in eine Begegnungszone eingebunden werden. Der Entwurf eines Schutzbaus für die

Mauer des Stadtgartens reagiert auf diese zukünftige Entwicklung. Er ist zum Stadtgarten hin offen und mit arkadenartigen Stützen öffentlich zugänglich. Das Bauvolumen ist begrünt und dient als Verbindung von der Stadt zur Postremise sowie zur Engadinstrasse. Entlang einer Rampe erreicht man einen Gedenkraum. Gegenüber nimmt ein kleiner Bau das Kriegsdenkmal auf. Als städtebaulicher Vorschlag ersetzt ein neues Volumen die Gebäudezeile an der Grabenstrasse. Dieser Baukörper orientiert sich an den angrenzenden Gebäuden und ist mit einer Ladenfläche im Erdgeschoss und Wohnungen in den oberen Etagen organisiert.



Tanz- und Bewegungshaus am Stadtpark Chur

Diplomandin Emanuela Ferrari
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan

Für diesen Entwurf wurden zwei Szenarien hinsichtlich möglicher Baustrategien eines privaten und eines öffentlichen Bauherrn ausgearbeitet.

Aufbauend auf der von Seiten der Stadt bestehenden städtebaulichen Strategie um die Graben- und Engadinstrasse wurde die Variante eines öffentlichen Bauherrn weiterverfolgt und ein Projektvorschlag entwickelt, der so weit wie möglich auf die Gegebenheiten, den komplexen Standort und die Bedürfnisse der Stadt eingeht. Das Ergebnis ist der Entwurf eines Tanz- und Bewegungshauses am Stadtpark und einer Kindertagesstätte im Gäuggeliquartier.



Stadtvilla

Diplomand Dominik Fitzl
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan



Die Arbeit setzt sich aus zwei Teilbereichen zusammen: Der Klärung der städtebaulichen Situation rund um den Stadtgarten und der Auseinandersetzung mit einer nicht überbauten Parzelle im Gäuggeliquartier. Der Eingriff am Stadtgarten wurde nur konzeptionell bzw. städtebaulich bearbeitet. Der Lösungsvorschlag umfasst ein Nutzungskonzept sowie ein Gebäudevolumen, welche die Situation am Stadtgarten klären. Ein Musikhaus bietet die Möglichkeit, den Park besser zu nutzen ohne dessen introvertierten Charakter zu zerstören. Das Projekt für eine Stadtvilla mit vier Wohneinheiten bildet den Hauptteil der Arbeit. Der Entwurf reagiert auf die bestehenden Strukturen der Häuser und die Umgebung im Gäuggeliquartier. Der traditionelle Kreuzgrundriss wird neu interpretiert, wodurch sich neue Ansätze für das Wohnen im Villenquartier ergeben.

Wohnen im Alter

Diplomand Christoph Günther
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan

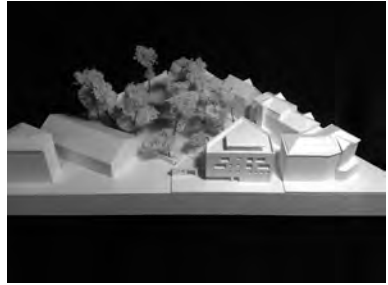


Bereiche für Kommunikation und Begegnung sind wichtige Bestandteile neuerer Alterssiedlungen. In dieser Arbeit nehmen drei kleine Wohneinheiten, die eigenständig funktionieren, den dörflichen Massstab auf. Das Thema der Plätze und Wege setzt sich im Inneren über die Erschliessung im Haus fort. Ein grosser Platz holt die Besucher ab und fungiert gleichzeitig als Zirkulationszone. Rückzugsmöglichkeiten schützen die Individualität der Bewohner. Die Wohnungen sind im Grundriss ähnlich, nutzen den besonderen Ort und folgen in ihrer Orientierung den in allen Richtungen attraktiven Ausblicken. Um diese Wirkung zu unterstreichen, wurden die Fenster bewusst positioniert und ausgeformt. Die Fassadengestaltung mit sägerohren Brettern integriert die Neubauten in das bestehende Dorfbild.

Das Atelierhaus

Diplomandin Danijela Hauser
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan

Ein Wohn- und Gewerbehaus für Kunstschaaffende ist das Ergebnis eingehender Analysen des Ortes, des Verkehrs, des öffentlichen Raumes, ökonomischer Überlegungen und der Kultur. Dabei waren gesetzliche Vorgaben sowie städtebauliche, quartierspezifische und denkmalpflegerische Aspekte zu berücksichtigen.



Center Cultural Val Medel

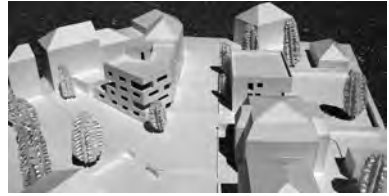
Diplomandin Gisela Müller
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan

Das geplante Center Cultural Val Medel schafft Arbeitsplätze und hilft, der Abwanderung ins Tal entgegenzuwirken. Die vier Häuser definieren einen Platz, wie er in der Art häufig im Dorf anzutreffen ist. Die gegeneinander gestellten Baukörper mit Pultdächern interpretieren das traditionelle Walserhaus, das im Grundriss genau mittig in zwei eigenständige Wohneinheiten geteilt ist, neu. Das Nutzungskonzept beinhaltet einerseits Wohnmöglichkeiten für ältere Menschen, andererseits sollen auch Unterländer Curaglia entdecken. Neben Schlafgelegenheiten für Wanderer und Familien bietet das Center auch Kurslokalitäten an. Durch den gesetzten Schwerpunkt auf spezielle Themen des Walserdorfes Curaglia, wie Ernährung und Landwirtschaft auf 1'400 Meter Höhe über Meer, fällt der Küche eine zentrale Rolle zu. Diese wird ebenso von einheimischen Landwirten beliefert wie der kleine Laden, den das Center zusammen mit einer Ausstellung betreibt. Im halböffentlichen Restaurant essen Senioren, Feriengäste und angemeldete Besucher gemeinsam.



Wohnungsbau Chur

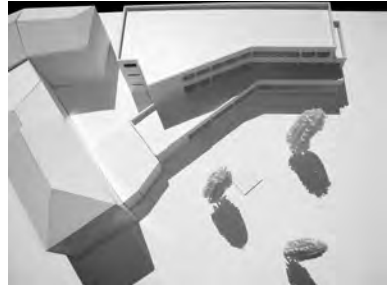
Diplomand Renato Parpan
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan



Das Wohnhaus beim Stadtpark schliesst den Kopfbau wieder an die Gebäude der Grabenstrasse an. Versetzte Loggien gliedern den Baukörper, dessen monumentales Erscheinungsbild durch eine zweischalige Sichtbetonkonstruktion verstärkt wird. Die äussere Betonhülle wird in Anlehnung an die grob verputzten Gebäude der Umgebung leicht dunkel eingefärbt und gestockt. Im Innern wird ein heller Sichtbeton mit Lärchenböden kombiniert. Die zwei unterschiedlichen Grundrisse werden vertikal multipliziert. Jedes Stockwerk des Obergeschosses weist zwei Wohnungen auf. Die nördliche Wohnung entwickelt sich entlang der Abschrägung und ist zum Stadtpark sowie nach Westen hin orientiert. Das Flachdach des Gebäudes bietet eine zusätzliche, grosse Terrasse, von welcher die Bewohner den Blick über die Stadt geniessen können. Für das gegenüberliegende Projekt im Gäuggeliquartier werden das Thema der Loggien sowie die Konstruktion übernommen. Hier werden in jedem Stockwerk drei Wohnungen angeboten. Die Tiefgarage ist so dimensioniert, dass sie auch von Externen genutzt werden kann.

Praxishaus Chur

Diplomand Cyril Rutz
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
 Mike Bürgi und Marlene Gujan



Das projektierte Objekt soll in erster Linie die städtebauliche Situation zwischen Stadtgarten und Engadinstrasse bereinigen. Das Volumen entwickelt sich aus dem bestehenden Eckhaus an der Grabenstrasse als Weiterführung der Blockrandbebauung. Verschiedene Rücksprünge in der Fassade und eine Auskragung des ersten Obergeschosses zur Postremise hin markieren die Weiterführung des Raumes in den Stadtgarten hinein. Zwischen Neubau und Postremise entsteht ein Platz, welcher beide Objekte aufwertet und den Zugang zum Stadtgarten neu definiert. Zum Stadtgarten hin ist die Fassade stark geöffnet und horizontal betont. Mit der Weiterführung der Auskragung im Erdgeschoss der Nordfassade über Eck entsteht ein Laubengang, der frontal zur Achse des Stadtgartens in eine grössere, dem Bistro vorgelagerte Veranda mündet. Das geplante Objekt wird als Praxishaus mit Räumlichkeiten für Therapien und Seminare genutzt. Die Arztpraxen sind im obersten Geschoss vorgesehen, im zweiten Geschoss finden die Therapieräume und der Seminarraum mit Bezug zur Terrasse Platz. Ein kleines Bistro mit offener Veranda stellt im Erdgeschoss die Verbindung zum Stadtgarten her. Das Gebäude wird entlang der offenen Parkfassade im Innern vertikal mit einer bis ins Obergeschoss reichenden Treppenanlage erschlossen. Die Verteilung in die rückwärtigen, einbündig gegliederten Raumzellen erfolgt über Aufweitungen der Erschliessung.

Wohnen im Dorf Curaglia

Diplomand Marco Schnieper
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan



Die Qualität des Ortes, ein Labyrinth von Wegen und Plätzen, wird durch die Annäherung an den Dorfkern und die Ausrichtung der Gebäude mit unterschiedlichen Abständen zueinander weiter interpretiert. Dabei sollte eine enge Verbindung mit dem Dorf eingegangen und gleichzeitig die Qualität der heutigen Bauweisen umgesetzt werden. Durch den Abriss der alten Bausubstanz wird eine neue Überbauung mit drei Mehrfamilienhäusern und insgesamt neun Wohnungen möglich. Der Grundriss der Häuser wurde aus der Analyse der typischen Maiensässe und den traditionellen Lösungen für Fensteröffnungen oder Schlafmöglichkeiten in Stallungen abgeleitet. Dies führt zu minimalen Erschliessungsflächen und hoher Flexibilität der Grundrisse. Als zusätzlicher Vorschlag wurde neben dem Hotel Vallatscha an der Hauptstrasse ein Kubus gesetzt, in welchem die Mineraliensammlung der Gemeinde und ein Laden mit regionalen Produkten prominent Platz finden.

Soziales Bauen in den Bergen

Diplomand Andrea Sinatra
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan



In einem ersten Schritt wurden die bauliche und soziale Struktur des Ortes, seine Funktion sowie die Kultur der Bevölkerung analysiert. Materialwahl und Konstruktionsweise prägen diesen Entwurf zu einem wesentlichen Teil. Die Gliederung der Innenräume und die Gestaltung der Aussenräume werden stark von der Setzung der Objekte beeinflusst. Dies zeigt auf, wie mit Zwischenräumen in Bezug auf Kommunikation, private und öffentliche Räume sowie deren Orientierungen umgegangen werden kann.

Cityhotel Stadtpark Chur

Diplomand Dominik Stamm
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan



Das projektierte Cityhotel liegt mitten in der Stadt Chur an der Engadinstrasse. Die Fassadenflucht und die Fassadenelemente, die Traufhöhe sowie die Geschosshöhen des Nachbargebäudes werden übernommen und fügen das Objekt in den Kontext ein. Die Positionierung des Hotels nimmt zudem die Fluchten der bestehenden Mauern des Stadtparks auf und thematisiert diese auch bei der Materialisierung im Erdgeschoss. Durch die sorgfältige Setzung des Volumens entstehen verschiedene Plätze im Stadtpark, aber auch vor der Postremise. Das Erdgeschoss soll mit dem Park interagieren können und zu einer halböffentlichen Zone werden. Es wird deshalb mit raumhohen Verglasungen transparent ausgebildet. Verschiedene Durchgänge verbinden den Park, die Postremise und die Engadinstrasse im Erdgeschoss. Über diesem, sehr individuell und vielseitig funktionierendem Geschoss, werden die drei privateren Zimmergeschosse zu einem Volumen zusammengefasst ausgebildet, welches symbolisch auf die Mauer des Stadtparks aufgesetzt wird.

Curaglia

Diplomand Martin Theus
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan



Der Entwurf nimmt einerseits Bezug auf die Strukturen der Zwischenräume und andererseits auf die Lage am Dorfrand. Die beiden Häuser verfügen über je drei Wohneinheiten, wovon jeweils eine im Gartengeschoss behindertengerecht gestaltet ist. Die oberen Wohnungen bieten Platz für zwei bis drei Personen. Die unterschiedlichen Wohnungsgrößen stellen ein variables Angebot für verschiedene Zielgruppen dar. Die beiden oberen Wohnungen sind im Mittelgeschoss über einen gedeckten Eingang zugänglich und zweigeschossig angelegt. Sie sind nach allen vier Himmelsrichtungen orientiert, mit einem Wohn- und Essraum im Südwesten. Vertikal werden die Wohnungen mit gegenläufigen Treppen erschlossen. So wird eine Aufteilung und Nutzung «über Kreuz» möglich. Die Gartenwohnung ist rollstuhlgängig von Süden her erreichbar. Die Fassadenverkleidung stellt eine Neuinterpretation des ortstypischen Strickbaus dar und schafft ebenfalls den Bezug zum Dorf.

Umnutzung der Parzelle 80

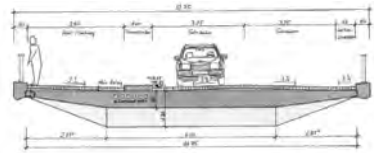
Diplomand Curdin Thomas
Referentin Sandra Bühler
Korreferenten Christian Auer, Felix Jerusalem,
Mike Bürgi und Marlene Gujan



Der Entwurf sieht Wohnungen für kleine und mittlere Einkommen vor, um den Anforderungen einer Berggemeinde gerecht zu werden. Es soll ein Ort des Austauschs zwischen Jung und Alt sowie kleinen Familien und Alleinstehenden werden. Die Ausstellung von einheimischen Kristallen im Erdgeschoss der zwei Mehrfamilienhäuser schafft weitere Gelegenheiten des Austausches sowie einen Mehrwert für Curaglia. Der Pfad durch die engen, bald hohen, bald niedrigen Räume des Kristallmuseums vermittelt den Besuchern das Gefühl einer Höhlenwanderung. Er ist Teil und gleichzeitig Ausgangspunkt der nahe gelegenen Wanderwege und holt die Besucher auf dem öffentlichen Vorplatz der zwei Häuser ab.

Brückenersatz Rheintaler Binnenkanal

Diplomand Marco Baum
Referent Claudio Tschuor
Korreferent Uwe Teutsch



Die Rietstrasse, welche die Gemeinden Balgach und Diepoldsau im Kanton St. Gallen miteinander verbindet, ist heute eine untergeordnete Gemeindestrasse. Sie soll in eine Kantonsstrasse umklassiert werden. Um die neuen Aufgaben übernehmen zu können, muss die bestehende Strasse saniert sowie die bestehenden Strassen- und die Rad-/Gehwegbrücken über den Rheintaler Binnenkanal ersetzt werden. Der Rad- und Fussgängerverkehr sollen in das neue Brückenbauwerk integriert werden.

In der ersten Phase der Bachelor-Arbeit bestand die Aufgabe darin, in einem Variantenstudium drei Brückenvarianten auf ihre Machbarkeit, Wirtschaftlichkeit und Ästhetik zu prüfen. Dabei waren stark einschränkende Vorgaben zu berücksichtigen, welche sich aus den Anforderungen des Hochwasserschutzes sowie der Fahrbahnhöhe ergaben.

Im Hauptarbeit der Bachelor-Arbeit wurde die Bestvariante, eine vorgespannte Plattenbrücke, welche den Rheintaler Binnenkanal mit einer Spannweite von 26 m überquert und eine Plattenstärke von 80 bis 90 cm aufweist, bis zur Stufe Bauprojekt ausgearbeitet. Neben der statischen Überprüfung waren weitere Bestandteile wie Nutzungsvereinbarung, Projektbasis, Technischer Bericht und ein Übersichtsplan anzufertigen.

AblenkdamM Maurertobel, Schaan

Diplomandin
Referenten
Korreferent

Riccarda Hänni
Imad Lifa, Reto Störi
Gian Andrea Riedi



Das Maurertobel bei Schaan im Fürstentum Liechtenstein befindet sich im obersten Teil des Frastanzersandes. Der 40° steile Hang wird immer wieder von Steinschlägen und Lawinen heimgesucht, welche sich am obersten Rand des Einzugsgebiets von einer Felswand lösen. Dadurch kann sich der Wald unterhalb nicht günstig verjüngen und entwickeln und somit auch seine Aufgaben als Schutzwald nicht übernehmen. Zudem ist der Ertrag des Waldes bedeutend verringert. Um diesen Jungwald vor den Einwirkungen von Lawinen und Stein-schlag zu schützen, wurde anfangs der 90er Jahre eine Ablenkwand aus Stahl gebaut. In einem ersten Teil der Bachelor-Arbeit werden verschiedene Varianten von Schutzmassnahmen untersucht, welche dieselbe Wirkung erzielen können wie die bestehende Stahl-ablenkwand. Betrachtet und bezüglich verschiedener Kriterien bewertet werden eine Holz-wand, Schutznetze, ein Erddamm und ebenfalls eine Stahlablenkwand. In einem zweiten Teil der Arbeit wird der Bau eines Erddamms auf seine Realisierbarkeit und die konstruktive Aus-bildung hin bearbeitet. Als Folge dieser Untersuchungen werden im letzten Teil der Bachelor-Arbeit generelle Empfehlungen für den Einsatz von Erddämmen als Schutzbauwerke formuliert.

Neubau Stahlbauhalle mit Kranbahnsystem

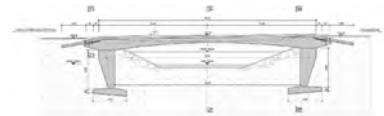
Diplomand Fatih Karaag
Referent Thomas Entner
Korreferent Claudio Tschuor



Der Bauherr wünschte eine möglichst wirtschaftliche Lösung für eine Stahlbauhalle mit den Achsabmessungen 25.00 x 50.05 m und einer Höhe von 10.60 m. Im Variantenstudium der Bachelor-Arbeit wurden verschiedene Tragssysteme in Kombination mit unterschiedlichen Binderabständen geprüft. Die wirtschaftlichste Lösung, sprich die Lösung mit dem kleinsten Stahlverbrauch, wurde als Bestvariante gewählt. Im Rahmen des Hauptteils der bachelor-Arbeit wurde für die gewählte Lösung ein Bauprojekt erarbeitet und hinsichtlich der Ausführung überprüft. Anschliessend wurden, unter Einhaltung der Trag- und Gebrauchtauglichkeit, die notwendigen Stahlprofile dimensioniert. Ebenfalls wurden wichtige konstruktive Details entworfen und deren Dimensionierung rechnerisch überprüft.

Hinterrheinbrücke Rossmatt

Diplomand Josef Müller
Referent Claudio Tschuor
Korreferent Uwe Teutsch

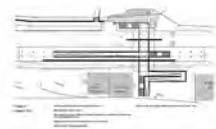
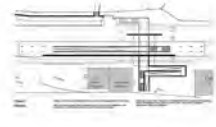


In der Bachelor-Arbeit wird die Brücke am Hinterrhein bis zum Bauprojekt entworfen und bemessen. Die Arbeit gliedert sich in zwei Teile, das Variantenstudium und das Bauprojekt. Im Variantenstudium werden verschiedene, mögliche Tragwerke untersucht. Diese Tragwerke werden in den Aspekten Tragverhalten, Dauerhaftigkeit, Wirtschaftlichkeit und Aussehen untereinander verglichen und bewertet. Die Bestvariante wird in einem zweiten Schritt bis zum Bauprojekt ausgearbeitet. Im Bauprojekt werden die Abmessungen festgelegt, die Nutzungen gewählt und alles in einer Projektbasis zusammengefasst. Diese ist Grundlage für die Bemessung des Tragwerks auf Tragsicherheit und Gebrauchtauglichkeit. Die Spezialitäten des Tragwerks werden aufgezeigt und in der Bemessung überprüft. Die Ergebnisse aus den Nachweisen zeigen das Tragverhalten der gewählten Brücke, die Gebrauchtauglichkeit (Durchbiegung) sowie die Tragreserven auf.

Personenunterführung in Küblis

Diplomand
Referent
Korreferent

Manfred Rüdiger
Matthias Schmidlin
Uwe Teutsch



Der Bahnhof von Küblis auf der Linie Landquart-Klosters wird umgebaut. Die heutige Situation birgt ein erhöhtes Unfallrisiko und ist nicht behindertengerecht. Neu soll der Zugang zu den Zügen nicht mehr ebenerdig ab Bahnhofplatz, sondern ab einem Mittelperron erfolgen.

Herzstück des Projekts ist eine 20 Meter lange und vier Meter breite Unterführung in Stahlbeton. Als Zugänge besitzt sie zwei Rampen und drei Treppen. Diese verbinden Bahnhofplatz, Mittelperron und das Oberdorf mit der Unterführung.

Der Umbau erfolgt unter voller Aufrechterhaltung des Bahnbetriebs. Für den Bauvorgang sind zwei Varianten denkbar. Einerseits der Einbau von Hilfsbrücken, andererseits die Etappierung in drei Bauphasen. Letztere setzt ein detailliertes Konzept der Betriebsphasen voraus.

Die Bemessung der Unterführung erfolgt auf Tragsicherheit, Ermüdungssicherheit und Gebrauchstauglichkeit.

Bachverbauung Schanielabach

Diplomand Behar Rushiti
Referent Gian Andrea Riedi
Korreferent Benno Zarn

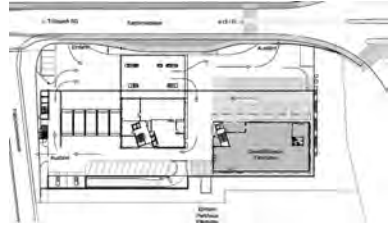


Bei heftigen Gewittern werden im Einzugsgebiet des Schanielabachs grosse Geschiebefrachten mobilisiert, welche das Gewässer in einen Wildbach mit beachtlicher Erosionskraft verwandeln. Dem letzten grossen Unwetter im August 2005 konnten die fünf bestehenden Holzkastensperren im Projektperimeter nicht mehr standhalten und sie sind kollabiert. Mit dem Wegfallen der Stützwirkung der Holzkastensperren hat sich noch während des Hochwassers die Sohle im Projektperimeter bei den Sperren teilweise um bis zu zwei Meter abgesenkt. Diese lokalen Tiefenerosionen führten dazu, dass auch die Ufer an den Prallhängen erodiert wurden und seitliche Rutschungen aktivierten. Diese Rutschungen verursachten einen Verlust von Landwirtschaftsland und reichen bis in die Nähe von höheren Sachwerten (Ställe und Schiessstand).

In dieser Bachelor-Arbeit wird untersucht, welche Massnahmen notwendig sind, um die schützenswerten Güter im Projektperimeter langfristig vor der Zerstörung durch ein erneutes Hochwasser zu bewahren. Die Arbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die Projektgrundlagen zusammengestellt. Im zweiten Teil werden verschiedene Varianten von Schutzkonzepten erarbeitet, welche als mögliche Lösungen zur Verhinderung der Böschungs- und Sohlenerosion in Frage kommen. Dabei wird der speziellen Lage des Projektperimeters in einer Au von regionaler Bedeutung sowie den fischereilichen Anforderungen an Schutzmassnahmen speziell Rechnung getragen. Im dritten Teil der Arbeit werden die notwendigen Verbauungsmassnahmen, verschiedene Arten von Sohlrampen sowie ein Uferschutz, vertieft betrachtet und die gewählten Lösungen dimensioniert und konstruiert.

Geschäftshaus Fährhütte, Trübbach (SG)

Diplomand Andrin Sprecher
Referent Thomas Entner
Korreferent Mathias Schmidlin



Hauptziel der Arbeit war, eine möglichst sinnvolle und wirtschaftliche Lösung für eine eingeschossige Halle aufzuzeigen. Im Rahmen des Variantenstudiums wurden verschiedene Tragwerkstypen, Arten der Stabilisierung, Binderabstände und Trägervarianten geprüft und miteinander verglichen. Als Bestvariante gewählt wurde ein Zweigelenrahmen mit HEA Stützen und einem Wabenträger (ideal für Leitungsführung). Der Eingangsbereich wurde separat betrachtet, da dieser auf Wunsch des Bauherrn stützenfrei sein musste, was einen Abfangträger als Auflager für die Hauptbinder notwendig machte.

Alle Schnittkräfte wurden zuerst auf charakteristischem Niveau berechnet und danach mit den massgebenden Gefährdungsbildern kombiniert. Zur Überprüfung der Resultate der Statiksoftware wurden eigene Excel-Tabellen erstellt. Neben den normalen Tragsicherheits- und Gebrauchstauglichkeitsnachweisen mussten verschiedene Details wie z. B. das Rahmeneck oder die Anschlusspunkte des Windverbands, konstruktiv sauber gelöst und die Dimensionierungen rechnerisch überprüft werden. Aus der Arbeit resultierte eine ästhetische und wirtschaftliche Halle mit einem zweckmässigen Tragwerkssystem.

Mehrfamilienhaus Bryner ausgeführt in Holzbau

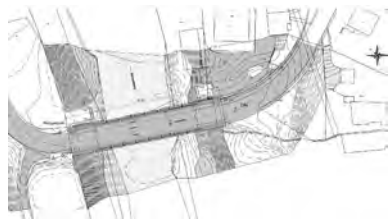
Diplomand Emanuel Stieger
Referent Rolf Bachofner
Korreferent Matthias Schmidlin

Die Bachelor-Arbeit beinhaltet die ingenieurmässige Bearbeitung eines Projekts für ein Mehrfamilienhaus mit vier Geschossen in Holzbauweise. Als architektonische Vorlage für das Gebäude dient ein bereits erstelltes Haus ausgeführt als Massivbau. Mit der Bachelor-Arbeit wird der Nachweis erbracht, dass ein Haus in Massivbauweise ohne wesentliche Änderungen in der architektonischen Gestaltung auch in einer Holzbauweise ausgeführt werden kann.

Der Wechsel der Bauweise von Massiv- auf Holzbau hat eine Änderung des gesamten Tragkonzepts des Gebäudes zur Folge, was sich nicht ohne Auswirkungen auf den Grundriss der Attikawohnung realisieren lässt. Die Abklärungen haben auch ergeben, dass sich die Anforderungen aus dem Brandschutz nur erfüllen lassen, wenn der Treppenhaukern weiterhin in Massivbauweise ausgeführt wird. Um den zeitlichen Rahmen der Bachelor-Arbeit nicht zu sprengen, beschränkt sich die detaillierte konstruktive Bearbeitung und Bemessung auf den Ostteil des Gebäudes. Massgebende Faktoren, welche die Dimensionierung der Bauteile bestimmen, sind neben den vertikalen und horizontalen Lasten die Anforderungen aus dem Brandschutz und die für die Installationen notwendigen Durchbrüche.

Neubau Hinterrheinbrücke, Abschnitt Zillis – Wergenstein

Diplomand Martin Vincenz
Referent Claudio Tschuor
Korreferent Uwe Teutsch



Im Hinblick auf die Verbesserung der Hochwassersicherheit wird ein Brückenneubau über den Hinterrhein zwischen Zillis und Wergenstein geprüft. Eine stützenfreie Konstruktion soll das Durchflussprofil vergrössern sowie die Gefahr von Verklauung und Schäden an den Brückenstützen durch Kolke innerhalb des Durchflussprofils vermeiden. Es müssen für den regulären öffentlichen Verkehr zwei Fahrbahnen und ein Fussweg zur Verfügung stehen.

Als Lösung wird in der Bachelor-Arbeit eine Bogenbrücke mit einer vorgespannten Fahrbahn mit Trogquerschnitt vorgeschlagen und bis zum Bauprojekt entwickelt. Wegen der beschränkten Konstruktionshöhe kann der Brückenbogen nicht vollständig unterhalb der Fahrbahn angeordnet werden. Deshalb wird die Bogenlinie teilweise über die Fahrbahn verschoben.

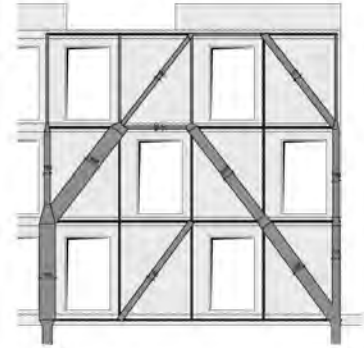
Als statisches System wurde ein räumliches System mit effektiven Steifigkeiten gewählt. Durch die Kontaktpunkte zwischen Bogen und Fahrbahn kann ein Zugband ausgebildet werden. Die Bogenfundamente werden in horizontaler Richtung auf Federn gelagert.

Bemessung eines vierstöckigen Mehrfamilienhauses aus Stahlbeton

Diplomand
Referent
Korreferent

Philipp Walker
Mathias Schmidlin
Uwe Teutsch

Die Geometrie und der Grundriss des Mehrfamilienhauses wurden von einem Architekten entworfen und bilden die Rahmenbedingungen der Arbeit. Sie gilt es möglichst so zu belassen. Somit stellten die beinahe stützenfreie Tiefgarage und der sehr unregelmässige Grundriss Rahmenbedingungen der Arbeit dar.



Als erster Schritt wurden im Variantenstudium die Möglichkeiten zur Gebäudestabilisation untersucht und beurteilt sowie zwei Varianten zur vertikalen Lastabtragung miteinander verglichen. Dafür wurden Berechnungswege und Handbemessungen eingesetzt. Aus den Erkenntnissen des Variantenstudiums wurde für den Hauptteil der Bachelor-Arbeit die Berechnung ausgewählter Bauteile festgelegt. Es handelte sich um folgende Aufgaben: Berechnung und Bemessung einer tragenden Fassade unter Volllast, die Berechnung und Bemessung einer Regelgeschossdecke sowie einer L-förmigen Erdbewehrung. Die Bestimmung der Einwirkungen und der Widerstände wurden von Hand ausgeführt und die Resultate können als Basis für ein Vorprojekt dienen.

Mit einer vertieften Betrachtung von verschiedenen Fundationsmethoden wurden die Grundlagen für diesen Entscheid erarbeitet.

Betriebsökonomie

Studienleitung

Prof. Fulvio Bottoni

Bestzeit Hotel & Sport Angebote und Produkte für die Zwischen- und Nebensaison

Diplomanden	Christian Amstutz, Rico Müller, J. Christian Nänni
Referent	Jon Andrea Schocher
Korreferent	Thomas Jäger
Auftraggeber	Thomas Jäger, Parpan
Status	Vertraulich

Ein Hotel, welches sich zur Zeit noch im Bau befindet und im Bereich «Sport» Fuss fassen möchte, hat der Studentengruppe den Auftrag erteilt, auf den Betrieb zugeschnittene Package-Angebote zu kreieren. Dank dieser Produkte soll die Bettenauslastung in den buchungsschwächeren Wochen sowie letztlich der Erfolg des Hotels gesteigert werden. Die Betreiber der neuen Anlage sind im Sportbereich stark verankert und verfügend dementsprechend über viele nützliche Kontakte. Allerdings sind sie in der Hotellerie Quereinsteiger. Das Hotel befindet sich in Parpan und wird über 32 Zimmer verfügen.

Von zentraler Bedeutung für den Auftraggeber sind daneben auch die Definitionen von Partnern und Vertriebskanälen, mit deren Hilfe die potenziellen Kunden effizient erreicht werden können. Ebenfalls sollen geeignete Marketingmassnahmen aufgezeigt werden.

Konkret bestand der Auftrag darin, zuerst einige Grobideen zu entwickeln und diese dem Auftraggeber zu präsentieren. Dieser hat daraus drei Packages ausgewählt, welche anschliessend durch die Studenten konkretisiert wurden.

Nachwuchsförderung Graubünden

Ganzheitliches Konzept zur Förderung von Nachwuchssportlern in Graubünden

Diplomandinnen	Fabienne Koci, Miriam Küng
Referent	Andrea Schocher, Vertiefungsstudienleiter Sports Management
Auftraggeber	Giusep Fry, Geschäftsführer GFC Sports Management AG
Status	Vertraulich

Hauptziel unserer Bachelor Thesis ist es, ein ganzheitliches, realisierbares Konzept zu erstellen, welches als Grundlage für den Aufbau einer Organisation dient, die das Ziel hat den Nachwuchssport im Kanton Graubünden zu fördern.

So wie ein Nachwuchsathlet Schritt für Schritt bis an die Spitze kämpft, setzen auch wir Teilziele, um schliesslich das Hauptziel erreichen zu können. Zu Beginn wird geklärt, welche Rechtsform für eine solche Organisation sinnvoll ist und wie diese optimal organisiert werden kann. In einem weiteren Schritt wird ein Kommunikationskonzept verfasst, worin beschrieben wird, wie und über welche Kanäle die Organisation mit ihren Anspruchsgruppen kommuniziert. Eines der anspruchsvollsten Teilziele ist jedoch die Erarbeitung der Aufnahmekriterien und eines fairen Verteilungsschlüssels. Zudem wird definiert, wie die Beziehung zwischen der Organisation und dem Nachwuchsathleten aussehen soll. Ein weiterer Schritt besteht darin, die Finanzierung zu klären. So wird der Bedarf an finanziellen Mitteln ebenso evaluiert, wie auch passende Sponsoren definiert und deren Beziehung mit der Organisation genauer erläutert. Zum Abschluss des Konzeptes wird eine Risikoanalyse durchgeführt, um die Realisierbarkeit zu prüfen.

Volunteers am FIS Ski Weltcup Finale 2011 – Motivationsfaktoren und Konsequenzen für künftige Einsätze

Diplomanden	Patric Michel, Sandra Tremp
Referent	Jon Andrea Schocher
Korreferentin	Yvonne Brigger-Vogel
Auftraggeber	OK FIS Ski Weltcup Finale
Status	Öffentlich

In unserer Bachelor Thesis wird der Frage nachgegangen, welche Motivationsfaktoren Volunteers am FIS Ski Weltcup Finale 2011 auf der Lenzerheide dazu bewegt haben, am Event mitzuwirken.

Der theoretische Teil der Arbeit bezieht sich hauptsächlich auf die Motivation und das typische Volunteer Management. In der Gegenüberstellung des Helferwesens mit anderen Sportanlässen wird auf event-spezifische Faktoren und Aspekte Rücksicht genommen.

Durch die Auswertung der Online-Befragung werden die Beweggründe, die unterschiedlichen Motivationsfaktoren aber auch die Zufriedenheit aller Helfer bezüglich ihres Einsatzes erläutert. Zugleich können aus den Angaben der Supporter einige Problemfelder erkannt werden.

Um einen künftigen Nutzen aus der Arbeit zu ziehen, zeigen wir die Konsequenzen für das Organisationskomitee in Bezug auf die Pflege und die Rekrutierung auf. Des Weiteren werden Verbesserungsvorschläge mit passenden Massnahmen abgehandelt. Inwieweit sich das Volunteer Management am FIS Ski Weltcup Finale optimieren lässt, zeigt die Vorstellung der Best-Practice Variante.

Die Investition in Immobilien in Chur

Diplomanden	Dominique Brunner, Jan Sedelberger
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Fritz Beiner
Auftraggeber	GKB Chur
Status	Vertraulich

Die vorliegende Bachelor Thesis zum Abschluss des Betriebsökonomiestudiums an der HTW Chur wurde im Auftrag der Graubündner Kantonalbank verfasst. Der Fokus liegt dabei auf dem Immobilienmarkt der Stadt Chur.

Vorerst werden die Grundlagen der Investitionsarten und der Bewertungsmodelle aufgearbeitet. Vor der Betrachtung des lokalen Immobilienmarkts Chur wird die historische Entwicklung des Schweizer Immobilienmarktes mit den wichtigsten Einflussfaktoren vorgestellt.

Anschliessend folgt eine Übersicht über den Immobilienmarkt Chur. Um mehr Details zu den Marktverhältnissen zu erfahren, wurde zusätzlich eine Erhebung mittels qualitativen Interviews durchgeführt. Es wurden die zwei grössten privaten Investoren als auch Vertreter der Stadtverwaltung, der kantonalen Gebäudeversicherung und der Banken befragt. In einem Praxis-teil zum Grossprojekt City West der Domenig Architekten wird das Thema weiter vertieft und eine SWOT-Analyse erstellt. Abschliessend folgen Empfehlungen zuhanden der verschiedenen Anspruchsgruppen.

Nebenwerte im Schweizer Markt – Vergleich von Small- & Mid-Caps als Anlageklasse gegenüber Blue Chip Aktien

Diplomanden	Dario Bühler, Joris Engler
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Marco Curti
Auftraggeber	ZKB
Status	Öffentlich

Die vorliegende Arbeit untersucht die Nebenwerte im Vergleich mit den Blue Chips im Schweizer Aktienmarkt. In einem ersten Schritt wird der Small-Cap-Effekt, eine Marktanomalie, welche die überdurchschnittliche risikoadjustierte Renditeentwicklung von Small-Cap-Firmen im Vergleich zu Large-Cap-Firmen darstellt, ausführlich mittels Literaturrecherche anhand seiner Charakteristiken beschrieben. Weiter folgt die Erstellung einer detaillierten Übersicht der bedeutendsten Small-Cap-Effekt-Studien und deren Resultate. Anschliessend wird der Schweizer Aktienmarkt anhand der Indizes SPI, SPIEX, SPI Large, SPI Middle und SPI Small ausführlich, mit quantitativen Methoden, auf den Small-Cap-Effekt hin untersucht. In einem dritten Schritt werden, basierend auf den Ergebnissen der quantitativen Untersuchungen, optimale Asset-Allokationen berechnet und ein Backtest zur Überprüfung der Qualität der Asset-Allokationen durchgeführt. Abschliessend folgt eine kritische Beurteilung der Asset-Allokationen hinsichtlich Praxisrelevanz.

Anlegerpsychologie – Erkenntnisse aus dem Behavioral Finance im Wealth Management der UBS Chur

Diplomanden	Mathias Eggenberger, Daniel Öhri, Roger Rupf
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Alexander Jörgler
Auftraggeber	UBS Chur
Status	Öffentlich

Psychologie, Emotionen und irrationales Verhalten beeinflussen das Verhalten von Investoren massgeblich. Deshalb haben wir uns zum Ziel gesetzt, konkrete Erkenntnisse aus der Behavioral Finance zu gewinnen und daraus ein Massnahmenpaket zu erarbeiten.

Im theoretischen Teil wird die Verbindung hergestellt zwischen den klassischen Finanzmarkttheorien und der Behavioral Finance. Ebenfalls werden wichtige Biases (z.B. Loss Aversion, Home Bias) beschrieben.

Für die praktische Umsetzung wurden Interviews mit Kundenberatern der UBS Chur geführt. Anhand von Fällen aus der Praxis und spezifischen Fragestellungen wird die Bedeutung von Behavioral Finance im Berufsalltag des Kundenberaters erfasst.

Die Synthese befasst sich mit der Verknüpfung von Theorie und Praxis. Dabei werden die gewonnenen Erkenntnisse zusätzlich durch ein Expertengespräch verifiziert. Abgeschlossen wird die Arbeit durch verschiedene Massnahmen, welche nach Wichtigkeit und Realisierbarkeit geordnet werden. Ein Factsheet für Kundenberater und Kunden ist zentrales Element dieser Massnahmen.

Aktiver Einsatz von Behavioral Finance in der Kundenberatung

Diplomanden	Manuela Galatti, Yvonne Raymann
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Gesche Niggemann
Auftraggeber	UBS AG Zürich
Status	Vertraulich

Das übergeordnete Ziel dieser Arbeit besteht darin, Erkenntnisse aus der Behavioral Finance mit Erfahrungen von Kundenberatern der UBS AG zu vergleichen und daraus Handlungsempfehlungen zu erarbeiten. Dazu untersucht die Thesen das Bewusstsein und die Kenntnisse von Wealth Management Beratern der UBS AG, Region Zürich, über irrationales Anlegerverhalten und deren Anwendung in der Beratung.

Der empirische Teil des Werks basiert auf 31 mündlich geführten, qualitativen Interviews. Der Literaturteil beinhaltet theoretische Grundlagen zu den Biases (Verhaltensmuster) Mental Accounting, Loss Aversion, Disposition Effect, Self Attribution und Home Bias sowie zum Bauchgefühl. In der Synthese werden die Interview-Erkenntnisse mit der entsprechenden Literatur verglichen. Die Handlungsempfehlung zeigt, wie Kundenberater befähigt werden können, das vorhandene Potential im Bereich Behavioral Finance, insbesondere die Vermeidung bestimmter Verhaltensmuster, gezielt auszunutzen und damit die Qualität der Beratung sowie die Kundenbindung zu steigern. Eine kritische Hinterfragung der Ergebnisse sowie eine Plausibilisierung der Umsetzbarkeit der vorgeschlagenen Massnahmen schliessen die Arbeit ab.

Social Media – eine strategische Opportunität für Schweizer Banken

Diplomanden	Remo Gartmann, Pirmin Ruoss
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Alfred Ledermann
Auftraggeber	UBS AG, Zürich
Status	Öffentlich

Die Bachelor Arbeit «Social Media, eine strategische Opportunität für Schweizer Banken» beschäftigt sich mit der Frage, ob die neuen Medien für Schweizer Banken und im speziellen für die UBS zu berücksichtigen sind oder ob die Thematik vernachlässigt werden kann. Es werden die historischen Hintergründe und die Entwicklung der Social Media aber auch die Trends aufgezeigt. Um dem Auftraggeber Handlungsempfehlungen abgeben zu können wird die Bedeutung der Social Media Plattformen analysiert und die Informationen verarbeitet. Die Arbeit soll dem Leser einen Überblick über den momentanen Stand der Technologie und deren Anwendungsmöglichkeiten liefern. Daraus wird eine Grundlage für weiterführende Forschungen geschaffen. Um diese Zielsetzungen zu erreichen, wurden intensive Studien der relevanten Literatur sowie Interviews mit UBS internen und externen Social Media Experten durchgeführt. Weiter fliessen Erkenntnisse aus einem Workshop vom Institut für Marketing der Universität St. Gallen, mit Vertretern aus diversen Banken, in die Arbeit ein. Durch die Einbindung der unterschiedlichen Quellen wird dem Leser ermöglicht die Social Media aus mehreren verschiedenen Blickrichtungen zu sehen und die Erkenntnisse daraus nachzuvollziehen.

Inflation-Linked Bonds in Argentina

Diplomanden	Jessica Grassi, Sandra Roth, Gianantonio Zanetti
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferenten	Mark Rall, Peter Grönlund
Auftraggeber	LGT Capital Management Ltd., Pfäffikon
Status	Öffentlich

The purpose of this study is to examine the veracity of the allegation of inflation manipulation of the Argentine Government and trying to assess possible losses for inflation-linked bond investors in this context.

First, some theoretical fundamentals are being discussed; mainly focusing on inflation and the investment instrument. In its second part, the study concentrates on the accusation of inflation manipulation, tries to find evidence and analyzes Argentina's history and structure, based on a PESTEL-Analysis. The third part is fully dedicated to the inflation manipulation assessment, on the one hand based on two potential scenarios, derived from viable monetary policy options of the government in 2006, and on the other hand based on an interest analysis on behalf of government and stakeholders. In addition, the process on the grounds of the St. Gallen Management Modell plus the concept of the Homo Economic is being applied for the assessment. To top the assessment off, an examination of the actual development of the country from 2006 to 2009 is implemented, trying to substantiate the likelihood of manipulation. The last part concentrates on investor losses or gains depending on the accuracy of the published inflation figures in Argentina.

Erarbeitung eines Controlling-Konzepts

Diplomanden	Gabriel Bösch, Dario Michel, Sandro Schneider
Referent	Dominik Just
Korreferenten	Willi Aggeler, Martin Lang
Auftraggeber	SWiBi AG, Landquart
Status	Vertraulich

Ziel der Bachelorthesis ist die Erarbeitung eines praktikablen Controlling-Konzepts für ein Unternehmen in der Energiedienstleistungsbranche. Das Konzept soll sich einfach und unkompliziert in das Unternehmen integrieren lassen. Der erste Teil der Arbeit besteht aus einer Analyse des aktuellen Rechnungswesens und Controllings. Im zweiten Teil wird das Konzept vorgestellt. Es werden verschiedene Instrumente für das strategische und operative Controlling und deren Handhabung aufgezeigt. Zudem werden weitere Kennzahlen vorgeschlagen, erarbeitet und nach deren Zweckmässigkeit und Wichtigkeit priorisiert. Weiter wird ein schlankes und praxisorientiertes Monitoring-Konzept erstellt, welches einfach und übersichtlich gestaltet ist. Ausserdem werden die verschiedenen Kostenrechnungssysteme geprüft und das Sinnvollste für die Unternehmung näher erläutert. Ebenfalls werden Vorschläge für ein internes Kontrollsystem (IKS) erarbeitet und aufgezeigt, wie es umzusetzen ist. Abschliessend erfolgt ein Vorschlag für eine geeignete Software zur Umsetzung des Controlling-Konzepts.

Materialwirtschaft 2012 – Praktische Anwendungsmöglichkeiten

Diplomanden	Reto Konzett, Fabian Germann, Nicolo Huder, Simona Janka
Referent	Dominik Just
Korreferent	Silvio Briccola
Auftraggeber	Rhätische Bahn, Chur
Status	Vertraulich

Die Anforderungen an die Materialwirtschaft der Rhätischen Bahn sind in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Änderungen in den Standorten und Abläufen, gestiegene Sicherheitsanforderungen und Materialvielfalt, veränderte Kostenlegungsvorschriften und weitere Faktoren haben die Komplexität stetig erhöht. Das Lager der RhB ist durch eine teilweise hohe Langlebigkeit und eine grosse Vielfalt gekennzeichnet. Relativ grosse Sicherheitsbestände garantieren einen reibungslosen Bahnbetrieb.

Diese Arbeit umfasst eine neutrale Betrachtung der heutigen Situation und zeigt Anregungen und Vorschläge für Optimierungen auf. Aus dem sehr umfassenden Gebiet der Materialwirtschaft werden im näheren die Bereiche Buchungslogik in der Finanz-, der Betriebs- und der Lagerbuchhaltung, der Ausweis der Bilanz, die Thematik der Materialgemeinkosten und das Controlling der Materialwirtschaft angeschaut. Zur Ermittlung der Optimierungsvorschläge wurden mit Unternehmen, welche von einer ähnlichen Problematik betroffen sind, Interviews geführt und mögliche Ansätze aus der Fachliteratur behandelt.

Integriertes Personalmanagement für die Gasser Gruppe

Diplomanden	Daniela Albertini, Peter Hoch, Alessandro Minnella, Sandro Pfiffner,
Referent	Theophil Wyssen
Korreferent	Josias F. Gasser
Auftraggeber	Josias Gasser Baumaterialien AG, Chur
Status	Vertraulich

Die Arbeit befasst sich mit der Erarbeitung eines professionellen Personalmanagements für die Gasser Gruppe. Zu Beginn der Arbeit analysieren wir die Personalabteilungen der einzelnen Aktiengesellschaften und verschaffen uns eine Übersicht betreffend Personal-Gewinnung, -Beurteilung, -Entwicklung und Honorierung. Anschliessend zeigen wir die Entwicklung der Nachhaltigkeitsdefinition auf und erörtern den Wandel im Personalmanagement. Diese sowie weitere Erkenntnisse bezüglich Personalmanagement in KMU und Familienunternehmen lassen wir ebenso in unser HR-Geschäftsmodell für die Gasser Gruppe einfließen wie die Untersuchung eines visionsorientierten und integrierten Personalmanagements. Zudem erlangten wir mit den Praxisbeispielen Graubündner Kantonalbank und Zindel Gruppe wichtige Informationen über die Gestaltung und Umsetzung von HR-Organisationen. Die Arbeit schliesst mit unserer Empfehlung an die Gasser Gruppe für das weitere Vorgehen bei der Einführung eines integrierten Personalmanagements.

Gezielte Nutzung von Web 2.0 für die wirksame Gewinnung von Talenten

Diplomand/in	Florian Demarmels, Daniel Pfiffner
Referent/in	Theophil Wyssen
Korreferent	Dr. Alex Villiger
Auftraggeber	Graubündner Kantonalbank, Dr. Alex Villiger
Status	Öffentlich

Die Bachelorarbeit wurde im Auftrag der Graubündner Kantonalbank verfasst und setzt sich mit der Thematik der gezielten Nutzung von Web 2.0 und Social Media für die wirksame Ansprache von Talenten auseinander.

Eine umfassende Literaturrecherche sowie eine Online-Umfrage an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur haben gezeigt, dass sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer das Potential von Social Media erkannt haben und die Vorteile für sich nutzen wollen. Nach einer Analyse der wichtigsten zur Verfügung stehenden Plattformen und der aktuellen Präsenz der GKB durch Social Media-Anwendungen, wurde ein Vergleich mit unterschiedlichen Unternehmen gemacht.

Aus diesen Erkenntnissen entstand eine Empfehlung an die GKB, um die Wahrnehmung des Unternehmens durch Talente zielführend optimieren zu können. Weiter beinhaltet die Empfehlung ausgewählte Anwendungen, erklärt deren Wirkungsweisen und gibt Vorschläge zur Realisierung aber auch Hinweise auf mögliche Risiken auf.

Gewinnung, Bindung und Führung von Talenten in peripheren Regionen am Beispiel der Credit Suisse Chur

Diplomanden	Gabriel Dinner, Ivana Martinovic
Referent	Theophil Wyssen
Korreferent	Olivier Pernet
Auftraggeber	Credit Suisse, Chur
Status	Öffentlich

Aufgrund der demografischen Entwicklung und weil der menschliche Faktor in vielen Sektoren eine entscheidende Rolle einnimmt, sind die Mitarbeiter, insbesondere Talente, und deren Entdeckung, Gewinnung, Bindung, Weiterbildung und Führung für Unternehmungen immer vermehrt von grosser Relevanz. In peripheren Regionen (wie im Kanton Graubünden) nimmt diese Bedeutung laufend zu, da Talente durch die Mobilität innerhalb eines weltweit agierenden Konzerns auch entsprechend global eingesetzt werden können.

Unser Ziel ist es aufzuzeigen, wie Talente für die Credit Suisse Chur wirksam gewonnen werden können, wie Talente erfolgreich an periphere Wirtschaftsregionen gebunden oder zurückgewonnen werden können. Zudem ist aufzuzeigen, wie Talente in einer peripheren Region zu führen sind.

Wir haben uns vor allem mit den Themen Talentgewinnung, Talentrückgewinnung, Talentbindung und die Führung von Talenten auseinandergesetzt.

Führen mit Zielen (Management by Objectives) in der Kantonalen Verwaltung Graubünden

Diplomanden	Markus Federer, Claudio Raimondo, Daniela Sutter
Referent	Theophil Wyssen
Korreferent	Dr. Werner Finck
Auftraggeber	Personalamt Graubünden
Status	Vertraulich

Der Begriffe «Führen mit Zielen» oder im Englischen «Management by Objectives» haben auch in öffentlichen Verwaltungen eine grosse Verbreitung erfahren. Bezogen auf die Kantonale Verwaltung Graubünden stossen wir sowohl im Personalgesetz und in der Personalverordnung als auch im Leitbild und in den Führungsgrundsätzen darauf. Zentrale Themen der vorliegenden Bachelorthesis sind theoretische Grundlagen rund um das Thema «Führen mit Zielen» und das für öffentliche Verwaltungen charakteristische New Public Management. Neben den beiden von uns aufgestellten Thesen ist die Ausgangsfrage, wieweit sich die Führung mit Zielen in der Kantonalen Verwaltung Graubünden niederschlägt. Wir haben versucht, diese Frage mit einer reinen Literatur- und Dokumentenanalyse zu beantworten. Dabei haben wir neben einer grossen Palette an Büchern auch auf diverse Fachzeitschriften und elektronische Quellen zurückgegriffen. Im operativen Teil haben wir Unterlagen des Kantons Graubünden und als Vergleich zusätzlich des Kantons Zürich analysiert.

Leistungssteigerung und Eigenverantwortung als strategische Herausforderung innerhalb PostFinance in der Abteilung Produktion

Diplomanden	Michael Heuberger, Michael Kälin
Referent	Theophil Wyssen
Korreferent	Daniel Marti
Auftraggeber	PostFinance AG, Bern
Status	Öffentlich

Die vorliegende Arbeit umfasst 3 Teile. Im ersten Teil werden die theoretischen Hintergründe aufgezeigt. Im zweiten Teil folgt die IST-Analyse und im dritten Teil werden entsprechende Verbesserungsvorschläge erläutert.

Der Auftraggeber wollte von den Autoren eine detaillierte Ist-Analyse sowie konkrete Handlungsvorschläge zur Optimierung der Werte Leistungsorientierung und Eigenverantwortung. Neben einem theoretischen Teil und einigen Informationen zur Unternehmung befasst sich die vorliegende Arbeit folglich intensiv mit der aktuellen Umsetzung und Wirkung der bereits eingeleiteten Massnahmen. Diesbezüglich beantwortet sie die Fragen nach dem aktuellen Stand der Umsetzung der Massnahmen sowie zur Akzeptanz der Veränderung bei den betroffenen Mitarbeitenden. In der IST-Analyse als mangelhafte eruierte Bereiche werden im letzten Teil dargestellt und entsprechende Handlungsvorschläge erläutert. Die Roadmap mit einem konkreten Plan zur Umsetzung der vorgeschlagenen Massnahmen rundet die Arbeit ab.

Change Management-Massnahmen zur Einführung des aktiven Kundenbeziehungsmanagements (CRM) in der Suva Chur

Diplomandinnen	Antonia Hidber, Ursina Pünchera
Referent	Theophil Wyssen
Korreferent	Ludwig Coray
Auftraggeberin	Suva Chur, 7000 Chur
Status	Öffentlich

Die Suva führt per 31. Oktober 2011 das Customer Relationship Management-System in ihren Agenturen ein. Vom Hauptsitz in Luzern wurden zwar einige Vorgaben definiert, allerdings in minimalstem Ausmass. Die menschliche Seite kann aufgrund der grossen Anzahl der schweizweit betroffenen Personen allerdings kaum berücksichtigt werden. Die Suva-Agentur Chur hat sich deshalb dazu entschieden, weitere Massnahmen, welche die «weiche Seite» vermehrt berücksichtigen, ausarbeiten zu lassen. Ziel der Thesis ist es, der Suva Chur Möglichkeiten aufzuzeigen, wie die Einführung des CRM möglichst reibungslos über die Bühne gehen und das Mitarbeiterengagement nachhaltig hoch gehalten werden kann. Dabei sollen einerseits die «Soft Factors», andererseits die CRM-Komponenten berücksichtigt werden. Die Massnahmen sollen kombinierbar sein mit denjenigen des Hauptsitzes Luzern. Abgerundet wird die Thesis durch eine sogenannte Roadmap, die der Agenturleitung der Suva Chur eine Möglichkeit des zeitlichen Ablaufs aufzeigt.

Personalmarketing-/Employer Branding Konzept zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität der Grand Hotels Bad Ragaz

Diplomandin	Carmen Thöny, Sandro Tönz, Tatiana Müller
Referent	Theophil Wyssen
Korreferenten	Nadia Della Santa, Daniel Grünenfelder
Auftraggeber	Grand Resort Bad Ragaz
Status	Öffentlich

Unsere Arbeit handelt von der Thematik Employer Branding, welche zuerst in einem Theorieteil genauer erläutert wurde. Der Hauptteil unserer Arbeit beruht auf einer internen Mitarbeitendenbefragung der Grand Hotels Bad Ragaz und einer externen Umfrage an diversen Hotelfachschulen der Schweiz, da die Hotelfachschulabsolventen die zukünftigen Arbeitnehmer der Grand Hotels Bad Ragaz repräsentieren. Die interne Mitarbeitendenbefragung erhielten wir direkt von unserem Auftraggeber, da erst gerade kürzlich eine Umfrage in ihrer Unternehmung durchgeführt wurde. Die externe Umfrage wurde von uns selber erarbeitet. Die Resultate beider Umfragen wurden analysiert und miteinander verglichen. Anhand unserer Schlussfolgerungen wurde ein umfassendes Personalmarketing-/Employer Branding Konzept für die Grand Hotels Bad Ragaz erarbeitet, in welchem wir Empfehlungen abgeben, was die Grand Hotels Bad Ragaz tun können, um bei den bestehenden und zukünftigen Arbeitnehmern als Arbeitgeber erster Wahl wahrgenommen werden.

Marketingkonzept für Confiseur Laederach AG – Nachhaltige Kakaokette

Diplomandinnen	Nicole Ackermann, Annina Müller
Referent	Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Auftraggeber	Confiseur Läderach AG
Status	Vertraulich

Die Arbeit entwickelt ein theoretisch fundiertes und umsetzungsorientiertes Marketingkonzept für eine marktorientierte Innovation der Confiseur Läderach AG (CLAG). Mit dem Bau des Produktionsstandortes in Bilten (GL) nimmt CLAG zurzeit die Rückwärtsintegration ihrer Beschaffungs- und Herstellungsaktivitäten für Bohnen und Schokolade-Rohmasse in Angriff. Um die gesamte Wertkette eigenverantwortlich unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten steuern zu können, begründet die Arbeit eine erweiterte Strategie unter dem Titel «Von der Bohne bis zum Konsumenten». Sie behandelt die Erwartungshaltung und das Verständnis der Schokolade-Konsumenten für Nachhaltigkeit, prüft deren Vereinbarkeit mit Premium-Schokolade, skizziert die mögliche Ausgestaltung und Vermarktung einer nachhaltigen Kakaokette und diskutiert Einflüsse, Vor- und Nachteile von Labels auf den Premium-Schokolademarkt sowie eine glaubwürdige und wahrheitsgetreue Kommunikation.

Marketingkonzept für das Hotel Sommerfeld

Diplomandinnen	Sandra Krause, Melita Kadic
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent	Prof. Dr. Lutz Schlange
Auftraggeber	Hotel Sommerfeld, Anita und Bruno Bertoli
Status	Öffentlich

Das Hotel Sommerfeld, ein familiär geführtes 3-Sterne Hotel in Pragg-Jenaz (Prättigau), soll nächstes Jahr saniert und um einen 4-Sterne Hotelkomplex erweitert werden. Das Ziel dieser Bachelorthesis ist es unter Berücksichtigung dieser Veränderungen geeignete Marketingmassnahmen in Form eines umfassenden Marketingkonzeptes für das Hotel Sommerfeld vorzuschlagen. Das Marketingkonzept stützt sich konzeptionell auf eine umfassende Literaturanalyse und beinhaltet die gründliche Analyse der Unternehmens- und Umweltsituation, legt die Marketingziele fest und mündet im Vorschlag einer stimmigen Marketingstrategie. Aufgrund der Marketingstrategie wird ein passender Marketingmix erarbeitet und es werden konkrete Varianten zur Umsetzung definiert. Die Budgetplanung und ein passendes Controllingkonzept für die Umsetzung der vorgeschlagenen Massnahmen bilden den Abschluss der Arbeit.

Marketingkonzept für VICTORIA Uhren und Schmuck

Diplomandinnen	Carina Leopold, Cristina Scotece
Referent	Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent	Franco Item
Auftraggeber	Halef AG VICTORIA Uhren und Schmuck
Status	Öffentlich

Die Arbeit beinhaltet einen Marketingplan für VICTORIA Uhren und Schmuck ausgehend von der praktischen Zielsetzung, ein theoretisch fundiertes Marketing- und Kommunikationskonzept zu entwickeln, das der Auftraggeber sofort umsetzen kann. Eine Marketing-Situationsanalyse erfasst die gegenwärtigen Marketing-Aktivitäten. Eine Auswertung der Kundendatenbank gibt Aufschluss über die Kunden- und Umsatzverteilung und eine Befragung von Kunden und Nicht-Kunden über die Wahrnehmung von VICTORIA. Eine Analyse der relevanten Märkte erfasst die allgemeine Konsumentenstimmung, den Non-Food-Detailhandel und den Uhren- und Schmuckmarkt mitsamt seiner beeinflussenden Branchen wie Tourismus und Edelmetalle sowie die Substitutionskonkurrenten Reisen und Unterhaltungselektronik. Die Beschreibung der Zielgruppen und Ableitung der strategischen Ziele – darunter das Hauptziel, dass VICTORIA mit Uhren und Schmuck in Verbindung gebracht werden soll – bildet die Grundlage für spezifische Massnahmen, deren Budgetierung und Timing sowie Wirkungsmessung.

Geomarketingeinsatz in der Swisscard AECS

Diplomanden	Christoph Spirig, Christoph Weibel
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent	Prof. Dr. Lutz Schlange
Auftraggeber	Marcel Halbherr, Swisscard AECS
Status	Vertraulich

Die Swisscard AECS, eines der führenden Kreditkartenunternehmen in der Schweiz, möchte die unternehmensinternen Einsatzmöglichkeiten von Geomarketing prüfen.

Ziel der Arbeit ist die Entwicklung und Bewertung geeigneter Einsatzvarianten des Geomarketings in der Product Line Miles & More. Eine umfassende Literaturstudie der Theorie des Geomarketings im Finanzdienstleistungsbereich bildet die Grundlage für das Erarbeiten denkbarer Einsatzvarianten des Geomarketings. Aufgrund der Verfügbarkeit von geeigneten Daten in den IT-Systemen der Swisscard AECS werden die denkbaren Varianten überprüft und selektiert. Die danach verbleibenden Varianten werden in Interviews und Workshops mit Experten der Swisscard AECS auf ihre Einsatzmöglichkeit und Akzeptanz überprüft. Für die verbleibenden, zur Umsetzung empfohlenen Varianten wird eine Wirtschaftlichkeitsanalyse durchgeführt und eine Umsetzungsplanung erarbeitet.

Kommunikative Kompetenz als Erfolgsfaktor: Gehören Sprechtraining und Sprecherziehung in die Curricula von Hochschulen?

Diplomanden	Michael Berndonner, Benoit Domenig
Referent	Jules Landolt
Korreferent	Dr. Bozena Mierzejewska
Auftraggeber	Lendfers + Berndonner, Trin Mulin
Status	Öffentlich

Bedarfsanalyse und Grundlagen für ein Konzept zur Umsetzung von Sprechtraining und Sprecherziehung.

Von der Antike bis zur Aufklärung gehörte Rhetorik zu den Kernfächern eines Studiums. Kommunikative Kompetenz gilt heute wieder als Schlüsselkompetenz für eine erfolgreiche Karriere. Auch in Unternehmen wurde dies erkannt. Sprechwissenschaft baut auf der antiken Rhetorik auf und ist die akademische Disziplin, welche sich dem Thema kommunikative Kompetenz und Mündlichkeit widmet. Sprecherziehung und Sprechtraining beinhalten die praktische Umsetzung. Die Diplomarbeit untersucht die Frage, ob Sprecherziehung und Sprechtraining in die Lehrpläne von Hochschulen und damit in die Ausbildung künftiger Kader und Führungskräfte aufgenommen werden sollen und entwickelt Grundlagen für ein mögliches Konzept zur Umsetzung.

Erarbeitung eines ganzheitlichen Lieferantenbewertungs- systems

Diplomanden	Simone Böhringer, Patrick Waldvogel
Referent	Urs Kappeler
Korreferent	Roman Pfiffner
Auftraggeber	Rieter Automotives Heatschields AG, Sevelen
Status	Vertraulich

Die Märkte sind heute dynamisch und hart umkämpft. Mitten in einem solchen durch die Globalisierung geprägten Markt befinden sich die Automobilzulieferer. Sie müssen einerseits laufend Innovationen vorantreiben und andererseits den Forderungen nach der Realisierung von Kostenpotenzialen nachkommen. Folglich sind die Unternehmen unmittelbar von einer überdurchschnittlichen Leistungserbringung ihrer eigenen Zulieferer abhängig. In diesem Zusammenhang spielt die Lieferantenbewertung eine Schlüsselrolle. Dabei wird laufend geprüft, ob die Leistungen der Lieferanten dem entsprechen, was die Automobilhersteller gleichermaßen vom Unternehmen fordern.

Im Rahmen der Arbeit wird für den Prozess der Lieferantenbewertung der Rieter Automotive Heatshields AG Sevelen, eine Standortbestimmung durchgeführt und ein umfassender Optimierungsvorschlag ausgearbeitet, welcher die Voraussetzungen für einen künftigen Marschplan auf dem Weg zu einem funktionierenden System schafft.

Gemeindesägerei Domat/Ems, Wirtschaftlichkeitsprüfung

Diplomanden	Dionys Caderas, Martin Fetz, Marco Inderwildi
Referent	Urs Kappeler
Korreferentin	Beatrice Baselgia
Auftraggeber	Gemeinde Domat/Ems, Domat/Ems
Status	Vertraulich

Die politische Gemeinde Domat/Ems ist Eigentümerin und Betreiberin der Gemeindesägerei. Im Rahmen einer Gesamtevaluation soll die Sägerei einer Wirtschaftlichkeitsprüfung unterzogen werden. Ziel der Arbeit ist, eine Diskussions- und Entscheidungsgrundlage für die Gemeinde zu erarbeiten.

«Drei Jahre, acht Monate und einen Tag: So lange hatte der Kanton Graubünden ein Grosssägewerk von internationaler Dimension»

Diplomanden	Mario Schneider, Rene Sprecher
Referent	Dr. Peter Moser
Korreferenten	Michael Gabathuler, Paolo Giorgetta
Auftraggeber	Amt für Wirtschaft und Tourismus AWT, Chur
Status	Vertraulich

Als einer der walddreichsten Kantone blieb Graubünden lange Zeit weit hinter den Möglichkeiten was die wirtschaftliche Nutzung der Ressource Holz anbelangte. Mit der Ansiedelung des Grosssägewerkes von Stallinger in Domat/Ems versprach man sich eine Änderung dieser Situation und investierte auch seitens des Kantons grosse finanzielle Mittel. Insbesondere erhoffte man sich durch die Stärkung der Sägereibranche einen Impuls auf die gesamte Holz-kette vom Wald bis zum Endprodukt und damit eine höhere Wertschöpfung im Kanton. Diese Bachelorarbeit untersucht die Situation über die Holz-kette Graubünden vor der Inbetriebnahme bis 2006 und zwischen 2007-2010. Anhand von verschiedenen Faktoren wurden die Veränderungen, welche direkt dem neuen Werk zugeordnet werden konnten quantifiziert. Dies erfolgte durch eine Hochrechnung über die Bruttowertschöpfung. Daneben wurden auch die betriebswirtschaftlichen Pläne mit der IST-Situation verglichen. Das Ergebnis zeigt, wie stark sich die Strukturen verändert haben und welche Werte für die Holz- und Waldwirtschaft Graubünden – und damit den Kanton – durch das Grosswerk erzielt werden konnten.

Kultur- /Organisationskommunikation mittels Film zum Thema «Jenische: Leben und Brauchtum als Teil der Kultur Graubündens»

Diplomandinnen	Tiziana Meier, Lea Zingg
Referent	Franco Item
Auftraggeber	Forschungsstelle für Sprache in Medien und Wirtschaft HTW Chur
Status	Öffentlich

Diese Arbeit ist die Grundlage für einen Dokumentarfilm. Sie analysiert die Lebensweisen und die Bräuche von Jenischen. Die These lautet: Die Jenischen haben die Kultur in Graubünden stark mitbestimmt. In einem ersten Teil werden die Bezeichnungen und die Herkunft der Jenischen beschrieben. Die Leserin wird somit aufgeklärt und informiert. Danach werden einzelne Institutionen, die sich mit den Fahrenden beschäftigen, vorgestellt. Um auf die These zurückzukommen, werden Merkmale der jenischen Lebensweise herausgearbeitet. Anhand von diesen Merkmalen wird überprüft, ob die Bürger des Kantons Graubünden einige Lebensweisen und Bräuche in ihre eigene Kultur übernommen haben. Zur Analyse werden kulturelle Merkmale wie die fahrende Lebensweise, Handel, Berufe und Werte, der enge Familienzusammenhalt, die mündliche Kultur sowie die Sprache näher beschrieben und mit der Kultur von Graubünden verglichen. Bezüglich der Bräuche werden die Themen Religion und Aberglaube und das Kapitel der magischen Praktiken Aufschluss geben. Die einzelnen beschriebenen Merkmale sind unterteilt in vergangene und heutige Situationen, sodass der Leser sich orientieren kann. Zur Beschreibung der heutigen Situation wurden Interviews durchgeführt. Bei einigen Merkmalen konnten Zusammenhänge zwischen den beiden Kulturen erkannt werden, für andere Merkmale war keine Übereinstimmung zu entdecken. Dennoch sind interessante Schnittstellen beider Kulturen festzustellen, die auch im Film eine wichtige Rolle spielen werden. Die behandelten und analysierten Merkmale aus der Arbeit dienen als mögliche inhaltliche Themen für den Film. Der Film wird zu einem späteren Zeitpunkt gedreht werden und gegen Ende dieser Arbeit sind Vorschläge zum Ablauf und zum Marketing zu finden. In der Analyse von schon produzierten Filmen geht es darum, allfällige Vorurteile/Klischees gegenüber den Jenischen herauszuarbeiten. Die Stigmatisierung von Fahrenden ist auch heute noch ein grosses Thema und wird in der Analyse der Filme ersichtlich. Der Film wird eine Mischung ergeben zwischen den alt bekannten Vorurteilen aus der Vergangenheit und den heutigen Situationen und Problemen von Jenischen. Ziel ist es, die Öffentlichkeit für die Thematik zu sensibilisieren und das Zusammenleben von Jenischen und Sesshaften somit zu verbessern.

Studienleitung

Prof. Dr. Robert Barth

Kantonale Webportale: Information und Partizipationsmöglichkeiten für Bürger und Ausländer – Ein Vergleich zwischen neun Deutschschweizer Kantonen

Diplomandin
Referent
Korreferent

Sarah Ackermann
Prof. Dr. Edzard Schade
Prof. Dr. Wolfgang Semar

Zu Zeiten des Internets werden Informationen und Dienstleistungen der Behörden Online für die Bevölkerung angeboten. Diese Dienste richten sich in vielen Fällen noch immer stark nach den Verwaltungsstrukturen, was den Zugang für die Bürger erschwert. Die Nutzer der behördlichen Dienstleistungen sind sowohl Bürger als auch Migranten. Ausländer werden häufig nach ihrer Herkunft in die Gruppen EU-Staatsangehörige und Staatsangehörige von Drittstaaten unterteilt. Ein an Ausländer gerichtetes, fremdsprachiges Informationsangebot besteht vor allem zum Thema Bildung. Noch fehlen die demokratischen Partizipationsmöglichkeiten für die Bevölkerung auf den Kantonsportalen, sowohl für die Diskussion wie auch die Ausübung der Bürgerrechte. Des Weiteren sind die Dienstleistungen der kantonalen Behörden nur selten so weit entwickelt, dass eine ganze Transaktion Online durchgeführt werden kann. Es stehen jedoch nicht alle Kantone auf dem selben Level, da einige in bestimmten Themenbereichen mit ihren Dienstleistungen schon weiter fortgeschritten sind als andere. Das E-Government in der Schweiz hat noch einiges aufzuholen.

Wert und Kosten elektronischer Patientendossier

Diplomandin	Angela Aerne
Referent Prof.	Dr. Niklaus Stettler
Korreferent	Prof. Dr. Norbert Lang

Die Langzeiterhaltung elektronischer Patientendossiers steht in einem Spannungsfeld widerstreitender Interessen: Den sich eröffnenden Möglichkeiten durch die neuen Technologien und den Kosten, welche die digitale Langzeitarchivierung verursacht, stehen der immaterielle Wert der Patientendossiers und die effektiven Kosten, welche sie verursachen gegenüber.

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist, zu den Fragen bezüglich Kosten und Wert in der digitalen Langzeitarchivierung elektronischer Patientendossiers Antworten bzw. Anhaltspunkte für die weitere Diskussion zu finden.

Zu diesem Zweck wurden die kostentreibenden Faktoren der Langzeitarchivierung elektronischer Akten anhand des OAIS-Referenzmodells aufgefächert und Möglichkeiten zur Kosteneinsparung anhand eines Kostenmodells zur digitalen Langzeitarchivierung identifiziert und evaluiert. Weiter wurden Bewertungskriterien von Patientendossiers zusammengestellt, um so den eventuellen Wertverlust bei Kosteneinsparungen besser einschätzen zu können.

Social Media-Strategien von ausgewählten traditionellen Massenmedien

Diplomandin	Laura Aeschlimann
Referent	Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent	Prof. Dr. Urs Naegeli

In den vergangenen Jahren nahm neben der Bekanntheit des Internets auch die Menge an Inhalten stetig zu. Ebenso durchlief das Social Web eine ähnliche Zunahme: Laufend mehr Personen sind auf Social Media-Plattformen wie beispielsweise Facebook, Flickr, StudIVZ oder Xing angemeldet und nutzen diese. Die einen mehr, die anderen weniger. Diverse traditionelle Massenmedien wie Fernsehen, Radio oder Zeitungen haben sich diesen Entwicklungen angepasst und neben ihrem Online-Angebot, das bereits seit mehr als zehn Jahren im Internet zu finden ist, auch Social Media-Angebote geschaffen.

Die Arbeit umfasst eine Online-Inhaltsanalyse, die die Aktivitäten von ausgesuchten Fernseh- und Radiosendern sowie Zeitungen auf den beiden Social Media-Plattformen Facebook und Twitter und dem eigenen Online-Angebot untersucht. Die Medien beinhalten jeweils ein Angebot für Erwachsene und eines für Jugendliche. Die Analyse soll einen Vergleich liefern, wie die Zielgruppe das Verhalten beeinflusst. Zudem wird auch die Beteiligung der Rezipienten evaluiert.

Entwicklung eines Evaluationskonzepts für wissenschaftliche Suchmaschinen

Diplomandin	Katharina Allenspach
Referent	Prof. Dr. Bernard Bekavac
Korreferent	Gabi Schneider, M.A.

Bei der Suche nach wissenschaftlichen Informationen haben die Recherchen in Suchmaschinen zunehmend an Bedeutung gewonnen. Da die Universal-Suchmaschinen wie Google, MSN und Yahoo aber wissenschaftliche Informationen nur ungenügend abdecken, wird vermehrt auch auf wissenschaftliche Suchmaschinen, wie Scirus, Google Scholar, BASE oder CiteSeerX zurückgegriffen. Diese differieren sehr stark von den allgemeinen Suchmaschinen, weisen aber auch unter einander verschiedenartige Ausprägungen auf. Unterschiedliche Betreiber, wie Bibliotheken, Universitäten und Forschungsinstitute, sowie auch kommerzielle Betreiber stellen unterschiedliche Anforderungen an die wissenschaftlichen Suchmaschinen. Diese unterscheiden sich deshalb in ihren Dokumentensammlungen, den angewandten Ranking- und Indexierungsverfahren, den angebotenen Suchfunktionen sowie auch in der Art und Weise des Zugriffs zu ihren Dokumenten, wie das Beispiel von Scirus und BASE zeigt.

Auf den Spuren der Barrieren für ein barrierefreies Webdesign

Diplomandin	Salome Arnold
Referent	Prof. Dr. Norbert Lang
Korreferent	Prof. Dr. Wolfgang Semar

Das Web hat vielen Menschen Erleichterung in der Verrichtung alltäglicher Angelegenheiten gebracht. Insbesondere für Menschen mit Behinderung, hat der Computer viel Unterstützung gebracht. Weltweit leben mehr als eine Milliarde Menschen mit einer Behinderung, wie die jüngsten Schätzungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) und der Weltbank zeigen. In der Schweiz ist seit 1. Januar 2004 das Behindertengleichstellungsgesetz (BehiG) mit der Behindertengleichstellungsverordnung (BehiV) in Kraft. Die Regierung wird dazu verpflichtet, behinderten Menschen die Teilhabe am Alltag zu erleichtern. Speziell werden darin auch Barrieren im Web erwähnt. Das Feld von Barrieren ist sehr gross und situations- und personenabhängig. Was für die eine Person eine Barriere darstellt, ist für eine andere Person wichtig für den Zugang. Mit Hilfe von bereits existierenden Grundlagen und vier ausgewählten Websites, wurde ein Leitfaden zusammengestellt, der wichtige Pforten für ein barrierefreies Webdesign öffnen soll.

Was heisst eigentlich «Bibliotheksbenutzer» und wie sind die grossen Unterschiede zwischen den Ländern zu erklären?

Diplomand Michael Bader
Referent Prof. Dr. Robert Barth
Korreferent Prof. Dr. Urs Dahinden

Der Anteil der Bibliotheksnutzenden an der Gesamtbevölkerung wird in allen erhältlichen Studien extrem unterschiedlich dargestellt. Diese Arbeit untersucht die Marktdurchdringung, also den Anteil der Bibliotheksnutzenden an der Zielgruppe, für die Bibliothekssysteme Deutschlands, Finnlands und der Schweiz.

Untersuchungsgegenstand ist die offizielle Bibliotheksstatistik dieser drei Länder. Es wird analysiert, was und wie gemessen wird und ob diese Statistiken überhaupt vergleichbar sind. Um Unterschiede messen und erklären zu können, werden drei zentrale Kennzahlen definiert und mit den ausgewählten Bibliotheksstatistiken verglichen. Die Untersuchung wird für öffentliche und wissenschaftliche Bibliotheken separat durchgeführt.

Die Arbeit kommt zum Schluss, dass sich die Bibliotheksstatistiken in den untersuchten Variablen in wesentlichen Punkten unterscheiden und somit nur beschränkt vergleichbar sind.

Stärken und Schwächen von Discovery Diensten am Beispiel des EBSCO Discovery Service

Diplomandin: Anina Baumann
Referent: Prof. Dr. Robert Barth
Korreferent: Prof. Dr. Wolfgang Semar

Nutzer ziehen Internetsuchmaschinen wie Google den Bibliotheksressourcen wie Katalog oder Datenbanken vor. Gründe dafür sind die einfache Anwenderoberfläche sowie die guten Resultate, welche durch ein beispielhaftes Relevanz-Ranking erzielt werden. Es sind jedoch immer noch ausschliesslich Bibliotheken, welche den grössten Zugriff zu kontrollierten wissenschaftlichen Texten bieten. Insbesondere wissenschaftliche Bibliotheken müssen also eine Lösung für das Suchen in ihren Ressourcen finden. Mit den Discovery Diensten haben Bibliotheken nun eine Möglichkeit, ihren Benutzern einen einheitlichen Sucheinstieg in die Recherche zu bieten. Diese Dienste sollen einen «One-Stop-Shop» darstellen, welcher alle Vorteile einer Suchmaschine integriert. An der Universitätsbibliothek St. Gallen wurde während weniger Monate der EBSCO Discovery Dienst getestet. Dazu wurden Fokusgruppen durchgeführt, in welchen Benutzende und Experten aus der Bibliothek diesen Dienst testen und darüber diskutieren konnten. Die Arbeit zeigt den aktuellen Stand der Forschung zum Thema Discovery Dienste, sowie die Auswertung der Fokusgruppen.

Neue Jugendbibliotheken braucht die Schweiz!

Diplomandin: Olivia Brechbühl
Referent: Prof. Dr. Robert Barth
Korreferent: Dr. Wolfgang Wahl

Während viele Kinder zu den regelmässigen Besuchern von Bibliotheken in der Schweiz zählen, brechen die Nutzerzahlen im Jugendalter stark ein. Um Jugendliche als Kunden zu behalten, müssen unsere Bibliotheken ihr Angebot stärker dieser Zielgruppe anpassen und auf die Interessen junger Menschen eingehen. Anhand von zwei aktuellen Studien wurden Überlegungen dazu angestellt, was Jugendliche bewegt und fasziniert und Schlüsse dazu gezogen, wie Bibliotheken diese Informations- und Unterhaltsbedürfnisse erfüllen können. Zudem wurden ausgewählte Jugendbibliothekskonzepte aus dem Ausland mit ihren individuellen Angeboten vorgestellt und mit zwei Jugendbibliotheken in der Schweiz verglichen, um Defizite zu erkennen. In einem letzten Teil wurden Konzepte für kleine, mittelgrosse und grosse Jugendbibliotheken in der Schweiz vorgestellt, die diese Defizite beheben und das Dienstleistungsangebot an den State of the Art ausländischer Jugendbibliotheken angleichen.

Lebenslanges Lernen mit E-Learning – eine Herausforderung für kleine und mittlere Unternehmen

Diplomandin: Mirjam Brodbeck
Referent: Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent: Prof. Dr. Urs Dahinden

Im Jahr 2000 wurde von der Kommission der europäischen Gemeinschaft das Memorandum zum Lebenslangen Lernen formuliert, welches als Antwort der Europäischen Union auf die Herausforderungen einer Wissensgesellschaft zu verstehen ist. Lebenslanges Lernen gilt weithin als Voraussetzung für die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der EU gegenüber den USA und Asien. Für die Umsetzung des Lebenslangen Lernens wird E-Learning als optimale Lösung gesehen. Das bedeutet, dass neben den Grossunternehmen auch kleine und mittlere Unternehmen E-Learning einsetzen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Anhand einer Literaturanalyse wurden Voraussetzungen, die kleine und mittlere Unternehmen und ihre Mitarbeiter mitbringen müssen und Eigenschaften, die ein E-Learning-Programm erfüllen muss, formuliert, damit E-Learning erfolgreich in KMU eingesetzt werden kann. Des Weiteren wurde analysiert, wie politische und finanzielle Fördermassnahmen der EU aussehen müssen, damit auch KMU von E-Learning profitieren können. Abschliessend wurde geprüft, ob KMU von der aktuellen E-Learning-Forschung der EU einen Nutzen haben. Dabei wurde festgestellt, dass den KMU von Seiten der europäischen Forschung und Förderung im Bereich E-Learning nur marginal Aufmerksamkeit zukommt.

Bibliotheken im Social Web: Mitläufer oder Akteure?

Diplomandin: Sylvia Doliman
Referentin: Gabi Schneider
Korreferent: Prof. Dr. Urs Dahinden

Social Media-Anwendungen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Flickr haben die Kommunikationskultur und Informationswege der Menschen während der letzten Jahre geprägt und auch verändert. Hochschulbibliotheken – als wissensvermittelnde Institutionen mit hohem Publikumskontakt – sind von dieser Entwicklung betroffen. Die vorliegende Arbeit zeigt auf, wo Hochschulbibliotheken (im deutschen Sprachraum) in Bezug auf ihre Aktivitäten in Social Media Communities heute stehen. Die Social Media-Aktivitäten der Bibliotheken wurden beobachtet. Aufgrund der Ergebnisse der Beobachtung wurden einzelne Bibliotheken als Best Practice-Beispiele ausgewählt und deren Auswahl begründet. Ausgewählte Social Media-Anwendungen werden beschrieben und deren Eignung für den Gebrauch von Bibliotheken exemplarisch, anhand der Best Practice-Beispiele, erläutert und mit auf Bibliotheken angepassten Handlungsempfehlungen aus der Literatur zu Social Media Marketing ergänzt. Ausserdem weist die vorliegende Bachelor-Thesis auf die Bedeutung von Social Media-Anwendungen auf Katalogebene hin. Dies ist insofern von Belang, als dass sich durch die Verfügbarkeit der Web 2.0-Technologien die Recherche-Strategien und -Bedürfnisse des Publikums verändert haben.

Repositories beyond Open Access

Diplomand Beat Fehr
Referent Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent Michel Pfeiffer
Auftraggeber Open Access Team, Universität Zürich

Open Access Repositorien ermöglichen den unentgeltlichen Zugriff auf wissenschaftliche Publikationen. Für das Open Access Repository der Universität Zürich ist eine Neukonzipierung vorgesehen. Das Open Access Team der Universität Zürich interessiert sich daher für den gebotenen Funktionsumfang von Repository-Software und die Abgrenzung zu weiteren Systemen im universitären Umfeld. Mit der vorliegenden Literaturlarbeit werden deshalb die möglichen Ausprägungen von institutionellen Repositorien in die zwei Richtungen Forschungsinformationssystem und virtuelle Forschungsumgebung verdeutlicht. Zusätzlich werden Beispielsysteme in Bezug auf die enthaltenen Funktionalitäten einander gegenübergestellt. Die Arbeit zeigt, dass ausgehend von Repository-Software den Anspruchsgruppen im universitären Umfeld ein sehr unterschiedliches Angebot geschaffen werden kann. Viele Aufgaben, wie etwa die Forschungsevaluation oder das Verwalten von Drittmitteln, werden aber vorzugsweise mit einem zentralen Forschungsinformationssystem gelöst. Für Repository-Software bleibt in diesem Fall – unter Berücksichtigung der Ausgangslage an der Universität Zürich – die strategische Positionierung im Bereich der virtuellen Forschungsumgebungen.

User Centered Design: Anforderungen an das Kommunikationsdesign von Websites

Studentin: Michelle Heuberger
Referent: Prof. Dr. Norbert Lang
Korreferent: Prof. Dr. Wolfgang Semar

Zwischen Website und User bedingt es an Verständigung, ansonsten ist die Kommunikation gestört und wirkt sich negativ auf die User Experience aus. Es ist daher wichtig, dass die Webseitenanbieter sich an den Kommunikationsbedürfnissen ihrer Ziel- und Nutzergruppen anpassen. Anhand eines erstellten Kommunikationsmodells für Websites, das auf klassischen Kommunikationstheorien basiert, kann diesen Kommunikationsbedürfnissen entgegengekommen werden. Die Kommunikationsbedürfnisse sind: grafische Ansprechbarkeit, Übersichtlichkeit, Anknüpfen an die Logik, Verständlichkeit in der Sprache, inhaltlicher Nutzen, Anknüpfung an den Wissensstand und anregende Zusätze. Indem User Centered Design-Methoden bei Webprojekten angewandt werden, lassen sich die Kommunikationsanforderungen der Ziel- und Nutzergruppen ermitteln, sodass eine Website auf sie zugeschnitten werden kann, die sie verstehen und damit auch eine gute User Experience erreicht wird.

Social-Media-Nutzungsforschung: Bedarfsanalyse D-CH – Herausforderungen für die angewandte Medienforschung durch das Social Web am Beispiel der NET-Matrix AG

Diplomandin: Nathanael Hofer
Referent: Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent: Prof. Dr. Urs Naegeli
Auftraggeber: NET-Matrix AG

Social-Media-Plattformen gehören zu den Angeboten im Web mit der höchsten Reichweite und der längsten Verweildauer. Dies macht sie zu einem interessanten Umfeld für redaktionelle Inhalte und Werbebotschaften. Als Planungsgrundlage für Reichweitenanalysen und Zielgruppendifinitionen sind standardisierte Messinstrumente und vergleichbare Kennzahlen unerlässlich. Wie kann sich die Online-Nutzungsforschung in diesem Marktsegment positionieren und worin besteht der Mehrwert ihrer Leistungen?

In einer empirischen Untersuchung wurden ausgewählte Teilnehmer des Deutschschweizer Medien- und Werbemarktes nach ihrem Social-Media-Engagement und ihrem Bedarf nach zertifizierten Nutzer- und Nutzungsdaten befragt. Eine qualitative Auswertung der Ergebnisse aus den teilstrukturierten Einzelinterviews dient als Grundlage für die Skizzierung verschiedener Leistungsausbaupotentiale mit besonderem Fokus auf die NET-Matrix AG als Studienauftraggeberin.

Kriterien und Empfehlungen für die Archivierung von Farbfotografien

Diplomandin	Jonilla Keller
Referent	Prof. Dr. Niklaus Stettler
Korreferent	Michel Pfeiffer

In der vorliegenden Arbeit werden Faktoren, welche direkt oder indirekt Einfluss auf die Archivierung von historischen Farbfotografien haben, analysiert und auf ihre Wechselwirkungen hin untersucht. Die folgenden Faktoren werden dazu gemeinsam mit ihren Ausprägungen in einer Liste zusammengestellt: Trägermaterial, Schäden von historischen Fotografien, Erschliessung, Lagerraum, Klima, Licht, Luftqualität, Bestandesgrösse, Dubletten, Aufbewahrungsmassnahmen, Inspektion und Kontrolle, Nutzungszweck, mögliche Nutzergruppen und Nutzungshäufigkeit. Diese Liste erlaubt es Nicht-Fachpersonen, welche fotografische Bestände bewirtschaften, die Fotografien und deren Umgebung zu beschreiben. Davon ausgehend werden Empfehlungen abgegeben, wie mit den vorhandenen Fotografien beziehungsweise deren Umgebung umgegangen werden soll. In die Empfehlungen einbezogen werden das Wissen der Mitarbeiter sowie verschiedene Massnahmen zur Langzeiterhaltung von Fotografien. Da eine Vollautomatisierung der Handlungsanweisungen nicht möglich ist, wird die Liste anhand fünf fiktiver Fotografien beispielhaft durchlaufen. Die sich aus der Liste ergebenden Empfehlungen werden durch ausführlichere Anweisungen ergänzt.

Drei Methoden zur Anwendung von Wissensmanagement

Diplomandin	Daniela Ladner
Referent	Prof. Dr. Niklaus Stettler
Korreferent	Christoph Müller

Immer mehr Organisationen erkennen den Wert des impliziten Wissens ihrer Mitarbeiter. Um das Wissen nicht zu verlieren, wenn die Mitarbeiter das Unternehmen verlassen, wird Wissensmanagement angewendet.

In der hier vorliegenden Arbeit wurden drei verschiedene Methoden für eine kleine öffentliche Institution entwickelt um an dieses implizite Wissen zu kommen, dieses zu bewahren und zu speichern. Der Nutzen der Methoden wurde im Staatsarchiv Graubünden getestet, da sie vor dem Problem stehen zwei langjährige Mitarbeiter bald in Pension zu entlassen.

Anhand der Reflexionen aus dem Staatsarchiv konnten die Stärken und Schwächen der einzelnen Methoden herausgearbeitet werden.

Medienpräsentation im Lesezentrum Oberdorf

Diplomandin Melanie Landolt
Referentin Gabi Schneider
Korreferent Wolfgang Wahl

Jugendliche sind eine eigenständige Zielgruppe von Bibliotheken und sollten auch dementsprechend behandelt werden. Zu einer guten Jugendbibliotheksarbeit gehören u. a. altersgerecht gestaltete Räumlichkeiten, die verschiedene Plätze zum Lernen, Lesen und Entspannen anbieten sowie ein vielfältiges Medienangebot, welches ansprechend präsentiert wird.

Ausgehend vom Lesezentrum der Sekundarschule Waldenburgerthal in Oberdorf, beschäftigt sich diese Bachelor-Thesis mit der Frage, wie eine gute Medienpräsentation für Jugendliche aussehen muss, damit diese einen leichten Zugang zu den Medien finden und zu einer vermehrten Nutzung von Bibliotheksangeboten angeregt werden können.

Dazu werden der aktuelle Forschungsstand zu Jugendbibliotheksarbeit und Medienpräsentation erläutert sowie Konzepte aus dem Detailhandel und Best Practice-Bibliotheken vorgestellt. Anhand von Gruppendiskussionen mit Schülerinnen und Schülern der Sekundarschule Waldenburgerthal werden Meinungen und Wünsche der direkt betroffenen Zielgruppe analysiert. Aufgrund dieser Erkenntnisse werden dem Lesezentrum Oberdorf schliesslich Empfehlungen zu einer optimierten Medienpräsentation gegeben.

eSeniors – auf dem Weg zur digitalen Integration in der Stadt Zürich

Diplomandin: Eliane Leutenegger
Referent: Prof. Dr. Urs Naegeli
Korreferentin: Gabi Schneider
Auftraggeber: Stadt Zürich, Dienstabteilung Organisation und Informatik (OIZ)

Erst eine Minderheit der über 65-Jährigen in der Schweiz ist online. Hinsichtlich kompetenter Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) wie dem Internet besteht zwischen Jung und Alt ein digitaler Graben. Im Rahmen des Stadtzürcher Legislatorschwerpunkts «eZürich» soll die Medienkompetenz der älteren Bevölkerung durch gezielte Massnahmen erhöht werden. Vorliegende Arbeit thematisiert die digitale Alterskluft und zeigt auf, dass es sich beim Zielpublikum um eine heterogene Bevölkerungsgruppe handelt, deren Einstellung gegenüber den digitalen Medien durch unterschiedliche Faktoren beeinflusst wird. Auf der Grundlage eines Massnahmenkatalogs werden die bereits bestehenden Fördermassnahmen in der Stadt Zürich analysiert und in Form von Handlungsempfehlungen für «eZürich» weiterentwickelt. Dabei zeigt sich, dass auf Seiten der Stadtverwaltung, die Massnahmen untereinander koordiniert und digitale Inhalte altersgerecht aufbereitet sein sollten. Das heterogene Zielpublikum braucht zudem verschiedene und individuell ausgerichtete Massnahmen, bei denen städtische Institutionen als Multiplikatoren wirken können. Eine gut koordinierte Zusammenarbeit ist dafür unerlässlich.

Jungs lesen weniger als Mädchen. Was können Bibliotheken gemeinsam mit den Schulen tun, um dies zu ändern?

Diplomand: Heinz Mathys
Referent: Prof. Dr. Robert Barth
Korreferent: Dr. Wolfgang Wahl

Seit den PISA-Studien ist belegt, dass Jungs besonders in der Lesefähigkeit – auch bedingt durch den zweiten Leseknick im Übergang von der Kindheit zur Pubertät – auf der Sekundarstufe I gegenüber Mädchen schwächer sind. Die Schulen haben Gegenmassnahmen ergriffen, die sich in den letzten Zahlen von PISA leicht positiv bemerkbar machten. Nun sollen öffentliche Bibliotheken gemeinsam mit Sekundarschulen erreichen, dass männliche Jugendliche vermehrt zum Lesen animiert werden. Im ersten Teil geht die Arbeit auf die Themen Lesen und Geschlecht ein. Im zweiten Teil sollen Anregungen aufzeigen, wie der Kontakt leichter herzustellen ist. Ausserdem sind konkrete Unterrichtsbeispiele für die Beschäftigung mit dem Thema Lesen in öffentlichen Bibliotheken in die Arbeit integriert, damit trotz knappen personellen und zeitlichen Ressourcen die Umsetzung der Leseförderung einfacher klappt.

Konzeption und Realisierung eines multimedialen eBooks

Diplomandin Claudia Menzi
Referent Prof. Bruno Wenk
Korreferentin Gabi Schneider

Bisher sind eBooks meist nur digitalisierte Druckerzeugnisse. Von den Möglichkeiten, die ein multimediales eBook bieten könnte, kann man sich nur schwer ein Bild machen. Das Konzept beschreibt, wie ein multimediales eBook gestaltet werden kann. Das konzipierte multimediale eBook wird als Beispiel umgesetzt und dokumentiert. Es kann als Enriched eBook bezeichnet werden, da neben Text auch Bilder, Videos, Audiosequenzen, Hyperlinks und die Funktion Geolocation integriert sind. Die Dokumentation des elektronischen Buches macht die umgesetzten Möglichkeiten nachvollziehbar. Durch die neuen Standards EPUB3 und HTML5 sind viele weitere multimediale Elemente in einem eBook möglich. Diese Potenziale sowie die Risiken betreffend Codecs und der Nutzung von JavaScript werden ebenfalls in der Arbeit diskutiert.

Count the Traffic (CTT) – Die Benutzeraktivitäten am Beispiel der Universitätsbibliotheken Basel und St. Gallen

Diplomandin	Claudia Muhmenthaler
Referent	Prof. Dr. Robert Barth
Korreferent	Prof. Dr. Urs Dahinden

Bibliotheken haben oft sehr wenig systematisch erfasste Informationen über die Aktivitäten der Benutzer, welche innerhalb ihrer Räumlichkeiten stattfinden. Count the Traffic ist eine einfache und günstige Methode, um quantitative Informationen über die Aktivitäten der Benutzer zu erhalten.

Count the Traffic wird im Rahmen dieser Arbeit in den Universitätsbibliotheken St. Gallen und Basel durchgeführt. Die Untersuchung soll aufzeigen, dass die Methode auch in Wissenschaftlichen Bibliotheken angewendet werden kann.

Die Methode wird kritisch beurteilt und auf Basis der gemachten Erfahrungen werden Empfehlungen für eine zukünftige Count the Traffic Untersuchung gegeben. Ausserdem werden die Vor- und Nachteile der Methode denen von Mystery Shopping, Shadowing und der persönlichen Befragung gegenübergestellt.

Was können Informationssysteme? Eine vergleichende Analyse von BPM-, ECM- und GEVER-Systemen

Diplomandin	Daniela Schär
Referent	Prof. Dr. Niklaus Stettler
Korreferent	Christoph Müller

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist die Erarbeitung eines Musters für das Vorgehen zur Ablösung einer bestehenden Fachapplikation durch ein Informationssystem. Dabei steht die Bestimmung von Anforderungen an ein Nachfolgesystem anhand der Kernprozesse einer Abteilung im Vordergrund. Der aus den Anforderungen abgeleitete Kriterienkatalog ermöglicht eine vergleichende Analyse von drei ausgewählten Informationssystemen, nämlich einem Enterprise Content Management- (ECM), einem Business Process Management- (BPM) und einem Geschäftsverwaltungssystem (GEVER).

Als Ergebnis lässt sich festhalten, dass sich nur aufgrund des Kriterienkatalogs keine fundierte Auswahl aus den drei Systemtypen treffen lässt. Um das entsprechende Nachfolgesystem zu evaluieren, müssen auch Umweltfaktoren wie beispielsweise die aktuell verwendete Software, die bestehende Software oder der finanzielle Aufwand zur Realisierung eines neuen Informationssystems berücksichtigt werden.

Ein Bild vom Bild der Bibliothek in den Medien: Analyse ausgewählter Deutschschweizer Zeitungsartikel mittels Text Mining

Diplomandin
Referentin
Korreferent

Rahel Schilter
Gabi Schneider
Bruno Wenk

In Bibliothekskreisen wird ein negatives Image der Bibliothek in der Öffentlichkeit beklagt. Zeitungen beeinflussen die Einstellung der Bevölkerung gegenüber den Themen, über die sie berichten. Daher wurden in der vorliegenden Untersuchung Zeitungsartikel zum Thema Bibliothek aus Zeitungen des Kantons Zürich analysiert. Zur Analyse wurde Leximancer, eine Text Mining Software, verwendet. Das Resultat von Leximancer ist eine Concept Map. Dabei handelt es sich um eine visuelle Darstellung der am häufigsten identifizierten Concepts der Artikel.

Die Analyse der Concept Map hat ergeben, dass im Zusammenhang mit Bibliotheken am häufigsten über Veranstaltungen, den Medienbestand und die Finanzierung geschrieben wurde. Auffallend waren besonders die Präsenz von «Kinder» und «Buch». Bibliotheken werden wohl immer noch als Sammlungen von Büchern wahrgenommen und Kinder zählen zu den Hauptbenutzern. Nicht sichtbar waren erstaunlicherweise die Themen Bibliotheksmitarbeitende, Katalog, Beratung und andere Medienarten als Buch.

Risikoanalyse: Eine Methode für kleine und mittlere Archive in der Schweiz

Diplomandin
Referent
Korreferent

Bettina Seifert
Michel Pfeiffer
Prof. Dr. Niklaus Stettler

Die Tätigkeit kleiner und mittlerer Archive in der Schweiz ist geprägt von einer Vielzahl von Aufgaben und von einem Mangel an personellen und finanziellen Ressourcen. Deshalb ist es für viele dieser Archive schwierig, die sichere und vertrauenswürdige Erhaltung ihrer Sammlung zu garantieren. Die Durchführung einer Risikoanalyse im Rahmen eines umfassenden Risikomanagements kann Archive bei der Bewältigung dieser Herausforderung unterstützen. Die vorliegende Bachelor-Thesis präsentiert einen Entwurf für eine Risikoanalysemethode, die kleine und mittlere Archive in der Schweiz in ihrem spezifischen Kontext anwenden können. Bei der vorgeschlagenen Methode handelt es sich um eine Risiko-Checkliste, welche eine erste Identifikation und Bewertung von konservatorischen und organisatorischen Risiken ermöglicht. Die konzipierte Methode wurde im Archiv für Schweizer Landschaftsarchitektur (ASLA) für eine Risikoanalyse eingesetzt, wodurch wertvolle Erkenntnisse sowohl in Bezug auf die Risiken für das Archiv als auch in Bezug auf die vorgeschlagene Risikoanalysemethode gewonnen wurden.

Die Rolle von Social Media in politischen Konflikten am Beispiel Ägypten

Diplomandin	Andrea Stoessel
Referent	Prof. Dr. Norbert Lang
Korreferent	Prof. Dr. Urs Naegeli

Die Vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Frage nach der Rolle von Social Media in politischen Konflikten. Besonders in repressiven gesellschaftlichen Systemen weisen Social Media Potentiale zur Bildung einer Gegenöffentlichkeit aus. Aufgrund der Konzeption von Gegenöffentlichkeit im Internet wurden anhand von ausgewählten Beispielen der ägyptischen Revolution im Frühjahr 2011 die potentiellen Funktionen der Social Media zur Bildung einer Gegenöffentlichkeit reflektiert und diskutiert. Dabei erfüllen die einzelnen Social-Media-Anwendungen unterschiedliche Funktionen. So beinhalten Blogs und Facebook eine starke Artikulationsfunktion und wirken emanzipatorisch und identitätsbildend. Twitter hingegen zeichnet sich im Gegensatz zu Facebook durch eine grosse Informationsfunktion aus. Social Sharing Dienste wie YouTube oder Flickr besitzen als eigenständige Anwendungen keine erkennbare Funktion. Ihre Bedeutung ergibt sich erst durch die Einbindung in andere Social Media. Generell vermögen Social Media durchaus Gegenöffentlichkeit herzustellen. Dieser Umstand sollte jedoch nicht losgelöst von weiteren gesellschaftspolitischen Faktoren betrachtet werden.

Evaluation von Web Monitoring Tools zur softwaregestützten Informationsbeschaffung am Beispiel ausgewählter Open Source Web Monitoring Tools

Diplomandin	Ruth Süess
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent	Prof. Dr. Urs Naegeli

In den letzten Jahren hat das Web Monitoring an Bedeutung gewonnen. Unternehmen und Institutionen haben das Potential der teilweise strategisch relevanten Daten im Web erkannt und wollen diese Informationsquelle nutzen. Aufgrund der riesigen Datenmenge ist ein systematisches Auswerten des Web nach relevanten Informationen ohne Unterstützung von Software kaum mehr möglich. Daher wurden verschiedene Web Monitoring Tools entwickelt. In der vorliegenden Arbeit wird der Web Monitoring Prozess anhand eines allgemeinen Modells dargestellt. Darauf aufbauend und mit Hilfe von Demoverionen und Produktbeschreibung von Monitoring Systemen werden Indikatoren zur Evaluation von Web Monitoring Tools ermittelt und ein Kriterienkatalog bezüglich der angebotenen Funktionalitäten erstellt. Dieser Katalog wird anschliessend zur Evaluation von ausgewählten Open Source Tools verwendet.

Archiv- und Selektionspolitik von Radio- und Fernseh- unternehmen: Vergleichsanalyse zur Entwicklung einer Selektionsstrategie für das Schweizer Radio und Fernsehen (SRF)

Diplomandin	Hedda Vögtlin
Referent	Prof. Dr. Edzard Schade
Korreferent	Michel Pfeiffer

Mit der Einführung file-basierter Archivsysteme rücken Medienarchive vermehrt ins Zentrum des Produktionsprozesses. Zudem spielt die Archivierung von Audio- und Videodokumenten zur Wahrung des kulturellen Erbes eine zunehmende Rolle. Auf diese Neuerungen hat die SRG SSR mit der Entwicklung einer nationalen D+A-Strategie reagiert. Die Unternehmenseinheit SRF hat nun den Auftrag, eine unternehmensspezifische Strategie zur Selektion von Radio- und Fernsehsendungen zu entwickeln, die auf der nationalen D+A-Strategie basiert. Dazu werden in dieser Arbeit die bisherigen Selektionspraxen der konvergierten Unternehmen SF und SR DRS analysiert und die Archiv- und Selektionspolitiken von vier internationalen Medienunternehmen miteinander verglichen. Operationalisiert werden die aus qualitativen Dokumentenanalysen und Experteninterviews gewonnenen Informationen mithilfe eines Analyserasters, das aus vier Kategorien besteht. Die Arbeit verdeutlicht, welche Aspekte mit Gewissheit Bestandteil einer Archiv- und Selektionspolitik sein müssen und liefert Erkenntnisse über die Stärken und Schwächen der bisherigen Selektionstätigkeit beim SF und SR DRS und Anregungen für eine neue SRF-Selektionsstrategie.

Informationspolitik in Bezug auf elektronische Patientendaten – Ein internationaler Vergleich zwischen der Schweiz, Deutschland und Dänemark

Diplomandin
Referent
Korreferent

Andrea Wirth
Prof. Dr. Urs Dahinden
Dr. Norbert Lang

Patientendaten unterliegen einerseits dem Arztgeheimnis und damit einem erhöhten Datenschutz, andererseits ist der Zugriff darauf sowohl für die medizinische Forschung als auch die gesundheitspolitische und -ökonomische Planung sehr wichtig. Bei der staatlichen Regulierung des Umgangs mit elektronischen Patientendaten gibt es daher durchaus nationale Unterschiede. Anhand eines internationalen Vergleichs zwischen der Schweiz, Deutschland und Dänemark wurde untersucht inwiefern es im Umgang mit elektronischen Patientendaten Unterschiede geben kann. Dabei stand vor allem die Frage im Mittelpunkt worauf sich denn allfällige Unterschiede zurückführen lassen. Dazu wurde der konkrete Umgang mit den elektronischen Patientendaten der einzelnen Länder (Informationspolitik) sowie mögliche verursachende Umfeldfaktoren in einer deskriptiven Vergleichsstudie beschrieben und miteinander verglichen. Am Schluss der Arbeit wurden Hypothesen über den Zusammenhang zwischen den verschiedenen Ausprägungen der drei Informationspolitiken sowie einzelnen Umfeldfaktoren gebildet.

«State-of-the-art» Recommender Komponenten

Diplomandin
Referent
Korreferent

Marianne Wolff
Prof. Dr. Wolfgang Semar
Prof. Dr. Bernard Bekavac

Recommender Systeme, oder Empfehlungssysteme, finden einen immer breiteren Einsatz auf Webseiten aller Art. Sie werden vor allem im Bereich des E-Commerce verwendet. Aber auch andere Seiten benutzen verschiedene Arten von Systemen, um ihren Benutzern und Kunden Produkte oder Inhalte zu empfehlen aufgrund ihrer Interessen. Dafür gibt es je nach Art der vorliegenden Daten und Bedürfnisse der Nutzer unterschiedliche Verfahren.

In dieser Arbeit werden anhand einer Aufstellung der verschiedenen Typen von Recommender Systemen, einer Beschreibung von Datensätzen und vier untersuchten, kostenlos im Internet verfügbaren Open Source Recommendern, Kriterien für die Wahl eines Recommenders erarbeitet. Basierend auf diesen Auswahlkriterien wird eine Entscheidungsmatrix zusammengestellt, die Einzelpersonen und kleinen Unternehmen bei der Wahl eines passenden Open Source Recommenders für den Einsatz auf der eigenen Webseite behilflich ist.

Multimedia Production

Studienleitung

Ruedi Müller-Beyeler

Finanzierung und Kosten eines Deutschschweizer Kinospielefilms – Der Einfluss der Produktionsleitung

Diplomandin

Nicole Arnold

Referentin

Dana Grigorcea

Korreferent

Dr. Jürgen Müller

Die Produktion von Kinofilmen in der Schweiz hat sich in den letzten Jahren stark weiterentwickelt. Trotzdem grenzt der Entscheid, einen Schweizer Film zu produzieren, oft an ein Abenteuer, da es oft an genügend finanziellen Mitteln fehlt.

In der Arbeit wird erläutert, wie ein Deutschschweizer Kinospielefilm kalkuliert, budgetiert und mittels kultureller sowie privater Förderung finanziert werden kann. Die einzelnen Kapitel werden auf einer These aufgebaut, die besagt, dass die Höhe des finanzierten Budgets sowohl die Risikosituation als auch die inhaltlich-künstlerische Qualität eines Films beeinflusst. Die Filmproduktionsleitung spielt dabei eine zentrale Rolle, da es in ihrem Verantwortungsbereich liegt, diesen beiden Aspekten Rechnung zu tragen. Anhand der Untersuchung ihres Aufgaben- und Verantwortungsbereiches wird zudem beschrieben, welche Rolle die Produktionsleitung in Bezug auf die Realisierung eines Deutschschweizer Kinospielefilms spielt.

Die Kennzeichen von Branded Entertainment Formaten im Fernsehen. Eine beispielhafte Analyse anhand von Faro TV Formaten.

Diplomand Marcel Beeli
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferent Dominik Stibal

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist die Bestimmung der Kennzeichen von branded entertainment Fernsehformaten. branded entertainment gehört zu den Sonderwerbformen und ist eine Weiterentwicklung des product placements. Da herkömmliche Werbung oder Werbespots zunehmend an Effektivität verlieren oder sich mit Digital TV einfach überspringen lassen, suchen Werbetreibende Unternehmen vermehrt nach neuen Kommunikationswegen. Branded entertainment ist einer dieser neuen Kommunikationswege und lässt die Werbebotschaft in das eigentliche Programm miteinfließen. Im Kapitel Stand der Forschung werden die verschiedenen Bezeichnungen sowie die Geschichte und die gesetzlichen Bestimmungen des branded entertainment beschrieben. Mittels einer Analyse werden die Kennzeichen und Charakteristika zweier Deutschschweizer branded entertainment Fernsehformate untersucht. Die Analyse gibt Aufschluss über den momentanen Entwicklungsstand von Praxisbezogenen branded entertainment Beispielen in der Schweiz. In Kapitel fünf ist die Analyse beschrieben und mit Interviews von den Sponsoren und dem Produzenten der Formate ergänzt. Ein persönliches Fazit am Ende schliesst die Arbeit ab.

Der Wandel des Schweizer Werbefilms am Beispiel von Rivella

Diplomandin Michelle Bucher
Referentin Dana Grigorcea
Korreferent Dr. Jürgen Müller

Die Arbeit beschäftigt sich mit dem Wandel des Schweizer Werbefilms am Beispiel der Werbungen des Getränkes Rivella. Das Augenmerk liegt dabei auf der Veränderung der Ästhetik und Gestaltung innerhalb der Zeitachse.

Nach der Einleitung in die Thematik folgt die Einführung in die methodischen und theoretischen Grundlagen der Film- und Werbeanalyse. Zudem werden die Mittel der Ästhetik aufgeführt, welche unter anderem Schnitt und Montage, Mise en Scéence, Kameraperspektive, Musik, Geräusche und Einstellungsgrößen umfassen.

Das dritte Kapitel beinhaltet die visuellen, auditiven und textuellen Analysen der Werbespots. Dabei habe ich darauf geachtet, dass aus jedem Jahrzehnt seit den 60er-Jahren eine Werbung analysiert wird, um so eine Veränderung in der Ästhetik beobachten und nachvollziehen zu können.

Der vierte und letzte Teil führt die Ergebnisse aus der Analyse zusammen, welche die Grundlage für die These bilden. Zudem werden Empfehlungen für weitere Untersuchungen aufgezeigt.

Nutzung von Synergien im Newsroom – Theorie und Praxis am Beispiel der Blick-Gruppe

Diplomand Roland Gamp
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferentin Dana Grigorcea

Der integrierte Newsroom bildet ein neues Redaktionsmodell. Von seiner Umsetzung erhoffen sich Medienhäuser finanziellen Aufschwung und ein besseres Angebot. Damit dies gleichzeitig möglich ist, müssen Synergieeffekte optimal genutzt werden.

Die Bachelorarbeit untersucht die Nutzung dieser Synergien im Newsroom in Theorie und Praxis. Der theoretische Teil gibt einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung. Die Vorteile, aber auch die Kritikpunkte am Modell Newsroom werden beschrieben. Dann wird fundiert aufgezeigt, welche Formen von Mehrwerten durch die optimale Umsetzung des neuen Redaktionsmodells entstehen können.

Die Nutzung dieser Synergieeffekte wird anschliessend in der Praxis überprüft. Untersuchungsgegenstand bildet der Newsroom der Blick-Gruppe. Durch verschiedene wissenschaftliche Untersuchungsmethoden wird überprüft, in welchem Masse die potenziellen Mehrwerte tatsächlich ausgeschöpft werden. Schliesslich wird aufgezeigt, weshalb bei der Blick-Gruppe noch nicht das Maximum an Synergien genutzt wird.

Möglichkeit der «High Dynamic Range»-Technologie im Videobereich

Diplomand Mario Götz
Referentin Dana Grigorcea
Korreferent Dr. Jürgen Müller

Das in dieser Bachelorarbeit bearbeitete Thema handelt von der High-Dynamic-Range-Technologie in Bezug auf Fotografie und Video. Die HDR-Fotografie hat in den letzten Jahren stark an Beliebtheit, sowohl bei professionellen als auch Hobbyfotografen, gewonnen. HDR-Video dagegen wird selten bis nie angewandt. Für den einfachen Konsumenten und Hobbyfilmer ist es schwierig ein eigenes HDR-Video zu machen, bedingt durch fehlende Theorie.

Aufgrund der fehlenden Theorie im HDR-Video Bereich wird diejenige der HDR-Fotografie analysiert und wenn möglich auf den Videobereich angewendet. Der technische Hintergrund zur Produktion eines solchen Bildes oder Videos steht dabei im Vordergrund. Künstlerische Aspekte werden nicht erforscht, da es nicht von Relevanz ist, um herauszufinden ob und wie es möglich ist, ein HDR-Video zu erstellen. Neben der HDR-Fotografie werden die Vorgehensweise und die Resultate bereits produzierter HDR-Videos überprüft. Dank dieser Vorgehensweise wird schliesslich aufgezeigt, wie es möglich ist eine solche Produktion zu realisieren.

Interaktives Fernsehen und TV-Werbung: Welche Auswirkungen und Anforderungen hat das inter- aktive Fernsehen auf die TV-Werbungen

Diplomand Alexander Kuhn
Referent Dr. Otto Altendorfer
Korreferent Dr. Jürgen Müller

Die vorliegende Arbeit setzt sich auseinander mit den interaktiven Möglichkeiten des Fernsehens und deren Auswirkungen auf die TV-Werbung. Mit einem aktuellen Fernsehgerät und Internetzugang ist zeitversetztes Fernsehen möglich. Der Zuschauer/die Zuschauerin muss sich nicht mehr nach festen Programmzeiten richten, sondern entscheidet selbst, was er/sie wann, wo und in welcher Form sehen will. Filme und Sendungen können aufgenommen und später ohne Werbung geschaut werden. Für die Werbebranche kann dies ein grosser Nachteil sein, da die Werbebotschaften keine Aufmerksamkeit mehr erhalten. Interaktives Fernsehen bietet aber auch Chancen. Aus den gewonnenen Nutzerdaten der Fernsehkonsumenten können wertvolle Schlüsse gezogen werden, welche wiederum in zukünftige Werbespots einfließen.

Zu den Funktionen von mobilen Second-Screens in der TV-Umgebung

Diplomand Pascal Landert
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferentin Elif Erisik

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit sind die Funktionen von mobilen Second-Screens wie Smart Phones oder Tablet-Computer innerhalb der TV-Umgebung. Die Arbeit untersucht das sich verändernde TV-Konsumverhalten der Zuschauer, vom Singletasking hin zum Multitasking. Diesbezüglich untersucht die Arbeit, welche Funktionen die Second-Screens einnehmen können, welche Mehrwerte sie für die Zuschauer und Nutzer, sowie für die TV-Sender und Service-Provider selber bringen.

In der Arbeit wird die These aufgestellt, dass Kontrolle/Vorschau, Teilen und Anreichern die Kern- und Schlüsselfunktionen von mobilen Second-Screens sein werden. Ebenfalls soll erläutert werden, dass TV-Sender und Service-Provider zukünftig zwingend Second-Screen-Angebote offerieren müssen, um konkurrenzfähig zu bleiben.

Einfluss von Streaming-Technologien auf Sachsen Fernsehen und Mitteldeutscher Rundfunk (MDR)

Diplomand **Markus Pfüller**
Referent **Dr. Jürgen Müller**
Korreferent **Lutz Schäfer M.Sc.**

Gegenstand des Dokuments ist eine Untersuchung der Situation der sächsischen privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, mit Hinblick auf den Einfluss von Streaming-Technologien. Diese Bachelor Thesis erläutert, was Streaming-Technologie ist und was nicht. Sie zeigt die Ist-Situation des traditionellen sächsischen Fernsehens am Beispiel von Sachsen Fernsehen und MDR auf. Anhand der gesammelten Informationen durch Recherche in Wort und Schrift werden verschiedene Zukunftsprognosen gestellt und Lösungsansätze erläutert. Im Vordergrund dieser Arbeit steht der Zusammenhang zwischen der Streaming-Technologie im Internet und den immer noch weitverbreiteten, unflexiblen analogen und digitalen Kanälen. Maßgebend für die Untersuchung dieser Arbeit sind weiterhin der demografische Wandel, sowie der Einfluss der Zuschauerwünsche in Bezug auf die Programminhalte und die Sendezeiten.

Tracking: Point Tracking im Vergleich zu Planar Tracking

Diplomand **Michael Ritter**
Referentin **Dana Grigorcea**
Korreferent **Dr. Jürgen Müller**

Tracking ist ein grosser Teil der Filmindustrie im Bereich der Spezial Effekte. Diese Arbeit setzt sich aus drei Teilen zu diesem Thema zusammen. Im ersten Teil werden die Grundlagen des Compositing erarbeitet. Dazu gehören die geschichtliche Entwicklung sowie die verschiedenen Techniken die es gibt. Im zweiten Teil werden zwei verschiedene Technologien des Trackings genau analysiert. Es wird der mathematische Hintergrund beider Technologien angeschaut und der genaue Arbeitsablauf innerhalb der Software. Dazu werden die Vor- und Nachteile der einzelnen Varianten genauer angeschaut. Anschliessend werden mittels eines Experiments beide Varianten direkt miteinander verglichen, indem Geschwindigkeit, Trackanalyse und Export angeschaut werden und danach ein Fazit basierend auf dem Experiment gezogen wird. Nebst dem Experiment gibt eine kleinere Datenerhebung Einblick auf den Schweizer Markt. Mit Hilfe der gewonnen Ergebnisse wird dann im letzten Teil meine Fragestellung beantwortet, worin der Unterschied der Technologien besteht und welche Technologie dazu tendiert den Markt zukünftig zu dominieren.

Finanzierung und Akzeptanz bei der Zielgruppe einer Facebook-Seite für das Telebasel Nachrichtenformat 7vor7

Diplomand	Andrea Luca Ruberti
Referent	Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer
Korreferent	Dr. Jürgen Müller
Auftraggeber	Telebasel

Mit dieser Arbeit wird überprüft, ob sich der Schweizer Lokalsender Telebasel eine Facebook-Seite für die Nachrichtensendung «7vor7» leisten kann. Um dies herauszufinden wird untersucht, ob die Werbekunden von Telebasel es sich vorstellen können, auf einer Facebook-Seite der Nachrichtensendung «7vor7» Werbung zu schalten. Zudem wird die Frage geklärt, ob das Zielpublikum der Sendung an einer möglichen Facebook-Seite interessiert ist. Um eine Antwort auf diese beiden Fragen zu bekommen, werden zwei schriftliche Befragungen durchgeführt. Die Resultate beider Umfragen werden in ein Verhältnis gesetzt, damit eine Antwort auf die Fragestellung formuliert werden kann.

Die Arbeit besteht aus drei Teilen: Zu Beginn wird der Leser an der Thema herangeführt. Im zweiten Abschnitt der Arbeit wird der Stand der Forschung beschrieben. Anschliessend folgt das Kapitel der beiden empirischen Untersuchungen. Ein Fazit rundet die Arbeit ab.

Einsatz von Steadicams bei TV Livesendungen

Diplomand	Daniel Spiri
Referent	Dr. Jürgen Müller
Korreferent	Samuel Röthlisberger

Das Spezielle an Livesendungen im Fernsehen ist der grosse Aufwand, der dafür betrieben wird. Ein Kamerasystem, die Steadicam, wird dabei oft verwendet. Es lässt eine zehn Kilo schwere Kamera sanft durch den Raum schweben. Doch so elegant und leicht die Bilder erscheinen, dahinter steckt eine Menge Arbeit. Die Thesis vergleicht verschiedene Livesendungen in denen dieses System eingesetzt wird. Wo stecken die grössten Gefahren und wie kommt das Bild von der Kamera zur Regie? Diesen Fragen ging der Autor nach und versuchte Parallelen zu erkennen. Daraus wurden «best practice» erarbeitet, die dem Autor als empfehlenswert erscheinen.

Musik in der Fernsehwerbung für Nahrungsmittel in der Deutschschweiz

Diplomand Michael Suter
Referentin Dana Grigorcea
Korreferent Dr. Jürgen Müller

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist das Thema Wirkung von Musik in der Fernsehwerbung für die Sparte Nahrungsmittel in der Deutschschweiz.

Die Arbeit befasst sich mit Musik und Emotionen und deren Wirkung auf den Rezipienten einer Fernsehwerbung. Ein kleines Experiment soll die These bestätigen, dass Musik in der Fernsehwerbung für die Sparte Nahrungsmittel in der Deutschschweiz über den Erfolg oder Misserfolg einer Fernsehwerbekampagne bestimmen kann. Dabei werden teilweise erstaunlich Ergebnisse erzielt, die es zu erklären versuchen gilt.

Weiter wird aufgezeigt, welche verschiedenen Funktionen die Musik in der Werbung ausübt und wie sie dabei wirkt oder wirken soll. Und schliesslich wird noch einen kurzen Ausblick in die Zukunft der Werbemusik gewagt.

Professionelle Videoproduktion mit Smartphones

Diplomand Alexander Tobisch
Referent Prof. Dr. Rainer Zschockelt, Mittweida
Korreferent Dr. Jürgen Müller

Die Arbeit hat die Beantwortung der Frage zum Ziel, ob professionelle non-fiktionale TV-Produktionen mit Smartphones möglich sind. Sie besteht im Wesentlichen aus zwei Teilen. Im ersten Teil werden Produktionen vorgestellt und analysiert, die bereits auf dem iPhone 4 realisiert wurden. Dieser «aktuelle Forschungsstand» wird ergänzt durch Kommentare und Erklärungen der jeweiligen Produzenten sowie der Untersuchung der technischen Eigenschaften des Aufnahmemediums iPhone 4. Im folgenden praktischen Teil werden Experimente (TV-Produktionen) beschrieben und analysiert, die für diese Abhandlung vom Verfasser der Arbeit erstellt wurden. Die Eigenschaften und die Leistung des iPhone 4 als Aufnahmemedium werden in Vergleich zu einer Kamera aus dem professionellen Sektor gestellt, um die tatsächliche Bildqualität des Smartphones zu untersuchen. Die gewonnenen Erkenntnisse aus Forschung und Experimenten werden im Fazit zusammengefasst und bestätigen eine tatsächliche Eignung. Ein Blick in eine mögliche Zukunft schliesst die Arbeit ab.

Empfehlung für eine zielgruppenspezifische Konzertkommunikation bei der Maag Halle Zürich

Diplomandin	Nina Bruderer
Referent	Roland Köppel
Korreferentin	Dana Grigorcea
Auftraggeber	Maag Halle, Zürich

Wirkt die bisherige Konzertkommunikation der Maag Halle Zürich? Wie spricht man die Konzertbesucher der Maag Halle in Zürich am besten an? Müssen Besucher von Pop-, Rock-, HipHop- und Elektrokonzerten unterschiedlich angesprochen werden? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die vorliegende Arbeit.

Anhand einer Analyse der gegenwärtigen Konzertkommunikation und einer Online-Umfrage, die sich an die Konzertbesucher der Maag Halle richtete, wurden die Wünsche der Konzertbesucher (segmentiert nach den Musikspartentypen Pop, Rock, HipHop und Elektro) betreffend Kommunikationsansprache mit den bisherigen Kommunikationsmitteln verglichen.

Die Resultate sind spannend, interessant und teilweise überraschend. Aufgrund dieser Ergebnisse gibt die Autorin Empfehlungen für die zukünftige Konzertkommunikation der Maag Halle ab. Basierend auf den Ergebnissen der Online-Umfrage wurden zudem Zielgruppenbeschreibungen der vier Musikspartentypen erstellt.

Die Maag Halle kann nun anhand dieser Empfehlungen ihre Kommunikation den Wünschen der Besuchenden anpassen, diese spezifisch ansprechen und somit den Konzerterfolg steigern.

Eventlocations der Metropolitanregion Zürich vs. Ansprüche von Corporate Event-Kunden – eine Analyse

Diplomandin	Martina Locher
Referent	Roland Köppel
Korreferent	Prof. Dr. Christian Filk
Auftraggeber	Eventframe AG

Jeder Kunde hat Bedürfnisse, welche er abgedeckt haben möchte. Damit diese befriedigt werden können, muss das Angebot entsprechend stimmen. Die Ansprüche, Forderungen und Wünsche von Corporate-Event-Kunden gegenüber Locations der Metropolitanregion Zürich wurden anhand von Interviews in Erfahrung gebracht und anschliessend mit dem Angebot abgeglichen. Daraus sind zahlreiche nicht erfüllte Wünsche evaluiert worden, die sich lohnen, in Zukunft berücksichtigt zu werden. Diese Arbeit mit dem Titel: «Eventlocations der Metropolitanregion Zürich vs. Ansprüche von Corporate Event-Kunden – eine Analyse.» soll Location-Vermietern helfen, ihr Angebot kundengerecht anzupassen und/oder zu erweitern. Kunden wollen sich bei der Auswahl einer Location verstanden fühlen und werden dies entsprechend berücksichtigen.

Für alle die sich dafür interessieren: Im Anhang ist eine Übersicht über 24 Locations und ihre Merkmale zu finden.

«Der Einfluss von Event Marketing auf die Besucherfrequenz und den Umsatz eines Shopping Centers – Eine beispielhafte Untersuchung am Stückli Shopping Basel»

Diplomandin	Tanja Thoma
Referent	Roland Köppel
Korreferent	Jan Tanner

In einem Shopping Center werden häufig Veranstaltungen durchgeführt. Meist mit der Absicht, Besucher in das Center zu «locken». So stellt sich unter anderem die Frage, wie wichtig sind solche Events für die Besucher eines Shopping Centers und lohnt sich ein solcher Aufwand für die Verantwortlichen. Diesen Fragen wird in der empirischen Arbeit nachgegangen. Die Studie gliedert sich in drei Hauptbestandteile. In einem ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen behandelt. Im empirischen Teil wird mittels mehrerer Experteninterviews die Grundlagenforschung ausgebaut, die Ergebnisse anhand einer zusammenfassenden Inhaltsanalyse präsentiert sowie Hypothesen abgeleitet. Mit einer weiteren Methode, der «Online-Umfrage», erfolgt die Prüfung der Aussagen der Experten mittels der Meinungen potentieller Besuchern. Zum Schluss werden die Resultate der Untersuchung dargestellt, die Hypothesen geprüft und Empfehlungen aus den Erkenntnissen abgeleitet.

Überwachung, Normalisierung und Visualisierung von Feedback auf redaktionelle Medien in Social Media

Diplomanden Pius Caduff, Lukas Zraggen
Referent Fredrik Gundelsweiler
Korreferent Prof. Dr. Christian Filk

Diese Arbeit stellt einen Lösungsvorschlag in Form einer Anwendung vor, welche das Erfassen und Analysieren von Feedback auf redaktionelle Medien in Social Media erlaubt. Die Anwendung ist insbesondere für Online-Medien mit einem grossen Medienoutput konzipiert und erlaubt Visualisierungen in Echtzeit von Feedback verbreiteter Medien über Facebook, Twitter und Facebook. Um das Feedback über diverse Social Media Dienste vergleichen zu können, wird es durch die Bildung von Kennzahlen normalisiert. Untersucht werden verschiedene Ansätze zur Bildung von Kennzahlen und Visualisierungen von Feedback in Social Media. Die Erkenntnisse dieser Untersuchungen fliessen in einen Kriterienkatalog ein. Basierend auf diesem Kriterienkatalog wird die Anwendung prototypisch entwickelt. Mit Fallbeispielen wird die Anwendung auf ihre Tauglichkeit zur Überwachung, Normalisierung und Visualisierung von Feedback auf redaktionelle Medien in Social Media überprüft.

Zur Medienproduktion mit Hilfe des Semantic Web. Am Beispiel des Jugendfernsehsenders Joiz

Diplomand Edgar Schnüriger
Referent Fredrik Gundelsweiler
Korreferent Prof. Dr. Christian Filk
Auftraggeber Joiz AG, Oerlikon

Die Arbeit erklärt die grundlegende Funktionsweise und die Vision des Semantic Web. Darauf aufbauend wird anhand der Fernsehsendung «Joizone Social» des crossmedialen und interaktiven Fernsehenders «Joiz» analysiert, wie das Semantic Web in der Medienproduktion eingesetzt werden kann. Joiz ist ein junges Medienunternehmen, das ein gleichnamiges Fernsehprogramm für Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 12 – 30 Jahren produziert. In der Arbeit werden konkrete Vorschläge zum Einsatz des Semantic Web im Produktionsprozess einer Fernsehsendung aufgezeigt. Ziel der Arbeit ist es herauszufinden, ob durch den Einsatz des Semantic Web die Qualität von Medienprodukten verbessert und die Geschwindigkeit der Medienproduktion erhöht werden kann.

Online-Reputationsmanagement im B2B-Kontakt am Beispiel des Technologieberatungs-Unternehmens INVENSITY

Diplomand	Manuel Merki
Referentin	Ines Jansky
Korreferent	Manuel Sollbach
Auftraggeber	INVENSITY GmbH, Wiesbaden

Online-Reputationsmanagement wird auch im Business-to-Business Kontakt immer wichtiger. Die Arbeit zeigt auf, wie Beratungsunternehmen in der Technologiebranche ihre Reputation im Internet verbessern können. Dazu werden qualitative Befragungen durchgeführt, die als Fallstudie die aktuelle Situation und Entwicklung in Beratungsunternehmen analysiert und Empfehlungen für das Monitoring erfasst. Das Ergebnis macht klar, dass Investitionen in die Online-Reputation grosse Auswirkung auf das Vertrauen der B2B-Kunden in ein Unternehmen hat. Dabei ist insbesondere in der Beratungsbranche der persönliche Kontakt wichtig und auch im Onlinebusiness sorgsam zu pflegen. Damit es zu diesen Kontakten kommen kann ist jedoch der Einsatz verschiedener Tools und Strategien notwendig. Der Autor gibt dem Leser das nötige Wissen und die theoretischen Kompetenzen in die Hand, um selber diesen Weg zu gehen.

«Auswirkungen von gesellschaftlichem Engagement auf die Reputation von Unternehmen» Medienresonanzanalyse der CSR-Initiative Home Office Day der Microsoft Schweiz GmbH

Diplomandin	Silvana Ulber
Referentin	Ines Jansky
Korreferentinnen	Barbara Josef, Katja Brändle-Barlogis
Auftraggeber	Microsoft Schweiz GmbH

Die Bachelorarbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden Datenerhebungsmethoden miteinander verglichen und aufgrund dieser Basis ein eigenes Ablaufmodell zur Erarbeitung einer Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung zur Corporate Social Responsibility-Initiative Home Office Day 2011 vorgestellt. Im zweiten Teil wird näher auf die Umsetzung dieser Inhaltsanalyse eingegangen. Es wird anhand eines für den Gegenstand dieser Bachelorarbeit entworfenen Kodierleitfadens erläutert, wie die Autorin die Ergebnisse zur Beantwortung der Fragestellung generiert hat.. Der letzte Teil der Arbeit widmet sich der Bewertung der Ergebnisse aus der Inhaltsanalyse sowie den Schlussfolgerungen und Interpretationen, die in Bezug auf die Medienberichterstattung zum Home Office Day 2011 gezogen werden.

Konkret zeigt diese Bachelorarbeit die Auswirkung der Medienberichterstattung zum Home Office Day 2011 auf die Reputation der Microsoft Schweiz GmbH, die Beziehung zu aktuellen, gesellschaftsrelevanten Fragestellungen sowie die Reifeentwicklung in der Medienberichterstattung auf.

Nachhaltige Kommunikation: Eine Analyse am Beispiel der Werbeagentur KSB Krieg Schlupp Bürge AG, Zürich

Diplomandin	Anna Vollmer
Referentin	Ines Jansky
Korreferent	Dany Kielholz

Was heisst Nachhaltigkeit in der Kommunikationsbranche? Was bedeutet eine nachhaltige Kommunikation? Mittels einer Analyse der Werbeagentur KSB Krieg Schlupp Bürg aus Zürich wurden die Anspruchsgruppen (Kunden und Marktteilnehmer) befragt (halbstrukturierte Interviews) und analysiert. Das Schlagwort «Nachhaltigkeit» kann in Verbindung mit Kommunikation laut Theorie aus drei verschiedenen Blickwinkeln verstanden werden. Die Autorin hat diese Sichtweisen in der Praxis gesucht und einen Vergleich zwischen Theorie und Praxis vorgenommen. Die Werbeagentur KSB setzt sich mit Beratung rund um nachhaltige Kommunikation ab von anderen Werbeagenturen. Diese Arbeit dient Agenturen und Unternehmen als Unterstützung, wie nachhaltige Kommunikation in der Praxis angewendet und aussehen kann und was dabei zu beachten ist.

Manipulation des Hörfunks durch die Politik in der DDR und BRD

Diplomand	Markus Hesse
Referent	Christian Stärkle
Korreferent	Dr. Beat Bumbacher

In dieser wissenschaftlichen Arbeit wird die Einflussnahme des Mediums «Hörfunk» auf die Bevölkerung der BRD und DDR näher betrachtet. Es wird analysiert, mit welchen Methoden die Manipulatoren auf ihre Rezipienten einwirkten, um ihre Ziele zu erreichen. Zur Analyse der verschiedenen Hörfunkbeiträge werden die Thesen zur Manipulation von Kommunikations-
experten Marcus Knill angewendet. Zudem soll untersucht werden, in wie weit sich die Methoden zwischen Ost und West unterschieden haben.

Die Existenzberechtigung eines Ferienradios: Ein fremdsprachiges Radio im Umfeld von Einheimischen

Diplomandin	Iris Ungricht
Referent	Christian Stärkle
Korreferent	Bruno Kalbermatten

Eine deutschsprachige Radiostation auf einer spanischsprachigen Insel. Braucht es das? Wer braucht das? Und wie rechtfertigt sich die Existenz einer solchen Radiostation? Um diese Fragen dreht sich diese Bachelorarbeit mit dem Titel «Die Existenzberechtigung eines Ferienradios: Ein fremdsprachiges Radio im Umfeld von Einheimischen.» Im Mittelpunkt der Arbeit steht die Radiostation «Mallorca 95,8 – Das Inselradio» die sich auf Mallorca befindet und von dort aus ihr deutschsprachiges Programm über UKW auf der Insel sowie weltweit über Internet und Satellit verteilt.

Mit einer Analyse der aktuellen Situation der Radiostation sowie mit einer Online- und Strassenumfrage bei Hörern und Passanten, wurden verschiedene Meinungen eingeholt, verglichen und analysiert. Zudem wurden drei Experten, die mit den deutschsprachigen Medien und dem Tourismus auf Mallorca vertraut sind, interviewt sowie Statistiken zu Bewohnern und Touristen der Insel untersucht.

Studienleitung

Prof. Bruno Wenk

Steigerung der Energieeffizienz von Luft/Wasser Wärmepumpen mit Speicher

Diplomanden	Thomas Bärtsch, Stefan Caflisch
Referent	Dr. Ulrich Hauser-Ehninger
Korreferent	Toni Venzin
Auftraggeber	Omalik Elektronik GmbH, Schongau/LU

Diese Bachelorarbeit zeigt auf, wie Luft/Wasser-Wärmepumpen mit Speicher energiesparender betrieben werden könnten. Die Energiesparmassnahmen sollten mit einer speicherprogrammierbaren Steuerung umgesetzt werden können.

Die Arbeit beschreibt die Grundlagen der Wärmepumpentechnik, Gebäudetechnik und Heizungstechnik zusammen. Als Berechnungsgrundlage für die Analyse des Sparpotenzials bezüglich der Einflussgrössen und Parameter wurde ein Modellhaus definiert. In der Evaluationsphase wurden schliesslich mögliche Kombinationen von Energiesparmassnahmen ausgewertet.

Auf Grund der gewonnenen Ergebnisse wurde ein Systementwurf erarbeitet. Zuletzt wurden Konzepte für die Realisierung von Hardware und Software entworfen.

Selbstorganisation eines Funknetzwerks, Wunsch und Wirklichkeit

Diplomanden	Dario Caduff, Gian-Marco Schmid
Referent	Dr. Ulrich Hauser-Ehninger
Korreferent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Auftraggeber	Institut für Informations- und Kommunikationstechnologien, HTW Chur

Auf Umspannwerken wie beispielweise bei den Kraftwerken Vorderrhein AG werden verschiedene Spannungsebenen miteinander verbunden. Zu Forschungszwecken werden verschiedene Feldmessungen zur Überwachung von Strom und Spannung vorgenommen (Monitoring).

Zurzeit ist dazu eine aufwändige Installation mit langen Kabeln zu den Messeinrichtungen nötig. Die störanfälligen Kabel sollen nun durch ein sich selbst organisierendes ZigBee-Funknetzwerk ersetzt werden.

Es standen sechs funktionsfähige ZigBee-Funkmodule und die zugehörigen Waspote-Boards zur Verfügung. Ziel der Arbeit war es, die Grenzen der Funkmodule zu erfassen. Dafür wurden mehrere Testszenarien erstellt und durchgeführt. Mit den erarbeiteten Erkenntnissen sollte es einem Nutzer in Zukunft möglich sein, ein funktionsfähiges, sich selbstorganisierendes ZigBee-Netzwerk aufzubauen und in Betrieb zu nehmen.

Unified Collaboration and Communication Services

Diplomanden	Gian Collenberg, Manuel Riesch
Referent	Prof. Bruno Wenk
Korreferent	Toni Venzin
Auftraggeber	SWiBi AG, Landquart

Die SWiBi AG, ein KMU Dienstleister aus Graubünden, verspricht sich durch den Einsatz einer Unified Collaboration und Communication (UCC) Lösung eine Verbesserung der internen Kommunikation und Zusammenarbeit.

Die bereits vorhandene UCC-Pilotumgebung auf der Basis des Microsoft Office Communicator 2007 R2 soll auf die neue Version Microsoft Lync Server 2010 migriert und allen Mitarbeitenden als produktives System zur Verfügung gestellt werden. Diese Migration bietet verbesserte Möglichkeiten für die Integration von Umsystemen.

Das Einbinden einer VoIP-Lösung (Voice over IP) inklusive Endgeräte ist für das Unternehmen ein zentraler Punkt dieser Arbeit. Die Integration wird im Rahmen eines Versuchs umgesetzt und soll der SWiBi AG aufzeigen, ob die VoIP Anbindung ihre bestehende Telefonanlage ablösen kann oder nicht.

Die SWiBi AG möchte mit der VoIP-Lösung Erfahrungen sammeln. In der Kombination von UCC und VoIP erhofft sie sich einen Mehrwert.

Umfragen zur Gästezufriedenheit in Tourismusdestinationen mittels mobiler Geräte

Diplomanden	Marco Costa, Manuel Mareischen
Referent	Prof. Martin Studer
Korreferent	Dr. Ulrich Hauser-Ehninger
Auftraggeber	Institut für Tourismus- und Freizeitforschung ITF, HTW Chur

Das Institut für Tourismus- und Freizeitforschung der HTW Chur führt regelmässig Befragungen zur Gästezufriedenheit in Tourismusregionen durch. Die Umfragen werden traditional auf Papier durchgeführt. Papier-Umfragen haben aber mehrere Nachteile, beispielsweise ist die Auswertung sehr aufwändig und für den Gast ist es nicht möglich – oder zumindest sehr umständlich – die Umfrage gleich vor Ort auszufüllen. Eine Umfrage mittels mobiler Geräte, sogenannten Smartphones, könnte ein Teil dieser Probleme lösen.

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wurde ein Prototyp eines Systems, bestehend aus einer iPhone-Applikation sowie einer Webapplikation, entwickelt, mit welchem sich Umfragen zur Gästezufriedenheit entwickeln und durchführen lassen. Folgendes Beispiel illustriert die Vorteile des Systems gegenüber traditionellen Umfragen: über die GPS-Funktionalität im iPhone kann die Position des Gastes ermittelt werden, um ihm beispielsweise beim Verlassen eines Restaurants gezielt eine Umfrage zum besuchten Lokal vorzuschlagen. Die Umfrage kann der Gast gleich online ausfüllen.

Optimierung Faserlasersteuerung

Diplomand	Dominik Eschenmoser
Referent	Prof. Jean-Marie Zogg
Korreferent	Wolfgang Kreiselmeier
Auftraggeber	Vectronix AG, Heerbrugg

Ziel der Arbeit war es, eine existierende Faserlasersteuerung in einem Elektronik-Simulationsprogramm zu implementieren und die Simulationen mit der existierenden Elektronik-Hardware zu vergleichen. In einem zweiten Schritt wurde das Optimierungspotential aufgezeigt und bezüglich ausgewählter Kriterien optimiert (Stabilisierung der optischen Ausgangsleistung in Funktion der Betriebsspannung, Verringerung des Volumens, Senkung der Kosten, Steigerung der Effizienz).

Die Optimierungen wurden direkt an der bestehenden Hardware realisiert und ausgetestet. Der Vergleich zwischen dem Ist-Zustand und der Optimierung zeigte realisierbare Verbesserungsmöglichkeiten auf. Die Arbeit gibt auch Anregungen für Neuentwicklungen, insbesondere für die Verbesserung des Layouts.

Gleisgenaue Ortung mittels GPS

Diplomanden	Thomas Hauser, Davor Ilic
Referent	Prof. Jean-Marie Zogg
Korreferent	Felix Schwarz
Auftraggeber	Fela Management AG, Dissenhofen

Die Fela Management AG entwickelt und vertreibt das GPS-basierte Ortungssystem Carloc. Die Ortungsgeräte (Carloc Module) werden bereits zur Fahrplanüberwachung auf Eisenbahnwagen eingesetzt.

Die Bachelorarbeit zeigt auf, wie die geforderte «gleisgenaue Ortung eines stehenden Zuges» mit je einem GPS-Modul pro Wagen auf einem Rangierbahnhof möglich ist. Dazu sind GPS-Messungen (mit und ohne Korrekturdaten) im Feld durchgeführt worden, welche anschliessend analysiert, auf deren Positionsgenauigkeit untersucht und dokumentiert worden sind.

Des Weiteren wurden verschiedene Algorithmen untersucht, mit denen die Zuordnung der Positionsmeldungen (Koordinatenangaben), die im Carloc Portal anfallen, zu den vorgegebenen Geleisen ermöglicht wird. Beispielsweise wurde versucht, für die Ortung eine Geofencing-Methode anzuwenden.

Automatische Softwareverteilung in KMU

Diplomanden	Ronny Jan Janzi, Marcel Süess
Referent	Prof. Martin Studer
Korreferent	Prof. Bruno Wenk
Auftraggeber	eastphone ag, St. Gallen

Systeme zur automatischen Softwareverteilung ermöglichen eine zentrale Verwaltung von hunderten oder tausenden Clientsystemen. Anstatt Softwarepakete von Hand auf allen Rechnern in einem Betrieb zu installieren, wird die Installation zentral angestossen und automatisch auf allen Clientsystemen installiert. Softwareverteilungssysteme kommen bisher vor allem bei grossen Unternehmen zum Einsatz. Lohnt sich der Aufwand für ein solches System aber für KMUs mit wenigen Dutzend Mitarbeitern?

In dieser Bachelorarbeit wird für ein exemplarisches KMU mit zwei Dutzend Mitarbeitern die Einführung einer automatischen Softwareverteilung wirtschaftlich und technisch untersucht. Über eine Nutzerwertanalyse werden die auf dem Markt vorhandenen Produkte auf ihre Tauglichkeit für den Einsatz evaluiert. Basis der Nutzerwertanalyse ist ein ausführlicher Kriterienkatalog. Durch die Gegenüberstellung der Kosten für die Varianten mit und ohne automatische Softwareverteilung kann die Wirtschaftlichkeit gezeigt werden.

Maschinensteuerung für ein Aluminium-Prüfgerät

Diplomand	Zeno John
Referent	Peter Kühne
Korreferent	Stefan Dürr
Auftraggeber	FMA Feinmechanik und Elektronik AG, Schaan/FL

Aluminium ist ein Metall, das uns durch den Alltag begleitet, wie nur wenige andere. Doch wie wird sichergestellt, dass das Metall den täglichen Anforderungen gerecht wird und unsere Alu-Felgen und Alu-Folien nicht aussehen wie ein Schweizer Käse? Genau mit diesen Fragen beschäftigt sich die Firma FMA Feinmechanik und Elektronik AG und entwickelt die notwendigen Prüfgeräte dazu.

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit sollte die veraltete Steuerung zu einem dieser Geräte ersetzt werden. Dabei stellte sich eingangs die Frage, welche Steuerung entspricht den technischen Anforderungen und kann auch wirtschaftlich mit der bestehenden Lösung konkurrieren. Die Arbeit befasst sich von der anfänglichen Anforderungsanalyse über die Ausarbeitung und Bewertung verschiedener Lösungsvarianten bis hin zur technischen Realisierung. Die Realisierung beanspruchte im Projekt den grössten Zeitaufwand und beinhaltet nebst der Programmierung auch die Einpassung in das bestehende Gerät.

Elektronischer Ersatzteilkatalog der Firma Stäubli Sargans AG

Diplomand	Christoph Kesseli
Referent	Toni Venzin
Korreferent	Prof. Bruno Wenk
Auftraggeber	Stäubli Sargans AG

Bis heute arbeitet die Stäubli Sargans AG mit Ersatzteilkatalogen auf Papier. Der Stäubli Konzern als Mutterhaus hat den internetbasierten, elektronischen Ersatzteilkatalog im Jahr 2010 eingeführt. Der Wunsch der Konzernleitung, den elektronischen Ersatzteilkatalog auch in der Tochterfirma Stäubli Sargans AG einzuführen, soll bis September 2011 erfüllt werden. Der Erstellungsweg des Ersatzteilkataloges in Sargans unterscheidet sich wesentlich von dem des Konzerns. In der Bachelorarbeit @catalog Sargans sollen neue Lösungsansätze für die Implementierung des elektronischen Ersatzteilkataloges werden. Es gilt, die bisherigen Ersatzteildaten in eine geeignete elektronische Form zu konvertieren und in den elektronischen Ersatzteilkatalog des Konzerns zu übertragen.

Der Kommunikation zwischen dem Stäubli Hauptwerk in Faverges (Frankreich) und Sargans wird eine ebenso zentrale Bedeutung zukommen, wie den Lösungsansätzen für die Implementierung.

Der Einsatz von Adobe Connect für Distributed Classrooms

Diplomandin	Anja Kesselring
Referent	Bruno Wenk
Korreferent	Martin Studer
Auftraggeber	Institut für Informations- und Kommunikationstechnologien HTW Chur

Adobe Connect ist eine webbasierte Kommunikationslösung für Online-Schulungen und Webkonferenzen. Sie stellt multimediale Hilfsmittel zur Kommunikation und interaktiven Zusammenarbeit zur Verfügung. Schweizer Hochschulen können Adobe Connect bei SWITCH als gehostete Dienstleistung abonnieren und nutzen (SWITCHpoint).

Diese Kommunikationslösung wird von der HTW Chur für den Unterricht in «verteilten Klassen» (Distributed Classrooms) genutzt. Dabei können neben den Studierenden im Klassenzimmer auch räumlich getrennte Studierende zu Hause oder am Arbeitsplatz über das Internet aktiv am Unterricht teilnehmen.

Die Bachelorarbeit erläutert die wichtigsten Funktionen von Adobe Connect und beschreibt den Einsatz anhand dreier unterschiedlicher Lehr-/Lernszenarien. Zudem werden Voraussetzungen und Anforderungen an die Technik und die Teilnehmenden sowie erste Erfahrungen beschrieben und mögliche Risiken aufgezeigt.

LED Bootloader

Diplomand	Roger Kistler
Referent	Peter Kühne
Korreferent	Michael Zimmermann
Auftraggeber	Tridonic Schweiz AG, Ennenda

Mit den immer vielfältigeren Einsatzmöglichkeiten moderner LED-Leuchten steigen auch die Anforderungen an deren Betriebsgeräte. Unterschiedliche Kundenwünsche müssen berücksichtigt und schwer vermeidbare Fehler in der komplexen und schnelllebigen Gerätesoftware korrigiert werden.

Mit der in dieser Bachelorarbeit entwickelten Softwareanwendung können die Gerätesoftware und Parameter der Betriebsgeräte im eingebauten Zustand aktualisiert werden. Der Hersteller ist dadurch in der Lage, dem Kunden gegenüber eine grösstmögliche Flexibilität und kurze Reaktionszeiten bei gleichzeitig minimalen Kosten anbieten zu können.

Die Grundlage bildet eine PC-Anwendung, welche die aktualisierten Daten einliest, aufbereitet und über USB an das Businterface weiterleitet. Das Businterface verteilt die Daten an die angeschlossenen Betriebsgeräte, sodass keine Modifikationen an der vorhandenen Installation vorgenommen werden müssen.

Modulare Standardsteuerung für Schrägaufzüge

Diplomanden	Markus Koller, Flurin Peretti
Referent	Prof. Jean-Marie Zogg
Korreferent	Thomas Rentsch
Auftraggeber	tytec AG, Ennenda

Schrägaufzüge dienen dem Transport von Personen und Waren. Bezüglich Benutzerkreis und Bedienung ist ein Schrägaufzug mit einem normalen vertikalen Aufzug vergleichbar. Technisch ist der Schrägaufzug jedoch in vielen Bereichen verwandt mit einer Standseilbahn.

Eine geänderte Gesetzeslage sowie ein zunehmend kompetitives Umfeld zwischen den Steuerungsherstellern zwingen diese, modulare und wartungsfreundliche Steuerungssysteme anzubieten. Eine modulare Steuerung bietet den Vorteil, dasselbe Steuerungskonzept für verschiedene Typen von Schrägaufzügen einsetzen zu können. Ein wartungsfreundliches System steigert dessen Verfügbarkeit und trägt zur Kundenzufriedenheit bei. Beide Charakteristika – Modularität und Wartungsfreundlichkeit – münden in ein Steuerungskonzept, das am Ende kostengünstig und zuverlässig ist.

In dieser Arbeit werden die nötigen Module definiert, ein Schnittstellenbericht erarbeitet und am Ende ein Steuerungskonzept präsentiert.

eSave USB-RF-Stick

Diplomand	Thomas Marty
Referent	Peter Kühne
Korreferent	Hanno Baumgartner
Auftraggeber	eSave AG, Chur

Es wird eine Hardware mit zugehöriger Software (USB-Stick) entwickelt, welche Daten zwischen einer PC- Software und einer S-LED-Strassenleuchte drahtlos austauschen kann. Dabei werden die Daten vom PC via USB empfangen und gemäss dem 2.4 GHz-Standard IEEE 802.15.4 zu einer entsprechend ausgerüsteten S-LED-Strassenleuchte gesendet. Des Weiteren können interne Befehle für die Parametrierung des USB-Sticks erkannt und im USB-Stick verarbeitet werden.

Als Basis für die Neuentwicklung diente das Evaluation Modul CC2531EMK von Texas Instruments. Die neue Hardware ist besser an die Bedürfnisse der S-LED-Strassenlampe angepasst und kann kostengünstiger produziert werden. Für die Datenübertragung wurde ein eigenes Protokoll entwickelt, welches entsprechend implementiert wurde.

Einbindung des Bereiches Kleinwasserkraftwerk in die Hach Lange GmbH

Diplomanden Jörg Mathis, Marco Städler
Referent Toni Venzin
Auftraggeber Hach Lange GmbH, Rheineck

Durch die kontinuierlich steigende Energienachfrage, werden immer effizientere Wege zur Energiegewinnung gesucht. Erzeugung umweltfreundlichen Stromes durch Trinkwasserkraftwerke hat in der Schweiz unbestritten grosses Potenzial.

Der Auftraggeber bietet bereits verschiedene Produkte und Dienstleistungen im Bereich Wasser- und Abwasserversorgung an. Nun möchte die Hach Lange GmbH mit der Hilfe von vorhandenem Wissen im Bereich Steuerungsbau ihre Angebotspalette durch den Bereich Kleinwasserkraftwerke erweitern und den Kunden ohne die Hilfe externer Partner innovative Trinkwasserkraftwerke anbieten.

Der Auftrag und somit Ziel der Bachelorarbeit war es, eine Steuerung für ein Trinkwasserkraftwerk zu entwickeln, sowie eine Demoanlage in Form eines Koffers zur Visualisierung beim Kunden anzufertigen.

Entwicklung eines Tools zur Beurteilung des Energieeffizienzfaktors einer Bergbahn

Diplomand Michael Schwitter
Referent Prof. Dr. Bruno Bachmann
Korreferent Toni Venzin
Auftraggeber Grischconsulta AG, Chur

Die Firma Grischconsulta AG zählt zu den führenden Beratungsunternehmen in der Schweizer Bergbahnbranche. Sie hat mit einer Studie die Grundlagen für das Energiemanagement bei Bergbahnen geschaffen.

Energieeffizienz wird auch für Bergbahnen immer wichtiger. Eine übersichtliche Kategorisierung wie sie für viele Geräte mit der Energieeffizienzetikette eingeführt wurde wäre deshalb auch für Bergbahnen hilfreich.

Das Ziel dieser Arbeit ist ein Bewertungstool für Seilbahnen in Form einer Excel-Kalkulation. Die Aufstellung der Anlagekomponenten mit dem Fokus auf die Energieeffizienz bildet das Grundgerüst des Tools. Um aussagekräftige Referenzwerte zu finden, werden mehrere Bahnen vom Typ kuppelbare 4er-Sesselbahn miteinander verglichen. Aufbauend auf diesen Referenzwerten wird ein Kategorienmodell für Seilbahnen entwickelt.

Automatische Systemanpassung von Induktionskochfeldern als Gerätefunktion

Diplomand	Daniel Sonderegger
Referent	Dr. Ulrich Hauser-Ehninger
Korreferent	Prof. Jean-Marie Zogg
Auftraggeber	E.G.O. Commercial Electronics AG, St.Gallen

Die Induktionskochfelder der Firma E.G.O. Commercial Electronics AG aus dem Bereich Professional Cooking der neuesten Generation enthalten als Komponenten den Quad+ Induktionsgenerator PBVP und die damit verwendeten Spulen. Verschiedene Eigenschaften dieser Komponenten müssen vor der Auslieferung den Kundenanforderungen entsprechend konfiguriert werden.

Das Ziel der Bachelorarbeit bestand darin, die Machbarkeit einer automatischen Konfiguration der Komponenteneigenschaften zu untersuchen. Dazu wurde das reale System auf ein mathematisches Modell abgebildet. Die Wahl der Eigenschaften, die Ermittlung ihrer Gewichtung und die Durchführung entsprechender Experimente bis zum Erhalt eines aussagekräftigen Modells bilden den Kerninhalt dieser Arbeit.

Modulare Stromversorgung für Brandmeldeanlagen

Diplomand	Christoph Waldmeier
Referent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Korreferent	Urs Krebs
Auftraggeber	Siemens Schweiz AG, Zug

Eine Stromversorgung für Brandmeldezentralen unterliegt speziellen Normen und wird nicht als Standardware angeboten. Sie muss daher vom Hersteller der Brandmeldezentrale selbst oder als «Outsourcing» bei einem Dritthersteller spezifiziert und entwickelt werden.

Das Projekt «Modulare Stromversorgung für Brandmeldeanlagen» zeigt die Machbarkeit einer hocheffizienten modularen Stromversorgung zu einem konkurrenzfähigen Preis auf.

Auf der Basis des in der Projektarbeit «Power Concepts for Fire Panels» erarbeiteten Konzeptes für integrierte Stromversorgungen werden detaillierte Systemanforderungen festgelegt. Mit diesen Anforderungen wird das Konzept durch näheres Bestimmen der Schaltungsteile in eine Systemarchitektur überführt.

Aufgrund dieser Systemarchitektur wird die Schaltung berechnet und die Leiterplatte ausgelegt.

Daraus entsteht ein Prototyp einer modularen Stromversorgung für Brandmeldeanlagen, an welchem die Machbarkeit überprüft, die Risiken einer Entwicklung als Serienprodukt abgeschätzt, und die Material- sowie Produktionskosten validiert werden können.

Tourism

Studienleitung

Andreas Deuber

Tourism Development in Namibia – A Critical Reflection of the Community-Based Tourism (CBT) Approach

Graduate	Nicole Bättig
Advisor	Prof. Dr. Philipp Boksberger
Co-Advisor	Thomas Müller
Principal	Huab Lodge BushSPA, Namibia

A community's culture, history, people and natural environment are the main attractions for tourists. Negative and positive impacts resulting from the tourism industry are most visible on community level. Therefore, it is imperative that tourism is developed in a sustainable way by considering the collective needs and interests of the host community. Community-based tourism is one form of tourism which considers the economic, social and environmental needs of community members. Additionally these community members are involved in the decision-making process. Namibia's community-based tourism projects are known as innovative best case examples. However, it has rarely been questioned if community-based tourism is the right approach for sustainable tourism development in Namibia. Therefore, this thesis aims to elicit this question. The research is conducted with expert interviews from tourism establishments in Namibia as well as national and international sustainable tourism development experts. Finally, the recommendations for project developers and owners of lodges will be drawn from these findings.

Communication of Sustainability in FerienArt Resort & Spa towards a younger guest segment – Implementation of «Green Social Media Marketing»

Graduate	Marc Bislin
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Beat Anthamatten
Principal	FerienArt Resort, Saas Fee

The FerienArt Resort & Spa is a Swiss luxury hotel, which attaches great importance to sustainability. Their objective is to attract a younger guest segment between the age of 35 and 45 years. As more and more people spend much of their leisure time in social media, this medium may represent a big opportunity for their corporate communication. Therefore, this bachelor thesis highlights ways to strengthen an honest and authentic communication about sustainability with the target group through social media. Although literature on the topic of both sustainability and social media marketing exists, only little research has been conducted regarding the conflation of both topics. After a thorough literature review, two surveys are conducted and additional expert interviews as well as the evaluation of existing databases provide further insights. Finally, recommendations for the FerienArt Resort are given in form of a strategy concept, which provides practical implication possibilities.

Development of an event concept – Using the example of the «Repower Business Run Series» for Repower Switzerland

Graduate	Marc Bless
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Martin Renner
Principal	Repower AG, Klosters

Events are nowadays considered as a marketing promotion tool. In order to advertise the Repower AG, the marketing department of the energy company intends to carry out a summer event called the «Repower Business Run Series», which combines sports and business. The primary objective of this paper is to develop a basic concept for this event and to provide information concerning critical success factors. Consequently, the theoretical part involves noteworthy theories of the topics event and marketing. Besides this, the thesis gives an overview of existing studies about these themes. Furthermore, a benchmark study of different existing business running events is done on the basis of expert interviews and secondary data analysis. Out of the study results the concept for the «Repower Business Run Series» is developed, which includes two possible varieties. Thus, the different varieties are evaluated and critical success factors are shown. Afterwards, conclusion including recommendations, limitations and further research present the end of this paper, which is completed with personal opinions given by the author.

Introducing a new Image and Positioning Concept for a Restaurant – Positioning the image to increase patronage

Graduate Samantha Bopp
Advisor Noelene Orsolini
Co-Advisor Wolfgang Rapp
Principal Freddy Burger Management, Zürich

The gastronomy industry has become a highly competitive sector in the last years. Due to this, customers can choose out of many restaurant providers offering similar products. This situation raises the question, how to survive in such a saturated market. The Restaurant Acqua in Zürich is management by the Freddy Burger Management and faces exactly this question. The aim of this paper is to reveal the positioning and image of the Restaurant Acqua to find out the reasons for guest shortage especially in the months of winter. The target group are business guests working in the area around the Acqua. It is tried to find out their expectations of a positive dining experience and their opinion about the venue, to make the Acqua more attractive for business guests and their needs.

CSR and Sports Sponsoring: How to Combine Alcohol and Sports

Graduate Denise Brunschweiler
Advisor Dr. Tobias Luthé
Co-Advisor Ivo Frei
Principal Feldschlösschen Beverages Ltd., Rheinfelden

Sports sponsoring has become one of the fastest growing marketing tools worldwide. Another issue that is of growing importance is corporate social responsibility (CSR). Also the field of sports sponsoring has to cope with the increasing expectations regarding CSR. A controversial subject in this area is the sports sponsoring through the alcohol industry. Prevention institutions have serious concerns regarding the partnership between the sports and alcohol industry. The purpose of this Bachelor thesis is to find out whether the sports sponsoring of alcohol producers is likely to become banned in Switzerland and how sports sponsoring breweries can fulfil CSR aspects without sacrificing the efficiency of sponsoring activities. The controversy on sports sponsoring through the alcohol industry has been discussed in the literature before. However, it has not yet been investigated how probable a corresponding ban in Switzerland is and what breweries can do to cope with this controversy. To assess the situation in Switzerland the specific case of Feldschlösschen's ice hockey sponsoring was studied. Data was collected through expert interviews with different authoritative institutions and stakeholders from the Swiss ice hockey industry.

The Significance of Job References in Human Resources Management – Practice and Development at Swissport International Ltd. Station Zurich

Graduate	Tanja Bucher
Advisor	Dr. Heinrich Bischoff
Co-Advisor	Evelyne Brun
Principal	Swissport International Ltd. Station, Zurich

People who work in Switzerland receive their job references when they leave an employer. The importance of a letter of reference is high, both for candidates applying for a new job and for potential future employers assessing the candidates. Companies aim to optimize the processes of issuing job references and to improve the quality of the content. Organizational processes, editorial contents, and psychological aspects of the preparation of job references are examined in this Bachelor thesis. As a case study, the job reference processes at Swissport International Ltd. Station Zurich are examined. Recommendations are developed for Swissport's optimization of the practice of job references. The research of this thesis is based on a literature review, on expert interviews, on benchmark interviews with HR managers of UBS, SWISS, and Migros, as well as on interviews with Swissport managers and personnel. As a result of the interpretation of the considerable input from theory and practice, conclusions for the optimization process at Swissport are formulated as recommendations with different options.

Handbook to achieve the ISO 14001 Certification in the Hotel Industry

Graduate	Tanja Bügler
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Orlando Gehrig
Principal	hotelleriesuisse, Bern

Due to the fact that the negative influences on the earth's ecosystems, caused by human activities, are getting deteriorated, it is high time to think about strategies to conserve the environment. Since the hotel industry constitutes a considerable part of the world's industry, it is quite sensible to aim for sustainable hotel development. Therefore, the overall goal of this thesis is to develop a handbook which enables hotels to achieve certification according to the ISO 14001 environmental management system requirements. In order to understand the components of the aspired handbook, the literature review deals with the Swiss hotel industry, environmental sustainability in the hotel industry, environmental management systems in general and the specific requirements of ISO 14001. Based on the theory of the literature review, the first version of the handbook is developed. To guarantee the practical application and the fulfilment of the ISO 14001 requirements, the first version of the handbook is subjected to empirical research. After the analysis and evaluation of the results of this empirical research, a revised and improved handbook is demonstrated. At the very end, recommendations concerning future research are presented.

Role of Leisure and Tourism in the Promotion of Health Products

Graduate	Lea Bühlmann
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Monika Heeb
Principal	A.Vogel GmbH, Teufen

Living in a system where many more health offers have become available for tourists, companies operating in this business have to position themselves to maintain and attract new tourists. The overall scope of this Bachelor Thesis is to make recommendations for A.Vogel GmbH about how to increase sales of A.Vogel products. The thesis consists of three main sections. First, the theoretical part discusses contemporary literature of touristic health products and its promotion strategies. This also helps to reveal the nature of the target group. Secondly, in the empirical part, qualitative in-depth interviews with experts are held in order to evaluate how similar companies are handling visitor' management and marketing strategies. In addition, a focus group discusses improvements of current marketing strategies and possible integration of A.Vogel products into tourism industry. Finally, theoretical issues are combined with practical findings in order to develop a successful product package and to make further recommendations for the company. In summary, this paper provides a product development with the objective to integrate A.Vogel products successfully into the tourism and leisure industry and, hence, to an increase in sales.

Adaptation Strategies of Tourism Industry to Climate Change – A comparison of Alpine-Mediterranean Region

Graduate	Anitah Chughu Caminada-Mwaura
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Dr. Bruno Abegg
Principal	CIPRA International, Schaan

Climate change is no longer a deception. Many economic sectors have already encountered its impact. Alternatively, unlike other sectors, tourism industry is among the most climate-sensitive economic sector. This is due to its close relationship to climate, as it determines tourists holiday times and destinations, the length of peak seasons; also, most of the tourism activities are weather dependent. Therefore, due to its sensitivity and vulnerability to climate change that will cause direct and indirect impacts, it is imperative for the tourism industry to respond and adapt. Since, the Alpine and Mediterranean regional economies depends on tourism, Winter and Coastal, which are extremely vulnerable to climate change, the focal point of this study was on the adaptation strategies of these systems. Firstly, to get the potential and implemented adaptation strategies relevant literature was reviewed. Through the expert interviews, further information, which was not available on the literature, could be revealed. Also, a SWOT analysis of the adaptation strategies was completed, finalising with a comparison of the strategic directions of both systems' strategies, and a gap analysis of the implementation status and the adaptive capacity.

Marketing Conception for mountain biking tourism in the region of Surselva

Graduate	Simon Coray
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Urs Giezendanner
Principal	Regiun Surselva, Ilanz

The number of mountain bikers grew rapidly within the last years. Nowadays there are three times more mountain bikers in the German-speaking market than skiers. The canton of Grisons is aware of this fact and implemented the project GraubündenBike. The aim of this bachelor thesis is to examine how the whole region Surselva can benefit from this target group in order to increase summer tourism. As the region consists of many different tourism organizations, the theoretical part focuses on stakeholder- and cooperation-management. Furthermore, it contains a marked demand analysis of the mountain bikers and a tool featuring eight different design elements that are important for the development of a mountain bike destination. The empirical part firstly includes the findings of a situation analysis of the region Surselva which is conducted under behalf of interviews among experts from the five biggest tourism organizations. Secondly, a competitor analysis with four mountain bike destinations is conducted in order to evaluate what the region Surselva needs to implement in order to attract more mountain bikers. Finally, this thesis provides recommendations for a successful development of mountain biking tourism in the region Surselva.

Is there a market for volunteer tourism in Switzerland?

Graduate	Stefanie Derungs
Advisor	Prof. Dr. Philipp Boksberger
Co-Advisor	Marina Martin Curran
Principal	Villardi Consulting, St. George

The rising concern of western societies about developing countries has led to an increase in non-governmental organisations. In line with this, offers for international volunteering from NGOs as well as tour operators have increased all over Europe. Even though volunteer tourism has grown in the past, the volunteer tourist as a person has never been fully investigated. Additionally, the Swiss market for volunteer tourism was never assessed thoroughly. This bachelor thesis is looking at the demand side of the volunteer tourism market. With the help of literature research, qualitative and quantitative surveys the volunteer as a person is analysed. The literature review deals with the basis of travel buying behaviour and volunteer tourism. To help answering the research question «Is there a market for volunteer tourism in Switzerland», the existing market in Switzerland is elaborated and its potential analysed. This is done with nine expert-interviews and an online survey. The quantitative survey was answered by 213 Swiss citizens from which 45 people have already been on an international volunteering experience.

Tourism and Organic Agriculture in Grisons – Synergies between Tourism and Organic Agriculture

Graduate	Melanie Dietrich
Advisor	Prof. Dr. Silvia Simon
Co-Advisor	Andi Schmid
Principal	Bio Grischun, Scharans

Grisons is not only famous for its tourism industry but also takes a pioneering role in the agricultural sector with more than 50% of its farms being organic. Although it has been widely recognised that tourism and agriculture are the main drivers for economy and regional development in mountain areas, the synergy potential between the branches has not been thoroughly examined so far. In light of the growing importance of summer tourism and authentic local experiences, this bachelor thesis assesses the existing and future collaboration potential the two branches entail. To do so, promising points of contact between tourism actors and organic farmers are detected in the fields of direct selling, agrotourism, gastronomy and cross-marketing. Furthermore, the study addresses the unexplored field of synergy benefits and suggests ways to quantify them. A network analysis will provide insights into the inter-sectoral relationship and collaboration barriers and boosters will be discussed in detail. Finally, practical implications are deduced from the findings gathered out of 15 expert interviews and 7 best practice examples from Austria, South Tyrol, Grisons and Glarus.

Development of an e-learning concept for the Grand Resort Bad Ragaz, primarily focusing on language learning

Graduate	Lisa Disler
Advisor	Dr. Brigitte Stangl
Co-Advisor	Nadia Della Santa
Principal	Grand Resort Bad Ragaz

The irregular working hours and the poorly attended language classes have brought the Grand Resort Bad Ragaz to think about the implementation of an e-learning tool. Additionally, the costs for the current presence language classes are too high compared to the value they yield. With the possible introduction of an e-learning tool, the efficiency of language learning and consequently its ROI should be increased. This bachelor thesis aims to provide the Grand Resort Bad Ragaz with a compact overview of the learning methods' theoretical background, its possible forms and what to consider during the process of implementation into a company. Moreover, not only the current situation is analysed but also a couple of solutions are suggested to reach the aspired increase in efficiency. Additionally, proposals concerning applications to be included on the platform are made. The literature review is complemented with six expert interviews and 20 inquiries of possible e-learning suppliers. Finally, recommendations, in form of selected tenders, are delivered based on the findings.

The Effectiveness of Sport Sponsorship – A Study of TUI Suisse and FC Zürich

Graduate	Stephanie Fischer
Advisor	Prof. Dr. Philipp Boksberger
Co-Advisor	Martin Wittwer
Principal	TUI Suisse Ltd., Zürich

In today's business the communication instrument sponsoring has gained in importance besides the classical advertisement. More and more companies are using sponsoring to strengthen their corporate brand. Especially, sport sponsoring is a popular communication instrument for increasing the level of awareness and the image of a company and its brand. Despite the significant increase of the sport sponsoring, there is no exact research concerning its effects, even there exist a lot of possible measuring methods. However, a method that measures its effectiveness does not exist so far. The aim of this bachelor thesis is to examine whether or not sport sponsoring is an effective way for branding and if sport sponsoring can replace the classical advertising. Therefore, the sponsorship of TUI Suisse and FC Zürich will be examined. The main objective of this work is to get an answer on how effective the sponsorship is. According to two studies, which were recently done by advertising agencies and of some expert interviews as well as findings from the literature, the effect of the sponsorship of TUI Suisse is being evaluated. Finally, recommendations for TUI Suisse are deduced from the findings.

Volunteering in Switzerland – A new approach for sustainable, experienced-based holidays and leisure activities for people from abroad

Graduate	Sibylle Frei
Advisor	Dr. Bruno Abegg
Co-Advisor	Simone Thommen
Principal	Workcamp Switzerland, Zürich

A recently established form of tourism is Volunteer Tourism. Volunteer Tourism describes the activity of individuals going to another country to work during their holidays for valuable causes. While 'volunteering' in Switzerland is relatively well-known activity and expression, the combination with the tourism industry is rather new. The paper distinguishes these two activities and provides the reader definitions. Expert interviews were conducted to analyse this new phenomena in Switzerland. The study discusses the distinctiveness of this new activity in regard of experience- giving and sustainability aspects and the problems and chances to a more commercial form of conventional tourism. A review is given of the motives of Voluntourists and their gained benefits out of such participation. The paper concludes that volunteer tourism in Switzerland has a high potential for growth and increasingly cooperate between NGOs and Tourism institutions and gives recommendations for carefully implementing a program not losing more of the distinctive features that characterizes the authentic and real volunteering form.

Possibilities of enhancing a destination brand by using social media

Graduate	Raphael Geiger
Advisor	Dr. Brigitte Stangl
Co-Advisor	Boris Tschirky
Principal	St. Gallen-Bodensee Tourismus, St. Gallen

The development of Web 2.0 and social media brought up new possibilities to destination marketing and branding. Even though, there is a high potential for the tourism industry, few destinations are using social media. The destination St. Gallen-Bodensee is aiming at implementing social media focused on leisure tourism. Therefore the purpose of this thesis is to draw up recommendations on how the destination St. Gallen-Bodensee should use social media. This thesis consists of three main parts. At first, a thorough literature review gives insights into the main topics of destination management, branding and social media marketing. Secondly, in the empirical part, best practice examples of Swiss destinations using social media were selected and analysed. Furthermore, expert interviews were conducted in six best practice destinations as well as with a social media expert. Finally, this paper combines theoretical knowledge with practical implications in order to generate recommendations for St. Gallen-Bodensee Tourismus.

The Key Success Factors of a Film Festival – The case of the Zurich Film Festival

Graduate	Selina Glatt
Advisor	Clarissa Schatzmann
Co-Advisor	Viviana Vezzani
Principal	The Zurich Film Festival, Zurich

In the past fifty years, the number of film festivals around the world has exploded. Organizers compete for visitors, filmmakers and starlets. Therefore, a profound outline of the key success factors of film festivals is needed. The Zurich Film Festival is a relatively young event and strives to establish itself within the tight competition.

Hence, the aim of this bachelor thesis is to determine the key success factors of film festivals and apply them to the Zurich Film Festival. In order to guarantee its future success, it is important to derive sustainable strategies. Very little research has been done so far on the topic of strategic issues in relation to film festivals. Within this bachelor thesis, this gap will be covered. The literature review deals with the history of film festivals, event marketing and strategic management aspects. A benchmark study and expert interview serve as the basis for the development of the strategies for the Zurich Film festival.

Green Events – Hype or long lasting demand?

Graduate	Daniela Glattfelder
Advisor	Dr. Bruno Abegg
Co-Advisor	Nicole Pool
Principal	HRG Switzerland, Zürich Altstetten

The world is going green and the protection of the environment is becoming more and more important not only for private persons but also for companies. This development has now reached the event industry, where event organisers are confronted with an emerging customer demand for eco-friendly event policies. This thesis investigates the meaning of such environmentally friendly events and to find out if there is an increasing demand in Switzerland or if it is merely a hype. Therefore, the current situation is analysed in terms of availability of certificates for sustainable event practices and the benefits for the image of a company that stages green events. Furthermore, questions are raised whether such events are more costly than standard events and what their future importance will be for the event industry. To get a holistic view of the present meaning of sustainable events and the readiness to pay for them, expert interviews with event organisers and customers of HRG Switzerland have been conducted. These results are used to give recommendations on the future implementation of green events.

Talent Fostering – from Mass Sports to High-Performance Sports in Swiss Youth Football (U18)

Graduate	Eva Gmür
Advisor	Michael Tschapka
Co-Advisor	Peter Knäbel
Principal	Swiss Football Association, Berne

The aim of the youth development department of each football club is to identify those talents with the highest potential to achieve future top results. The decisive factors which may influence a talent can however only be determined retrospectively. The aim of this Bachelor thesis is for this reason to explore and critically evaluate similar and different factors in talents' past career development which influenced these players on their way to high-performance football. The literature review analyses former studies concerning talent identification, selection and development whereby factors influencing elite athletes are revealed. Besides this review, players' fact sheets, a pilot questionnaire and qualitative interviews with a number of U18 players, their coaches, and technical directors in charge of youth development, are analysed. Derived from this broad data base, factors influencing a successful transition from grass roots to youth high-performance football in Switzerland are outlined. This compilation of factors helps to understand the crucial common success factors, which in turn allows to take them into account in future talent fostering. This consequently helps to enhance the quality of talent development.

Product Development in the Field of Event Planning and Management – Finding the next Adventure

Graduate	Alfredo Godenzi
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Tom Morgan
Principal	The Adventurists, Bristol, UK

The Adventurists is a UK based company offering different adventure events spanning across the globe. The company has been growing rapidly ever since its first adventure in 2004. One of the definitions of adventure is that the outcome of the undertaking is unknown. This means that The Adventurists have to be constantly on the outlook for new adventure ideas, as their old ones have the potential of not being perceived as adventures any longer by potential customers because so many participating teams have done it before. This and the fact that the company's ambitious mission is to save the world by making it a less boring place and by trying to raise more and more money each year means that they are pursuing a growth strategy. This Bachelor thesis attempts to find The Adventurists' next adventure by respecting the requirements given by the company. The challenges were that The Adventurists have not applied any specific tools or methods in the past to identify their target groups and their needs. There has never been a need for that as all of their products sold out, sometimes within minutes.

Product development «Heidi» – Product development for Heidiland's new product line «Family and Heidi», using the brand «HEIDI»

Graduate	Livio Götz
Advisor	Monika Heeb
Co-Advisor	Björn Caviezel
Principal	Heidiland Tourismus AG, Bad Ragaz

«Heidi» is an international fame and a globally known brand which actually represents Switzerland. Many Swiss tourism organisations have already used the brand for its marketing activities; Heidiland Tourismus AG is one of them. The emerging DMO bases its entire marketing efforts on Heidi's story and the values associated to it. Due to the fact that there are only a few touristic offers in the field of «Heidi» and these are mostly based on existing infrastructure, it is inevitable to create new products in order to establish the brand «Heidi» in the region. Therefore, this Bachelor thesis aims to develop a new product for Heidiland's product line «Family and Heidi», using the brand «Heidi». A literature review is supplemented by expert-, and guest-interviews. After analysing the present situation and the potential for new Heidi-products, a benchmarking analysis with national and international partners is conducted. The findings of these analyses shall assist the idea generation as well as the subsequent product development process. Finally, measures and recommendations for the further procedure are provided.

Strengthening the Presence of Engadin St. Moritz in the Chinese Market attracting more tourists from China – Prospects and Barriers for Engadin St. Moritz in the Chinese Market

Graduate	Xinyue Guan
Advisor	Prof. Dr. Markus Schuckert
Co-Advisor	Mirjam Bruder
Principal	Engadin St. Moritz Tourist Organization

Until 2011, China and Switzerland have established their diplomatic relationship for over 60 years and cooperated in many fields. A strong tourism correlation has been made between two countries, some well-known Swiss destinations, such as Luzern, Zermatt and Engadin St. Moritz, have entered Chinese market and expected more Chinese tourists. With the popularity of Chinese tourists, it is significant for destinations to have a comprehensive understanding of them. This Bachelor Thesis analyses the prospects and barriers of the presence of Engadin St. Moritz regarding to the Chinese market and therefore attracting more Chinese tourists. Moreover, it also analyses the needs and wants of Chinese travel service companies. In order to help Engadin St. Moritz develop the appropriate products and strategies, the literature review is mainly focused on Chinese tourists, and their information behaviour. The expert interviews from both China and Switzerland enable Engadin St. Moritz to find out possible future suggestions.

Management of New Employee Introduction in a Shift Operation – Leadership and Tools at Swissport International Ltd. Station Zurich

Graduate	Nathalie Güntert
Advisor	Dr. Heinrich Bischoff
Co-Advisor	Pius Camenzind
Principal	Swissport International Ltd. Station Zurich

Effective new employee introduction is a key issue in human resources management. Companies aim to enable newcomers to reach effective performances as from the beginning and to avoid the costs of high early turnover rates. This Bachelor thesis examines the success factors and the pitfalls of these processes and the ways of their optimisation. Specifically, the new employee introduction at Swissport International Ltd. Station Zurich is analysed and recommendations for the further development of the processes are elaborated. The foundation of the thesis is a literature review and a qualitative research on the basis of interviews with HR experts of selected large companies and a benchmark analysis. For the practical aspects, the research covers interviews with Swissport line managers and HR managers, as well as with new employees at their first working day, after one month, and after two months. Observing the processes through the participation at the introduction day programme of Swissport International Ltd. Station Zurich provides additional input. Taking all the analyses and findings into consideration, a set of conclusions resulted in customised organisational and leadership recommendations.

FIS Alpine Ski World Cup St. Moritz – Tourism development through hosting sports events

Graduate	Karin Häusl
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Andri Schmellentin
Principal	Audi FIS Alpine Ski World Cup St. Moritz

The Audi FIS Alpine women Ski World Cup is an event with long tradition in the region of St. Moritz. The organizational committee of the event wants to shift the Audi FIS Alpine Ski World Cup to December. Therefore it could be used as season opening. This Bachelor thesis highlights the potential touristic impacts of the event on the destination and suggests a possible event concept for the future World Cup. In the first part of the thesis the destination and the event are explained. Afterwards the literature and theoretical framework were analysed. In the empirical part competitor analysis with other scenes of Audi FIS Alpine Ski World Cups in Switzerland and in neighbouring countries were conducted. Moreover experts from the industry and tourism suppliers of St. Moritz were interviewed. The literature review, theoretical framework and the conducted expert interviews served as basis for the recommendation of the possible event concept and potential impacts on the destination.

Communication Concept for World Orienteering Championships (WOC) in Lausanne 2012

Graduate	Andreas Philipp Herzog
Advisor	Flurina Joos
Co-Advisor	Ruedi Gloor
Principal	Association WOC 2012, Lausanne

Since the last World Orienteering Championships (WOC) 2003 in Rapperswil the awareness of the for a long time unknown fringe sport 'orienteering' has risen in the German speaking part of Switzerland. Through intensive communication and marketing activities prior to the event, the success of the Swiss orienteers, the attracted spectators and the media presence, more and more people, especially children, have started participating in this interesting sport. The organisers of the next WOC 2012 in Lausanne hope for similar effects in the French speaking part of the country, where so far not a lot of people are interested in doing orienteering. This Bachelor thesis identifies with the help of a communication concept the possible communication tools the organising committee of the WOC 2012 can use to market the event as successfully as the organisers in 2003. The existing literature was researched for a detailed understanding of the communication concept and its single steps. Such a concept was then created for the WOC 2012 with the knowledge acquired in the literature review and additional information from expert interviews. Finally, recommendations for the Association WOC 2012 were concluded from the developed concept.

Conception for a new Mountainbike Event in the region Gstaad Saanenland

Graduate	Sarah Hofer
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Reto Tschannen
Principal	Gstaad Saanenland Tourism, Gstaad

Mountainbiking has developed in the last years from a trend sport to a mass sport. Although the Saanenland already attracts mountainbiking guests, Gstaad Saanenland Tourism aims to increase the number of mountainbike guests and to position itself as an attractive mountainbike destination. Therewith, also a sustainable mountainbike event should be established which is the objective of this thesis. First, the target group of the new mountainbike event is defined according to the strategy of Gstaad Saanenland Tourism and existing literature. Secondly, benchmarking events are determined which attract a similar target group like the one defined in this thesis. Subsequently, a benchmark analysis is conducted to identify the success factors of these events. An event idea is then established and is improved with the help of expert interviews and an online questionnaire distributed among the defined target group. Finally, the event idea is finalized and requirements for a sustainable implementation are deducted.

Customer expectations of ground products at Zurich Airport

Graduate	Muriel Högger
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Joost Greve
Principal	Swiss International Air Lines Ltd., Zurich

Customer behaviour as well as customer expectations change constantly in today's environment. Moreover, the air transport industry is highly competitive and therefore it is vital for airlines to gain knowledge about new customer behaviour and expectations, and to adapt accordingly in order to remain successful. The main focus of this thesis is to identify these expectations. The research sets out to investigate the possibility of differences between expectations of business and leisure travellers. This Bachelor thesis consists of an introductory part, a theoretical part on existing literature on customer behaviour and ground products, and an empirical part. The empirical part is comprised of interviews with experts of the ground service department of SWISS as well as experts of Swissport, the ground handler of SWISS. It examines the results of the passenger survey conducted at Zurich Airport and compares them to the experts' opinion on customers' expectations. Hence, the main objective of this Bachelor thesis is to analyse passengers' expectations of customer touch points and to explore different options for future development of ground products.

Catering for Chinese Tourists – How Swiss restaurants can adapt their current offers to cater for the Chinese guest

Graduate	Deshun Huang
Advisor	Simon Bosshart
Co-Advisor	Noelene Orsolini
Principal	Switzerland Tourism

The booming Chinese outbound tourism has transformed into a world player in international tourism and attracted worldwide attention. Many nations are eager to take advantage of this opportunity. However, little is known about the Chinese culture and Chinese tourists' travel behaviour and their food preferences, because this market has only opened up in the past decade. Based on statistics, Chinese tourists are very satisfied with transportation, landscape etc. in Switzerland, but except their daily food experience; therefore, one of the emphasis of this research is to evaluate this dissatisfaction and find out its background and reasons. Furthermore, there is no empirical study examining the food preferences and dining behaviours of Chinese tourists toward Swiss restaurants. Consequently, the second task of this paper is to fill this gap. At the end this study should contribute the valuable and deliverable guideline to Swiss restaurants serving Chinese tourists. For that both qualitative and quantitative methods were chosen.

The potential of Web 2.0 to share food – The benefits for a restaurant and for private persons to use the Internet as a distribution channel

Graduate	Nadja Jung
Advisor	Dr. Brigitte Stangl
Co-Advisor	Reto Zumstein
Principal	FoodSharing GmbH

The number of internet users has been increasing enormously in the past few years. People are online at any time and feel the need to publish content, to give opinions and to show where they are and what they do. This development brought different changes in terms of working and in doing business and it opens new possibilities for new business concepts. As an increasing number of people are communicating via the internet, Web 2.0 and especially Social Media reached high importance as marketing instrument. There are different ways of using the internet and Social Media for marketing purpose. The creation of online communities and online platforms is one possibility whereby its structure and dynamic has to be understood. With this research paper the opportunities and benefits of the internet on the example of FoodSharing GmbH are analysed with a special focus on social media. Furthermore, it is analysed how the Internet and social media can be used as distribution channel. FoodSharing GmbH is a company which offers an internet platform where private persons and restaurants can buy and sell meals. Moreover, restaurants, cooks, and meals can be rated and comments can be published by users. This provides security to buy high quality food only.

Increase the Attractiveness of the Swiss Handball Championship – Special Focus on Product Development of Handball and CRM in Sport

Graduate	Rahel Kalt
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Beat Wernli
Principal	Geschäftsstelle Swiss Handball League, Baden

Nowadays, the supply of sports is increasing and the consumer or spectator is overwhelmed by the variety of sports. As the supply is bigger the demand for one single sport is decreasing. This is also connected with current popularity of the sport. Moreover, the group of fans of a sport changed as well as the motive to attend a game. Today, the spectators want to be entertained and the event has to be emotionalized. Due to these two factors the product itself as well as the offers for the target groups has to be adapted. The Swiss Handball League has to deal with these problems. On the one hand the young talent is missing due to the wide variety of other sports available and also because of the obligations towards a club. On the other hand the media coverage is quite low because of the overdue success of the Swiss national team. Furthermore, the number of spectators is not very impressive this is linked to the missing popularity of handball in Switzerland. Therefore, reasons for these have to be found. With the help of a survey and expert interviews, the Bachelor Thesis highlights reasons for the missing popularity, how to improve the product as well as the CRM tools which could be used in future.

Water as an element for the positioning of tourism offers

Graduate	Philipp Kemmler
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Michael Cafilisch
Principal	AWT – Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden

Water is not only the basic element of life, but also a very crucial resource for tourism offers worldwide. Tourists demand water as a source of recreation, and for activities and experiences in the nature. This bachelor thesis examines the potential of water-based tourism offers regarding the successful positioning of a touristic destination in Grisons. Therefore it has been researched, compared, and analysed different products in relation to water-based tourism in the Alps. Further goals are the evaluation of the strategic potential of water as a touristic resource and the analysis of product development processes of water-based tourism products. The thesis is based on a literature review with a focus on water tourism, destination management, positioning, and product development issues. Furthermore it provides a market review of existing water-based offers, and examines existing water-based tourism products regarding attraction, development, positioning, and value creation. Additionally the author supports the findings with expert interviews, online surveys, online questionnaires, and three case studies in order to guarantee an integrated approach and discussion of this subject.

Project Ozeanium Basel – How to meet visitor expectations and how to manage attractions in order to maintain a sustainable amount of visitors at the Ozeanium without losing visitors at the Zoo Basel

Graduate	Andrea Kieffer
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Dr. Thomas Jermann
Principal	Zoo Basel, Basel

The Zoo Basel intends to build the first large-scale aquarium in Switzerland, the Ozeanium Basel. This project aims at expanding the zoo area towards the city centre and to provide access into a fascinating hidden marine world that attracts a lot of visitors. Hence, the already well-established Zoo Basel is concerned that they may lose visitors to their own new attraction. In order to prevent such a visitor shift, the aim of this thesis is to provide recommendations to the Zoo Basel in order to maintain a sustainable amount of visitors at the Ozeanium without having to sacrifice visitors at the Zoo Basel. As a first step, a thorough literature review has been compiled to analyse the visitor expectations as well as different approaches in the management of attractions such as zoos and aquaria. As a second step, different expert interviews were conducted. Furthermore, a competitor analysis as well as a benchmark analysis have been carried out in order to detect potential competitors and to gain an insight into «best practices» of aquaria.

Positioning within a brand portfolio – What helps to differentiate a niche product without losing the family brands strength?

Graduate	Thomas Krättli
Advisor	Dr. Daniel Romer
Co-Advisor	Kurt Willi
Principal	Postauto Schweiz AG Region Graubünden, Chur

The Postauto Schweiz AG is a business unit of the corporate group Die Schweizerische Post and the leading bus operator in public transportation on road within Switzerland. Further, Postauto Schweiz AG also provides services within the leisure and travel market performed by coaches. The paper examines different possibilities in order to position these offers within the brand portfolio of the corporate group without losing the family brands strength. Therefore, the Bachelor thesis considers all relevant theory regarding the conception of branding which contains the brand identity and its positioning, different branding strategies and architectures as well as the managing of brand portfolios. Besides that, further literature review is conducted in reference to the characteristics of the travel coach industry, especially regarding the current situation within Switzerland. Moreover, all relevant aspects regarding branding within the transportation industry are taken into account. In a further step, primary research methods are applied in order to analyse and describe the current situation concerning the family brand as well as sub brands of the corporate group. Finally, a theoretical recommendation for Postauto Schweiz AG is presented.

Local Tourism Awareness within an Alpine Destination

Graduate Erika Kunfermann
Advisor Dr. Daniel Romer
Co-Advisor Urs Wohler
Principal Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)

Stakeholders are a vital factor when managing an alpine destination. It is especially crucial that locals are tourism aware because friendliness and hospitality generate guest satisfaction. The tourism organisations need to manage the locals in order to win them for the mission «Guests Satisfaction» and to gain a competitive advantage in terms of differentiation. The aim of this bachelor thesis is to explore how locals of an alpine destination could be managed in a way that they think and act more tourism oriented. For this, the guest expectation and satisfaction is investigated and the actual tourism awareness of locals is analysed. Although diverse literature exists on stakeholder management, only a modest amount of studies is available about managing tourism awareness of local stakeholder groups in alpine destinations. The aim of this thesis is to investigate recommendations for improving tourism awareness. This is done by a survey of 285 guests from the holiday region Engadin Scuol and in six interviews with representatives of local stakeholder groups. The focus is laid on stakeholders who are indirectly influenced by and influencing tourism. Finally, recommendations for Engadin Scuol Tourism are given based on the results.

Geocaching in the Entlebuch Region – The implementation of this new product

Graduate Selina Küntzel
Advisor Noeline Orsolini
Co-Advisor Maurus Stöckli
Principal UNESCO Biosphäre Entlebuch, Schüpfeim

Geocaching, a GPS enabled treasure hunt, is worldwide increasing in popularity as a hobby. The aim of the game is to find a treasure (cache) with only the help of a GPS device and some hints. The cache is a small box and normally contains a logbook and a pen. The tourism industry has acknowledged this trend and various organisations have integrated Geocaching in their product range. Also the UNESCO Biosphäre Entlebuch recognised Geocaching as a new product possibility. This Bachelor thesis firstly elaborates on Geocaching as form of game; secondly, educational tourism as an experience; thirdly, the use of mobile technology and lastly, the process of service development. Literature provides a background on all four aspects but does not present insights on how Geocaching is best used as a tourism offer, i.e. the combination of all four areas. The main objective of the empirical research is to find out how such a Geocaching product should look like and what would motivate visitors to buy it. Therefore, an online survey with visitors to the Entlebuch region and expert interviews have been conducted. Finally, the bachelor thesis presents a concept for a new Geocaching product and recommendations for the UNESCO Biosphäre Entlebuch.

New Hotels for Arosa – Feasible hotel types and their size, requirements in the destination for their realization

Graduate **Mario Lanfranchi**
Advisor **Dr. Andreas Deuber**
Co-Advisor **Pascal Jenny**
Principal **Arosa Tourismus, Arosa**

Since overnight stays in the hotel business are decreasing over the last 10 years, it is necessary to focus on the development of new hotel projects which is crucial for the future. Moreover, there are interesting new hotel forms that reach alpine destinations.

This bachelor thesis highlights the current hotel business industry and its potentials for the future, based on the example of Arosa. Furthermore, this paper gives an introduction of the hospitality and hotel sector to further analyse the hotel business industry of Arosa. Moreover, hotel managers of Swiss alpine destinations and Swiss cities gave valuable inputs for the recommendation of new or alternative products for Arosa. In addition to contemporary client demand towards hotels in alpine destinations and trends in the development of hotels are illustrated. Finally, this thesis gives suggestions for feasible hotel types, their size and positioning within the hotel market of Arosa.

Expanding into Europe: Out There Europe

Graduate **Sebastian Lang**
Advisor **Michael Tschapka**
Co-Advisor **Graham Williams**
Principal **Riga Out There, Riga, Latvia**

The tourism industry is ever-changing. As a consequence small and medium-sized tourism companies face many challenges nowadays. In order to prevail against competitors and to strengthen own operations a business needs to constantly develop and evolve. One way of achieving that and at the same time securing the company's viability is by means of growth and expansion. Travel Out There, a Baltic-based incoming tourism agency providing experience-based tourism in the form of various activities and services, chose the path of growing and expanding into new markets with the help of both new and already existing products. This bachelor thesis presents some theoretical approaches the company must consider in the process of internationalisation. The empirical research that has been conducted supports the theoretical root of the matter and aids to draw conclusions and give recommendations for further proceedings in order to help Travel Out There realize its objectives of growth and expansion.

How to further develop the summer business of the ROBINSON Club Arosa – Evaluation and testing of ideas in general and under special consideration of event management

Graduate	Cynthia Lardelli
Advisor	Dr. Andreas Deuber
Co-Advisor	Peter Simmen
Principal	ROBINSON Club Arosa

The hospitality-market became increasingly competitive in the last years. Trends change faster and the product life cycles of tourism products last shorter. Simultaneously, the seasonal nature of the hospitality business intensifies the market pressure. In particular, alpine destinations face severe problems to attract a sufficient number of guests during summer. Therefore, companies in this segment are forced to steadily implement innovative concepts and products. This Bachelor thesis depicts the current situation of alpine hospitality businesses. Moreover, potential for improving the summer business is revealed. On the basis of the ROBINSON Club Arosa, a concept for a new summer product is elaborated. This concept features all relevant factors of the extended marketing mix. For the idea generation process various experts, guests and employees of this hospitality provider have been interviewed. In addition to the elaborated concept mentioned, the reader finds a variety of other recommendations for further summer products and events that suit the needs of guests in alpine destinations.

Tourism Potential, Strategy and Offer for the Regional Nature Park in the Canton of Schaffhausen

Graduate	Michael Leibacher
Advisor	Dr. Bruno Abegg
Co-Advisor	Christoph Müller
Principal	Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen, Wädenswil

Regional nature parks are established all over Switzerland, with the aim to protect nature and enhance regional value creation of remote and rural areas. Within the planning of a regional nature park in the canton of Schaffhausen, wine tourism has been determined as most valuable differentiation to other park projects and to enhance near natural tourism. This thesis aims on the one hand to examine the potential of regional nature parks in general and on the other hand to evaluate the potential of wine tourism in the proposed nature park in Schaffhausen. A tourism strategy and concrete offers will be the result of the research which consists of literature examination in wine and park tourism as well as a workshop and expert interviews.

Social Aspects in the Sustainability Concept of St. Gallen-Bodensee Tourism. Integration of individual models

Graduate	Melanie Lüchinger
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Boris Tschirky
Principal	St. Gallen-Bodensee Tourismus, St. Gallen

A process which meets the needs of present tourist and host communities whilst protecting and enhancing needs in the future. This is the meaning of sustainable tourism and gains importance not only in individual branches but also for a destination. The tourism organization St. Gallen-Bodensee embraces this in two different ways. One is a Charta from the association «Schweizer Tourismus Verband» (STV) and the other is the city of St. Gallen with their performance agreement. Both of them require a sustainable development strategy. Yet the implementation of a sustainable strategy requires a set of criteria whose fulfilment guarantee sustainability. In this thesis the goal is to develop these criteria and their evaluation with regard to social sustainability. The work is structured in three main parts. Firstly, central aspects of sustainability are defined, the structure of St. Gallen-Bodensee described and the literature of indicators elaborated. Secondly, semi-structured interviews were held with stakeholders who are operating in one of the actions fields of SGBT. Based on the findings of literature research and interviews, recommendations for ST. Gallen-Bodensee Tourism are revealed.

Elaboration of a Customer Loyalty Program

Graduate	Nicole Lustenberger
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Walter Güntensperger
Principal	Bicycle Holidays Max Hürzeler, Uster

Loyal customers are very crucial for a company, because it is much less costly and more profitable to keep existing customers instead of attracting new ones. Customer loyalty programs provide an opportunity to establish long-lasting relationships in order to collect valuable data and learn from the knowledge of loyal customers about a specific product, brand or company. At the same time, the company gives the clients something back for their loyalty and stimulates them for further purchases. For this reason, Bicycle Holidays Max Hürzeler is looking for introducing a suitable customer loyalty program in order to reward their very loyal customers and to create new communication opportunities. To establish a successful customer loyalty program, it is important to consider customers' needs and expectations towards such a program. Therefore, a survey on Majorca with current returning customers was conducted. The first part of the paper is dedicated to existing literature about customer loyalty and customer loyalty programs. This is followed by an empirical part as well as analysis of the results and consequently, several proposals for the implementation of a customer loyalty program for Bicycle Holidays Max Hürzeler are given.

The Role of Cultural Differences in Determining «Swiss Service Providers» perceptions about Indian Tourists

Graduate	Thusanthi Mageswaran Sinniah
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Dr. Dorit Sallis
Principal	Swiss Indian Chamber of Commerce, Zurich

A steady growth of Indian inbound market to Swiss destinations attracts the attention of many tourism providers recently. Yet, there was a widely held assumption that Indian tourist behaviour, results certain reservations among Swiss suppliers, holds back from executing effective performance. It has, in fact, constructed an urgent need for identifying the rational courses of this phenomenon and developing mutual understandings. A significant level of cultural disparity between both nations is understood to be causing these misunderstandings. Indian national culture, deeply rooted in its majority religion Hinduism, establishes a very different worldview than of Swiss culture. Both cultures provided with its' own national codes for their behaviours. This research presents a profound knowledge of cultural morals behind Indians behaviour. Understanding these behaviours from cultural point of view allows tourism industries to make the most of it. Accordingly, Swiss tourism providers have to be aware of the major value of these morals and be sensitive to the cultural differences. However, for a certain extent, Indian tourists also need to be educated for the better outcome.

Impacts of the Cultural Identity on the Development of the Destination Engadin Scuol

Graduate	Lea Mastrobuoni
Advisor	Dr. Daniel Romer
Co-Advisor	Urs Wohler
Principal	Tourism Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)

Cultural tourism is a form of tourism that promotes and enforces cultural activities associated not just with the past but also with contemporary cultural expressions such as the people's way of life, their habits and customs. The growth of the cultural tourism market and the increased competition make the destinations operating in this tourism segment differentiate themselves through unique offers. Local cultural identities and diverseness can also be the nature and basis of a tourism product. Engadin Scuol belongs to the holiday regions which operate in the field of nature and culture tourism. This Bachelor thesis examines factors which drive the cultural identity and analyses the different perceptions of local stakeholders of the region Engadin Scuol. An overview of the current literature about aspects of cultural tourism such as different typologies, cultural attractions, cultural trends, cultural identity and stakeholder issues is given. To analyse the different perceptions of the local stakeholders, expert interviews with service providers of the region Engadin Scuol were conducted. In conclusion, recommendations to the different stakeholders for the further development of Engadin Scuol are developed.

Meeting family needs – Development of a service concept for TUI Service AG to adjust the service standards to current customer needs

Graduate	Angela Meier
Advisor	Clarissa Schatzmann
Co-Advisor	Ina Kukuk
Principal	TUI Service AG, Altendorf

Holidays are the best time of the year, no matter if this means having action far away from civilisation or relaxing at the pool. Nowadays the market consists of different tour operators with increasingly exchangeable offers. The market is transparent and customers expect high quality. Due to these reasons it is crucial to focus on the customer. The service provided in the holiday destination by the tour operator has big influence on customer satisfaction. The biggest tour operator in Europe is TUI Travel. The company gives its best to always be up to date with customer needs why in 2010 a project called «i-care» was launched. Within this project, current customer characteristics, needs and wants are defined in order to improve service standards. One of the targeted customer groups are families. This bachelor thesis aims to assess current family needs and furthermore develop a concept to adjust services. The areas of quality management for services, family characteristics and needs, and current services of TUI Service AG are firstly analysed in a literature review. Secondly, qualitative research, obtained through conducting expert interviews, is done. According to the outcomes, recommendations for adapting the services are provided.

Qualitative and Quantitative Evaluation of Journeys regarding Sustainability Issues

Graduate	Carol Muggli
Advisor	Dr. Tobias Luthé
Co-Advisor	Matthias Leisinger
Principal	Kuoni Reisen AG, Zürich

Sustainable tourism is becoming more and more important in order to protect our planet and to keep the travel industry and its fundament alive in the long-term. Especially tourists with their power of decision have a big influence. Thus, it is crucial to begin here by sensitizing this stakeholder group. Various approaches exist, but most of them are one-sided and difficult to understand for ordinary persons. Therefore, the aim of this thesis is to create a comprehensible and holistic sustainability evaluation tool for journeys offered by Kuoni. The tool, called «Kuoni Star», provides Kuoni's customers with a rough hint about the grade of sustainability of their journey. The «Kuoni Star» looks at the whole journey and all sustainability dimensions. It makes the complex topic of sustainable tourism understandable and serves as a valuable decision-making help when planning a journey. In a first step, the literature review sets the basis for the «Kuoni Star». Here, sustainability in journeys and sustainability evaluation tools are defined. Kuoni's offers and its engagement in sustainable issues are presented. In a next step, the «Kuoni Star» is created before the empirical research aims to check its usability. Firstly, the opinion of experts and customers is investigated which leads to adaptations. This revised version of the «Kuoni Star» is then used for an experiment in form of a practical test which serves to discover the applicability of the tool.

Marketing Concept for Dinosaur Museum Aathal – Proposals for the Future

Graduate	Lea Müller
Advisor	Flurina Joos
Co-Advisor	Thomas Bolliger
Principal	Dinosaur Museum Aathal

Nowadays it is getting more and more difficult to animate people to buy your product, use your service or visit your museum because of the saturation of the market. Therefore it is crucial to apply appropriate marketing instruments to attract customers. The aim of this Bachelor Thesis was to write an appropriate Marketing Concept for the Dinosaur Museum Aathal. Therefore some adequate marketing instruments should be found, the marketing strategy defined, and the museum marketing in general should be tried to improve. Beside the various existing literature regarding this topic, a survey with 133 visitors of the museum was implemented. With the aid of these interviews, some non-structured interviews with the museum employees and the literature review, the author of this thesis was able to make recommendations in terms of marketing activities and to make improvement suggestions regarding the offers of the museum itself.

Marketing Cooperations for the Shopping and Commercial Centre «IM VIADUKT»

Graduate	Marlene Müller
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Claudio Fetz
Principal	PWG Stiftung, Zürich

Marketing cooperations are said to be favourable, since they bring along advantages like increasing brand and product awareness, cost minimization and access to new target markets and customers. Aware of these advantages and chances the shopping and commercial centre IM VIADUKT considers engaging in such a marketing cooperation. This bachelor thesis aims at developing a marketing cooperation concept for IM VIADUKT aiming at increasing its recognition and consequently the number of customers. The thesis starts with a literature review, which gives a broad overview of the different forms and characteristics of marketing cooperations and their implementation process. The following empirical part includes interviews with responsible persons from IM VIADUKT, designed to define their goals, needs, wants and reservations towards marketing cooperations. Further, professionals from marketing agencies are interrogated to obtain opinions from experienced practitioners. Based on this knowledge, tailored suggestions for marketing cooperations for IM VIADUKT are elaborated.

Development and introduction of an incentive system for department heads of the HOTEL EINSTEIN in St. Gall

Graduate	Gregor Nagel
Advisor	Dr. Andreas Deuber
Co-Advisor	Andreas Bucher
Principal	Hotel Einstein, St. Gallen

The significance of this Bachelor thesis is to strengthen the human resources management in the labour intensive hotel industry and therewith to remain competitive on the market. For this reason, the main objective is to develop and introduce an adequate incentive system for the department heads of the Hotel Einstein. Therefore, an overview on common approaches and a study of instruments used by different types of organisations in this industry is necessary. To accomplish this objective at the best, an in-depth understanding of the functioning of incentives, the incentive management, and the special requirements for management employees in the hotel industry is essential. Theoretical research provides the basis for gaining this knowledge. In addition to theory, two surveys with hotel executives and an expert interview covers the practical research. Out of these analyses, the recommendations for the Hotel Einstein are elaborated and finally presented in a practical example.

Evaluation of the sponsoring platforms of Switzerland Tourism

Graduate	Sarah Neff
Advisor	Roland Andereggi
Co-Advisor	Sandra Scheidegger
Principal	Schweiz Tourismus, Zürich

Switzerland Tourism is able to develop marketing campaigns not least because of financial contributions from strategic partners. These are not tourism partners but commercial companies from different industries, not necessarily tourism related. In return, the partners are integrated in various marketing platforms offered by Switzerland Tourism. This Bachelor Thesis highlights marketing activities which are offered to partners by other marketing organizations. It demonstrates what tools are attractive for partners as well as to what value they can be sold. Furthermore, it analyses how other national destination marketing organizations handle their business with partnerships. Structurally, this work consists of a literature review on the topics sponsoring, cross-marketing and marketing instruments which serves as a basis to conduct the qualitative research. After that, the empirical part describes on the one hand the application of expert interviews with national tourism organizations and event marketing organizations, and then presents on the other hand collected data. Finally, the findings provide implications and recommendations for Switzerland Tourism.

How to create an outstanding alpine summer experience in Savognin

Graduate	Albert Pulver
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Markus Comploj
Principal	Savognin Tourismus in Surses (STiS)

The climatic challenges facing the winter alpine season has opened up the opportunity for destinations to develop their summer alpine season. The destination of Savognin provides tourists with an endless array of mountain and lake activities in a landscape rich with beautiful scenery. Therefore the thesis aims at providing recommendations on how Savognin can improve their summer offers, thus reducing the gap between their overall summer experience with those of the benchmark destinations. In order to provide recommendations the thesis is split up into four key steps. Firstly, the literature review delves into the developments of summer alpine tourism, the tourist expectations, the destination management tasks, and the trends awaiting the industry. Secondly, information from tourists, internal stakeholders, and benchmark destinations was acquired via personal interviews and emails. Thirdly, a case study analysing Savognin as well as a benchmark analysis was carried out. Finally, this paper combines all the knowledge and feedback acquired from the previous steps to provide recommendations for STiS.

Inbound Singapore – Developing a new destination for the Swiss Travel Market

Graduate	Melinda Roffler
Advisor	Prof. Dr. Markus Schuckert
Co-Advisor	Marcel Bachmann
Principal	Singapore Airlines, Zurich

The choice of tourism destinations nowadays is almost limitless and with this the destinations face fierce competition. The survival in the shark tank is a hard fight; therefore, destinations need to be competitive in order to outrage their rivals. Singapore, the Southeast Asian city state, is one of the most famous business and hub destinations in the world. This image was long seen as a factor of success. However, things have changed and Singapore and especially Singapore Airlines are aimed at no longer promoting Singapore as a stop-over but as a short city break destination on the Swiss travel market. The purpose of this thesis is to illustrate the process of such a repositioning as well as to highlight the travel behaviour of Swiss tourists and finding out whether Singapore could be a new end destination for the Swiss travel market. The paper has been created by using relevant scientific papers, related books and internet homepages. In addition, a 437 sample questionnaire was conducted in order to find out if there is demand for short city breaks to Singapore. Out of the literature and the results of the questionnaire recommendations for the Singapore Tourism Board and Singapore Airlines are given.

Audi FIS Ski World Cup Lenzerheide Final 2011 – Key stakeholder and their requirements – Consequences for the organizing committee of further events

Graduate	Christine Schlatter
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Thomas Jäger
Principal	Audi FIS World Cup Lenzerheide Final 2011

The importance of sport continually increased over the last few years and is nowadays an important part in the society. Even the event industry including sport events grew and expanded tremendously in recent years. Stakeholders are crucial for the success of sport events, such as the Audi FIS Ski World Cup Lenzerheide Final 2011, therefore huge attention has to be paid to them. This bachelor thesis consists of a theoretical and a practical part, in which the key stakeholder are defined and analysed according to their level of fulfilment, especially when it comes to additional expenses and the cooperation with the organizational committee. Research is done by expert interviews, whereby their expectations and its level of fulfilment are outlined. The aim of this thesis is to give suggestions to the organizational committee for further events according to own ideas and suggested improvements from the key stakeholders.

A new basic course for Cabin Crew Members – Which improvements can be generated due to the new course structure

Graduate	Christin Schneider
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Evelyn Anliker Meran
Principal	Swiss International Airlines Ltd., Zürich

The training and development of Cabin Crew Members of Swiss International Airlines takes place at Swiss Aviation Training near Zurich airport. The basic course for Cabin Crew Members has a duration of one month, afterwards the new flight attendants are able to start working on short-haul flights. At the beginning of 2011 a new basic course for Cabin Crew Members had been implemented. The new course had been worked out with instructors of the different learning fields, during a workshop, which followed the principles of Kaizen. The aim of the Bachelor thesis was to compare the former course with the new course. The targets that had to be taken into consideration for the investigations had been the learning efficiency, the teaching efficiency, the course duration and the instructor over duties. The research methods were quantitative and qualitative. Two similar surveys have been distributed to classes of the new course and to classes of the former course. Furthermore, five instructors have been interviewed for the qualitative research. The literature review is based on the theory of Human Resource Development and on the theory of Kaizen. In chapter 2 also the Cabin Crew Training at Swiss International Airlines is shortly explained.

Expectation Profile of Guests and Applied Quality Criteria for Accommodations in Nature and Culture-Based Tourism – Case Study «klein und fein» of GRF

Graduate

Advisor

Co-Advisor

Principal

Wergenstein

Daniela Schöb

Dr. Bruno Abegg

Rebecca Göpfert

Fachstelle Tourismus und Nachhaltige Entwicklung,

In times of climate change and socio-economic unrests, the demand for a nearby, calm, natural and authentic holiday experience has witnessed a growing demand. The marketing cooperation «klein und fein» of Graubünden Ferien is a direct response to this development. It intends to promote small tourism destinations within Grisons which offer unique recreation experiences in a setting of pure nature, rich culture and true authenticity. At the same time, the canton has developed a strategy to improve quality and innovation of tourism offers. This thesis addresses the meaning and significance of the «klein und fein» project. Furthermore, it explores the guests' expectations of accommodations within nature and culture-based tourism and analyses the role of quality in small, rural accommodation sites. Based on previous research, expert interviews and a guest questionnaire survey, a comprehensive set of quality criteria for «klein und fein» accommodations is elaborated. The results will enable suppliers to better tailor their services to their guests' needs and thus amplify the level of quality. The results are also seen as a useful tool for Graubünden Ferien to outline and market the typical features of «klein und fein» accommodations.

Perceptions and Image Analysis of the Internationale Kurzfilmtage Winterthur – The view of the Swiss Film Industry

Graduate	Andrea Schwander
Advisor	Clarissa Schatzmann
Co-Advisor	Delphine Lyner
Principal	Internationale Kurzfilmtage Winterthur, Winterthur

Film festivals have become an important feature of our cultural life. Their importance is increasingly recognised, yet the number of film festivals is still augmenting. With the professional operation of competitors the need for clear profiling and awareness arises together with the issue of image perception. This bachelor thesis highlights the importance and role of image for film festivals and investigates in a perceptions and image analysis of the Internationale Kurzfilmtage Winterthur (KFTW). This is done from the point of the Swiss film industry as they are one of the key target groups and contribute significantly to the success of the festival. The empirical part therefore encompasses eleven expert interviews with qualitative and quantitative-based questions and is supplemented by a situation analysis and a competitor analysis. The aim of the former is to assess strengths and weaknesses while the latter evaluates how the KFTW profiles against its competitors. Hence critical performance factors are assessed and indicate a valuable allusion to stream the scarce resources of a festival. Finally, recommendations for the KFTW are deduced from the findings for the enhancement of awareness, profiling and image.

Election of Miss/Mister Nordwestschweiz – Image and Perception – Strategies to improve the image and assure sustainability for the future

Graduate	Tabea Schwendimann
Advisor	Monika Heeb
Co-Advisor	Martin Thalmann
Principal	Thalmann Productions, Basel

Nowadays, the supply of different beauty elections and competitions are increasing and the spectators are saturated because every Miss or Mister election is based on the same strategy. This saturation is due the fact that al lot of people wants to be famous and to be once in their life in the spotlight. Therefore, most elections have a bad image, as well due to the negative headlines from the medias. As a consequence, each person perceives such elections differently and has their own opinion about it. The Miss and Mister Nordwestschweiz organisation has to deal with these problems and prejudices. On the one hand the media coverage is at the moment too low and on the other hand they have not enough candidates which are willing to fill out the application for the elections. The goal from Martin Thalmann and at the same time from this Individual Bachelor Thesis is to find some adequate measurements to improve the image and to assure sustainability for the event. With the help of quantitative and qualitative research and afterwards with the right evaluation, some strategies should be defined with the aim to make the event better and with the possibility to stand out from the competitors.

Trendscouting for New Technology Center – knowing where trends are emerging

Graduate	Tobias Siebke
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Berny Huber
Principal	New Technology Center, Savognin

The adventure and sport tourism market within alpine regions is highly competitive. Plural small companies provide a variety of high specialised touristic products in winter and summertime. Additionally, they aspire to identify continuously new business opportunities. Observing trends and implementing them on a business level plays therefore an essential role. This Bachelor Thesis discusses how small and medium-sized enterprises can seek trends and translate them into touristic products. Analysing characteristics of trends, methods to detect them out of field of trend research, and evaluating product development and innovation processes in tourism are key topics of the business paper. The findings out of literature review are supplemented by expert interviews that cover various knowledge fields. The objective of this work is to provide the New Technology Center concrete theoretical and practical recommendations to handle the duty of identifying and implanting relevant trend efficiently.

Sponsorship of Freeski Events – Opportunities for the European Freeski Open Laax – Analysis of sponsorship engagements and suggestions for improvements

Graduate	Christine Spescha
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Donald Nader
Principal	MTC Move the Crowd AG, Zurich

It is now the sixth year that the European Freeski Open in Laax with more than 200 riders has taken place. However, the organizers have problems finding sponsors and financing the event. Therefore, an urgent solution and opportunities for the EFO must be found immediately. The findings include internal factors that might have an influence on EFO's performance. But also external factors were considered for further predictions and trends that may pose threats or opportunities for the EFO. As Freeski is a very young sport, there was no specific data for sponsorships of Freeski events available. Due to this fact, the sponsorships and characteristics of particular Freeski events were compared. Moreover, particular information from expert interviews was comprised to get a deeper understanding on Freeski and its sponsorship. Finally, concrete actions and measurements were developed to attract new customers. Freeski is still a niche market but with increasing sales volume worldwide it is developing towards a professional sport. Freeski is not only a sport but also a lifestyle, as music, fashion and style that are shared in the community. The Freeski athletes are familiar with Web 2.0 and were an unreachable target group until now. Events such as the EFO provide the networks between sponsors and their target group by getting in contact in a relaxed atmosphere.

Successful Implementation and Application of Revenue Management in the Accommodation Industry

Graduate	Claudio Sportiello
Advisor	Prof. Dr. Markus Schuckert
Co-Advisor	Michael Böhler
Principal	IBIS Hotel Docklands London

The successful introduction of revenue management practices in the airline and hotel industries had dramatic impacts both for service providers and customers. Airlines and hotels were able to increase profits by setting flexible prices according to demand and time of booking. This bachelor thesis highlights the successful implementation and application of revenue management in the accommodation industry. The major aim of the thesis is the identification of best cases and state-of-the-art revenue management practices in the service industry with a particular focus on airlines and hotels. Although countless literature has been published on revenue management practices, little research was conducted on how revenue management practices of other industries, especially airlines and casino hotels, could be adapted and implemented into the hotel industry. The thesis aims to close this knowledge gap by providing a state-of-the-art literature review on the science of revenue management and the subsequent application of three distinct research approaches. On the one hand, revenue management experts out of the airline and hotel industry are interviewed and on the other hand, in depth desk and web research is conducted in order to identify best cases in the application of revenue management. Finally, recommendations for the IBIS Hotel Docklands London and for the hotel industry in general are derived from the findings.

Added Value in Agrotourism

Graduate	Corina Stäheli
Advisor	Flurina Joos
Co-Advisor	Roland Lymann
Principal	Agrotourismus Schweiz, Bern

The trend towards nature experiences, authenticity and individuality generates an increasing demand for nature-based tourism. Farms offering tourism products and services such as overnight-stays in the straw or vacation home, gastronomy, events or direct sales of farm products are part of the nature-based tourism offers. When a farm decides to diversify into tourism it becomes an agrotourism provider. While in the neighbouring countries Germany and Austria the potential of agrotourism has been recognised and the industry is supported by governments and institutions in Switzerland it is still a niche market. The aim of this Bachelor thesis is to provide information about the added value that is created within the farm's region on the basis of some case studies of agrotourism providers and to fill some gaps within literature concerning the turnover per farm, kind of offer and amount of guests. This is important to fully visualise the economic importance of agrotourism in Switzerland.

Integration of immigrants in the local society – How could local associations attract immigrants for leisure activities?

Graduate	Ling Man Tsang
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Alex Biedermann
Principal	Head of immigration division, Vaduz

Migration is quite popular nowadays. It is no longer strange for us to see a foreigner walking on the street or living next to you. In Liechtenstein, high percentages of the number of immigrants within the country's whole population have been recorded since the last century. With this large proportion of residents originated from other countries, or being the second or third generation of immigrants, there is a growing demand for an integration of immigrants into the local society. One of the approaches is to integrate them through leisure activities. This thesis aims to find out appropriate strategies which can enhance integration through increasing regular leisure activities participation among the immigrants. In order to achieve this result, the concept of community-based social marketing and the stage of change model were applied. Individual leisure pattern can be observed. Several general patterns can then be analysed and predicted. With these supporting backgrounds, strategies can be designed and adapted in accordance with the immigrants' stage of involvement in leisure activities. Good practice made by leisure clubs in Liechtenstein were also introduced in the latter part of the paper as a benchmark purpose.

OpenAir St.Gallen – Visitor needs and expectations – Options for additional offers on the festival ground

Graduate	Sylvie Ulrich
Advisor	Monika Heeb
Co-Advisor	Michaela Tanner
Principal	OpenAir St.Gallen AG

The OpenAir St.Gallen (OASG) is one of the oldest annual music festivals in Switzerland, taking place in the Sittertobel of St.Gallen. In the highly competitive music festival market, the OASG is facing the challenge to satisfy the constantly changing visitor needs and expectations. In particular the fact that many festival visitors leave the site during the day in order to satisfy their daily requirements poses a fact that the OASG aims to change. Therefore the main objective of this Bachelor thesis is to figure out the main needs and expectations of the OASG visitors, and getting the knowledge for adjusting and adding on-site offers in order to satisfy them. In order to do so the author implemented methodological approaches such as a profound literature review supplemented by a benchmark study with several similar national and international music festivals, a quantitative visitor survey during the festival days, and few expert interviews. The findings of the different research methods support the development of new on-site offer concepts for the recommendation.

The Life-Cycle of a Customer – Unique Customer Relationship Management for the Hotel Industry

Graduate	Martina Walsoe
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Stephan Huber
Principal	Apartment Village Solaria Davos

An important purpose of hotels is to satisfy and create relationships with guests. But this becomes enormously difficult in today's hotel market as competition has grown significantly. Consequently, guests are faced with numerous choices and with over floating advertisement messages. Positive experiences, such as special holidays are forgotten in a short time period. The purpose of this paper is to investigate how hotels can achieve and manage sustainable relationships with their guests, to find reasons why former guests are not booking anymore and to define characteristics for unique and effective customer relationship management (CRM) in the hotel industry.

Existing literature on CRM in the hotel industry has already analysed various topics and gives theoretical insights on different CRM instruments. But, there is missing evidence on the success factors and pitfalls of CRM as well as of indications, which CRM instruments are effective in practice. The aim of this paper is to fill this gap. A review on existing literature is supplemented by interviews with hotel experts and a customer survey with guests of a particular hotel, the Apartment Village Solaria Davos, to which recommendations are given at the end of the paper.

Modal Split of Commuters in Graubünden – How to Increase the Acceptance of Public Transportation?

Graduate	Florian Walther
Advisor	Prof. Dr. Markus Schuckert
Co-Advisor	Agnes Grünenfelder
Principal	Rhätische Bahn AG, Chur

In the future, traffic volume is predicted to increase where motorized individual traffic will still dominate the traffic situation. Even though every community in the canton of Graubünden is accessible by public transport its population commutes more often by car and less by public transport than Swiss citizens. In a first step, this thesis focuses on the preferences and the travel behaviour of commuters within Graubünden as well as compares the findings with Swiss compatriots by using secondary data. In a further step, an empirical research which consists of two different approaches is conducted. Qualitative research was used to obtain information of various companies concerning the administration of parking lots. In terms of quantitative research, car commuters' motives, behaviour and especially barriers to change from car to public transport are analysed on the basis of 850 car commuters taking part in an online survey. By driving out first key words and implications for marketing, this paper supports the RhB to increase the acceptance and also the modal split in favour of public transport.

Influence of travel related TV and Radio programs on decision making of potential travellers

Graduate	Gabriel Wappler
Advisor	Prof. Dr. Phillip Boksberger
Co-Advisor	Christoph Gebel
Principal	Schweizer Radio Fernsehen (SRF), Zürich

The SRF provides as a part of the service public, the German-speaking Swiss populations with TV and Radio programs that are related to the topic of travel. A significant number of people consume such media products and it raises the question if it also influences them in their decision making as potential travellers. This Bachelor thesis highlights the decision making process in consumer behaviour and specifically in tourism. Furthermore the effect of travel related TV and Radio programs and media as an influential factor are investigated. Research on the travel related media products exist but it has never been examined for the Swiss market from the point of view of a public service broadcast enterprise. The literature review is supplemented with interviews of six experts from important Swiss travel agencies and an expert of SRF. A quasi experiment with two travel programs supports the expert interviews. Recommendations for SRF and travel agencies are concluded from the results.

Analysis of New Markets for the CUBE Hotel Savognin – Potential of the BRIC Countries

Graduate	Renée Weber
Advisor	Clarissa Schatzmann
Co-Advisor	Berny Huber
Principal	CUBE Hotel Savognin

The tourism industry in Switzerland is facing challenges due to the current currency crisis. One way to avoid the risk of having too many guests from the same currency area is to develop new markets. The aim of this Bachelor thesis is to define the most adequate market out of the BRIC countries (Brazil, Russia, India, China) for the CUBE Hotel Savognin. Furthermore recommendations are made to know how the CUBE Hotel Savognin can proceed to successfully cater the target market in the future. In a first step the BRIC countries are analysed based on existing literature. In a second step the BRIC countries are compared to each other and the most adequate market chosen. Furthermore qualitative in-depth interviews are conducted with experts for this particular country. With the insights from the literature review and the interviews conclusions are drawn and recommendations made for the CUBE Hotel Savognin.

Attractiveness of online distribution channels for hoteliers

Graduate	Jan Werlé
Advisor	Dr. Brigitte Stangl
Co-Advisor	Franziska Buser
Principal	Switzerland Travel Centre (STC), Zurich

Online distribution channels are very popular nowadays. Many travellers book their hotel rooms online. Therefore, it is important for a hotel to be present on online travel agencies. Currently many online travel agencies exist, which in turn makes it difficult for the hotelier to choose an appropriate distribution channel. The thesis highlights how hotels can sell their rooms online and explains criteria, which make those channels attractive for hoteliers. Due to the fact that those criteria are not easy to compare they had to be weighted and analysed. To receive a profound result this thesis is divided in three parts. At first, a literature review gives a theoretical approach of web marketing, especially online distribution and the theory of attractiveness criteria for online distribution. Secondly, in the empirical part expert interviews were analysed and based on the found results an online survey with hotel managers was conducted to weight the criteria. In the last part theoretical approaches were combined with results to give STC recommendations which attractiveness criteria influence hoteliers to sell their rooms online.

Paragliding Swiss League – Current Market Value of Media-Presence and Optimization of internal and external Communication

Graduate	René Wetter
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Martin Scheel
Principal	Paragliding Swiss League, Chur

The way people spend their leisure time is subject to constant change. The current individualization process of the Swiss population causes problems for many non-profit-oriented clubs. The Swiss Hang-gliding Federation faces the problems mentioned above. In order to be able to keep up its work, it is necessary to constantly attract new people to start paragliding. As one tool in its communication, the Swiss Hang-gliding Federation charged the Paragliding Swiss League with the task of training and organizing a national cadre. This national team is very successful and its good results frequently cause coverage in the media. This bachelor thesis evaluates the monetary value of the media presence and puts it into relation to the opinions of internal and external experts, young pilots and the athletes. The value lies in the fact that it provides the Paragliding Swiss League proof of the direct relationship of its work, the success of the League-pilots and the media resonance.

Analysis of consumer behaviour during the summer in thermal spas

Graduate	Barbara Wettstein
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Daniel Grünenfelder
Principal	Grand Resort Bad Ragaz

The problems in the insurance sector for supporting health trips as well as demographic and social changes have led to an increase in wellness businesses. The change from using a spa for Kur purposes to using a spa for simple relaxation by the general public has changed the way providers view their visitors. They no longer see them as patients but tend to view them as guests and this has intensified market competition. The number of visitors to spas fluctuates as less people visit them in summer than in winter. The reason is that temperatures in summer are higher and people can find their rest and relaxation in other activities. A spa offers service products and these have to fulfil the needs and expectations of the consumers. There are many analyses on the health tourism sector and its consumers, but these do not focus on consumer behaviour in the summer months. It needs to be made clear that an analysis of the consumer behaviour in the summer is required and this thesis is meant to highlight this. The literature review gives an overview of the topic and is followed by qualitative interviews with 23 guests at the Tamina Therme and a small benchmarking study. Based on these findings some recommendations have been proposed for the Tamina Therme.

How to Brand a Newly Developed Resort – The Example of the Andermatt Swiss Alps Resort

Graduate	Nadja Wey
Advisor	Dr. Daniel Romer
Co-Advisor	Gérard Jenni
Principal	Andermatt Swiss Alps AG, Altdorf

In Andermatt, an established tourism destination, a new resort is being constructed under the lead of Andermatt Swiss Alps AG. The resort, positioned in the luxury segment, is aimed at attracting a totally different customer segment compared to the destination. Consequently, distinctive branding strategies are required. Since branding in tourism has only recently been recognised as a marketing tool, there is still a lack of theoretical and empirical background regarding resort branding. The overall objective of this thesis is to develop a specific branding strategy for the resort Andermatt Swiss Alps, by taking the destination brand Andermatt into consideration. Therefore, the brands of the future resort and the destination are investigated. For this purpose, all major subjects of destination branding are exposed in a literature review. The focus lies on brand identity and brand image, which are the main components of destination branding, together with brand positioning. Apart from the literature review empirical research is conducted in the form of qualitative expert interviews on brand identity, and of a survey on brand image among a convenient sample of 101 respondents. Results out of the research and of an additional case study finally allow for recommendations on branding strategies to Andermatt Swiss Alps.

Leisure-driven Helicopter Flights and their Impact on the Attractiveness of UNESCO World Heritage Sites – The case of UNESCO Swiss Alps Jungfrau-Aletsch

Graduate	Natalie Wicki
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Rolf Meier
Principal	Mountain Wilderness, Bern

Heli-tourism with its various appearances such as heli-skiing or scenic flights causes conflicts between the many stakeholders of tourism destinations. The dilemma is found within the different perspectives of how to enjoy nature and within the aim of seeking the balance between conservation and visitation. Based on these controversial discussions about helicopter tourism in mountain areas, it is the aim of the thesis to elaborate if leisure-driven helicopter flights have impacts on the attractiveness of UNESCO World Heritage Sites. A special focus is laid on the UNESCO Swiss Alps Jungfrau-Aletsch region from the tourist's perspective. What do tourists perceive as attractive in the named region? Do they think helicopter flights have impact on the attractiveness of the UNESCO area or should the flights be limited? These are key questions to answer the research question. Based on the literature review, the conducted on street survey in Grindelwald, Lauterbrunnen and the Lötschental provides necessary information in order to get an impression of the tourists' perception and demand of helicopter flights.

Benchmark analysis of thermals spas in Alpine regions

Graduate	Pascal Wicki
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Daniel Grünenfelder
Principal	Grand Resort Bad Ragaz

The wellness and especially the thermal spa market is characterised by high competition and stagnating customer frequency. Furthermore, the expectations of the customers regarding quality, hygiene and variety of products and services are increasing continuously. Therefore, it is essential for a successful thermal spa to understand the dynamics of the market and the performance of its competitors. As a result, the paper aims in a first step to provide a comprehensive literature review regarding the health and wellness industry with a detailed focus on thermal spas. Additionally, the literature review highlights the importance of benchmarking in a competitive market. In a second step the performances of different thermal spas in Alpine regions are evaluated and compared in order to assess the benchmark within the separate areas. Ultimately, it is the goal of this Bachelor thesis to develop the most crucial success factors for thermal spas in Alpine regions and to give sustainable recommendations for the Tamina Therme AG how to strengthen their business against the competition in the market.

Pro-Poor Tourism in Kazbegi, Georgia – How to reduce poverty through sustainable tourism development?

Graduate	Kathrin Zogg
Advisor	Prof. Dr. Philipp Boksberger
Co-Advisor	Dr. Felix Näscher
Principal	National Office of Forests, Nature and Land Management, Vaduz

While literature outlines a strong link between economic growth and poverty reduction, tourism's contribution to stimulate economic growth has been widely acclaimed. Tourism development is increasingly seen as a panacea for peripheral regions lacking opportunities and suffering from rural poverty. Kazbegi, a mountainous region in the north of Georgia is struggling with the consequences of the Soviet Unions' collapse and wants to offer tourism in order to improve the local livelihood. This Individual Bachelor Thesis investigates in analysing tourism development approaches in the context of poverty alleviation and special attention is paid to sustainable tourism development. In addition to the literature review, qualitative interviews with representatives of the local community of Kazbegi, tourism experts and pro-poor tourism experts, mainly conducted during a trip to Georgia/Kazbegi, help to establish a sustainable tourism development master plan for Kazbegi. Finally, an action plan including recommendations for different stakeholders of Kazbegi is deducted from the findings.

Master-Studiengang

Business Administration

Studienleitung

Prof. Ralph Lehmann

Entscheidungsmethodik zur Exploration neuer Geschäftsfelder technologieorientierter Klein- und Mittelunternehmen

Diplomand	Lukas Bischof
Referent	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Korreferent	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Auftraggeber	Schweizerisches Institut für Entrepreneurship SIFE, Chur

Aus einer Kernkompetenz entstanden und gewachsen, sind viele KMU seit der Gründung in derselben Nische tätig. Viele behaupten sich erfolgreich gegenüber der Konkurrenz. Andere fallen den Veränderungen innerhalb der Branche zum Opfer. Wieder andere jedoch können erfolgreich neue Wege gehen und flexibel auf die Veränderungen reagieren. Sie sind im Stande sich zu diversifizieren und zu wachsen. Für KMU ist dieser Schritt mit viel grösseren Schwierigkeiten verbunden als für Grossunternehmen, denn vielfach sind Ressourcen knapp und keine systematische Strategie vorhanden. Ziel dieser Thesis ist, diesem Zustand entgegenzuwirken und eine Entscheidungsmethodik zur Exploration von neuen Geschäftsfeldern technologieorientierter KMU zu entwickeln. Dafür wurde ein Modell aufgestellt, das einen KMU systematisch unterstützt weitere Standbeine aufzubauen und somit sein Risiko zu diversifizieren.

Internationalisierung von Schweizer Unternehmen – Erwartungen an einen Internationalisierungshelfer

Diplomand	Michael Burkart
Referent	Prof. Dr. Christian Hauser
Korreferent	Charly Suter
Auftraggeber	Credit Suisse AG, Zürich

Um Schweizer Unternehmen auf dem Weg ins Ausland optimal zu unterstützen, müssen ihre Anforderungen an sogenannte Internationalisierungshelfer gekannt werden. Dafür wurde eine Primärerhebung bei 7'626 auslandorientierten Unternehmen aus der Schweiz durchgeführt. Es wurden die grössten Herausforderungen im Internationalisierungsprozess, das Nutzungsverhalten von Internationalisierungshelfern und die Zufriedenheit mit der erhaltenen Dienstleistung ermittelt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Unternehmen, speziell aber stufenweise internationalisierende, viele Herausforderungen wahrnehmen. Die grösste liegt in der Suche nach verlässlichen Partnern. Weiter zeigt sich, dass die Hälfte aller Unternehmen keine Internationalisierungshelfer nutzt. Falls sie diese aber doch tun, setzen die Unternehmen meistens auf spezialisierte Helfer zur Lösung einer Herausforderung. Supportorganisationen mit breiterem Wissen werden abgesehen von der OSEC nur selten konsultiert.

Standortanalyse Brasilien – Entwicklung eines Systems zur Analyse u. Bewertung von Standorten unter Berücksichtigung von Standortfaktoren und Risiken

Diplomand	Michael Goldmann
Referent	Prof. Dr. Christian Hauser
Korreferent	Jens Schumacher
Auftraggeber	Auto-Kabel Mgmt. GmbH, Hausen im Wiesental (D)

Bedingt durch unterschiedlichste Gründe werden Unternehmen mehr und mehr mit dem Schritt zur Internationalisierung konfrontiert, wobei sich oftmals die Frage stellt: Wie kann ein optimaler Standort identifiziert werden? Speziell im abgelaufenen Jahrzehnt beschäftigten sich die Forschung vermehrt mit den Ursachen für das Scheitern von Unternehmensgründungen und Produktionsverlagerungen ins Ausland. Die Literaturanalyse zeigt jedoch, dass es noch keine ausreichende Berücksichtigung dieser Erkenntnisse in den vorhandenen Methoden zur Standortbewertung und -auswahl gibt. Der Autor hat anhand der Ergebnisse der Literaturanalyse und der Erfahrungen eines Automobilzulieferers ein neues Standortbewertungsinstrument erstellt, welches mit objektiv messbaren Faktoren, dem Einbezug von Risiko und einer variablen Anpassung der Gewichtung der Faktoren an die individuellen Anforderungen der Unternehmen branchenweit eingesetzt werden kann.

Die Vergabe von Seed- & Start-Up-Kapital: Der optimale Prozess für die Schweiz basierend auf einem Vergleich mit dem Vorgehen im Silicon Valley

Diplomand	David Hug
Referent	Prof. Josef Walker
Korreferent	Alexander Fries
Auftraggeber	Ecosystem Ventures LLC, San Francisco (USA)

Die Schweiz zählt zu den konkurrenzfähigsten Ländern der Welt. Es werden enorme Beträge in Forschung & Entwicklung investiert, woraus eine beachtliche Anzahl an Patenten resultiert. Doch gelingt es selten, diese Leistung und das Potential der Innovation zu nutzen. Hier sollten junge Start-Ups und Spin-Offs anknüpfen, doch diesen Unternehmen fehlt es oft am nötigen Kapital. In den USA ist daraus eine lukrative Finanzierungsform mit dem Namen «Venture Capital» entstanden. Der Venture Capital Markt hierzulande steckt jedoch noch in den Anfängen. Verbesserungen und Weiterentwicklungen können an mehreren Stellen vorgenommen werden. Aus diesem Anlass befasst sich diese Master Thesis intensiv mit dem Investitionsprozess aus Sicht des Venture Capital Gebers. Die Resultate aus den Interviews mit erfahrenen Investoren aus der Schweiz und dem Silicon Valley zeigen, dass die grössten Unterschiede in den herrschenden Rahmenbedingungen liegen.

Sustainable tourism development in developing countries

Diplomand	Albert Koblbauer
Referent	Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent	Oliver Karius
Auftraggeber	LGT Venture Philanthropy, Vaduz (FL)

Sustainability is one of the most actual discussions going on in the scientific community. Several concepts and approaches were already elaborated and various opinions characterize the actual situation. This paper aims at clarifying the most important theoretical issues and intends to identify the criteria to be met by a tourism organization in order to be sustainable. It does so by reviewing the existing theory, analyzing expert interviews and also gives an insight in the practical world by integrating facts from case studies. Studying this paper should not just deepen the knowledge about sustainable tourism but also enable the reader, to either analyze existing tourism organizations or help him or her to build one up.

Analyse von Führungsmodellen in ausgewählten kleineren und mittleren Gemeinden der Kantone Aargau, Basellandschaft und Solothurn

Diplomand	Eduard Schweizer
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Dr. Judith Fischer

Schweizer Gemeinden stehen vor grossen Herausforderungen, die auch in Zukunft einen grossen Einfluss auf deren Führung haben werden. Es ist umstritten, ob Erkenntnisse der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre sich auch auf die Führung von öffentlichen Haushalten übertragen lassen können. In vielen Bereichen des öffentlichen Sektors stellen sich sehr spezielle Fragen und Probleme. Auch die unterschiedlichen Rahmenbedingungen in den einzelnen Kantonen erschweren die Vergleichbarkeit bezüglich Führungsstrukturen und betriebswirtschaftlichen Abläufen. Die Arbeit untersucht die drei Kantone Aargau, Basellandschaft und Solothurn unter diesen Gesichtspunkten.

Innovationserfolg mittels dynamischer Fähigkeiten

Diplomand	Ralf Truffer
Referent	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Korreferent	Michael Lewrick
Auftraggeber	Swisscom IT Services, Zürich

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Vergleich von Unternehmen, welche einerseits in einem ruralen Gebiet und andererseits in einem Cluster oder Innovationssystem angesiedelt sind. Dabei werden die Innovationsleistung und die verschiedenen Dynamischen Fähigkeiten verglichen. Da sich gezeigt hat, dass Unternehmen aus einem Cluster oder Innovationssystem eine höhere Innovationsleistung erbringen und dafür verschiedene Fähigkeiten nutzen, wurden Massnahmen abgeleitet, die es auch Unternehmen in der ruralen Region Graubünden ermöglichen, weitere Fähigkeiten aufzubauen und aus diesen vermehrt Innovationserfolg zu generieren.

Konzeption zur Steigerung der Exportfitness von KMU

Diplomandin Christina Zöller
Referent Prof. Dr. Ralph Lehmann
Korreferent Prof. Dr. Christian Hauser
Auftraggeber Schweizerisches Institut für Entrepreneurship SIFE, Chur

Um die Wohlstandssicherung der Schweiz gewährleisten und auch zukünftig wettbewerbsfähig sowie ein attraktiver Wirtschaftsstandort bleiben zu können, müssen langfristig Wachstumsperspektiven identifiziert und gefördert werden. Diese Perspektiven sind für Schweizer Unternehmen zukünftig vermehrt in der Exportindustrie zu finden – das Potential für Absatz liegt verstärkt auf internationalen Märkten. Die Internationalisierung von Unternehmen in der Schweiz wird vermehrt als «Muss» aufgefasst. Unternehmen bei der Planung und Durchführung des unternehmerischen Internationalisierungsprozesses aktiv zu unterstützen setzt sich das Schweizerische Institut für Entrepreneurship an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur zum Ziel. Auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse können mittels Einsatz des Instrumentariums des Exportfitness-Checks die unternehmerische Ausgangslage analysiert und Schwachstellen in der Exportfitness des Unternehmens lokalisiert werden.

Improving market linkages for small-scale-farmers in western province Zambia

Diplomand Matthias Zöphel
Referent Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent Bernd Klippert
Auftraggeber NAK Karitativ, Dortmund (D)

More than two thirds of Sub-Saharan African people live in rural areas and 90 percent of these people depend on agriculture as their main source of income. At the same time rural poverty accounts for 90 percent of total poverty. With the great area of arable and nutritional land and number of people engaged in agriculture, the potential of agricultural growth to reduce poverty in Sub-Saharan Africa is four times greater than the potential of growth from any other economic sector. However, Sub-Saharan agriculture lags far behind its potential with productivity levels being 10 times lower compared to their South American counterparts. The thesis concentrates its analysis on Mongu District, an area in the Western Province of Zambia, and illustrates the model by using this geographical sample. Despite this, the model developed is generalizable to other areas. The model is based on four preconditions that determine agricultural production and marketing productivity of small-scale farmers.

The Marketing of Senior Tourism – An Application of the AIO Segmentation Model

Diplomandin	Verena Bauer
Referent	Prof. Dr. Philipp Boksberger
Korreferentin	Christine Ziegler
Auftraggeber	Lohri Reisen, Brig

The study applies the AIO (Activities, Interests, and Opinions) segmentation model for senior travelers. The demographic change is omnipresent in many parts of the world and entails an increasing proportion of elderly persons among the population, which are characterized by better health, rising life expectancy, wealth and the eagerness to travel. Due to these reasons, the travel and leisure industry is constrained to increasingly focus on the mature market. The study confirmed the validity of the AIO segmentation model with the help of 35 VALSTM lifestyle statements, leading to a three-cluster solution. Applying the segmentation result to the travel characteristics defined in the consumer decision making process, the clusters can be described in a differentiated way. Various sociodemographic characteristics, the health condition as well as certain travel behavior issues were recognized as being influencing factors for the travel choices of senior travelers.

Strategic positioning of a destination

Diplomandin	Luisa Kalsbach
Referent	Prof. Dr. Markus Schuckert
Korreferentin	Julia Weger
Auftraggeber	WEGweisER, Schwarzenberg (A)

The master thesis in hand deals with the destination of Andelsbuch, a village located in the region Bregenzerwald, Austria. With reference to literature and recent cases the momentary situation and tourism potential is analyzed. Interviews are used as the major source for data collection. The results show the contradictory development of Andelsbuch in contrast to the surrounding region. Tourism has been important but as the surrounding destinations evolved the municipality experienced a drop in visitor numbers for many years. By using the analyzing techniques of the tourism life cycle, product classification, SWOT analysis, stakeholder model, and the branding pyramid the situation in Andelsbuch is analyzed and evaluated.

Climate Change and Social Network Functions

Diplomandin	Katja Schneider
Referent	Dr. Tobias Luthé
Korreferent	Marc Tischhauser
Auftraggeber	Progetto San Gottardo, Illanz

The social network analysis indicates actors who have a good connection within the network. These are key actors, namely Gatekeeper and Broker, and they occupy certain and specific functions within the network. Gatekeeper and Broker are able to enhance the flow of communication and information within the network. In addition they might enable isolated actors being better networked. By conducting qualitative interviews the research tries to evaluate the network of tourism stakeholders in Disentis – Sedrun – Andermatt, its functions, problems and opportunities.

Qualitative Analysis of Image Success Factors

Diplomandin	Mark Sukhija
Referent	Prof. Dr. Markus Schuckert
Korreferent	Pip Austin
Auftraggeber	Sileni Estates Limited, Hastings (NZ)

A national case study was undertaken comprising 136 wineries from 10 regions across New Zealand in a stratified random sample. A content analysis of the internet presence was undertaken and an inspection of Web 2.0 deployment and adaptation rates was undertaken. Individual websites were manually coded and Web 2.0 APIs were employed to gain data about the sample population in a consistent and reproducible manner. This study substantially increases the generalizability of previous works on the benchmarking and competitive analysis of the wine and wine tourism industry. The application and extension of a pre-existing model to encompass new metrics provides an insight into how the tourism-orientated wineries fair in comparison to traditional wineries.

Qualitative Analysis of Image Success Factors

Diplomand Roger Walser
Referent Prof. Dr. Markus Schuckert
Korreferent Dr. Daniel Romer
Auftraggeber Institute for Tourism and Leisure Research, Chur

Academics, consultants and practitioners like to assure themselves and each other that destination image perception of tourists is one of the most influencing aspects when tourists evaluate their destination to visit. As time and money are limited, it is critical to invest in the most effective and efficient key success factors. This study examines which image dimensions are influencing tourist destination image perception. These are recognized to be natural resources, general infrastructure, tourist infrastructure, culture, history and art, political and economic factors, natural environment, social environment, atmosphere of the place. Based on these dimensions and the main attributes, the author has proposed a qualitative analysis to uncover the main success factors and their causal relationship.

How much Tourism Attraction is in Construction Sites?

Diplomandin Katharina Waschke
Referent Prof. Dr. Markus Schuckert
Korreferent Mag. Clarissa Schatzmann
Auftraggeber Institute for Tourism and Leisure Research, Chur

Attractions form one of the most important parts of the tourism system and the tourism literature offers many different typologies and criteria for the numerous types. The thesis is concentrating on an attraction that is not possible to be put in any given criteria: construction sites. Certain constructions offer the interested public more than only the anonymous constructions but install visitor centers and guided tours. They are only temporary attractions because once the work is finished the attraction vanishes as well. The tourism literature however only indicates temporary attractions as events, which the construction sites are not. The research aims on finding out whether some sample construction sites fulfill certain criteria that make it possible to label the sites as tourism attractions. Further, it was investigated what typology can be found in order to suggest new types to place the construction sites within the tourism attraction research.

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