



HTW Chur



Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences



Bachelor- und Masterarbeiten 2013

STUDIERN FÜRS LEBEN

➔ www.htwchur.ch

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Hauptponsoren



PRISMA

Videoproduktionen und Systeme AG

Co-Sponsoren



Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibungen der Bachelor- und Masterarbeiten 2013

	Seite
Bachelor-Studiengänge	
– Bau und Gestaltung	3
– Betriebsökonomie	10
– Informationswissenschaft	50
– Multimedia Communication	73
– Systemtechnik ^{NTB} in Chur	100
– Tourism	104
Master-Studiengänge	
– Master of Science in Engineering (MSE)	
– Informations- und Kommunikationssysteme (IKS)	160
– Master of Science in Business Administration	
– Major New Business	161
– Major Tourism	166
– Master of Science in Information Science	
– Major Information Design	170
– Major Information Asset Management	173

Die Kurzzusammenfassungen wurden von den jeweiligen Diplomierten selbst verfasst.

Bau und Gestaltung

Studienleitung

Prof. Christian Auer

Alt bewährt, Neu bewohnt, Wohnhaus in Schluen

Diplomand	Manuel Della Cristina
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Marlene Gujan, Robert Albertin
Auftraggeber	HTW Chur

Das Projekt basiert auf dem geschichtlichen Ursprung einer typischen Bauernhofsituation. Leere Stallbauten, welche lediglich noch als Autounterstand oder als Lagerraum Verwendung finden, prägen aktuell manches Ortsbild.

Das bestehende Walser-Haus und der Neubau sollen zu einer Einheit verschmelzen. Durch diese Verbindung wird die damalige Situation zelebriert und es entsteht kein nächstes Einfamilienhaus zwischen Vielen.

Anstelle des alten Stallbaus entsteht ein klares, geometrisches Volumen, das durch die Farbgebung den früheren Bestandes versinnbildlicht.

Mit dem Neubau soll zusätzlich ein Kontrast zum bestehenden Walser-Haus gesetzt werden. Im Bestand finden sich die traditionellen, tiefen und eher kleineren Zimmer wieder, und im Gegensatz dazu im Neubau grosszügiges Wohnen. Die privaten Räume sind im Walser-Haus untergebracht, der Wohn- und Essbereich im Neubau. Um eine solche Situation zu erhalten, werden im Bestand einige zurückhaltende Änderungen vorgenommen. Der Mittelgang mit den angrenzenden Zimmern wird beibehalten, um das Fassadenbild nicht zu beeinträchtigen.

Casa an Spunda, Wohnhaus in Schluain

Diplomandin	Ljubinka Dünninger
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Marlene Gujan, Robert Albertin
Auftraggeber	HTW Chur

Auf der am Hang liegenden Parzelle entsteht ein Einfamilienhaus. Aus Rücksicht auf die Gestaltung der umliegenden Häuser erscheint es sinnvoll, dass der Neubau Themen des historischen Gebäudes aufnehmen und realisiert und damit das einzigartige Dorfbild nicht zerstört. Die innere Organisation des Neubaus ist funktional und räumlich flexibel angeordnet. Durch die innere Treppe sind alle Geschosse miteinander verbunden. Die in das Erdgeschoss beidseitig platzierte Loggia ist mit funktionalen Schiebe-Laden-Lammellen versehen. Holzfassade Loggien lösen den Übergang zwischen innen und aussen auf und schaffen Freiraumqualitäten, so dass ein lebendiges Fassadenbild entsteht. Durch die Wahl der Materialien, die Farbgebung und auch durch die Konstruktionsart entsteht ein gelungener Neubau, der sich stolz in das umliegende Konzept integriert. Der Neubau steht auf einem massiven Sockel, der wiederum würdig die umliegenden Häuser ergänzt.

Türlikindergarten, Umnutzung Ökonomiegebäude Türligarten in Chur

Diplomandin	Christa Fischbacher
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Marlene Gujan, Robert Albertin
Auftraggeber	HTW Chur

Das Schulhaus Türligarten dominiert die Parzelle an der Bodmerstrasse in Chur. Eine Nutzungsanlehnung an die Schule ist naheliegend. Auch in den nächsten Jahren besteht Bedarf an einem Kindergarten im Quartier. Das Projekt sieht eine Verlegung der baufälligen Kindertagereinheit Bodmer in den Türligarten vor. Durch Um- und Anbau entstehen im ehemaligen Ökonomiegebäude Räume für zwei Kindergartengruppen, sowie ein Mehrzweckraum, welcher zusammen mit der Primarschule genutzt wird.

Das Umbauprojekt sieht einen möglichst sanften Umgang mit dem Bestand vor. Alle tragenden Bauteile werden belassen und wo nötig verstärkt. Mit einer Innendämmung wird die Gebäudehülle für die neue Nutzung aufgerüstet. Die bestehenden, meist beschädigten Holzschalungen werden entfernt und durch eine neue vertikale Lärchenschalung ersetzt. Die Entfernung ermöglicht gleichzeitig den Einbau von zusätzlichen Fensteröffnungen. Die beiden Erweiterungsbauten übernehmen die Form vom Bestand ohne diesen zu konkurrieren.

Wohnen und Arbeiten | IM TORDEL, Umnutzung Ökonomiegebäude Türligarten in Chur

Diplomand	Sascha Janki
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Marlene Gujan, Robert Albertin
Auftraggeber	HTW Chur

Das bestehende Ökonomiegebäude wurde im Jahre 1606 mit dem Wohngebäude erbaut und diente damals als Torkelgebäude in der Landwirtschaft. Die Nutzung des Gebäudes wurde bis heute nicht verändert. Nach und nach wurde die Stadt erweitert und die ehemalige Randbebauung der Stadt Chur wurde von der neuen Siedlungsstruktur umschlossen. Das Ökonomiegebäude liegt in einem Gürtel, welcher die Wohnzone von der gemischten Zone trennt. Um den Gürtel in seiner Form zu ergänzen wird ein neues Volumen platziert. Es gliedert sich in die bestehende Umgebung ein und die Parzelle wird von neuen Mauern gefasst. Die Schulkinder werden neu zwischen dem Ökonomiegebäude und dem Neubau durchgeleitet.

Im Erdgeschoss wird die öffentliche Arbeitsnutzung erstellt und Raum für Ateliers oder kleinere Büros geschaffen. In den Obergeschossen sind Wohnungen mit einem Splittlevel geplant. Die Erschliessung der einzelnen Einheiten erfolgt über die neu geschaffenen Plätze.

Umnutzung Ökonomiegebäude Türligarten in Chur

Diplomand	Nils Kortenbach
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Marlene Gujan, Robert Albertin
Auftraggeber	HTW Chur

Der Entwurf sieht vor, im Türligarten vier Einfamilienhäuser mit Büroflächen zu erstellen. Dazu werden die Ökonomiegebäude bis auf die Bruchsteinmauern entkernt. Auf den Mauersockeln wird weitergebaut. Diese Begrenzung führt dazu, dass sich die Räume turmartig übereinander stapeln. Um der Gebäudekonstellation einen Abschluss zu geben, wird im östlichen Bereich ein neuer Turm platziert. Der öffentliche Raum wird durch die an der Strasse liegenden bestehenden Mauern und die neu erstellten Mauern zum Pausenplatz hin in einen halb-privaten Raum umgewandelt. Dabei wird der Zugang zur Schule neu an der Bürgerkanzlei vorbeigeführt. Der halb-private Raum des Parterres ist auch im Volumen, durch die sich dort befindenden Büroflächen, spürbar. Die Räume werden in den Obergeschossen zum privaten Rückzugsort.

Wohnhaus in Schluein

Diplomandin	Ibazer Kuljici
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Marlene Gujan, Robert Albertin
Auftraggeber	HTW Chur

Die Schwierigkeit der Bauaufgabe war, den bestehende Stall, der zwischen zwei Bauten eingeklemmt ist und nur nach Norden und Süden «Luft» hat, zeitgemäss umzubauen und eine Nutzung zu integrieren, die den heutigen Ansprüchen genügt.

Ich habe mich entschieden eine Wohnnutzung im Hofstadtrecht zu realisieren. Das Volumen übernimmt jedoch nur den Hauptbau und lässt die ganzen An- und Nebenbauten, die im Laufe der Zeit dazugekommen sind, weg.

Das einfache Volumen schliesst sich gegen Osten und Westen und öffnet sich gegen Norden und Süden. Damit generiere ich eine «Röhre», die das alte Volumen in Sichtbeton übernimmt und als Wetter-, Brand- und Sichtschutz dient. Im Inneren schiebe ich eine «wohn Röhre» die als Kontrast zum harten und kalten Beton dient und mit Fichtenholz ausgeführt wird. Die Hauptfassaden nach Norden und Süden sollen an den bestehenden Rundholzstall erinnern und werden mit Holzlammeln ausgeführt.

Tagesschule Türligarten, Chur

Diplomandin	Christa Mosimann
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Robert Albertin, Marlene Gujan
Auftraggeber	Stadt Chur

Im näheren Umkreis der Ökonomietrakte Türligarten liegt die Primarschule Türligarten. Das Schulhaus wurde 1977 in der klassischen Schulhaustypologie erbaut. In den letzten Jahren haben sich durch die Lebensformen und Anforderungen an die Schulen verändert. Ausserschulische Betreuung vor und nach dem Unterricht erfährt immer grössere Beliebtheit. Zusammen mit dem Ökonomiegebäude soll das Schulhaus zu einer modernen Tagesschule werden.

Der bestehende Zugang wird zum Eingangstor der Tagesschule Türligarten. Der bestehende Brunnen wird versetzt und zum Mittelpunkt des Pausenplatzes. Fahrzeuge werden neu über einen separaten Zugang zu den Parkplätzen geleitet.

Im Inneren soll das alte Ökonomiegebäude noch spürbar sein. Aus diesem Grund bekommt das Gebäude äusserlich eine neue, wärmedämmende Hülle. Das äussere Erscheinungsbild wird von gelochtem Aluminiumblech geprägt. Das Blech wird teilweise über die Fenster durchgezogen, was zu einem spannenden Lichtspiel im Innenraum führt. Die Fensteröffnungen sind mit Faltschiebeläden im Fassadenmaterial versehen und wirken wie Scheuklappen.

Leben in Gemeinschaft, Umnutzung Ökonomiegebäude Türligarten in Chur

Diplomandin	Katrin Schmid
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Marlene Gujan, Robert Albertin
Auftraggeber	HTW Chur

Der Wohnraum in der Schweiz wird immer knapper – die Ansprüche an den Platzbedarf werden aber immer grösser. Es gibt zunehmend mehr Singlehaushalte und Haushalte mit Kleinfamilien bzw. Haushalte mit alleinerziehenden Familien. Die Umnutzung des Ökonomiegebäudes Türligarten schafft eine neue Wohnform, welche sich dieser Probleme annimmt. Die neue Wohnform will urbanes Lebensgefühl mit sozialen und ökologischen Anliegen verbinden. In dieser geballten Wohnform teilen sich mehrere Kleinwohnungen eine Küche sowie mehrere grössere und kleinere Gemeinschaftsräume, welche das Herzstück der Wohngemeinschaft bilden sollen. Über diese Räume werden alle Kleinwohnungen erschlossen. Gleichzeitig verfügt jede Wohnung über ein eigenes Bad und eine kleine Kochgelegenheit. Drei Aussenbereiche dienen der gemeinschaftlichen Nutzung: ein halbprivater Hof beim «Eingang» der Parzelle, ein grosser Garten und ein privater Hofplatz für Werkarbeiten der Bewohner.

Encugnu ed aviert, Wohnhaus in Schluain

Diplomandin	Sévérine Widmer
Referentin	Sandra Bühler
Korreferenten	Marlene Gujan, Robert Albertin
Auftraggeber	HTW Chur

Wie geht man mit einer Parzelle um, die so nah an die bestehenden Gebäude angrenzt: Ein Gebäudeeinschnitt löst die Hauptprobleme Belichtung und Privatsphäre. Split-Levels ermöglichen das Raumprogramm und die jeweilige Verbindung mit dem Aussenraum. Die Raumaufteilung generiert eine optimale Nutzung mit der Unterscheidung von privaten und öffentlicheren Räumen. Das Einfamilienhaus beginnt zu unterst mit den Nebenräumen, wie zum Beispiel Waschküche und Technik. Ein halbes Geschoss weiter oben, mit ebenerdigen Zugang zu der südlichen Wiese, befinden sich die Schlafzimmer. Der Eingang mit den Nasszellen und dem Büro ist nördlich auf Höhe der Strasse angeordnet. Die obersten beiden Halbgeschosse erstrecken sich über die ganze Gebäudefläche und sind durchgehend offen. Zusätzlich unterstreicht hier der Gebäudeeinschnitt diese Offenheit im Innern.

Ergänzungsbau Berufswahlschule Hinterwiden, Kloten

Diplomand Markus Bleisch
Referent Rolf Bachofner
Korreferent Michael Inauen

Im Zentrum dieser Arbeit steht der zweigeschossige Ergänzungsbau für die Berufswahlschule Hinterwiden in Kloten. Dieser wurde anfänglich als Massivbau konzipiert. Nun soll er für die Thesis in Holzbauweise vom Tragwerksentwurf bis hin zu ausgewählten Details entwickelt werden. Nach einer Grundlaneanalyse werden mehrere Varianten aufgestellt. Für die besten zwei Varianten wird ein Vergleich mittels Vorbemessung und Fragestellungen wie Kosten, Materialverbrauch, Machbarkeit und Flexibilität durchgeführt. Daraus kristallisiert sich die Bestvariante, welche für die Statik und Detailbemessung verwendet wird. In der Statik gilt es, die Auswirkungen aus globalen und lokalen Einwirkungen zu ermitteln. Systeme, Fachwerke, Einzelbauteile und Verbindungen werden im Detail bemessen und bis zum Stand «Ausführungsprojekt» bearbeitet.

Abstract zur Wasserkraftnutzung Val Luven, Gemeinde Sumvitg

Diplomand Adrian Feltscher
Referent Gian Andrea Riedi
Korreferent Hans-Peter Capatt

Die Aufgabe dieser Bachelorarbeit bestand darin, die Möglichkeit einer Wasserkraftnutzung der Bäche des Val Luven und des Val Rabius für die Gemeinde Sumvitg zu überprüfen. In einer Machbarkeitsstudie sollten diese Fragen sowohl in technischer, naturkundlicher, wie auch in wirtschaftlicher Hinsicht geprüft werden. Anhand einer Situationsanalyse wurden die geologischen und naturkundlichen Gegebenheiten, sowie die hydrologischen Verhältnisse untersucht und dargestellt.

Um ein geeignetes Nutzungskonzept zu bestimmen, wurden drei Varianten mit verschiedenen Fassungsstandorten ausgearbeitet und miteinander verglichen. Die Bestvariante wurde in einer Projektstudie weiter bearbeitet.

Die gewählte Bestvariante besteht aus zwei Wasserfassungen, einem künstlichen See, der Zentrale und den, die Bauwerke verbindenden, Druckleitungen. Beide Bäche werden auf ca. 1850 m ü. M. gefasst und in den künstlich erstellten See geführt, wo das Wasser wieder gefasst und über eine Druckleitung zur Kraftwerkszentrale geleitet wird. Dort wird das Wasser turbiniert und die Wasserkraft in elektrische Energie umgewandelt.

Trinkwasserkraftwerk Sitli Schwändi

Diplomand	Marc Menzi
Referent	Gian Andrea Riedi
Korreferent	Imad Lifa

Mit dem Landsgemeindeentscheid des Kantons Glarus war der Weg für eine einheitliche Wasserversorgung offen. Das Konzept aus dem in der Planungsphase befindlichen GWP Region Schwanden sieht vor, das Wasser aus der Sienenquelle in das Reservoir Sitli in Schwändi und erst anschliessend in das Versorgungsgebiet von Mitlödi zu leiten. Da die Sienenquellen rund 540 m über dem Reservoir Sitli liegen drängt sich eine energetische Nutzung auf. Für die Ableitung wurden mehrere Varianten auf Versorgungssicherheit und Wirtschaftlichkeit geprüft und die optimalste Variante wurde einerseits betreffend Wasserversorgung, andererseits hinsichtlich Trinkwasserkraftwerk ausgearbeitet. Für die beiden Varianten wurden die einzelnen Anlageteile bemessen und die Kosten detailliert mit Richtofferten zusammengestellt. Aus der Differenz der beiden Varianten konnte die Wirtschaftlichkeitsrechnung erstellt werden, die das Projekt als sehr wirtschaftlich ausweist. Mit einem jährlichen Gewinn von Fr. 56'500 kann die Gemeinde wichtige Infrastukturobjekte sanieren und erstellen.

SBB-Lagerhalle in Olten, Bemessung

Diplomand	Luciano Zanolari Paganini
Referent	Thomas Entner
Korreferent	Pieder Hendry

Ausgangspunkt dieser Arbeit ist die Notwendigkeit seitens der SBB, eine Halle zur Wartung von Lokomotiven und Eisenbahnwagen zu erstellen.

Nach Absprache mit dem Betreuer und dem Experten beinhaltet diese Diplomarbeit die Nutzungsvereinbarung, die Variantenstudie für den Stabilisierungskonzept, die Projektbasis, den statischen Bericht und die dazugehörigen Pläne.

Es wurde vereinbart, die statischen Berechnungen mit dem 2D-Statik-Programm (Ruck-Zuck6) durchzuführen. Dazu gehört auch eine Plausibilitätskontrolle mittels Handberechnungen.

Nicht enthalten sind die Themen: Ermüdung, Frequenz (Schwingungen), Brand, Bauprogramm und Kostenschätzung.

Betriebsökonomie

Studienleitung

Prof. Fulvio Bottoni

Optimierung der Wertschöpfung und Ertragsoptimierung in den Finanzplanungsdienstleistungen der Graubündner Kantonalbank

Diplomandin	Martina Baselgia
Referent	Prof. Fulvio Bottoni
Korreferent	Roger Gabathuler, Leiter Financial Services
Auftraggeber	Graubündner Kantonalbank, Chur
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit besteht aus einem Theorie- und einem Praxisteil. Der Theorieteil klärt grundlegende Fragen zum Bankengeschäft. Der Fokus liegt auf dem Mehrwert von Finanzplanungsdienstleistungen, der Kundenbindung und der Beratung gegen Honorar. Der Praxisteil beginnt mit einer Kundennutzen- sowie einer Marktanalyse. Darauf folgen eine Ist- und Problemanalyse des Bereiches Financial Services der Graubündner Kantonalbank. Financial Services unterstützt mit seinen Dienstleistungen das Kerngeschäft, die Kundenberatung der Bank. Im Verhältnis zum Aufwand leisten die direkten Honorarerträge einen geringen Kostendeckungsbeitrag. Es werden Aspekte aufgezeigt, die zu berücksichtigen sind und daraus Handlungsmöglichkeiten abgeleitet, damit die Cost/Income-Ratio des Bereiches eine realistische und objektive Aussagekraft erhält. Ausserdem werden mögliche weitere Ertragsquellen identifiziert. Eine Planungsrechnung zeigt die künftige Kosten- und Ertragslage sowie die optimierte Wertschöpfung des Bereiches auf.

Einführung einer Kostenrechnung und eines Management-Informationssystems (MIS) bei der Erdgas Toggenburg Werdenberg AG (etwag)

Diplomandin	Katja Bissegger
Referent	Prof. Fulvio Bottoni
Korreferent	Marc Zysset
Auftraggeber	etwag
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit beinhaltet ein Konzept zur Einführung eines Management-Informationssystems (MIS) und einer Kostenrechnung. Die Bachelor Thesis beginnt mit einem allgemeinen Teil, in dem unter anderem die etwag, ihre Kernkompetenzen sowie Produkte und Dienstleistungen vorgestellt werden. Das Kapitel ‚Markt und Marktentwicklung‘ gibt einen Einblick in die sich stetig verändernden externen Einflüsse auf die Energie-Versorgungsindustrie. Zudem werden die Anliegen der Anspruchsgruppen beschrieben. Daraus abgeleitet werden ein MIS und eine Kostenrechnung präzisiert. Beide Themenblöcke basieren auf theoretischen Grundlagen und werden anschliessend unter Berücksichtigung der Bedürfnisse von etwag und des Mutterkonzerns in die Praxis umgesetzt. Abschliessend folgt ein kurzer Projektabriss, welcher die Phasen und Grundsätze für die erfolgreiche Einführung dieser Führungsinstrumente beschreibt.

Konzept für eine integrierte IFRS-Fallstudie

Diplomand	Manuel Capaul
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferentin	Dijana Bacic
Auftraggeber	HTW Chur

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die allgemeinen Fragen zu IFRS (u.a. Unterschiede zwischen OR und IFRS, Besonderheiten des Anhangs) und zur IFRS-Erstanwendung (u.a. wie soll die Umstellung bewältigt werden, welche Schwierigkeiten sind zu erwarten) erläutert. Der zweite Teil stellt den Hauptteil der Arbeit dar. Hier wird die Überleitung der Konzernrechnung vom Obligationenrecht auf IFRS dargestellt. Dabei werden für die einzelnen Positionen (u.a. Flüssige Mittel, Vorräte, Leasing) die geltenden Rechnungslegungsvorschriften, die Berechnungswege sowie Vorschläge zur Änderung/Erweiterung der Fallstudie aufgezeigt. Beim letzten Teil handelt es sich um «Das erste Meeting – Fragen zum Finanzbereich». An dieser Stelle wird zu zwanzig Aussagen Stellung genommen. Hierbei handelt es sich um detaillierte Fragestellungen, die mit Hilfe der Rechnungslegungsvorschriften gelöst werden.

Integration der Mettler und Gredig AG in die Lazzarini Gruppe

Diplomand	Emanuel Carvalho
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferenten	Gian Luca Lorenzini, Christian Gredig
Auftraggeber	Lazzarini AG, Chur
Klassifikation	VERTRAULICH

Mergers & Acquisitions werden in der Praxis immer wichtiger. Die Unternehmen reagieren mit den Akquisitionen von Firmen oder Geschäftsbereichen sowie mit anderen M&A-Formen auf den raschen globalen Wandel der Wirtschaft. Auch die Bauunternehmung Lazzarini AG stand im Jahr 2006 vor dieser Tatsache. Das im Raum Chur bekannte Architekturbüro Mettler + Gredig AG wurde in die Lazzarini AG integriert. Das Ziel der Lazzarini AG war es, ihre Wertschöpfungskette zu erweitern und zu schliessen. Der Markt forderte immer mehr Gesamtdienstleister. Mit der Akquisition der Mettler + Gredig AG konnten die Tätigkeiten als General- und Totalunternehmung gestartet werden. Das Ziel dieser Bachelor Arbeit ist die Nachbearbeitung und Analyse der Integration zwecks Erarbeitung von Handlungsstrategien für künftige M&A-Projekte der Lazzarini Gruppe. Die erarbeiteten Erkenntnisse sollen der Lazzarini Gruppe als Handbuch dienen. Dabei wird das Vorgehen der Lazzarini AG mit den Empfehlungen der Literatur verglichen und es werden Handlungsvorschläge erarbeitet.

Balanced Scorecard für die HC Davos Management AG

Diplomand	Roman Flury
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Remo Keller
Auftraggeber	HC Davos Management AG, Davos
Klassifikation	VERTRAULICH

Professionelle Sportvereine sind heutzutage vielmehr mit Unternehmen zu vergleichen als mit klassischen Vereinen. Neben dem sportlichen Misserfolg können auch strategische Fehlentscheidungen negative Auswirkungen auf die finanzielle Situation eines Vereins haben. Strategische Hilfsmittel und eine klare Zielsetzung werden immer wichtiger. In diesem Zusammenhang prüft die HC Davos Management AG die Einführung einer Balanced Scorecard. Diese besteht aus vier verschiedenen Perspektiven (Finanzen, Kunden, Interne Prozesse, Lernen und Entwicklung) und ist auf die Vision sowie die Strategie des Unternehmens ausgerichtet. Nach einem kurzen Theorieteil soll eine Ist-Analyse bei der HC Davos Management AG durchgeführt und aus den daraus gewonnenen Erkenntnissen eine auf das Unternehmen ausgerichtete Balanced Scorecard erstellt werden. Ein dazugehöriges BSC-Tool soll zudem den Vergleich von Ist- und Sollwerten vereinfachen sowie eine übersichtliche Darstellung der Resultate ermöglichen.

Reportingkonzept für das Wasser- und Elektrizitätswerk der Gemeinde Buchs SG

Diplomandin	Natascha Kayser
Referent	Christoph Benz
Korreferent	Matthias Ammann
Auftraggeber	Wasser- und Elektrizitätswerk der Gemeinde Buchs SG

Das bestehende Reporting des EWB's wird verbessert durch ein umfassendes Reportingkonzept mit der Einführung eines Cockpits für die Führungskräfte. Zuerst werden die theoretischen Grundlagen des Controllings und dann im Speziellen das Reporting selber erläutert. Im zweiten Teil wird mittels unternehmensinterner Situationsanalyse der Ist-Zustand des EWB-Reportings ermittelt. Darauf folgend wird der interne Ist-Zustand im Unternehmensvergleich mit anderen Energieversorgungsunternehmen geprüft und bewertet. Die Defizite aus der Ist-Analyse und dem Benchmark fließen als Anforderungen in das Soll-Konzept für das neue Reporting. Abschliessend wird die Realisierung des Reportingkonzepts als Projekt definiert. Die Umsetzung des Projekts muss mit einer zweckdienlichen Cockpit-Software erfolgen. Die evaluierten Softwareprodukte werden mittels Nutzwertanalyse verglichen und beurteilt. Während der Projektdauer wird ein sachgerecht motivierendes Projektmarketing die erfolgreiche Implementierung des Cockpits gewährleisten.

Wirkungsmessung der Exportförderung am Beispiel von Country Consulting-Gesprächen von Switzerland Global Enterprise

Diplomandin	Dominique Müller
Referent	Dr. Curdin Derungs
Korreferent	Rolf Lüthi
Auftraggeber	Switzerland Global Enterprise (ehemals OSEC), Zürich
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit ist grob in drei Teile gegliedert. Im ersten Teil wird der theoretische Bezugsrahmen abgesteckt, um die wichtigsten Faktoren für die Wirkungsmessung der Exportförderung am Beispiel von Country Consulting-Gesprächen zu ermitteln. Anschliessend werden diese Faktoren in zwei Fragebogen eingearbeitet und untersucht. Die erhaltenen Ergebnisse der Untersuchung sollen mit dem theoretischen Bezugsrahmen verglichen und kritisch diskutiert werden. Um allfällige Lücken zwischen Theorie und Praxis zu schliessen, werden im letzten Teil Verbesserungsmöglichkeiten für die Switzerland Global Enterprise (ehemals OSEC) vorgeschlagen. Ein genereller und zwei spezifische Ausblicke runden die Arbeit ab. Die spezifischen Ausblicke betreffen den gesamten Exportsektor der Schweiz sowie das Staatssekretariat für Wirtschaft.

Konzept für eine Neuausrichtung des Erlenfestes des FC Sevelens

Diplomand	Samuel Müller
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Alexander Schwendener
Auftraggeber	FC Sevelen

Die Arbeit ist in vier Teile gegliedert. Im ersten Teil werden theoretische Grundsätze im Zusammenhang mit der Eventorganisation behandelt. Dabei werden entscheidende Bereiche der Eventorganisation, wie das Eventmarketing, erläutert und beschrieben. Im darauffolgenden Kapitel wird die IST-Situation mit den einzelnen Bereichen dargestellt. Im Speziellen steht dabei die finanzielle Situation, welche durch verschiedene Betrachtungsweisen beschrieben wird, im Vordergrund. Das dritte Kapitel behandelt die SWOT-Analyse. In einem ersten Schritt wird eine einfache SWOT-Analyse und anschliessend die darauf aufbauende erweiterte SWOT-Analyse erstellt. Daraus werden verschiedene mögliche Strategien entwickelt, um die Stärken und Chancen besser nutzen beziehungsweise die Schwächen und Gefahren bestmöglich reduzieren zu können. Im abschliessenden Kapitel wird die SOLL-Situation mit vorgegebenen Zielen definiert und anschliessend ein Massnahmenplan mit entsprechender Priorisierung erstellt.

Kostensenkungs- und Ertragssteigerungspotenzial bei den Psychiatrie-Diensten Süd – vom Kantonsbetrieb zur Wettbewerbsfähigkeit

Diplomand	Christoph Nigg
Referent	Prof. Dr. Christoph Benz
Korreferent	Alex Dort
Auftraggeber	Psychiatrie-Dienste Süd, Kanton St. Gallen
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit beleuchtet die finanzielle Situation der Psychiatrie-Dienste Süd des Kantons St. Gallen. Diese ist in der kürzeren Vergangenheit durch zahlreiche Faktoren wie die neue Spitalfinanzierung und die Einführung der Schweiz weit freien Spitalwahl per anfangs 2012 oder den seit 2011 anhaltenden Sparmassnahmen des Kantons St. Gallen ins Ungleichgewicht geraten. Im Analyseteil werden diese und weitere Ursachen – interne sowie externe – für die angespannte Finanzlage des Unternehmens detailliert erläutert. Der zweite Teil der Arbeit bringt Verbesserungspotenziale zur Schliessung der Lücken zwischen der finanziellen Ist- und Soll-Situation zu Tage. Abschliessend werden daraus entsprechende Handlungsempfehlungen abgeleitet, welche darauf abzielen, die finanzielle Lage der Psychiatrie-Dienste Süd wieder ins Gleichgewicht zu bringen. Die Arbeit soll es den Psychiatrie-Diensten Süd des Kantons St. Gallen ermöglichen, mittelfristig wieder eine kostendeckende Leistungserbringung zu erreichen.

Erstellung eines IKS-Konzepts für Psychiatrischen Dienste Graubünden (PDGR) «von der Leistungserbringung zur Fakturierung»

Diplomand	Ricardo Ruiz
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Claudio Camiu
Auftraggeber	Psychiatrische Dienste Graubünden
Klassifikation	VERTRAULICH

Mit dieser Bachelorthesis soll ein internes Kontrollkonzept ausgearbeitet werden, welches den Psychiatrischen Diensten Graubünden (PDGR) erlaubt, im Bereich der Leistungserbringung und -erfassung sowie der Fakturierung Schwachstellen auszumerzen und Prozessoptimierungen vorzunehmen. Weiter soll dieses auch zur Ertrags- und Qualitätssicherung beitragen. Der Fokus wird auf die Ausarbeitung von Kontrollmechanismen gelegt, welche in einem internen Kontrollhandbuch zusammengefasst werden. Die Arbeit besteht im Wesentlichen aus vier Teilen. Im ersten Teil werden die PDGR und ihre Tätigkeitsfelder vorgestellt. Anknüpfend werden die neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen im Gesundheits- und Behindertenwesen erläutert. Zudem werden Grundlagen zu den internen Kontrollen erarbeitet und es erfolgt eine theoretische Auseinandersetzung mit dem COSO-Modell. Im letzten Teil werden die Prozesse der Leistungserfassung und Fakturierung detailliert beschreiben und auf Risiken untersucht. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse werden Massnahmen und Kontrollmechanismen abgeleitet. Abschliessend werden die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst und das weitere Vorgehen beschrieben.

Screening Tool für die Fondselektion hinsichtlich aktivem und passivem Management

Diplomand	Mergim Beqiri
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Thomas Weber
Auftraggeber	UBS AG, Chur

Zu Beginn dieser Bachelorthesis wird im Theorieteil die Basis für diese Arbeit gelegt. Dabei wird der aktive und passive Management-Ansatz genauer beschrieben und gegenübergestellt. Zudem werden im theoretischen Teil dieser Arbeit, Themen wie Fondsmarkt, Fondsarten, Indexkonstruktion, Ratings und Risiken behandelt. Im praktischen Teil wird ein Backtesting durchgeführt, indem Exchange Traded Funds und Aktienfonds analysiert werden. Zuerst wird für die verschiedenen Märkte ein Benchmark definiert. Danach werden Aktienfonds und ETFs genauer analysiert und mit dem jeweiligen Benchmark verglichen. Die Analyse soll aufzeigen, ob Fondsmanager einen Mehrwert für den Kunden erbringen und den Benchmark schlagen können. Oder ob eine Investition in einem günstigen passiven Fond wie den ETFs attraktiver ist. Anhand der Resultate sollen Erfolgsfaktoren ausfindig gemacht werden, welche die guten Fonds auszeichnet. Diese Erfolgsfaktoren dienen dazu, um einen Screening Tool Ansatz aufzustellen.

Post-Earnings Announcement Drift

Diplomand	Roman Canonica
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Alexander Schlegel
Auftraggeber	UBS AG, Chur

Die Post-Earnings Announcement Drift Theorie besagt, dass sich Aktien nach einer Gewinnankündigung, über einen gewissen Zeitraum, in die gleiche Richtung bewegen wie am Tag der Gewinnankündigung. Die Untersuchung beschäftigt sich mit der Frage, ob es möglich ist, aufgrund des Post-Earnings Announcement Drifts eine Anlagestrategie zu entwickeln, welche konstant bessere Renditen erzielt als der Markt. Zudem wird die Frage geklärt, inwieweit sich die Anomalie in den neuen Services «UBS Advice» und den damit verbundenen Beratungsprozess eines Kundeberaters der UBS einbinden lässt. Im Theorieteil der Arbeit wird beschrieben weshalb Marktanomalien entstehen. Im Weiteren werden verschiedenen Studien zum Thema Post-Earnings Announcement Drift analysiert. Im praktischen Teil zeigt die Arbeit, ob der Post-Earnings Announcement Drift anhand von Gewinnankündigungen von an der NASDAQ 100 kotierten Titeln während dem Zeitraum vom 14. Juni 2007 bis 24. Mai 2012 unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren nachgewiesen werden kann.

Produktmanagement im Firmenkundengeschäft der Glarner Kantonalbank

Diplomandin	Maria De Marco
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Hanspeter Rhyner
Auftraggeber	Glarner Kantonalbank

Die Arbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen. Der erste Teil stellt die Theorie dar, die dem Leser als Grundlage für das Verständnis der nachfolgenden Ausführungen dient. Zu Beginn der theoretischen Einführung werden einige Instrumenten vorgestellt, welche im Rahmen der strategischen Analyse eingesetzt werden. Die Definition der Aufgaben und Ziele sowie der Möglichkeiten zur organisatorischen Eingliederung des Produktmanagements schliesst die Theorie ab. Im zweiten Teil wird zuerst die Glarner Kantonalbank und deren Produktmanagement Finanzen vorgestellt. Es folgt die Durchführung der beschriebenen Analysen, welche sich alle auf das Firmenkundengeschäft der Glarner Kantonalbank beziehen. Eine SWOT-Analyse zeigt die Erkenntnisse aus der strategischen Analyse. Mit der Darstellung der Opportunitäten, die sich aus der Implementierung des Produktmanagements Finanzen für die Glarner Kantonalbank ergeben, endet diese Bachelor Thesis.

Sektorenrotations-Modelle zur Identifikation von Investment-Momentums

Diplomand	Fabian Derungs
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Christoph Herren
Auftraggeber	Bank Julius Baer & Co. Ltd

Diese Bachelor-These soll basierend auf der Sektorenrotations-Theorie ein Modell mit Ein- und Ausstiegssignalen für einen dynamischen Investitionsprozess liefern. Im ersten Teil der Arbeit wird die theoretische Grundlage der Sektorenrotation vermittelt. Einen Schwerpunkt stellt dabei die Beschreibung der Sektoreigenschaften dar, aufgrund welcher ein theoretisches Rotationsschema erstellt wird. Die darauf folgende Analyse soll Tendenzen aufzeigen, wie sich die Sektoren im Vergleich zum Markt verhalten. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für die Bestimmung der Sektorenabfolge sowie der Ein- und Ausstiegssignale. Daraufhin kann das Sektorenrotations-Modell abgeleitet werden. Mithilfe der Analyse wird zudem die Umsetzung der Theorie in der Praxis überprüft. Zuletzt wird das erstellte Modell anhand eines Backtestings angewendet. Es soll aufzeigen, ob sich eine Investition in das erarbeitete Modell gelohnt hätte.

Entwicklung eines quantitativen Equity Selektionsmodells basierend auf Kennzahlen und Kennzahlenmodellen

Diplomandin	Chantal Duvoisin
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Prof. Fulvio Bottoni
Auftraggeber	GREINA Treuhand GmbH

Ziel der Arbeit ist es, ein quantitatives Investitionsinstrument basierend auf Kennzahlen und Kennzahlenmodellen zu erarbeiten. Die Bewertung und Überprüfung des Equity Selektionsmodells erfolgt über eine rückwirkende Portfolio-Simulation. Das Portfolio besteht aus zehn gleichgewichteten Aktientiteln aus dem Standard & Poor's 500 Index (S&P 500). Als Benchmark wird der Guggenheim S&P 500 Equal Weight (RSP) ishare herangezogen. Die Portfolio-Simulation wird vom 14. April 2013 bis 8. Juli 2013 durchgeführt. In meiner Arbeit untersuche ich, ob ein quantitatives Equity Selektionsmodell basierend auf Kennzahlen ein positives Investitionsergebnis, gemessen an einem Benchmark, erreichen kann. Die Modellentwicklung erfolgt aufgrund einer Fachliteraturanalyse der Kennzahlen und der Aufarbeitung der von YAHOO! Finance heruntergeladenen Daten. Das Modell baut auf einem primären Kennzahlenmodell und drei bis vier unterstützenden Bewertungskennzahlen auf.

Opportunistische Erweiterung der Fondspalette der St.Galler Kantonalbank AG

Diplomand	Florian Gubser
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Auftraggeber	St.Galler Kantonalbank AG, St.Gallen

In der Arbeit geht es um die Aufzeigung einer möglichen Erweiterung der Fondspalette der St.Galler Kantonalbank AG. Im ersten Teil wird die bestehende Fondspalette analysiert. Mit einem geographischen Ansatz werden dabei noch nicht abgedeckte Gebiete ermittelt. Diese Gebiete werden im zweiten Teil auf deren Investitionspotenzial untersucht. Dies geschieht mit einem Untersuchungsraaster, der Kennzahlen, wie zum Beispiel das BIP-Wachstum oder die Inflationsrate, der definierten Gebiete bewertet. Im dritten Teil der Arbeit werden die Vermarktungspotenziale der Gebiete aufgrund von Interviews mit Kundenberatern der St.Galler Kantonalbank AG ermittelt. Abschliessend findet eine Rangierung der Gebiete anhand der Ergebnisse aus den Analysen des Investitions- sowie des Vermarktungspotenzials statt und es wird eine Handlungs-empfehlung an die St.Galler Kantonalbank AG abgegeben.

Behavioral Finance – Momentum Strategie zur gezielten Absicherung von Portfolios bzw. opportunistischem Anlageverhalten

Diplomand	Sascha Janutin
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Alexander Jörgler
Auftraggeber	UBS AG, Chur

Die Arbeit beinhaltet grundsätzlich drei Teile. Im ersten Teil geht es um die Bearbeitung der theoretischen Grundlagen zu den zusammenhängenden Themen Behavioral Finance und Momentum-Strategie. Bezüglich Behavioral Finance wird die Entwicklung dieser relativ jungen Disziplin in der Welt der Finanzmärkte beschrieben und zudem werden die wichtigsten Biases vorgestellt. Der theoretische Teil zu den Momentum-Strategien beinhaltet einen Überblick zu den Oszillatoren und konkrete Ausführungen zum Momentum-Indikator. Im zweiten Teil der Arbeit geht es um die konkrete Umsetzung einer Anlagestrategie mittels Momentum-Indikator. Diese Strategie generiert Ein- und Ausstiegssignale und wird auf Indexbasis angewendet. Daraufhin wird ein Backtesting durchgeführt. Als Abschluss der Arbeit wird die Anwendbarkeit dieser bzw. ähnlicher Strategien im Wealth Management der UBS AG analysiert. Die Erkenntnisse dazu basieren auf Gesprächen mit Kundenberatern aus dem Wealth Management der Schweizer Grossbank.

Das universelle Krisenportfolio – eine Utopie?

Diplomand	Roman Kühne
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	René Rich
Auftraggeber	LGT Capital Management AG, Pfäffikon SZ

Im Zentrum stehen die Bedürfnisse des Kunden. Wachstum, Kapitalerhalt, stetige Cash Flows, Inflationsschutz oder noch besser Alles in Einem. Strategen, Anlagespezialisten, Vermögensberater und Portfolio Manager weltweit streben danach, genau diesen Bedürfnissen in Form eines optimalen Portfolios Rechnung zu tragen. Das Erreichen einer risikoadjustierten, langfristigen positiven Rendite nimmt dabei einen (und meist sogar den) zentralen Stellenwert ein. Wie sieht dabei eine optimale Anlagestrategie aus, wenn sich die Märkte in der Krise befinden? Auf welche Erfahrungen können wir zurückblicken und welchen Nutzen ziehen wir daraus?

Die vorliegende Arbeit untersucht diese Fragestellungen aus verschiedenen Perspektiven. Als Ausgangspunkt dienen die Erfahrungen aus den bedeutendsten Krisen der letzten 100 Jahre. Die jüngsten Krisen (Dotcom & Finanzkrise) werden hinsichtlich der Rendite-Risiko- und Korrelationsentwicklungen verschiedener Anlageklassen analysiert. Aus den konsolidierten Erkenntnissen wird schliesslich eine krisenoptimierte Anlagestrategie bestimmt und anhand eines Backtestings überprüft.

Auswirkungen von Commodity Trading Advisors (CTAs) auf die Portfolioperformance in Stresssituationen

Diplomand Philipp Kurath
Referent Prof. Ivo Wallnöfer
Auftraggeber Liechtensteinische Landesbank AG

Die Arbeit besteht aus drei zentralen Teilen. Der erste Teil umfasst einen kurzen Exkurs in die Themen Alternative Investments und Hedge Funds. Zudem wird ausführlich auf die Commodity Trading Advisors (CTAs) eingegangen und die Eigenheiten dieser Assetklasse erörtert. In einem zweiten Teil werden historisch schwierige Marktsituationen betrachtet sowie drei Stresssituationen definiert und beschrieben. Im letzten Teil werden die Auswirkungen von CTAs im Portfoliokontext untersucht. Mittels einer Analyse werden vier unterschiedliche Portfolios auf ihre Stressresistenz geprüft. Dabei wird in jeder Periode auf die Entwicklung der verschiedenen Assetklassen und Portfolios eingegangen. Mit Hilfe verschiedener Kennzahlen (zeitgewichtete Rendite, Maximum Drawdown, Volatilität, Sharpe-Ratio) werden die Ergebnisse verglichen und abschliessend die zentrale Frage beantwortet, ob CTAs zur Diversifikation und Renditeoptimierung während Stresssituationen beitragen.

Ressourcenkontrolle durch China angesichts wachsender Weltbevölkerung – der Investment Case der Zukunft

Diplomand Reto Lardi
Referent Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent Sandro Salis
Auftraggeber BPS (Suisse), Chur

Das Ziel dieser Arbeit ist das Aufzeigen der zukünftigen Stellung Chinas in Bezug auf die Ressourcenkontrolle und die Investitionsempfehlungen um vom Wachstum in China profitieren zu können. Die Arbeit setzt sich aus fünf Teilen zusammen. Die ersten drei sind theoretische Grundlagen. Im ersten Teil wird auf die aktuelle Situation der Welt näher eingegangen. Im Fokus sind die neuen globalen Akteure sowie die Überalterung in gewissen Nationen. Darauf folgend steht die aktuelle Situation Chinas im Vordergrund. Es werden vertiefte Überblicke über die Ressourcen Arbeiter, Geldmittel und Rohstoffe vermittelt und die Positionierung Chinas im Ressourcenkampf. Im letzten theoretischen Teil werden die unerschlossenen Ressourcen, Arbeit und Rohstoffe vertieft erläutert. Zusätzlich wird mit dem Beispiel Afrika die chinesische Energie- und Rohstoffpolitik aufgezeigt. Danach folgen die zwei praktischen Teile. Im vierten Teil folgen die Investitionsempfehlungen um vom zukünftigen Wachstum Chinas zu profitieren. Die Arbeit wird mit einer kritischen Würdigung eines Experten abgerundet.

Mit den 10 Regeln von Benjamin Graham den Markt (SPI) schlagen.

Diplomand	Adrian Lechthaler
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Silvio Jagunic
Auftraggeber	Michel & Cortesi Asset Management AG, 8002 Zürich

Das Ziel dieser Bachelor Thesis ist es, die 10 Regeln von Graham und Rea für den Schweizer Markt anzuwenden. Dabei werden sämtliche Mitglieder des Swiss Performance Index in einem Zeitraum von mindestens zehn Jahren untersucht. Basierend auf dem Grundmodell und allfälligen Anpassungen wird ein quantitatives Backtesting durchgeführt. Bei dieser Analyse handelt es sich um ein ex post Test. Die Thesis setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil wird der wertorientierte Anlagestil und die 10 Regeln vorgestellt. Anschliessend werden die 10 Regeln analysiert und ausgewertet. Im dritten Teil dieser Studie wird ein Portfolio gebildet und dem Benchmark gegenübergestellt. Die Performance und Resultate werden auf die Praxistauglichkeit überprüft. Der Kern dieser Studie ist es, dem Auftraggeber aufzuzeigen, wie sich der wertorientierende Anlagestil mittels quantitativen Faktoren umsetzen lässt.

Financial Analyst Tool – Eine Unternehmensbewertung auf quantitativer Basis mit Excel

Diplomand	Joël Mooser
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Auftraggeber	Zürcher Kantonalkbank, Zürich

Die Bachelorthesis besteht im Wesentlichen aus zwei Teilen – einem theoretischen Teil zur Abhandlung häufig verwendeter Methoden und Modellen im Bereich der Finanzanalyse (u.a. DuPont-System, Discounted Cashflow Modelle, Economic Value Added Methode) und einem praktisch orientierten Teil, der das Programmieren eines auf Excel basierenden Bilanzanalyse-Tools mit einschliesst. Im Rahmen dieses Tools findet eine Anlagestrategie Anwendung, welche auf den im Theorieteil gefundenen Erkenntnissen aufbaut. Die daraus resultierende Rendite wird auf risikoadjustierter Basis am S&P 500 als stellvertretendes Marktportfolio gemessen, was schliesslich zur Qualitätsmessung des Tools und der Strategie führt. Anhand der gefundenen Resultate wird schliesslich die der Arbeit zu Grunde liegende Forschungsfrage nach der Akkuratess der isolierten quantitativen Bilanzanalyse im heutigen Marktumfeld beantwortet.

Risikoaufklärung bei der Bank Linth LLB AG

Diplomand	Sandro Ricklin
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Uwe Oesterle
Auftraggeber	Bank Linth LLB AG, Uznach

Diese Arbeit zeigt auf, wie der optimale Risikoaufklärungsprozess bei Execution Only-Beziehungen, in der Anlageberatung und der Vermögensverwaltung für die Bank Linth LLB AG aussieht. Der erste Teil ermöglicht einen Überblick über die aktuellen gesetzlichen Rahmenbedingungen und die zukünftigen Entwicklungen im Bereich der Risikoaufklärung. Ausserdem werden die Risiken in Kundenportfolios sowie Methoden für deren Identifikation aufgezeigt. Als weiteren Aspekt wird auf die Ermittlung der Risikoaversion von Kunden anhand verschiedener Modelle eingegangen sowie die Risikomessung von Anlagestrategien diskutiert. Im zweiten Teil wird der bestehende Risikoaufklärungsprozess der Bank Linth LLB AG kritisch durchleuchtet und Optimierungsempfehlungen abgegeben. Dieser Teil beinhaltet auch die Überprüfung, ob Teile des Risikoaufklärungsprozesses in EDV-Systemen umgesetzt werden können. Anschliessend wird ein optimaler Risikoaufklärungsprozess ausgearbeitet und daraus entstehende Möglichkeiten zur Vertiefung der Kundenbeziehung aufgezeigt.

Entwicklung eines proprietären Modells, welches die Finanzmärkte mittels Chartanalyse untersucht und Selektionskriterien zur kurzfristigen Aktieninvestition erzeugt.

Diplomand	Dominic Vincenz
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Adrian Altherr
Auftraggeber	LGT Bank, Vaduz

Die Arbeit ist im Wesentlichen in drei Teile gegliedert. Im ersten Teil wird der Grundstein für die Konzeption des technischen Identifikationsmodells gelegt, indem mittels Literaturrecherche die Technische Analyse und insbesondere die Kopf-Schulter Formation thematisiert wird. Des Weiteren werden historische Chartformationen wie auch Studien zu Chartanalysen untersucht und deren Merkmale quantifiziert. Der zweite Teil bildet das Kernstück der Arbeit, die Entwicklung des proprietären Modells, basierend auf Microsoft Access sowie Visual Basic for Applications. Das Modell untersucht die Aktienkurse aller Unternehmen des S&P 500 nach Kopf-Schulter Formationen zwischen 2000 und 2011 und dokumentiert diese. Im dritten und letzten Teil geht es um das Backtesting des Modells. Dabei wird unter anderem ein Performancevergleich der erkannten Formationen mit dem S&P 500 Aktienindex hergestellt. Eine kritische Auseinandersetzung mit dem praktischen Nutzen des Modells rundet diese Arbeit ab.

Kundenbindung im Private Banking

Diplomand	Michael Vogt
Referent	Prof. Ivo Wallnöfer
Korreferent	Alexander Jörgler
Auftraggeber	UBS AG, Chur

Die Schweiz ist im Private Banking Geschäft einer der Spitzenreiter. Aus diesem Grund ist auch der Konkurrenzkampf massiv gewachsen. Einer dieser Akteure in diesem umkämpften Markt ist die UBS AG, mein Auftraggeber. Die Prozesse der Kundenbindung, aber auch der Kundenhaltung sind deshalb essentiell. Die Arbeit soll die vorhandenen Prozesse durchleuchten und somit helfen mögliche Schwachstellen aufzudecken. Die Arbeit besteht aus drei Teilen. Im ersten Teil werden aus der Theorie wichtige Erkenntnisse in Bezug auf diverse Krisenmodelle und den Prozess der Kundenbindung gewonnen. Um einen praktischen Aspekt in die Arbeit integrieren zu können, wird in Teil zwei durch diverse Interviews die IST-Situation bei der UBS AG in Chur aufgezeigt. Der dritte Teil der Synthese verbindet die vorangehenden Teile miteinander. Es werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Theorie und Praxis erarbeitet. Hierdurch wird es ermöglicht Schwächen und Stärken der IST-Situation aufzudecken und mögliche Handlungsempfehlungen abzugeben.

Kommunikationskonzept für die Berufs- und Höheren Fachprüfungen der Tertiärstufe B im Schweizerischen Bildungssystem

Diplomand	René Bless
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferentin	Christine Davatz
Auftraggeber	Schweizerischer Gewerbeverband
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Berufs- und Höheren Fachprüfungen sind in der breiten Öffentlichkeit kaum bekannt. Die Schweizer KMU-Wirtschaft ist auf Absolventen dieser berufspraktischen Abschlüsse angewiesen und verzeichnet einen Fachkräftemangel. Dieses Kommunikationskonzept will daher Mittel und Wege aufzeigen, den Tertiärbereich B des Schweizerischen Bildungssystems verständlich zu kommunizieren und dessen Image aufzuwerten. Am Anfang steht eine Situationsanalyse, welche die Ursachen der Problemstellungen erörtert und das kommunikative Umfeld beschreibt. Aus den Erkenntnissen wird die Kommunikationsstrategie konzipiert. Dabei werden die Dialoggruppen charakterisiert, die Ziele und die gewünschte Positionierung definiert sowie eine kreative Leitidee ausgearbeitet. Die folgende Massnahmenplanung folgt der strategischen Planung und beinhaltet einen Katalog an Kommunikationsmitteln sowie die Zeit- und Budgetplanung. Ein auf das Konzept abgestimmtes Monitoring soll schlussendlich die Zielerreichung sicherstellen.

Recycling Schweiz 2020 – Trends und deren Konsequenzen im Stahlschrottmarkt

Diplomandin	Zina Cavelti
Referent	Urs Kappeler, HTW Chur
Korreferent	Roger Vögele
Auftraggeber	Vögele Recycling AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Entsorg's mir! Die Schweiz kann im Recycling auf eine Erfolgsgeschichte zurückblicken und erreicht dadurch internationale Spitzenwerte. Doch wie sieht die Zukunft dieser glorreichen Story aus? Ziel dieser Arbeit ist es, Trends und Veränderungen im Schweizer Stahlschrottreycling aufzuzeigen und die daraus folgenden Konsequenzen für ein regionales Recyclingunternehmen abzuleiten. Dabei werden im ersten Teil der Arbeit die Abfallwirtschaft und die Recyclingsysteme der Schweiz erläutert. Anschliessend wird die aktuelle Situation der Stahlindustrie und des Stahlschrottmarkts im In- und Ausland beleuchtet. Die derzeit erkennbaren Trends und Veränderungen im Stahlschrott- und Stahlmarkt sind im zweiten Teil der Arbeit beschrieben. Der dritte Teil der Arbeit beinhaltet die Konsequenzen aus den Trends und den Veränderungen für ein Recyclingunternehmen. Dabei werden konkrete Handlungsempfehlungen für das Unternehmen Vögele Recycling AG erörtert. Die Arbeit wird mit einem Fazit abgerundet.

Herausforderungen in Bezug auf eine Geschäftsstellenoptimierungs-Strategie der GKB

Diplomandin	Gianna D'Assisi
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Dr. Patrick Caspar
Auftraggeberin	Graubündner Kantonalbank
Klassifikation	VERTRAULICH

Im Rahmen dieser Arbeit wurde die Geschäftsstellen-Strategie der Graubündner Kantonalbank (GKB) detailliert analysiert mit dem Ziel, die damit zusammenhängenden Herausforderungen zu verstehen und eine einheitliche Vorgehensweise von der strategischen Entscheidung bis zu ihrer Umsetzung zu entwickeln. Dabei wurde die Strategie der GKB bezüglich ihrem Filialnetz erläutert und auch das jetzige Vorgehen sowohl bei der Potenzialbeurteilung aller Geschäftsstellen als auch bei der Massnahmenumsetzung nach einem gefällten Schliessungsentscheid analysiert. Als theoretischer Hintergrund der Arbeit wurde das Stakeholder-Modell für das Verständnis der sich ergebender Herausforderungen als auch das Strategische Management und Change Management für die Implementierung der Strategie herangezogen. Anhand dieser Analysen und Theorien wurden ein Bewertungsraster zur einheitlichen Potenzialbeurteilung von Geschäftsstellen sowie ein Umsetzungskonzept zur reibungslosen Implementierung gefällter Entscheide entwickelt.

Betriebskonzept und Wirtschaftlichkeitsanalyse Biathlon Arena Lenzerheide

Diplomand	Marco Frattini
Referent	Prof. Urs Kappeler
Auftraggeber	Gemeinde Lantsch/Lenz
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Bachelor Thesis beschäftigt sich mit der Wirtschaftlichkeitsanalyse und dem Betriebskonzept für die Biathlon Arena in der Lenzerheide. Der Theorieteil basiert auf einer Sekundäranalyse. Darin wurden die verschiedenen Wirtschaftlichkeitsvarianten, welche entweder den quantitativen oder den qualitativen Verfahren angehören, analysiert und die für die Investition beste Methode ausgewählt. Nach der Durchführung der Wirtschaftlichkeitsanalyse, wurden die daraus resultierenden Ergebnisse für die Erstellung des Betriebskonzeptes verwendet. Ziel der Arbeit war es, zu überprüfen, ob die Anlage gewinnbringend und finanziell unabhängig von der Gemeinde Lantsch/Lenz geführt werden kann. Im Betriebskonzept werden konkrete Massnahmen aufgestellt, um die Rentabilität garantieren zu können. Das Hauptaugenmerk wurde auf die Kommunikationsstrategie gelegt. Als Abschluss der Arbeit wurden die Planerfolgsrechnungen für die Perioden von 2014 bis 2018 erstellt.

Erarbeitung der Nachfolgeplanung bei der Sport Heinrich AG

Diplomandin	Sarina Heinrich
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Gisep Heinrich
Auftraggeber	Sport Heinrich AG, Scuol
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit ist im Wesentlichen in vier Teile gegliedert. Im ersten Teil wird eine Analyse der Ist- Situation durchgeführt. Es werden die persönlichen Verhältnisse innerhalb der Familie, die vertraglichen Bindungen und die Vermögensverhältnisse geklärt. Anschliessend wird im zweiten Teile der Arbeit, der Unternehmenswert der Sport Heinrich AG, anhand drei verschiedener Verfahren, Substanzwert-, Ertragswert- und dem Discounted Cash Flow-Verfahren, berechnet. Nachdem der Unternehmenswert kalkuliert wurde, folgt der dritte Teil, die Ausarbeitung der Lösungsvariante. Zuerst werden die verschiedenen Lösungsvarianten einander gegenübergestellt und anhand der Vor- und Nachteile, in Bezug auf die Sport Heinrich AG, abgewogen. Nachdem die idealste Variante eruiert wurde, wird die genaue Umsetzung, die steuerlichen Hintergründe und das weitere Vorgehen erläutert und beschrieben.

Vorstellung der Blue Ocean Strategy und Entwicklung einer solchen Strategie für das Unternehmen MEDvac Est., Balzers

Diplomand	Silvano Röllin
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Eduard Röllin
Auftraggeber	MEDvac Establishment
Klassifikation	VERTRAULICH

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Theorie der Blue Ocean Strategy und der Entwicklung einer solchen Strategie für das internationale Handelsunternehmen MEDvac Est. mit Sitz in Balzers, Liechtenstein. Das Unternehmen ist in der Induktionsgeräte-Branche tätig. Primäres Ziel dieser Bachelorarbeit ist die Entwicklung einer umsetzbaren Strategie zur Eroberung blauer Ozeane. Zudem wird den Fragen nachgegangen, ob durch die Entwicklung einer Blue Ocean Strategy für MEDvac Est. einen Mehrwert geschaffen werden kann und ob durch die Analyse des Geschäftsmodells die Ertragskraft langfristig gestärkt werden kann. Zudem wird geprüft, ob der neue Strategieansatz Blue Ocean besser für MEDvac Est. als die herkömmlichen Wettbewerbsstrategien nach Porter geeignet ist. Die Fragestellungen werden auf der Grundlage von Literatur und der Situationsanalyse beantwortet. In der Situationsanalyse wird sowohl das Geschäftsmodell als auch die Umwelt des Unternehmens in Anlehnung an den strategischen Problemlösungsprozess analysiert.

Krise der Schweizer Landgastronomie: Die volkswirtschaftliche Bedeutung von ländlichen Gaststätten und was gegen deren Rückgang getan werden kann

Diplomandin	Kathrin Schmocker
Referent	Prof. Urs Kappeler
Auftraggeber	Alexander Zwingli

Die gesamte Gastronomiebranche befindet sich seit einigen Jahren in einer massiven Krise. Der Abwärtstrend hält an, die durchschnittlichen negativen Betriebsergebnisse steigen jährlich. Während in städtischen Gebieten ein Überangebot an Restaurants besteht, kämpfen die ländlichen Gemeinden mit einem stetigen Rückgang ihrer traditionellen Landgasthöfe und Dorfbeizen.

In dieser Arbeit wird die volkswirtschaftliche Bedeutung von ländlichen Gaststätten im kulturellen, sozialen, wirtschaftlichen und gemeindespezifischen Bereich untersucht sowie den Ursachen für den Rückgang auf den Grund gegangen. Des Weiteren werden die Erfolgsfaktoren aufgezeigt, die ein Betrieb aufweisen muss, um rentabel zu wirtschaften. In einem letzten Teil werden mögliche Lösungsansätze diskutiert, die zum Erhalt der ländlichen Gastronomiebetriebe beitragen können und ein Modell erarbeitet, wonach die Aufrechterhaltung einer Gaststätte oder die Wiedereröffnung eines geschlossenen Betriebes gewährleistet werden kann.

Korruption als Risiko in einem Familienunternehmen

Diplomand	Michael Tschirky
Referent	Prof. Urs Kappeler
Korreferent	Gernot Dresch
Auftraggeber	Hilti AG
Klassifikation	VERTRAULICH

In den letzten Jahren haben viele Unternehmungen als Reaktion auf öffentlichkeitswirksame Korruptionsskandale (wie zum Beispiel Siemens, Daimler, MAN und ABB) damit begonnen, eine Compliance-Struktur aufzubauen, um den gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften gerecht zu werden. Einige Unternehmen haben darüber hinaus erkannt, dass das Setzen von Verhaltensregeln nicht nur positiv für die Aussenwirkung des Unternehmens ist, sondern darüber hinaus auch als möglicher Erfolgsfaktor angesehen werden kann. Denn für ein Unternehmen kann ein Reputationsschaden oder ein Verstoss gegen geltende Compliance-Vorschriften ein Schaden in Millionenhöhe verursachen.

Unternehmensnachfolge J.P. Müller AG

Diplomand	Renato Wiget
Referent	Prof. Urs Kappeler
Auftraggeber	J.P. Müller AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Zuerst werden die wesentlichen Aspekte und Erfolgsfaktoren einer Unternehmensnachfolge sowie die Ausgangslage des Auftraggebers und seiner Unternehmung beleuchtet. Im darauffolgenden Teil werden in Bezug auf die Unternehmung Stärken/Schwächen sowie Chancen/Gefahren anhand einer Unternehmens- und Umweltanalyse ermittelt. Der Fokus richtet sich dabei auf die folgenden Teilbereiche: Finanzen, Märkte und Produkte, Marketing, Personelles/Organisation/Infrastruktur und rechtliche/steuerliche Aspekte. Im dritten Teil erfolgt die Unternehmensbewertung mittels Discounted-Cashflow- und Mittelwert-Verfahren inklusive Ergebnisanalyse und Erklärung von möglichen Differenzen zwischen den einzelnen Bewertungsmethoden. Im letzten Teil der Arbeit werden mögliche Finanzierungsformen einer Unternehmensübernahme erläutert und mit Beispielen veranschaulicht. Diese vier Teile bilden die Grundlage für die Ausarbeitung eines strategischen Nachfolgepapiers zuhanden des Auftraggebers sowie für die Beantwortung der Frage, ob die Nachfolge gemäss den Wünschen des derzeitigen Inhabers realisiert werden kann.

Mitarbeiterbindung Weisse Arena Gruppe

Diplomandin	Rahel Bauer
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferentin	Christina Darms
Auftraggeber	Weisse Arena Gruppe, Laax

Mit dieser Arbeit sollen die Bedürfnisse der Mitarbeitenden um längerfristig bei der Weissen Arena Gruppe zu bleiben, anhand einer Mitarbeiterumfrage analysiert werden. Das Ziel der Arbeit besteht darin, Lösungsansätze für die Weisse Arena Gruppe zu erarbeiten, um ganzjährige Mitarbeitende sowie Mitarbeitende der Wintersaison längerfristig an das Unternehmen zu binden. Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus einem Theorieteil und einem Praxisteil zusammen. Im ersten geht darum, eine theoretische Grundlage für das Thema zu entwickeln. Die Begriffe Motivation, Mitarbeiterbindung sowie Mitarbeiterzufriedenheit werden näher erläutert. Zudem wird die Bedeutung der Mitarbeiterbindung für das Unternehmen sowie die Einflussfaktoren für die Mitarbeiterbindung dargelegt. Im praktischen Teil sollen die Ergebnisse der Mitarbeiterumfrage aufgezeigt werden und mögliche Lösungsansätze für die Weisse Arena Gruppe erarbeitet werden. Abschliessend werden diese auf Machbarkeit und Nutzen überprüft.

Implementierung einer Balanced Scorecard (BSC) als strategisches Führungsinstrument für eine urologische Klinik

Diplomand	Roy Gablinger
Referent	Jules Landolt
Korreferent	Dr. Roger Gablinger
Auftraggeber	Uroviva AG

Das Gesundheitswesen ist eine sehr änderungsintensive Branche. So führte die Einführung des neuen Vergütungssystems (Swiss DRG) zu einem erhöhten Wettbewerb unter den Spitälern. Die Aufgabe eines jeden Spitals ist es nun, langfristige Wettbewerbsvorteile zu schaffen. Dabei bietet sich die Implementierung der Balanced Scorecard als Führungs- und Managementinstrument regelrecht an. Ziel dieser vorliegenden Arbeit ist die Erstellung einer solchen Balanced Scorecard für die urologische Klinik Uroviva. Dabei wurde auf Basis der erarbeiteten Theorie und einigen qualitativen Interviews die Urovivaklinik intern und extern analysiert und in der Folge ein Lösungsvorschlag entwickelt.

Change Prozess – Aufbau eines mittleren Managements in der Aequator AG

Diplomandin	Corinne Oppliger
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferent	Marcel Lendenmann
Auftraggeber	Aequator AG, Arbon
Klassifikation	VERTRAULICH

In dieser Arbeit geht es um einen bereits begonnenen Veränderungsprozess, welcher aus dem Aufbau eines mittleren Managements in der Unternehmung Aequator AG besteht. Grund für die Notwendigkeit der Veränderung (Change) war das Wachstum des Unternehmens. Einige Personen waren mit der Ausgangslage des bisherigen Organigramms deutlich überlastet. Zudem änderte sich die strategische Ausrichtung des Unternehmens mit dem Leitbild und den Zielen nach dem Wechsel der Geschäftsführung. Um diese Änderungen besser an den einzelnen Mitarbeitenden zu bringen und die Stellen zu entlasten, entschied man sich ein mittleres Management aufzubauen.

Ziel dieser Arbeit ist es anhand einer Literaturrecherche aufzuzeigen, wie dieser Change Prozess erfolgreich durchgeführt werden kann und worauf geachtet werden muss. Des Weiteren werden Massnahmen und Instrumente aus der Literatur sowie aus Eigenaktivität erläutert, welche dem Unternehmen dazu dienen sollen, den Wandel erfolgreich durchzuführen. Ausserdem zeigen diese Möglichkeiten auf, welche die Innovationsfähigkeit des Unternehmens sowie die Attraktivität als Arbeitgeber steigern können.

Struktur- und Prozessoptimierung in Kleinunternehmen am Beispiel der Breu Mechanik AG

Diplomandin	Sara Risch
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent	Patrick Hummel
Auftraggeber	Breu Mechanik AG, Au
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Bachelor Thesis befasst sich primär mit einer Situationsanalyse der Breu Mechanik AG hinsichtlich der vorherrschenden Strukturen und Prozesse. Die Arbeit setzt sich aus drei Bestandteilen zusammen. Im ersten Teil wird die Ausgangslage auf Basis einer ersten Interviewrunde mit allen Mitarbeitenden des Kleinunternehmens ausgearbeitet sowie die theoretischen Grundlagen zusammengetragen. Darauf aufbauend wird eine ausführliche IST-Analyse vorgenommen. Hauptbestandteile der Analyse sind die Themen Change Management, Qualitätsmanagement, Managementstrukturen und Kommunikation. Als Datenerhebungsmethoden dienen eine zweite Interviewrunde mit allen Mitarbeitenden sowie ein Workshop. Auf dieser Basis werden im letzten Teil die zwei Handlungsfelder «Organisation» sowie «Führung und Kommunikation» eruiert und entsprechende Handlungsempfehlungen ausgearbeitet.

Führung intern und Wahrnehmung von aussen – ILG Inter Leisure Group AG

Diplomand	Patrick Tilhof
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferent	Ignazio Taormina
Auftraggeber	ILG Inter Leisure Group AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Diese Bachelor Thesis setzt sich mit dem Thema Führung einer Holdingorganisation auseinander. Um die wirtschaftlichen Ziele und eine gesteigerte Marktattraktivität der ILG Inter Leisure Group AG besser erreichen zu können, ist eine konsequente Führung der Unternehmensgruppe und der Mitarbeitenden notwendig.

Das Ziel dieser Arbeit ist es zum einen anhand einer Literaturrecherche die Besonderheiten einer Holding in Bezug zur Unternehmens- und Mitarbeitendenführung aufzuzeigen. Hierfür werden zuerst die unterschiedlichen Holdingkonzepte untersucht sowie eine Erläuterung des Modells der normativen Unternehmensführung durchgeführt. Anschliessend wird die Thematik der Führung von Mitarbeitenden und deren besondere Bedeutung für eine Holdingorganisation analysiert.

Zum anderen gilt es, einen Ist-Zustand darzustellen und durch die erarbeitete Theorie und eigene Vorschläge einen möglichen Soll-Zustand festzulegen. Hierfür werden geeignete Massnahmen und Instrumente anhand der Literatur und durch eigene Überlegungen entwickelt.

Abschliessend werden die erarbeiteten Ergebnisse auf ihren möglichen Nutzen und Machbarkeit überprüft. Aus dieser Überprüfung werden Handlungsempfehlungen an die Unternehmensleitung der ILG abgegeben, die zur zukünftigen Verbesserung der Zielerreichung beitragen sollen.

Relaunch des Betrieblichen Vorschlagswesens «WÜSION»

Diplomandin	Katrin Vetsch
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferenten	Christian Adolf, Daniela Angius-Braun
Auftraggeber	Würth International AG, 7000 Chur

Die Arbeit stellt mögliche Lösungen für die Erneuerung bzw. Reaktivierung des Betrieblichen Vorschlagswesens in der Firma Würth International AG vor.

Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen für ein funktionierendes Vorschlagswesen erläutert, bevor im zweiten Teil eine IST-Analyse der Situation durchgeführt wird. Diese basiert auf Gesprächen mit Mitarbeitenden, einer Kennzahlenanalyse sowie der Untersuchung des Prozesses durch die Verfasserin.

Anschliessend werden die möglichen Lösungsansätze vorgestellt. Diese werden aufgrund der theoretischen Grundlagen sowie Gesprächen mit anderen Unternehmen. Mittels Erläuterung der Vor- und Nachteile der Lösungsansätze wird deren Anwendung bei Würth International AG geprüft und eine erste Vorauswahl der möglichen Ansätze getroffen. Abgeschlossen wird die Arbeit mit einer persönlichen Empfehlung und dem Fazit der Verfasserin.

Anforderungen an die Berufsbildung im Umfeld des demografischen und gesellschaftlichen Wandels

Diplomandin	Daniela Wüst
Referent	Prof. Theophil Wyssen
Korreferent	Daniel Waldvogel
Auftraggeber	EMS-CHEMIE AG, Domat/Ems

Der demografische Wandel stellt Unternehmen im Personalbereich vor immer neue Herausforderungen. Ziel dieser Arbeit ist es, die Herausforderungen, die sich aus diesem Wandel für die EMS-CHEMIE AG im Bereich Berufsbildung ergeben, zu identifizieren. In einem weiteren Schritt, werden Massnahmen erarbeitet, welche die EMS-CHEMIE AG beim erfolgreichen Umgang mit diesen Herausforderungen unterstützen.

Zu diesem Zweck wurde die Entwicklung der Geburtenzahlen im Kanton Graubünden analysiert und die Zielgruppe, also die zukünftigen Lernenden, anhand des Generationenkonzepts charakterisiert. Um die Massnahmen auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abstimmen zu können, wurden zusätzlich über 250 Schüler, 130 Lernende und 120 Fachkräfte mit abgeschlossener Ausbildung befragt. Abgeleitet aus den Ergebnissen dieser Umfragen wurden Massnahmen für einzelne Lehrberufe, Massnahmen für den gesamten Lehrbetrieb und Marketingmassnahmen erarbeitet.

Marketingkonzept für die Gemeinde Triesenberg

Diplomandin	Anna-Karina Büchel
Referent	Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent	Franz Gassner (Fachsekretär Öffentlichkeitsarbeit / Informatik / Kultur)
Auftraggeber	Gemeindeverwaltung Triesenberg

Die Gemeinde Triesenberg ist bestrebt, ihren Anspruchsgruppen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit gute Dienste anzubieten. Daher spielt auch für die Gemeindeverwaltung das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige Rolle. Ziel der Arbeit ist, hierfür eine systematische Grundlage zu schaffen. Dazu analysiert sie zunächst die bestehenden Instrumente und Dienstleistungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Konkrete Verbesserungsmöglichkeiten leiten sich aus drei Blickwinkeln ab: zum einen durch eine systematische Literatur- und Internetrecherche, zum zweiten durch eine empirische Erhebung bei der Bevölkerung und drittens durch einen Vergleich der Gemeinde Triesenberg mit der Öffentlichkeitsarbeit der Gemeinde Triesen. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen werden Kommunikationsrichtlinien für die Kommunikation nach aussen festgelegt und durch zielführende Controlling-Massnahmen ergänzt. Die Realisierbarkeit der empfohlenen Massnahmen wird mittels Budgetierung und Ressourcenplanung belegt.

Office Branding bei der Graubündner Kantonalbank

Diplomand	Mauro Casellini
Referent	Heinz W. Schildgen
Korreferent	Jann Andrea Roffler
Auftraggeber	Graubündner Kantonalbank, Chur
Klassifikation	VERTRAULICH

Beim Projekt «Office Branding bei der Graubündner Kantonalbank» handelt es sich um das Ziel, den Unternehmensauftritt über die Microsoft Office Programme einheitlich zu gestalten und so im Markt stärker auftreten zu können. Anhand einer IST-Analyse über die Corporate Identity der GKB wird die aktuelle Situation umfassend aufgezeigt. Die Wünsche und Anregungen der Mitarbeitenden werden mit einer quantitativen und qualitativen Bedürfnisabklärung berücksichtigt und für die Handlungsempfehlung beigezogen. Im Rahmen einer SWOT- und Risikoanalyse werden die Chancen und Risiken eines standardisierten Office Brandings aufgezeigt. Um entsprechende Optimierungen vornehmen zu können, werden mehrere Tool Anbieter anhand eines Funktionenvergleichs und einer Nutzwertanalyse direkt miteinander verglichen. Mit Hilfe dieser Ergebnisse wird eine Handlungsempfehlung ausgesprochen und es werden Massnahmen zur Umsetzung der Organisation und zu einem nachhaltigen Management der Office Branding Lösung aufgezeigt.

Marketingkonzept Bergbahnen Obersaxen Mundaun

Diplomandin	Simona Caviezel
Referent	Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent	Josef Brunner
Auftraggeber	Bergbahnen Obersaxen Mundaun
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Bergbahnen Obersaxen Mundaun beabsichtigen, ihr Marketing auf eine zukunftsgerichtete, systematische Grundlage zu stellen. Ziel der Arbeit ist die Erarbeitung eines zeitgemässen Marketingkonzepts unter Berücksichtigung der hierfür zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel und der Zusammenarbeit mit der übergelagerten Tourismusorganisation sowie weiterer institutioneller Rahmenbedingungen. Der Analyseteil untersucht Kunden, Markt, Konkurrenz und Unternehmungsumwelt, leitet den strategischen Handlungsbedarf ab und zeigt verschiedene Möglichkeiten zur Weiterentwicklung des Marketings der Bergbahnen Obersaxen Mundaun auf, insbesondere mit Blick auf die Frage, ob das Marketing in-house betreut werden soll oder extern zu vergeben ist. Der Strategiegentscheid begründet die konkrete Ausgestaltung des Marketingmix, abgerundet durch Marketingbudget, Umsetzungsplanung und Controlling.

Marketing Büro Föllmi AG

Diplomand	Sandro Göbler
Referent	Roland Berger
Korreferent	Claudio Zala
Auftraggeber	Büro Föllmi AG, Wangs
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich mit dem Thema Marketing, angewandt auf die Büro Föllmi AG, auseinander. Dabei wurden spezifische Fragen definiert, auf welche besonders Bezug genommen werden sollte. Wie die Büro Föllmi AG wachsen könnte, stellte dabei die Hauptfrage dar. Diesbezüglich wurde eine Situationsanalyse erarbeiten, anhand derer eine Marketingstrategie und ein Marketingmix erstellt wurde. Da es sich bei der Büro Föllmi AG hauptsächlich um einen Dienstleistungsbetrieb handelt, wurde statt dem klassischen Marketingmix der erweiterte nach Magrath (1986) angewendet. Dieser erweitert den klassischen Marketingmix um die drei Bereiche Personalpolitik, Ausstattungspolitik und Prozesspolitik.

Potenzial und Zukunft von Marken anhand des Beispiels Hilcona

Diplomand	Fabian Grünenfelder
Referent	Heinz-W. Schildgen
Korreferent	Rico Grünenfelder
Auftraggeber	Hilcona AG, Schaan FL
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus fünf Teilen zusammen. Im ersten Teil wird die Ausgangslage erläutert. Dazu gehört eine aktuelle Einschätzung der Firma Hilcona sowie eine Gesamtmarktentwicklung für Convenience Pasta. Des Weiteren werden die Hauptkonkurrenten analysiert und bewertet. Im zweiten Teil wird aufgrund der Erkenntnisse der Ausgangslage eine quantitative und qualitative Bedürfnisabklärung erstellt. Die Resultate dieses Kapitels ergeben die Basis für den dritten Teil der Arbeit, in dem ein Szenario gewählt wird, das sich aus den Bedürfnissen der Konsumenten herauskristallisiert hat. Für dieses Szenario wird eine Strategie erarbeitet, welche die genaue Abgrenzung zu den Konkurrenten und die zukünftige Positionierung der Marke Hilcona im Markt für Convenience Pasta aufzeigen soll. Im vierten Teil wird ein angepasster Marketing-Mix erstellt, welcher noch einmal verdeutlichen soll, wie die Marke Hilcona am Markt agieren soll. Abgerundet wird die Arbeit durch eine Handlungsempfehlung sowie die persönlichen Erkenntnisse.

Evaluation und Einführungskonzept eines CRM Systems für die INTEGRA Biosciences

Diplomand	Simon Morscher
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Auftraggeber	INTEGRA Biosciences AG, Zizers
Klassifikation	VERTRAULICH

Das Ziel der Arbeit ist es ein für die INTEGRA geeignetes Customer Relationship Management (CRM) System zu evaluieren und ein Einführungskonzept zu erarbeiten. Im ersten Schritt werden die theoretischen Grundlagen von CRM Systemen erarbeitet. Danach werden die Anforderungen der INTEGRA an das CRM System mit Hilfe qualitativer Erhebungsmethoden wie Interviews und Workshops ermittelt und daraus ein geeignetes CRM System evaluiert. Für das ausgewählte CRM System wird mittels Theorie und weiterer qualitativer Erhebungen bei der INTEGRA ein passendes Einführungskonzept erarbeitet.

Social Media Auftritt der Marke Frisco – mit Fokus auf Facebook

Diplomandin	Christina Müller
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent	Roger Marquart
Auftraggeber	Nestlé Suisse S.A., Rorschach
Klassifikation	VERTRAULICH

In der Arbeit werden die theoretischen Grundlagen zur Nutzung, strategischen Anwendung und zur möglichen Messung sowie der Organisation von Social Media diskutiert. Aus diesen Erkenntnissen wird der strategische Ansatz zur Verwendung von Social Media für die Marke Frisco erarbeitet. Mit Hilfe einer quantitativen Umfrage werden das Nutzungsverhalten sowie die Bedürfnisse der Endkonsumenten ermittelt und daraus die Problembereiche des Facebookauftritts der Marke Frisco abgeleitet. Ergänzt werden diese Erkenntnisse durch Experteninterviews, welche helfen die Optimierungspotentiale und Umsetzungsempfehlungen im Social Media-Bereich für die Marke Frisco zu formulieren.

Marketingkonzept für die Bogn Engiadina Scuol (BES) SA

Diplomandin	Martina Peretti-Müller
Referent	Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent	Philipp Gunzinger
Auftraggeber	Bogn Engiadina Scuol (BES) SA, Scuol

Die Bogn Engiadina Scuol (BES) SA beabsichtigt aufgrund ändernder Rahmenbedingungen, ihr Marketing auf künftige Herausforderungen abzustimmen. Ziel der Arbeit ist daher die Erarbeitung eines ökonomischen, nachhaltigen und praxisrelevanten Marketingkonzepts, das ein solides Fundament für das zukünftige Marketing bereit stellen soll. Um zusätzliche, weiterführende Informationen und Erkenntnisse über das Bogn Engiadina zu erhalten und somit über eine bessere Entscheidungsgrundlage für die künftige Ausrichtung zu verfügen, wurden eine Reihe Experteninterviews durchgeführt. Ein weiterer Bestandteil der Arbeit ist die Reflektion der soeben getätigten Markenumstellung in Partnerschaft mit der Marke «graubünden». Diese soll reflektiert und mögliche Potenziale in die Lösungsansätze integriert werden.

Marketingkonzept für GEVAG

Diplomand	Roger Pfeiffer
Referent	Roland Berger
Auftraggeber	Gemeindeverband für Abfallentsorgung in Graubünden GEVAG, Untervaz

Das Ziel dieser Arbeit ist es, herauszufinden, wie das Image des GEVAG bei der regionalen Bevölkerung, den Gemeinden und der Politik ist und wie diese von einem positiven Darstellung des GEVAG überzeugt werden können. Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Der erste Teil ist der Analyseteil. Darin werden die wichtigsten Stakeholder dargestellt und die Wahrnehmung des GEVAG bei diesen durch Online Fragebogen erforscht. Aus der Analyse wird ein Schlüsselproblem definiert. Als nächstes folgt der empirische Teil. Hier werden andere Kehrtrichtverbrennungsanlagen per Telefon über das Image einer KVA und ihre Kommunikation mit den Kunden interviewt. Es wird geprüft, ob Lösungsansätze kopiert werden können. Die ersten beiden Teile dienen als Grundlage für den letzten Teil, die operative Umsetzung des Marketingkonzeptes. Darin werden Ziele, die Strategie, Massnahmen und eine Personal- und Budgetplanung dargestellt.

Marketing Konzept für Swiss Speed Badminton (SSB)

Diplomand	Martin Schenker
Referent	Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent	Michael Stampfli
Auftraggeber	Swiss Speed Badminton

Um die Wachstumspotentiale des Speed Badminton Sports ausschöpfen zu können, beabsichtigt der Verband Swiss Speed Badminton, sein Marketing auf eine zukunftsgerichtete und systematisch fundierte Grundlage zu stellen. Ziel der Arbeit ist daher die Entwicklung eines schlagkräftigen Marketingkonzeptes. Dazu trägt zunächst neben der Analyse der Ausgangslage und des Markts eine empirische Marktforschung bei. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse erlauben es, realistische Ziele zu definieren. Um diese Ziele zu erreichen, schlägt die Arbeit anschliessend Marktdurchdringungs- und Marktentwicklungsstrategien vor. Im kreativen Teil macht sie konkrete Vorschläge zur Gestaltung des Marketing-Mix. Zwei Instrumente erweisen sich hier als dominant: mit dem «Speed Badminton Kids Cup» und «Happenings» sowie den weiteren im Konzept beschriebenen Massnahmen kann die Bekanntheit der Sportart Speed Badminton nachhaltig gesteigert werden.

Marketingkonzept für den Verein Skateline Albula

Diplomand	Ruedi Schmid
Referent	Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Korreferent	Giorgio Bossi
Auftraggeber	Verein Skateline Albula
Klassifikation	VERTRAULICH

Der Verein Skateline Albula beabsichtigt, sein Marketing auf eine systematische und zukunftsgerichtete die Grundlage zu stellen, um seine längerfristige Kontinuität zu sichern. Der Analyseteil untersucht den Verein Skateline Albula als Unternehmung und stellt ihn dem bestehenden Markt, unter anderem der Konkurrenz gegenüber. Die Auseinandersetzung mit den Zielen des Vereins mit dem Eisweg in Surava begründen verschiedene Strategievorschläge, so insbesondere im Kernbereich der Positionierung, aufgrund welcher die Copy-Strategy festgelegt wird. Im kreativen Teil zeigt die Arbeit verschiedene Marketingmassnahmen auf und macht Empfehlungen zur Umsetzung. Abschliessend folgen die finanziellen Einschätzungen zum Projekt sowie Empfehlungen für das Controlling der Marketingmassnahmen.

Wahrnehmung des HC Davos bei der Churer Bevölkerung – eine Potenzialanalyse

Diplomand	Rico Schuon
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Korreferent	Marc Gianola
Auftraggeber	HC Davos Sport AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Das Management des HC Davos möchte mittelfristig mehr Zuschauer aus Chur für Spiele und Events des Vereins gewinnen. Das Ziel dieser Arbeit war es das ungenutzte Zuschauerpotenzial des HC Davos in Chur zu ermitteln. Um dieses Ziel zu erreichen wurden in Chur 500 Personen (zwischen 15-25 Jahren) nach ihrem Interesse an Eishockey sowie am HC Davos befragt. Die Umfrageergebnisse wurden in einer umfassenden Analyse dargelegt und aus diesen Handlungsempfehlungen für das Marketing des HC Davos abgeleitet. Diese Empfehlungen sollen als Grundlage für künftige Werbekampagnen des HC Davos am Standort Chur dienen.

Marketingkonzept für die Hotel Fidazerhof AG

Diplomandin	Livia Tomaschett
Referent	Prof. Dr. Ivan Nikitin
Auftraggeber	Hotel Fidazerhof AG, Fidaz
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Hotel Fidazerhof AG, welche in Fidaz im Bündner Oberland liegt, betreibt neben dem 3-Sterne Hotel ein öffentliches Restaurant sowie das Ayurveda Gesundheitszentrum und Spa. Ziel der Bachelorthesis ist die Erstellung eines Marketingkonzeptes. Das Konzept beinhaltet die detaillierte Analyse der Unternehmens- und Umweltsituation, legt die Marketingziele fest und mündet im Vorschlag einer passenden Marketingstrategie. Aufgrund der Strategie werden danach im Marketingmix Umsetzungsempfehlungen für die Steigerung und den Erhalt des Umsatzes gemacht. Die Budgetplanung sowie ein passendes Controlling für die Umsetzung der vorgeschlagenen Massnahmen bilden den Abschluss der Arbeit.

The Perfect Match: Welche Sponsoringengagements passen zu SkyWork

Diplomandin	Janine Crivelli
Referent	Jon Andrea Schocher
Korreferent	Steven Schüller
Auftraggeber	SkyWork
Klassifikation	VERTRAULICH

Der fortdauernde Wandel, sei es im technologischen oder im gesellschaftlichen Kontext, fordert von Unternehmen, sich im Konkurrenzkampf auf immer neue Arten zu profilieren. Die herkömmlichen Marketinginstrumente reichen seit längerer Zeit nicht mehr für die Kundenneugewinnung, Kundenbindung, Absatzsteigerung, Imagepflege etc. aus. Aus diesen Gründen suchten Marketingexperten neue Möglichkeiten, ihr Unternehmen sowie die angebotenen Produkte und Dienstleistungen der jeweiligen Zielgruppen näherbringen zu können. Eine ausgezeichnete Ergänzung zu den herkömmlichen Marketinginstrumenten wurde im Sponsoring gefunden, welches sich im Laufe der letzten Jahre zu einem beliebten Instrument im Bereich Unternehmenskommunikation etabliert hat.

Die vorliegende Arbeit untersucht, ausgehend von dieser Entwicklung, das Sponsoring des schweizerischen Flugunternehmens SkyWork. Ziel der Arbeit ist es, in Anwendung der theoretischen Grundlagen zur Entwicklung von Sponsoringkonzepten, ein möglichst erfolgversprechendes Gesamtsponsoringengagement für die Airline zu definieren. Daneben werden die Sponsoringengagements verschiedener europäischer Flugunternehmen, die bezüglich strategischer Ausrichtung und Grösse mit SkyWork verglichen werden können, untersucht und analysiert. Zusätzlich wird das Sponsoringengagement zwischen SkyWork und dem FC Thun diskutiert und einer kritischen Würdigung unterzogen.

Fit im Alltag – Konzipierung eines Events für den Migros-Genossenschafts-Bund im Bereich Gesundheitsprävention

Diplomandin	Susan Fröhner
Referent	Roland Anderegg
Korreferentin	Katja Alder
Auftraggeber	Migros-Genossenschafts-Bund
Klassifikation	VERTRAULICH

Aus welchem Grund investieren Unternehmen mit unterschiedlichen Massnahmen in die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden? Diese Frage wird durch die Analyse der demografischen Entwicklungen und den neuen Anforderungen, die durch die Veränderungen in der Arbeitswelt entstehen, beantwortet. Ebenso zeigt die Erörterung der entstehenden Kosten bei Krankheits- oder Unfallabwesenheiten die Notwendigkeit für die Unternehmen sich im Gesundheitsbereich zu engagieren auf. Der Migros-Genossenschafts-Bund (MGB) hat sich nun, neben diversen anderen Massnahmen, dazu entschieden, einen Event zum Thema Gesundheitsprävention zu organisieren, für welchen im Rahmen der Bachelor Thesis ein Eventkonzept erstellt wird. Es wird erklärt, wie sich der MGB über betriebliches Gesundheitsmanagement für Gesundheitsprävention und –förderung einsetzt. Dazu wird die Theorie mit der Praxis im MGB verbunden und erläutert, weshalb ein Event organisiert werden soll. Danach werden die notwendigen Elemente aus dem Eventmanagement dargestellt, die zur erfolgreichen Umsetzung eines Events beitragen. Aufbauend auf diesem theoretischem Wissen wird das Eventkonzept im praktischen Teil erstellt. Als ein methodisches Instrument wurde ein Workshop im MGB durchgeführt, um die interne Sichtweise in Bezug auf die Eventidee einzuholen. Ausserdem wurde Benchmarking betrieben, um in Erfahrung zu bringen, wie andere Unternehmen mit dem Thema Gesundheit umgehen. Am Schluss wurden weiterführende Empfehlungen abgegeben, die der MBG berücksichtigen sollte.

Evaluation und Optimierung der J+S Ausbildung in Graubünden

Diplomand	Stefan Müller
Referent	Dr. Franz Kronthaler
Korreferent	Thierry Jeanneret
Auftraggeber	graubündenSPORT

Rund zwanzig Prozent aller J+S-Leiterinnen und –Leiter, welche in den Jahren 2007 bis 2012 bei graubündenSPORT ihre J+S-Leiterausbildung absolviert haben, sind anschliessend entweder nicht in dieser Sportart als Leiterpersonen tätig geworden oder haben überhaupt keinen J+S-Kurs für Kinder und / oder Jugendliche geleitet. In dieser Arbeit werden die Gründe dafür erforscht und anschliessend Handlungsempfehlungen für graubündenSPORT, die kantonale Abteilung Sport des Amtes für Volksschule und Sport (AVS) und das Bundesamt für Sport formuliert. Dies geschieht basierend auf Sekundärdaten aus der Nationalen Datenbank für Jugend+Sport (NDBJS) und anschliessend auf der Analyse einer Befragung der nicht oder in einer anderen J+S-Sportart tätigen Leiterinnen und Leiter. In der Befragung werden von den Leiterinnen Gründe für das Absolvieren eines Leiterkurses, Gründe für eine anschliessende Nichttätigkeit und zusätzliche Motivationen, welche zum Leiten animieren würden, abgefragt. Daraus ergeben sich anschliessend Handlungsempfehlungen, welche zum Schluss präsentiert werden.

Chur Unihockey Arena: Machbarkeitsanalyse einer eigenen Halle für Chur Unihockey

Diplomand	Renato Schneider
Referent	Prof. Dr. Peter Tromm
Korreferent	Cornel Ehrler
Auftraggeber	Chur Unihockey
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Arbeit setzt sich aus drei Hauptteilen zusammen. Im ersten Teil liefert die Literaturrecherche allgemeine Informationen zu Sporthallen sowie zum Bau und Betrieb von Sporthallen. Des Weiteren wird speziell auf einige bestehende Sporthallen unterschiedlicher Grösse in der Schweiz eingegangen und die gegenwärtige Situation in Chur erläutert. Detaillierte Erkundigungen zu den baulichen Massnahmen und dem finanziellen Betrieb einer Sporthalle bilden den zweiten Teil. Zum Schluss werden die Anforderungen sowie die Vor- und Nachteile einer eigenen Halle dargelegt. Zudem werden Kooperationsmöglichkeiten, weitere Nutzungsmöglichkeiten und potenzielle Sponsoren geprüft. Die Finanzplanung mit einer Aufstellung der Investitions- und Betriebskosten befindet sich ebenfalls im letzten Teil.

Die Untersuchungen aus den Hauptteilen schaffen die Basis für die Beantwortung der zentralen Fragestellung der Arbeit, ob es für den Verein Chur Unihockey möglich ist, eine eigene Halle zu bauen und zu betreiben.

Gesellschaftliche Effekte von Sportgrossveranstaltungen auf den nationalen Breiten- und Nachwuchssport

Diplomandin Anita Weibel
Referent Jon Andrea Schocher
Auftraggeber Jürg Stahl, Brütten

In dieser Arbeit wird untersucht, wie Sportgrossveranstaltungen die Gesellschaft beeinflussen. Die Arbeit beginnt mit dem theoretischen Teil in welchem aufgezeigt wird, welche positiven aber auch negativen Auswirkungen im Rahmen von Sportveranstaltung der Einsatz von Volunteers, der Bau von Infrastruktur und die erfolgte Identitätsbildung haben. Danach wird erläutert, wie diese gesellschaftlichen Effekte sich auf die Entwicklung des Breiten- und Nachwuchssport auswirken. Dieser allgemeine Teil wird sodann illustriert durch konkrete Beispiele von vergangenen Events, an welchen diese Auswirkungen am grössten waren. Aus den Erkenntnissen des theoretischen Teils werden abschliessend konkrete Massnahmen und Strategien vorgeschlagen, die vor, während und nach der Veranstaltung ergriffen werden können um eine möglichst nachhaltige positive Wirkung auf die Gesellschaft allgemein und im Speziellen auf die Förderung des Breiten- und Nachwuchssports zu erreichen.

Sponsoring und Corporate Social Responsibility (CSR)

Diplomand Daniele Zanon
Referent Jon Andrea Schocher
Korreferent Steven Schüller
Auftraggeber SkyWork Airlines AG, 3123 Belp (BE)
Klassifikation VERTRAULICH

Neben der Erzielung eines wirtschaftlichen Erfolges wird heute von den Unternehmen erwartet, dass sie sich freiwillig der nachhaltigen Lösung sozialer und ökologischer Probleme annehmen. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung über die Gesetze hinaus wird als Corporate Social Responsibility bezeichnet. Das Ziel ist, eine Win-win-Situation für Unternehmen und die Gesellschaft herzuleiten. Die SkyWork Airlines AG, eine Schweizer Fluggesellschaft aus Bern, beabsichtigt, CSR-Massnahmen systematisch in ihre Geschäftstätigkeit zu integrieren. Mein Auftrag lautete, Handlungsempfehlungen für die Umsetzung einer CSR-Strategie zu erarbeiten und anhand eines Praxisbeispiels aufzuzeigen, wie ein klassisches Sponsoring-Engagement mit CSR-Aktivitäten kombiniert werden könnte. Zunächst werden die entsprechenden Themen anhand der Literaturrecherche vorgestellt. Im Rahmen von zwei Best Practice Beispielen werden nach der internen und externen Analysephase, CSR-Aktivitäten mit und ohne Sponsoring-Engagements veranschaulicht. Aus den gezogenen Schlüssen erfolgt danach die Definition der kritischen Erfolgsfaktoren. Zum Schluss werden die erarbeiteten Massnahmenempfehlungen zu Gunsten der SkyWork Airlines AG präsentiert.

Positionierung der Banken in der Zukunft (Schweiz) – Back to the basics

Diplomand	Mario Bernardini
Referent	Jules Landolt
Korreferent	Christian Gmür
Auftraggeber	Leonteq Securities AG

Die Zukunft der Finanzbranche und damit verbunden, wie sollen sich die Banken in Zukunft positionieren, ist ein hochaktuelles Thema, welches Wirtschaft und Politik beschäftigt. Der Schweizer Finanzplatz und insbesondere die Banken haben eine hohe Tradition und sind volkswirtschaftlich sehr wichtig. Was sind die Erfolgsfaktoren dahinter? Diese möchte ich in meiner Arbeit aufzeigen.

Die Bankenbranche ist seit der letzten Finanzkrise im Umbruch. Sie befindet sich im Transformationsprozess. Was hat sich seither alles verändert? Dieser Fragestellung gehe ich nach.

Veränderungen bedeutet Gefahr und Chance gleichzeitig. In meiner Abschlussarbeit möchte ich herausfinden, wie der Schweizer Bankenplatz die neuen Herausforderungen als Opportunität nutzen kann und welche Änderungen vorgenommen werden müssen um in Zukunft gestärkt agieren zu können. Denn der Bankensektor war in der Vergangenheit eine Erfolgsgeschichte und sollte es in Zukunft bleiben.

Mit demokratisch-solidarischer Kooperation Graubünden gestalten und im globalen Wettbewerb bestehen

Diplomand	Lukas Horrer
Referent	Dr. Eric Dieth
Korreferent	Andreas Cassee
Auftraggeber	Erklärung von Bern, Dienerstrasse 12, 8026 Zürich

Seit 2006 sorgt das Schlagwort ‚Alpine Brache‘ immer wieder für Diskussionen. Die Arbeit nimmt sich dem Konzept an und fragt am Beispiel von Graubünden, welche Zukunft ökonomisch schwache Regionen haben. Basierend auf dem ‚konsensorientierten sozialen Konstruktivismus‘ wird die Zukunft als offen betrachtet. Deshalb rekurriert die Arbeit nicht auf eine letztbegründende und rechtfertigende Wahrheit, sondern auf unsere Handlungen und die sie motivierenden Menschenbilder. Zwei mögliche Wege der Gestaltung der Zukunft werden beschrieben: Einerseits neoliberale Marktintegration und andererseits solidarisch-demokratische Kooperation. Die ihnen zugrundeliegenden Menschenbilder werden verglichen und einer Bewertung unterzogen. Anschliessend wird der Frage nachgegangen, was die unterschiedlichen Ansätze für die ‚Brache Graubünden‘ bedeuten. Als Fallbeispiel für die Auseinandersetzung zwischen Marktintegration und Kooperation beleuchtet die Arbeit das Gesetz über Tourismusabgaben (TAG). Der vom Schreibenden bevorzugte Weg in die Zukunft Graubündens stellt das Fazit der Arbeit dar.

Strategische Positionierung des Druckhaus Gremlich

Diplomand	Michael Horvath
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Auftraggeber	Druckhaus Gremlich, Winterthur
Klassifikation	VERTRAULICH

Im Rahmen meiner Bachelor Thesis an der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur Arbeit analysierte ich das Geschäftsmodell des Druckhaus Gremlich. Das Ziel der Arbeit war, dem Unternehmen eine konkrete Handlungsempfehlung zu geben, wie es sich auf dem Markt positionieren soll, und welche konkreten Schritte als nächstes sinnvoll sind. Zur Informationsanalyse führte ich zwei kurze Workshops mit dem Geschäftsführer des Betriebs, Florian Gremlich, durch. Das methodische Vorgehen orientierte sich dabei an Pümpin und Amann (2005). Die Resultate aller Analysen fasste ich auf einem Business Model Canvas zusammen, in Anlehnung an Osterwalder (2010). Auf Basis dieser Analyse arbeitete ich drei konkrete strategische Alternativen aus. Bei der strategischen Alternative 1 positioniert sich das Druckhaus Gremlich als Spezialist für den Druck von Karten für besondere Ereignisse wie beispielsweise Geburt, Hochzeit und Trauer. Dazu würden für solche Ereignisse spezialisierte Webportale erstellt. Bei der strategischen Alternative 2 ist der Fokus auf gegenwärtige Stärken. Es werden zusätzliche neue Dienstleistungen für Kleinbetriebe angeboten. Die strategische Alternative 3 bietet für Studierenden Komplettpakete im Bereich von Bachelor- und Masterarbeiten an. Teil dieser Dienstleistungen sind das Lektorat, die Formatierung und der anschließende Druck und die Bindung bis zur Abgabe der Arbeiten, wobei sich die Dienstleistungen modular zusammen stellen lassen. Nach detaillierter Ausarbeitung und Vergleich dieser drei Alternativen, stellt die Alternative 2 die sinnvollste Positionierung für die nähere Zukunft dar. Sie basiert auf den aktuellen Stärken, braucht nur ein Minimum an zusätzlicher Investition und es lässt sich mit dem aktuellen Kundenstamm weiter arbeiten. Aus der Perspektive der Nutzenpotentiale und der zu bildenden strategischen Erfolgspositionen, stellt dies die attraktivste Positionierung für das Druckhaus Gremlich dar.

Prozessoptimierung im EPR-System SAP R/3

Diplomand	Robin Jud
Referentin	Prof. Edith Jesenak
Korreferent	Hans Ulrich Bärtschi
Auftraggeber	Proto Chemicals AG
Klassifikation	VERTRAULICH

Der Auftraggeber ist mit der Herausforderung konfrontiert einen chemischen Herstellungsprozess im System SAP R/3 zu implementieren, welcher von der Struktur der restlichen Produktionsprozesse abweicht. Die bestehende Lösung erschwert ein transparentes Berichtswesen. Nach einer Vorstellung der unterschiedlichen Prozesse zeigt die Arbeit auf, wie das Berichtswesen verbessert werden kann. Zum einen über die Optimierung der bestehenden Abbildung des Prozess im System. Zum andern durch die Einführung einer offiziellen Lösung der SAP (Schweiz) AG. In der Arbeit wird für beide Alternativen eine theoretische Lösung aufgezeigt und die Vor- und Nachteile werden offengelegt. Den Abschluss der streng vertraulichen Arbeit bildet der methodische Entscheid, welcher im Rahmen einer Nutzwertanalyse zu einer Empfehlung führt.

Standortattraktivität für Jungunternehmen im Kanton Thurgau

Diplomand	Benjamin Kasper
Referent	Dr. Martin Werner
Korreferent	Christian Schöttli
Auftraggeber	Thurgauer Kantonalbank, Weinfelden
Klassifikation	VERTRAULICH

Aufgrund der Frage nach der Standortattraktivität für Jungunternehmen im Kanton Thurgau ermittelt die vorliegende Untersuchung die Standortfaktoren, die für die Standortwahl eines Jungunternehmers bzw. einer Jungunternehmerin im Kanton Thurgau relevant sind. Anhand der Beurteilung dieser Kriterien wird die Standortattraktivität erörtert, woraus das Potential bzw. die Massnahmen zur Verbesserung der Standortattraktivität abgeleitet werden. Methodisch basiert die Erhebung auf dem qualitativen Ansatz, konkret, dem leitfadensorientierten qualitativen Interview.

Die Untersuchung ergibt, dass sich der Kanton Thurgau in Bezug auf die relevanten Standortfaktoren durch eine positive Attraktivität auszeichnet. Trotzdem lassen sich aufgrund der Erhebung Optimierungsmassnahmen ableiten. Diese betreffen im Wesentlichen die Verbesserung der Unterstützungsangebote im Bereich Mentoring sowie im Bereich der Finanzierung.

Renovation von Immobilien im Oberengadin. Der Renovationsmarkt als neuer Ertragspfeiler der Graubündner Kantonalbank?

Diplomandin	Alexandra Kast
Referent	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Korreferent	Reto Coretti
Auftraggeber	Graubündner Kantonalbank
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Graubündner Kantonalbank beabsichtigt den Renovationsmarkt von Immobilien stärker zu bearbeiten. Mit dieser Bachelor Thesis wird dargestellt, wie der Zustand der Gebäude im Oberengadin heute ist, ob Renovationsbedarf an den Gebäuden besteht und ob Finanzierungspotenzial für die Graubündner Kantonalbank vorhanden ist. Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Einleitend wird der Kreis Oberengadin als Untersuchungsgebiet mittels einigen volkswirtschaftlichen Daten vorgestellt. Im ersten Teil werden Einflussgrößen von Renovationen und einige Renovationsstandards vorgestellt. Anschliessend wird der Gebäudepark im Kreis Oberengadin auf seine wesentlichen Merkmale untersucht und dargestellt. Ebenfalls fliessen die Ergebnisse der durchgeführten empirischen Untersuchungen in diese Darstellung mit ein. Verschiedene Einschätzungen von Fachpersonen, zum Thema Renovation von Immobilien im Oberengadin, werden erläutert. Abschliessend werden die aktuelle Ausgangslage der Graubündner Kantonalbank, Region St. Moritz, präsentiert und Handlungsempfehlungen für die Marktbearbeitung abgegeben.

Brain Drain im Engadin

Diplomandin	Andrea Anna Kunfermann
Referent	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Korreferent	Gian Reto Staub
Auftraggeber	UBS AG

Die Thesis ist in vier Hauptteile gegliedert. Zu Beginn wird der Raum Oberengadin, mit dessen vorherrschenden Begebenheiten in den Bereichen Arbeits-, Wohn- und Lebensraum, vorgestellt. Im theoretischen Teil wird beschrieben, was unter hochqualifizierten Personen zu verstehen ist. Anschliessend wird auf den Humankapitalabfluss und den Gewinn neuer Arbeitnehmer näher eingegangen und ermittelt, was gegen einen Brain Drain unternommen werden kann. Der empirische Teil, in Form qualitativer Interviews und einer quantitativen Umfrage, überprüft die theoretischen Ausführungen und gibt Aufschluss über die Lage in der Randregion Engadin. In einem letzten Teil werden der UBS AG St. Moritz konkrete Handlungsvorschläge im Kampf gegen den Humankapitalabfluss sowie die Gewinnung neuer Mitarbeiter unterbreitet. Neben Massnahmen für die Geschäftsstelle St. Moritz, werden ebenfalls UBS weite Empfehlungen und Verbesserungsvorschläge an die Gemeinden und die Tourismusregion Engadin formuliert.

Strategieumsetzung an einer Bildungsinstitution: Musikakademie Graubünden, Pre-Studium Jazz & Pop

Diplomand	Ursin I. Maissen
Referent	Dr. Curdin Derungs
Korreferent	Curdin Tuor
Auftraggeber	Bildungszentrum Surselva, Ilanz
Klassifikation	VERTRAULICH

Die Musikschule Surselva befindet sich vor grossen finanziellen Herausforderungen. Aus diesem Grunde wurde nach Möglichkeiten gesucht, die Attraktivität der Schule zu steigern. Aus dieser Lage heraus entstand die Idee eines Pre-Studiums für Jazz & Pop. Dieser soll die Teilnehmenden auf ein Musikstudium vorbereiten. Ein solches Angebot existiert bisher im Kanton Graubünden nicht und mit dem Besetzen dieser Nische versprechen sich die Verantwortlichen, ein attraktives Angebot zu lancieren.

In dieser Arbeit wird geprüft, ob die internen und externen Einflussfaktoren einer Realisation der Musikakademie Graubünden an der Musikschule Surselva ermöglichen. Dafür werden verschiedene Instrumente eingesetzt. Nebst einer Unternehmens- und Umfeldanalyse wurden verschiedene Exponenten der Formaziun Surselva und der Politik sowie die Lehrerschaft und die Schülerschaft der Musikschule Surselva befragt.

Elternzufriedenheit in Kindertagesstätten – Befragungskonzept und Evaluation am Beispiel KITAWAS

Diplomandin	Daniela Montalta
Referentin	Prof., Dr. Silvia Simon
Korreferentin	Dr. Claudia Zogg
Auftraggeber	KITAWAS, Azmoos

Im Namen der KITAWAS wurde der Auftrag für eine Online-Umfrage erteilt. KITAWAS steht für eine familien- und schulergänzende Kinderbetreuung in der Region Wartau, Sevelen und Sarganserland und verfolgt einen gemeinnützigen Zweck. Die KITAWAS wird in fünf Gruppen unterteilt und ist an drei Standorten vertreten. In den drei Kindertagesstätten inkl. Hort und Mittagstisch werden rund 160 Kinder im Alter zwischen 3 Monate und 16 Jahren betreut. Ziel der Umfrage ist die Elternzufriedenheit zu evaluieren und Massnahmen sowie Verbesserungsvorschläge abzuleiten. Die erstellte Auswertungshilfe soll vor allem bei weiteren Datenerhebungen als Hilfestellung dienen. Bei der Arbeit handelt es sich um eine Primäranalyse, wobei eine quantitative Befragung bei allen eingeschriebenen Eltern durchgeführt wurde. Um eine optimale und gruppenbezogene Auswertung zu erhalten, wurden zwei Fragebogen erstellt. Die Datenerhebung erfolgte während drei Wochen im Mai. Um auf die Online-Umfrage aufmerksam zu machen, wurden alle Eltern per Post angeschrieben.

Marktzugang zum Detailhandel Schweiz – Welche Faktoren erklären den schwierigen Marktzugang zum Detailhandel in der Schweiz?

Diplomand	Nermin Skenderi
Referentin	Dr. Tanja Zehnder
Korreferent	Prof. Dr. Ruedi Minsch
Auftraggeber	Economiesuisse, Hegibachstrasse 47, CH-8032 Zürich

Die Bachelor-Thesis ist in einen Theorie-, Analyse- und Praxisteil gegliedert. Im Theorieteil wird der Marktzugang und die Eintrittsbarrieren anhand von Modellen erklärt. Anschliessend wird ein Überblick über den Detailhandel Schweiz gegeben. Es wird verdeutlicht, was in den letzten Jahren geschehen ist und wie die gegenwärtige Situation aussieht. Ebenfalls werden die ausländischen Detailhändler, die gescheitert sind und die sich in der Schweiz etabliert haben, präsentiert. Im Kapitel 4 werden die Markteintrittsbarrieren diskutiert. Dafür wurden Interviews mit dem Top-Management der wichtigen Marktteilnehmer im Detailhandel geführt. Ebenfalls werden die Konsequenzen eines schwierigen Marktzuganges aufgezeigt. Zudem werden die Gründe analysiert, weshalb es die deutschen Discounter Aldi und Lidl es geschafft haben sich in der Schweiz zu etablieren und weshalb der französische Detailhändler Carrefour gescheitert ist. Auch die Unterschiede zwischen einem Marktzugang mit einzelnen Produkten und einem Marktzugang mit einem physischen Laden werden analysiert.

Informationswissenschaft

Studienleitung

Prof. Dr. Bernard Bekavac

Ist die Teaching Library sinnvoll?

Diplomandin

Gabriela Beuchat

Referent

Dr. Karsten Schuldt

Korreferent

Dr. Rafael Ball

Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist die Teaching Library. Die Teaching Library ist ein Modell zur Förderung von Informationskompetenz in und durch Bibliotheken. Die Teaching Library ist eine aktive Bibliothek, welche Veranstaltungen und verschiedene Angebote für unterschiedliche Zielgruppen anbietet.

Das Modell kam Anfangs der 2000er Jahre auf und konnte sich im Zusammenhang mit der PISA-Studie in Deutschland durchsetzen. Heute ist der Begriff in der Praxis fast verschwunden und taucht nur noch in der Fachdiskussion auf. Die verschiedenen Angebote der Bibliotheken zeigen aber, dass Informationskompetenz grosse Wichtigkeit besitzt und somit der Grundstein der Teaching Library umgesetzt wird.

Die genaue Betrachtung des Grundmodelles zeigt, dass eine grosse Schwäche der Teaching Library darin liegt, dass es keine klare Regeln und Vorgaben für das Modell gibt. Die Teaching Library muss neu initiiert werden, um wieder an Wichtigkeit zu gewinnen und nicht nur in der Theorie als Fachbegriff zu existieren.

Personalentwicklung in Universitätsbibliotheken – Mitarbeitende fit machen für die digitale Zukunft

Diplomandin
Referent
Korreferent

Senta Bindschädler
Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Dr. Karsten Schuldt

Die Personalentwicklung in Bibliotheken ist ein Thema, dem immer mehr Beachtung geschenkt wird. Im Zusammenhang mit den wachsenden Herausforderungen im digitalen und bibliothekarischen Bereich, werden grosse Anforderungen an das Bibliothekspersonal gestellt. Daher müssen die Bibliotheken die Mitarbeitende auf die neuen Aufgaben vorbereiten und ihnen allfällige Ängste nehmen. In dieser Bachelorthesis wird eine Auswahl von neuen Themen vorgestellt, wobei dargestellt wird, welchen Einfluss sie auf den Bibliotheksalltag haben. Der Hauptfokus liegt jedoch auf den Aspekten der Personalentwicklung, wobei eine IST-Analyse der Situation in Universitätsbibliotheken aus der Deutschschweiz anhand eines Leitfadeninterviews vorgenommen wird. Als Ergänzung wird Bezug auf Aus- und Weiterbildungsangebote genommen, die den Bibliotheksmitarbeitenden grundlegende Kenntnisse für den Umgang mit den neuen Aufgaben vermitteln. Für die Teilnehmenden am Interview wird in dieser Arbeit eine Handlungsempfehlung verfasst, die weiterführende Empfehlungen für die Personalentwicklung in Bibliotheken vermittelt.

Präsentation von elektronischen Medien in Bibliotheken

Diplomandin	Julia Blättler
Referent	Dr. Karsten Schuldt
Korreferent	Prof. Dr. Urs Dahinden

Bibliotheken die mit den sich rasant entwickelnden Veränderungen Schritt halten, bieten heute nicht nur physische, sondern auch elektronische Medien an. E-Medien sind eine sehr junge und sich immer weiter ausbreitende Technologie. E-Medien können nicht wie physische Medien im Regal präsentiert werden. Die Benutzer müssen mit speziellen Präsentationstechniken darauf aufmerksam gemacht werden, dass es in den Bibliotheken Medien gibt, die man nicht mit blossem Auge sehen kann.

In einer ersten Phase wurde Fachliteratur zum Thema im Web, in Fachdatenbanken und im Nebis-Katalog gesucht. Die Theoriegrundlage basiert auf der Masterthesis «Absentia in Praesentia?» von Janin Taubert (2013), welche im Frühjahr dieses Jahres erschienen ist. Sie bekam für ihre Masterthesis den b.i.t.-Innovationspreis (Bibliothek, Information, Technologie), da es die erste und detaillierteste Arbeit zu diesem Thema ist. Die Arbeit umfasst alle im Moment angewendeten Präsentationsmöglichkeiten von E-Medien in Bibliotheken. Der Fragebogen wurde mit Hilfe verschiedenster Fachliteratur formuliert und über das Umfragetool «2ask» erstellt. Die Basis für die Fragen waren die zu Beginn der Arbeit aufgestellten Fragestellungen und Thesen.

In der vorliegenden Arbeit «Präsentation von elektronischen Medien in Bibliotheken» werden unterschiedliche Möglichkeiten zur Präsentation von E-Medien in Bibliotheken beschrieben, wie z.B. Aufkleber, Aufsteller, digitale Bilderrahmen und Bibliothekskataloge. Durch die Bilder, welche jeder Methode beigelegt sind, kann der Lesende sich die verschiedenen Möglichkeiten besser vorstellen. Weiter wurde eine Befragung öffentlicher Gemeindebibliotheken und Kombinierten mittels Stichprobe, sowie eine Gesamtbefragung von öffentlichen Stadtbibliotheken, in der Deutschschweiz gemacht. Der hohe Rücklauf von 52% deutet auf grosses Interesse der Bibliotheken an diesem Thema hin. 36% der Bibliotheken bieten E-Medien an und von den 64%, welche keine E-Medien anbieten werden 52% solche in naher Zukunft anbieten. Fast ausnahmslos alle Bibliotheken bieten mehr als ein E-Medium an. 87% bieten drei E-Medien an, 71% sogar fünf. 61% der Bibliotheken bieten ihre E-Medien in einem Webkatalog an, 52% präsentieren mit Aufstellern. Die Bibliotheken die in Zukunft E-Medien anbieten, zeigen ähnliche Resultate. Nur gerade vier Bibliotheken, welche jetzt und in Zukunft keine E-Medien anbieten sind Stadtbibliotheken. Bei den Gemeindebibliotheken und Kombinierten sind es 21. Die Zusammenarbeit mit anderen Bibliotheken, oder der Anschluss an einen Verbund werden von 84% der anbietenden von E-Medien bestätigt. Das Anbieten von E-Medien in Zusammenarbeit ermöglicht so Einsparung von Kosten und ein umfassendes Angebot.

Entscheidungsunterstützende Informationssysteme als Kernelement einer integrierten Informationslogistik in Organisationen

Diplomand Manuel Blöchlinger
Referent Prof. Dr. Edzard Schade
Korreferentin Dr. Anna-Katherina Mayer

Der Erfolg einer Organisation in einem kompetitiven Umfeld hängt im Wesentlichen vom Zugang zu relevanten Informationen und der richtigen Entscheidungsfindung ab. Mit dem verbreiteten Einsatz von Computersystemen und der Speicherung grosser Datenmengen entstand in den 1960er-Jahren ein Bedarf für Informationssysteme zur Nutzung dieser Daten für die Entscheidungsunterstützung. In der vorliegenden Bachelor-Thesis wird aufgezeigt, wie sich die daten- und modellorientierten Systeme in den letzten 50 Jahren entwickelt haben. Die klassischen Ausprägungen werden unter der Bezeichnung «Management Support Systeme» kategorisiert. In den 1990er-Jahren wurden verschiedene Anwendungen zur Datenbereitstellung, Datenanalyse und Datenpräsentation unter dem Begriff «Business Intelligence» zusammengefasst. Dieses Konzept geniesst heute eine hohe strategische Bedeutung in grossen Organisationen. Insbesondere in der Vergangenheit zeigte sich jedoch, dass die Systeme die hohen Erwartungen nur teilweise erfüllen könnten. Die Gründe dafür werden aufgezeigt und erläutert. Aus den Erkenntnissen werden zentrale Voraussetzungen abgeleitet, die zum Erfolg eines Entscheidungsunterstützungssystems beitragen.

Anforderungen an ERP-Supportstrukturen im Umfeld einer multinationalen Unternehmung am Beispiel der SFS intec AG

Diplomand Raffael Bösch
Referent Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent Prof. Dr. Urs H. Naegeli

ERP-Systeme erleichtern Unternehmen die Abwicklung der täglichen Arbeit. Auftretende Probleme im Umgang mit dem System werden mittels Benutzerdokumentationen oder intraorganisationalen Supportstrukturen bewältigt. Ziel ist immer eine schnelle Problemlösung in kürzester Zeit.

Die vorliegende Arbeit setzt sich mit diesen Supportstrukturen und Benutzerdokumentationen für ERP-Systeme auseinander. Sie zeigt auf, welche theoretischen Anforderungen Supportstrukturen und Benutzerdokumentationen erfüllen müssen, um vom Anwender akzeptiert und verwendet zu werden. Weiter werden praktische Anforderungen von Mitarbeitern der SFS intec AG erhoben, mit anderen Firmen verglichen und durch weitere Studien ergänzt. Neben den theoretischen und praktischen Anforderungen wird Enterprise 2.0 vorgestellt, womit Web 2.0-Prinzipien in den unternehmensinternen Kontext integriert werden. Dank der verfügbaren Web 2.0-Werkzeuge können die erhobenen Anforderungen an Benutzerdokumentationen und Supportstrukturen abgebildet werden. Die Arbeit zeigt auf, wie der Wandel zu einem Enterprise 2.0 gelingt und wie Faktoren wie Motivation der Mitarbeiter, Unterstützung des Managements oder die Unternehmenskultur über Erfolg oder Misserfolg entscheiden.

Welche Verbandszeitschrift wünschend sich die Mitglieder des BIS?

Diplomandin	Sarah Carbis
Referent	Prof. Dr. Urs Naegeli
Korreferent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler

Arbido ist das gemeinsame Publikationsorgan des Berufsverbands Bibliothek Information Schweiz (BIS) und des Vereins Schweizerischer Archivarinnen und Archivare (VSA). Seit einiger Zeit vernahm der Vorstand des BIS kritische Stimmen, welche sich negativ zur aktuellen Form von Arbido äusserten. Die Zeitschrift soll demnach den Ansprüchen der Leser nicht mehr Rechnung tragen können. Aus diesem Grund hat der Vorstand eine Umfrage in Auftrag gegeben, welche den Hauptbestandteil der hier vorliegenden Arbeit darstellt. Anhand der Umfrage der BIS-Mitglieder soll eruiert werden, welche Verbandszeitschrift sich die Mitglieder künftig wünschen. Um Kenntnisse über diesen Sachverhalt zu erlangen, werden zwei Methoden der empirischen Sozialforschung eingesetzt. Zum einen ist dies das Experteninterview, zum anderen die schriftliche Befragung. Die Resultate dieser Befragung werden dem Vorstand des BIS als Handlungsempfehlung übergeben.

Erschliessung von Bildbeständen – Best Practice?

Diplomandin	Lill-Isabelle Ciesla
Referent	Dr. Michel Pfeiffer
Korreferent	Prof. Bruno Wenk

In der heutigen Gesellschaft nehmen fotografische Darstellungen einen immer breiteren Raum ein und lösen teilweise sogar die Schriftlichkeit des öffentlichen Gedächtnisses ab. Es gilt mit jedem Jahr eine noch grössere Bilderflut zu bewältigen, um Erinnerungen für zukünftige Generationen zu erhalten. Um diejenige Bildbestände herauszufiltern, die für das kollektive Gedächtnis unverzichtbar scheinen, bedarf es einer strikten Auswahl, denn keine Institution ist heute mehr in der Lage alle potenziellen Bildbestände aufzubewahren. Jede Gedächtnisinstitution muss sich auf bestimmte Sachgebiete, seien sie geographischer oder thematischer Art, beschränken. Dazu bedarf es klarer Kriterien, die vor Eingang eines jeden Bildbestandes hinterfragt werden müssen.

Die hier vorgestellte Arbeit beschreibt einen möglichen Prozess zur Erschliessung von Bildbeständen. Sie ist aufgegliedert in die beiden Kapitel «Kriterien zum Übernehmeeentscheid» und «Bestandsanalyse». Dabei werden die jeweiligen Kriterien, die Archivare abwägen müssen, vorgestellt und miteinander verglichen. Den Abschluss der Arbeit bildet ein Ausblick auf mögliche Nutzungsperspektiven sowie eine Reflexion und ein Fazit aus den vorgängig vorgestellten Überlegungen.

Entstehung einer OPAC-integrierten Bibliothekswebsite mit dem Webportal OPEN

Diplomandin	Isabelle Cladé
Referent	Prof. Buno Wenk
Korreferent	Dr. Karsten Schuldt

Im Zentrum der Arbeit steht die Erarbeitung einer Website zweier Stadtbibliotheken mit dem neuen Webportal OPEN am Beispiel der Stadtbibliotheken beider Rheinfeldens (D/CH). Dazu wird erläutert wie wichtig die Beachtung der Usability und der User Experience für den Relaunch sind und wie weit dies in OPEN möglich ist. Mit OPEN kann der OPAC in die Website integriert werden, dabei zeigen Praxisbeispiele den bisherigen Einsatz von OPEN. Der Relaunch wird über den Projektstart, die Ist-Analyse der Stadtbibliotheken und deren Websites, eingeleitet. Die Erkenntnisse daraus legen den Grundstein für die Erarbeitung der Menüstruktur und Zielgruppendefinition. Das agile Vorgehen Scrum wird für die Umsetzung eingesetzt. Scrum unterstützt mit der iterativen Vorgehensweise die Auseinandersetzung zweier verschiedener Bibliotheksansprüche. Das Product Backlog und das Sprint Backlog dienen als Werkzeuge für die laufende Anforderungsanpassung.

Crowdfunding: Möglichkeiten und Grenzen für einen Zeitungsverlag

Diplomand	Simon Collenberg
Referent	Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent	Dr. Karsten Schuldt

Gegenstand dieser Arbeit ist Crowdfunding im Journalismus. Hierbei handelt es sich um ein Phänomen, bei dem der Zeitungsverlag über eine Internetplattform Spendenbeiträge für die Finanzierung von journalistischen Projekten einsammelt.

In dieser Arbeit wird das Phänomen Crowdfunding vorgestellt und auf die Erfahrungen, die damit gemacht wurden, eingegangen. Des Weiteren untersucht die Arbeit, ob Crowdfunding ein mögliches Instrument für die Finanzierung der Produkte eines Zeitungsverlags darstellt und ob eine Zusammenarbeit mit den im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Crowdfunding-Plattformen aus der Sicht eines Zeitungsverlags Sinn macht.

Die Arbeit kommt zum Schluss, dass Crowdfunding sich nur für die Finanzierung von einzelnen Produkten eignet. Der Grund hierfür liegt darin, weil im Falle einer Crowdfunding-Kampagne viele neue Aufgaben hinzukommen, die für einen Zeitungsverlag mit neuen Kosten verbunden sind. Des Weiteren zeigen mehrere Analysen, dass eine Zusammenarbeit zwischen einem Zeitungsverlag und den Crowdfunding-Plattformen wenig Sinn macht, weil die meisten davon ein kleines Angebot an finanzierten Reportagen aufweisen.

Medienzugang und Medieninfrastruktur in Alter- und Pflegeheimen im Kanton Bern

Diplomandin	Myrtha Dick
Referent	Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferentin	Dr. Anna-Katherina Mayer

Die vorliegende Bachelor-Thesis beschäftigt sich mit dem Medienzugang und der Medieninfrastruktur in Alters- und Pflegeheimen im Kanton Bern. Auch das Kommunikationsverhalten und die Nutzung von IKT werden eruiert und dargelegt. Die Daten wurden aufgrund einer Studie erhoben, bei der zehn Heimleitende von Alters- und Pflegeheimen im Kanton Bern interviewt wurden.

Das Medienangebot in den unterschiedlichen Institutionen ist betreffend der klassischen Medien nahezu identisch. Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften spielen im Alltag der Bewohnenden eine wichtige Rolle und haben einen hohen Stellenwert. Durch die Mediennutzung ist es den Bewohnenden möglich weiterhin am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben und auf dem neusten Stand zu bleiben. Ausserdem bietet der Konsum der Medien eine willkommene Abwechslung und hilft ihnen bei der Strukturierung ihres Alltags. Neue Medien sind in den Alters- und Pflegeheimen nur vereinzelt vorhanden. Die Heimleitenden begründen dies mit dem fehlenden Interesse seitens der Bewohnenden, halten aber auch fest, dass mit der nächsten Generation wohl eine flächendeckende Internutzung Einzug in den Alters- und Pflegeheimen halten wird.

Betreffend das Kommunikationsverhalten der Bewohnenden lässt sich zusammenfassend festhalten, dass persönliche Gespräche und Face-to-Face Kommunikation sehr geschätzt werden. Die Hauptmotivation sich mit neuen Kommunikationsmitteln auseinanderzusetzen lässt sich stark auf Impulse durch die Angehörigen zurückführen.

Die Zukunft des Fachreferats: Eine Analyse von bibliothekarischen Konzepten aus dem englischen Sprachraum und ihre Anwendbarkeit auf die Situation des Fachreferats in der Schweiz

Diplomandin
Referent
Korreferent

Andrea Dietiker
Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Dr. Rafael Ball

Gegenstand dieser Bachelorarbeit ist die Zukunft des Fachreferats in der Schweiz. Wissenschaftliche Bibliotheken und damit auch ihre Mitarbeitenden stehen weltweit vor grossen Herausforderungen, bedingt durch technische Entwicklungen, verändertes Nutzerverhalten und Budgetkürzungen. Das Fachreferat in der Schweiz ist noch nicht bedroht. Aufgaben wie Erwerbung, Erschliessung und Informationskompetenzvermittlung haben einen hohen Stellenwert. Zusätzlich sollen Fachreferenten in Zukunft eine Brückenfunktion zwischen Bibliothek und Wissenschaft einnehmen. Die Konzepte des «Liaison Librarian» und des «Embedded Librarian» sind Ansätze, wie diese Brückenfunktion aussehen könnte. Sie weisen dem Bibliothekar eine aktive Rolle beim Kontakt mit Studierenden, Professoren und Wissenschaftlern zu. Dadurch erkennt er die Nutzerbedürfnisse, kann massgeschneiderte Leistungen anbieten und demonstriert auf diese Weise den Wert der Bibliothek. Der Einsatz dieser Konzepte ist in der Schweiz denkbar und sinnvoll. Für eine erfolgreiche Einführung sind die organisatorische Rahmenbedingungen, die Unterstützung des Fachreferenten durch die Bibliotheksleitung sowie die Fähigkeiten und Eigenschaften des Bibliothekars ausschlaggebend.

Open Innovation in Bibliotheken – eine Konzeptstudie zuhanden der ETH-Bibliothek Zürich

Diplomand
Referent
Korreferent

Matthias Dudli
Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Prof. Bruno Wenk

Der Innovationsdruck auf Bibliotheken ist in den vergangenen Jahren gestiegen. Ein vielversprechender Ansatz, um dieser Herausforderung zu begegnen, ist Open Innovation. Durch eine Öffnung der Innovationsprozesse kann der Kreis jener Personen vergrössert werden, welche mit ihrem Wissen und ihrer Kreativität zu Innovationen beitragen.

Kernstück dieser Bachelorthesis ist die Auswertung von Experteninterviews, die mit Vertretern von sechs wissenschaftlichen Bibliotheken sowie mit dem Leiter des Innovationszentrums St. Gallen geführt wurden. Einzig die ZBW Kiel und die UB Bern setzen bereits heute explizit auf Open Innovation. Allerdings wurden auch in anderen Bibliotheken schon Werkzeuge eingesetzt, mit welchen das Potential Externer genutzt werden kann. Eine Mehrheit der Expertinnen und Experten hält Open Innovation auch im Bibliothekumfeld für ein taugliches Konzept. Von den klassischen Open Innovation-Instrumenten erhalten der Ideenwettbewerb und die Lead User-Methode am meisten Zustimmung.

Ein weiterer Teil der Arbeit ist den Internetplattformen gewidmet, mit denen sich Ideenwettbewerbe durchführen lassen. Fünf Produkte wurden untersucht.

Übernahme von born-digital Fotobeständen und Fotografen-nachlässen ins Archiv

Diplomandin	Verena Gerber-Menz
Referent	Dr. Michel Pfeiffer
Korreferent	Prof. Dr. Urs Dahinden

Die Erfindung der Fotografie ermöglichte es, die Gegenwart in Bildern festzuhalten und so ein visuelles Bild der Gesellschaft an nachfolgende Generationen zu übermitteln. Die Bewahrung dieses Kulturerbes ist eine wichtige Aufgabe von Gedächtnisinstitutionen. Mit der Einführung der Digitalfotografie in den 1990er Jahren hat sich diese Aufgabe fundamental verändert. Gelangten fotografische Bestände bis dahin in analoger Form ins Archiv, so werden sie zukünftig als Bitstream oder auf verschiedenen Speichermedien übernommen werden. Problematisch sind dabei die von Fotografen verwendeten unterschiedlichen Dateiformate, Metadaten und Ordnungssysteme. In den Gedächtnisinstitutionen sind noch wenige Kenntnisse auf diesem Gebiet vorhanden. Anhand einer Literaturanalyse und Experteninterviews wurden mögliche Lösungswege für die Übernahme solcher Bestände ermittelt. Die archivseitigen Voraussetzungen und Bedürfnisse wurden am Beispiel des Staatsarchivs des Kantons Bern ermittelt, während die Arbeitsweise der Fotografen hinsichtlich Bildarchivierung mittels einer standardisierten Befragung untersucht wurde. Aus der Gegenüberstellung der Ergebnisse wurde ein Leitfaden für die Übernahme von born-digital Fotobeständen entwickelt.

Sammlung, Vermittlung und Langzeitarchivierung von elektronischen Publikationen am Beispiel der Online-Raetica an der Kantonsbibliothek Graubünden

Diplomandin	Simona Giossi
Referent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Prof. Dr. Bernard Bekavac

Die hier vorgestellte Bachelorthesis des Studienganges Information Science befasst sich mit dem Thema Sammlung, Vermittlung und Langzeitarchivierung von elektronischen Publikationen am Beispiel der Online-Raetica an der Kantonsbibliothek Graubünden. Anhand einer Recherche auf den Webseiten der Kantonsbibliotheken wurden keine Hinweise für Lösungsansätze eines ähnlichen Vorhabens gefunden. Um den Stand der Forschung darstellen zu können, wurden Nationalbibliotheken im europäischen Raum auf Lösungen zum Sammeln, Vermitteln und Archivieren von elektronischen Publikationen untersucht. Die Nationalbibliotheken arbeiten mit automatisierten Verfahren und gehen Kooperationen mit anderen Institutionen ein. Weiterhin wurden Experteninterviews mit zwei Kantonsbibliotheken, mit einem Staatsarchiv und mit der Schweizerischen Nationalbibliothek durchgeführt. Aus den Ergebnissen entstand eine allgemeine Handlungsempfehlung für Kantonsbibliotheken, welche am Beispiel der Online-Raetica für die Kantonsbibliothek Graubünden angewendet wurde. Der Fokus wurde auf Vorschläge für das Erarbeiten einer elektronischen Sammelrichtlinie sowie auf rechtliche Fragen beim Vermitteln der elektronischen Publikationen gestellt. Die Langzeitarchivierung wurde nur am Rande behandelt.

Digitale Hausarztanbindung im Hinblick auf das elektronische Patientendossier – am Beispiel des Universitätsspitals Zürich

Diplomandin Barbara Haller
Referent Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent Prof. Dr. Urs Naegeli

Die Informationsgesellschaft macht auch vor dem Gesundheitswesen keinen Halt. Die digitale Vernetzung bringt mit dem Begriff eHealth und der Strategie des Bundes zu diesem Thema, eine neue Aufgabe an alle Gesundheitsdienstleister. Informationen sollen vom Patienten vor wie auch nach den Behandlungen, so schnell wie möglich der nächsten behandelnden Person vorliegen, damit im Gesundheitswesen die Qualität verbessert und die Kosten gesenkt werden können. Die hier vorgestellte Bachelorthesis beschäftigt sich mit der Frage, inwieweit die bereits realisierte Variante vom Universitätsspital Zürich der digitalen Anbindung im radiologischen Institut, auf die Strategie eHealth Suisse passt. Weiter soll untersucht werden, wie allgemein die Brücke zwischen Spitälern im Grossraum Zürich und ihren Zuweisern bereits heute geschlagen wird und wie man sich mit einer digitalen Hausarztanbindung auf das elektronische Patientendossier, welches zurzeit durch den Bund gesetzlich verankert werden soll, vorbereitet.

Nicht-textuelle Materialien in Hochschulbibliotheken: Bedeutung und Potential von Objekt- und Materialsammlungen in Deutschschweizer Hochschulbibliotheken

Diplomandin Lea Hatvani
Referent Prof. Bruno Wenk
Korreferent Prof. Dr. Rudolf Mummenthaler

Die vorgestellte Arbeit befasst sich mit Objekt- und Materialsammlungen in Deutschschweizer Hochschulbibliotheken. Ein Grossteil der Deutschschweizer Hochschulbibliotheken misst Objekt- und Materialsammlungen keine grössere Bedeutung zu. Im Gegensatz hierzu erachten fachspezifische Hochschulbibliotheken die Objekt- und Materialsammlungen als Lehrmittelsammlung, Anschauungs- und Referenzmaterial als elementar. Der Aufbau von Objekt- und Materialsammlungen wird relevant, sobald ein konkretes Bedürfnis von Seiten Forschung und Lehre vorliegt. In Kooperation mit diesen erbringen Hochschulbibliotheken eine fachspezifische und kundenorientierte Dienstleistung. Für Nutzende schaffen Objekt- und Materialsammlungen einen Mehrwert, sofern sie umfassend digital erfasst, uneingeschränkt online auffindbar und zugänglich sind. Der haptische und physische Aspekt ist insbesondere für gestaltende Fachbereiche wie Architektur, Ingenieurwesen und Design sowie Geowissenschaften elementar. Hochschulbibliotheken sehen keinen expliziten Bedarf, weitere nicht-textuelle Materialien zugänglich zu machen. Einen Mehrwert erkennen Hochschulbibliotheken in der Bereitstellung dreidimensionaler Begleitmaterialien. Für den einheitlichen Zugang zu heterogenen Materialien einer Hochschulbibliothek bietet die Europeana mit ihrem Datenmodell eine probate Lösung.

Methoden und Systeme zur eindeutigen Identifizierung von Autoren: Der aktuelle Stand und die Rolle der Bibliotheken

Diplomandin
Referent
Korreferent

Mariam Hemri
Prof. Dr. Bernard Bekavac
Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler

Die eindeutige Identifizierung von Objekten ist von grosser Relevanz. Für verschiedene Objekte gibt es heute schon gut funktionierende Identifikationssysteme. So werden beispielsweise Bücher mit der ISBN und digitale Objekte mit dem DOI eindeutig identifiziert. Um Autoren eindeutig zu identifizieren, existieren heute unterschiedliche Systeme und Methoden. Gerade für wissenschaftliche Autoren ist es wichtig, dass sie eindeutig identifiziert werden und ihre Publikationen korrekt zugeordnet werden können. Derzeit sind verschiedene Akteure im Bereich der Autorenidentifikation aktiv, darunter auch die Bibliotheken. Die verschiedenen Systeme und Methoden zur Autorenidentifikation werden beschrieben und anhand einer qualitativen Befragung wird die Rolle der Bibliotheken und die Bedeutung von übergeordneten Verfahren untersucht.

Konzept für ein Digital Media Asset Management am Beispiel der GIFAS Electric

Diplomandin
Referent
Korreferent

Denise Herzog
Prof. Bruno Wenk
Prof. Dr. Urs Naegeli

Die vorliegende Arbeit setzt sich mit dem Digital Media Asset Management und der damit verbundenen Planung, Evaluation und Einführung eines Systems auseinander. Die Relevanz von Media Asset Management Systemen erstreckt sich über die verschiedensten Wirtschaftszweige und ist sowohl in KMU's, wie auch in grossen, internationalen Unternehmen bekannt. Zentrale Funktionen eines DMAMS finden sich in den Bereichen Organisation, Suche, Präsentation, Bearbeitung und Distribution wieder. Die Anreicherung der Media Assets mit deskriptiven, administrativen und strukturellen Metadaten garantiert dabei die effiziente Handhabung von grossen Datenmengen.

Aufgrund der teils kostenintensiven Anschaffung eines DMAM-Systems empfiehlt sich eine systematische Vorgehensweise. Der so entstehende Prozess gliedert sich in zehn Schritten von der IST-Analyse bis hin zur Produktivsetzung des Systems. Mit der Einführung einer neuen Software sind jedoch zahlreiche Risiken verbunden, deren Vorbeugung die durchgehende Begleitung mittels Change Management erfordert. Ergänzend zu dem theoretisch fundierten Teil der Arbeit bietet die Marktanalyse abschliessend einen praxisnahen, aktuellen Überblick von DMAM-Systemen.

E-Shop Analytics und Erfolgsoptimierung – die wichtigsten Kennzahlen

Diplomandin	Vanessa Kellenberger
Referent	Dr. Hans-Dieter Zimmermann
Korreferent	Prof. Dr. Bernard Bekavac

Die folgende Untersuchung hatte zum Ziel, die wichtigsten Performance Indicators zur Erfolgsoptimierung eines E-Shops im Business-to-Consumer-Sektor zu evaluieren. Um mit der starken Konkurrenz im E-Commerce mitzuhalten, ist es für einen Online-Händler wichtig, die Schwachstellen der Website zu kennen. E-Shop Analytics ermöglicht das Verhalten der Website-Besucher zu beobachten. Hürden im Kaufprozess können anhand von relevanten Kennzahlen festgestellt werden. Sind die Gründe für aussergewöhnliche Beobachtungen bekannt, ergeben sich daraus Massnahmen zur Erfolgssteigerung. Eine Literaturanalyse sowie die Fallstudie «Weisswareshop» zeigten, dass der Erfolg eines E-Shops mit fünf Kennzahlen verbessert werden kann. Die Look-to-Click- und die Abbruchrate decken Optimierungspotential in den sensibelsten Bereichen eines E-Shops auf. Die Rücksendequote misst den Erfolg sowie die Kundenzufriedenheit. Überwacht werden können erfolgssteigernde Massnahmen mit der Kaufabschlussrate und dem durchschnittlichen Warenkorbwert. Validiert wurden diese Indikatoren durch Experteninterviews. Aus den Kennzahlen ergaben sich Empfehlungen zur attraktiven Produktpräsentation, Benutzerfreundlichkeit von Warenkorb und Checkout sowie zur Retourenvermeidung. Das Ergebnis dieser Untersuchung liefert somit relevante Erkenntnisse für die Anwendung von E-Shop Analytics in der Praxis.

Praktischer Einsatz von Metadatenstandards für digitale Videoinhalte in Nachrichtenagenturen

Diplomand	Markus Läng
Referent	Dr. Michel Pfeiffer
Korreferent	Dr. Wolfgang Wahl

Die vorliegende Arbeit untersucht den Einsatz von Metadatenstandards zur Beschreibung von Videoinhalten in Nachrichtenagenturen. Dazu werden die Entwicklungen im Bereich der digitalen Kameratechnik, der Datenübertragungstechnologien und neuer Rezeptionsformen genannt, die dazu geführt haben, dass Nachrichtenagenturen seit den 1990er Jahren begonnen haben, auch Videobeiträge zu Nachrichtenereignissen zu produzieren. Um zu illustrieren, an welchen Stellen im Produktionsprozess Metadaten relevant sind, wird das Modell der kanonischen Prozesse der Medienproduktion vorgestellt, die verschiedenen Typen von Metadaten genannt, sowie auf den Nutzen der Verwendung von Metadaten eingegangen. Weiter werden acht Metadatenstandards zur Beschreibung audiovisueller Inhalte verglichen und auf die Möglichkeiten der Harmonisierung dieser Standards durch Entwicklungen des Semantic Web verwiesen. Eine Befragung von Schlüsselpersonen in Nachrichtenagenturen liefert einen Einblick in die aktuelle Praxis von Nachrichtenagenturen bezüglich der Produktion, der Verwaltung und der Distribution von Videoinhalten und den dazugehörigen Metadaten. Die gewonnenen Erkenntnisse dienen schliesslich dazu, Anforderungen an Metadatenstandards für audiovisuelle Medienprodukte zu formulieren.

Innovationen im Online-Journalismus: Die Einflüsse des partizipativen Online-Journalismus auf die Funktion des investigativen Journalismus

Diplomandin
Referent
Korreferent

Marie Lebedova
Prof. Dr. Urs Dahinden
Prof. Dr. Urs Naegeli

Schlagwörter: Partizipativer Journalismus, Investigativer Journalismus, Qualitätskriterien, Wandel im Journalismus, Rolle des investigativen Journalismus, Partizipativer Journalismus im Internet. Der investigative Journalismus sieht sich in den letzten Jahren immer stärker mit den Eingriffen der partizipativen Angebote im Internet konfrontiert. Die Prinzipien des partizipativen Journalismus haben dabei eine starke Wirkung auf die Kernkompetenzen, bzw. auf die Funktionen des investigativen Journalismus und zwingen dadurch indirekt die Branche, ihre traditionellen Strukturen und Arbeitsprozesse zu hinterfragen und sich den Veränderungen anzupassen. Aufgrund der journalistischen Berufsnormen und der Beschreibung der traditionellen Rolle und Funktion des investigativen Journalismus, wurde das Rollenbild der Branche gezeichnet. Aus der Analyse der relevanten Angebote des partizipativen Journalismus, sind dann die massgebenden Prinzipien herausgearbeitet und in Verbindung mit den Kernkompetenzen des investigativen Journalismus gebracht worden. Als Resultat ist ein Best-Practice-Szenario entstanden, das die Art der Kooperation dieser zwei Journalismusarten veranschaulicht. Die potenziellen Beziehungsfelder betreffen dabei die Phasen der Recherche, der Evaluation und der Präsentation der Berichterstattung im Web. Die Zwiespältigkeit des Potenzials des partizipativen Journalismus ergibt sich aus der Menge der produzierten Inhalte für die investigative Recherche und auf die Subjektivität der Inhalte für die Evaluation. Die neue Rolle des investigativen Journalismus zeichnet sich durch die erhöhte Wahrnehmung der im Internet vorhandenen Ressourcen aus, die eine kritische Filterung und zielsichere Selektion der relevanten Informationen beinhaltet und sich durch den Einbezug des Publikums und der partizipativen Aktivitäten in den Prozess der Berichterstattung auszeichnet.

Patientenverfügungen als Informations- und Kommunikationsinstrument: Analyse der Vielfalt sowie Dokumentation der Inhalte und Standardisierungsmöglichkeiten

Diplomandin
Referent
Korreferentin

Yvonne Lingg
Prof. Dr. Urs Dahinden
Dr. Anna-Katherina Mayer

Eine Patientenverfügung ist ein Informations- und Kommunikationsinstrument für einen urteilsunfähigen Menschen. Darin können Vertrauenspersonen oder medizinische Massnahmen definiert werden, denen zugestimmt wird oder die abgelehnt werden. Sie kommt zur Anwendung, wenn der Patient nicht mehr selber seinen Willen mitteilen kann. Die hier vorliegende Bachelorarbeit untersucht die Vielfalt der Patientenverfügungen in der deutschsprachigen Schweiz. Dazu wird eine Inhaltsanalyse von 42 Formularen durchgeführt. Acht Experteninterviews mit Vertretern der Anbieterorganisationen vermitteln Einblicke in die Praxis. Die Sicht der Verfügenden wird mittels einer Umfrage erfasst. Im Fokus liegen die Inhalte und Formen verschiedener Verfügungen sowie Chancen und Risiken einer allfälligen Standardisierung. Deshalb wurde zusätzlich ein Vergleich mit den Gesetzgebungen und Praxisverfahren in Deutschland und Österreich gemacht. Basierend auf der Analyse in dieser Arbeit, der etablierten Formulare und der föderalistischen Struktur ist in der Schweiz nicht abzusehen, dass eine Verdichtung der aktuellen Auswahl zum Thema werden könnte.

Konzeptstudie zum Einsatz mobiler Kommunikationskanäle in der Krisen-Kommunikation an Schweizer Fachhochschulen am Beispiel der HTW Chur

Diplomandin
Referentin
Korreferent

Sara Meister Hamza
Dr. Anna-Katherina Mayer
Prof. Dr. Urs Naegeli

Jedes Krisenereignis, sei dies ein Amoklauf oder ein Brandfall, erfordert eine schnellstmögliche Information der Betroffenen. Aufgrund der starken Verbreitung mobiler Geräte und der damit verbundenen individuellen Zuordnung zum Besitzer bietet es sich an mobile Kanäle in der Krisenkommunikation einzusetzen. In der vorliegenden Arbeit wird untersucht, inwiefern sich mobile Kanäle zur Krisenkommunikation an Hochschulen eignen. Zur Ermittlung der Kommunikationskanäle wird eine Literaturanalyse durchgeführt. Für eine fundierte Empfehlung zum Einsatz von Mobilfunk, Apps und sozialen Netzwerken im Krisenfall dienen sowohl Experteninterviews mit Krisenkommunikationsexperten verschiedener Ostschweizer Hochschulen als auch eine Online-Umfrage unter den Studierenden, Dozierenden und Mitarbeitenden der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur. Mithilfe von UML-Diagrammen wird die aktuelle und zukünftige Krisenkommunikation modelliert. Dadurch können sowohl für die HTW als auch für ähnliche Hochschulen geeignete mobile Kommunikationskanäle empfohlen werden. Mobilfunk sowie individuelle Anwendungen (Apps) empfehlen sich, soziale Netzwerke eignen sich hingegen nicht.

Nutzung externer Social-Media-Daten von Mitarbeitern für das interne Wissensmanagement

Diplomandin	Danièle Meyer
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent	Dr. Wolfgang Wahl

Die Zeit in der wir leben ist charakterisiert durch das Aufkommen neuer Wege der Informationsverteilung, durch die rasante Entwicklung der Informations-, und Kommunikationstechnologie und parallel dazu durch die ebenso rapide Entwicklung von Endgeräten. Die Nutzung des Internets ist geprägt durch die Ansätze des Web 2.0, was den Benutzer ermächtigt, interaktiv Inhalte zu produzieren, zu verteilen, zu konsumieren und zu kommentieren. Diese Nutzer hinterlassen Spuren die von Social-Monitoring-Tools extrahiert, analysiert und unternehmensintern genutzt werden. Kommunikations-, Marketings-, und Forschung & Entwicklungsabteilungen einer Organisation sind klassische Adressaten dieses neugewonnenen Wissens, das zur Stärkung der Kundenbeziehung beiträgt, der Beobachtung der Mitbewerber dient oder in die Produkteentwicklung fließt. Das Ziel dieser Arbeit ist es zu untersuchen ob das Potenzial das in den Beiträge der Mitarbeiter steckt, herausgelöst und analysiert werden zugunsten des internen Wissensmanagement eines Unternehmens. Es wird untersucht ob dies überhaupt möglich und realistisch, und anhand festgelegte Wissenszielen und eine geeignete Strategie möglich ist.

E-Books für Kinder und Jugendliche

Diplomandin	Fabienne Montani
Referent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Prof. Bruno Wenk

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit elektronischen Büchern für Kinder und Jugendliche. Die Veränderung der traditionellen Lesegewohnheiten prägt den Buchmarkt und so findet das E-Book steigende Verbreitung. Eine wichtige Zielgruppe ist hierbei die Gruppe der Kinder und Jugendlichen, denen vermehrt eine grössere Beachtung geschenkt wird und die ein ausgewogenes Angebot an E-Books erhalten. Im Zuge der neuen technischen Möglichkeiten lassen sich E-Books funktional erweitern und mit Videos, Animationen u.ä. attraktiv gestalten.

Mittels Analyse des aktuellen E-Book-Angebotes für Kinder werden die Eigenschaften von elektronischen Büchern aufgezeigt und ihre Inhalte auf interaktive Elemente untersucht. Ein Vergleich zwischen Erwachsenen- und Kinderliteratur legt dar, inwiefern bei diesen zwei Zielgruppen Gemeinsamkeiten und Unterschiede bezüglich Interaktivität bestehen. Hierbei zeigt sich ein vielseitiges Angebot, das insbesondere bei E-Books in Stores für Tablets stark mit interaktiven Elementen ausgestattet ist. Interaktive Elemente werden zudem für die Gestaltung elektronischer Bücher sowohl im Bereich der Kinder- als auch der Erwachsenenliteratur verwendet.

Lessons Learned vs. Retrospektive – Ein Vergleich von Wissensmanagement-Instrumenten

Diplomandin	Luisa Mürner
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferentin	Dr. Anna-Katherina Mayer

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Vergleich von Wissensmanagement-Instrumenten. Dazu wird ein allgemeingültiger Kriterienkatalog zur Beurteilung von Wissensmanagement-Instrumenten auf Basis der Bausteine des Wissensmanagements sowie der drei Dimensionen Technik, Organisation und Mensch entwickelt. Der Kriterienkatalog wird nach der Erstellung am Beispiel von zwei Wissensmanagement-Instrumenten der Credit Suisse, dem Service Lessons Learned sowie der Retrospektive ausgewertet. Zu diesem Zweck werden qualitative Befragungen mit verschiedenen Stakeholdern aus der Credit Suisse durchgeführt. Es wird zum einen der Frage nachgegangen, wie sich die beiden Instrumente unterscheiden, zum anderen, welche Verluste im Bereich Wissensmanagement entstünden, sollte der Service Lessons Learned durch die Retrospektive abgelöst werden. Im Ergebnis wird deutlich, dass sich die beiden Instrumente besonders in der Wissensbewahrung, Wissens(ver)teilung und Wissensnutzung unterscheiden. Sollte der Service Lessons Learned abgeschafft werden, müssten Massnahmen zum Erhalt dieser Bausteine ergriffen werden.

Die Diskussion um FRBR von 2002 bis 2012: Eine Gegenüberstellung der deutsch- und englischsprachigen Bibliothekswesen

Diplomandin	Christiane Niklowitz
Referent	Dr. Karsten Schuldt
Korreferent	Dr. Rafael Ball

Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist ein Vergleich der Diskussionen um die Functional Requirements for Bibliographic Records (FRBR), die in deutsch- und englischsprachigen Bibliothekswesen von 2002 bis 2012 geführt wurden. Bei den FRBRn handelt es sich um ein konzeptionelles Modell, welches zum Ziel hat, Kataloge, Katalogaufnahmen und Katalogisierungspraktiken zu verbessern. Bibliographische Metadaten werden im FRBR-Modell systematisch auf einem hohen Abstraktionsniveau abgebildet und zueinander in Beziehung gesetzt. Anhand dieser Struktur können Suchanfragen besser aufbereitet und Trefferlisten im OPAC übersichtlicher angezeigt werden. Das FRBR-Modell wird seit Jahren durchleuchtet und kritisiert. Mittels Kategorien, welche sich aus der Bearbeitung des Quellenmaterials herauskristallisierten, wurden die hier analysierten Bibliothekswesen verglichen. Die Untersuchung hat gezeigt, dass die Diskussionen im deutsch- und englischsprachigen Raum unterschiedlich verliefen. Die Komplexität wird einerseits in den historisch bedingten Entwicklungen und andererseits im Engagement und in der Vernetzung der einzelnen Akteure fassbar. Im Diskussionsverlauf sind auch Schnittstellen und Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Bibliothekswesen ersichtlich.

Entwicklung eines Rasters zur Analyse eines Informationsmanagements in der Praxis

Diplomand	Reto Nutt
Referent	Prof. Dr. Edzard Schade
Korreferent	Dr. Wolfgang Wahl

Im Verlauf der letzten Jahre hat die Menge an Informationen stetig zugenommen. Unter anderem darum wird das Informationsmanagement für Unternehmen immer wichtiger. Diese Arbeit soll das Informationsmanagement aus der Sicht der Praxis beleuchten. Dazu werden in dieser Arbeit die einzelnen Schritte bis zur Entwicklung eines allgemeingültigen Analyserasters für das Informationsmanagement in der Praxis aufgezeigt. In einem ersten Schritt erfolgt eine Literaturrecherche. Auf dieser Basis wird dann ein eigenes Praxis-Modell entwickelt, welches als Grundlage für den Fragenkatalog dient, der im nächsten Schritt ausgearbeitet wird. Mit dem erstellten Fragenkatalog, eigenen Recherchen und einer Kundenumfrage wird eine Erhebung bei einem bestehenden Unternehmen durchgeführt, um mögliche Problembereiche zu eruieren. Zusammen mit Erfolgsfaktoren werden dann die eruierten Problembereiche näher definiert und daraus ein Entwurf eines Analyserasters erstellt.

Multimedialer Informed Consent: Analyse multimedialer Informed Consent Systeme und Konzepte zur Verbesserung der informationellen Mehrwerte

Diplomand	Fabian Odoni
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent	Prof. Dr. Urs Dahinden

Diese Arbeit beschäftigt sich mit dem multimedialen Informed Consent. Ein Informed Consent ist eine Patientenaufklärung, bei der der Arzt den Patienten über den bevorstehenden Eingriff aufklärt und seine Zustimmung einfordert. Dieser Prozess wird zunehmend digitalisiert und mit neuen Funktionen erweitert. Eine Übersicht der Funktionen von acht Produkten wird erstellt und nach ihren informationellen Mehrwerten analysiert. Die Analyse zeigt Verbesserungs- und Erweiterungsmöglichkeiten. Es werden fünf Konzepte vorgestellt, die das Potential besitzen, zusätzliche informationelle Mehrwerte für eine multimediale Patientenaufklärung zu schaffen. Zwei dieser Konzepte erweitern den informationellen Mehrwert und drei den Funktionsumfang.

Linked Open Data und Bibliotheken – Ein Überblick über die aktuelle Datenlage

Diplomand	Marco Orefice
Referent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Prof. Dr. Albert Weichselbraun

Die vorliegende Arbeit setzt ihren Schwerpunkt auf Linked Open Data und bespricht die Thematik aus Sicht der Bibliotheken. Sie zeigt die Vorteile von Linked Open Data für die Bibliothekswelt auf und skizziert, auf welchem Weg Bibliotheken ihre Daten als Linked Open Data veröffentlichen können. Dabei ist es wichtig, dass bereits existierende und im Web frei verfügbare Datensammlungen bekannt sind, damit diese mit den eigenen Daten verlinkt werden können. Der globale Datenraum wird von unterschiedlichsten Produzenten mit strukturierten und maschinell lesbaren Daten im standardisierten RDF-Datenmodell angereichert und beherbergt eine riesige Datenvielfalt. Auch bibliographische Daten sind bereits in grosser Zahl vertreten. Dafür haben zahlreiche kleine Projekte und grossangelegte Initiativen gesorgt. Genau hier leistet die Arbeit ihren Beitrag, indem sie aus bibliothekarischer Sicht wichtige Vokabulare und LOD-Quellen vorstellt und einen allgemeinen Überblick über die Datenlage vermittelt. Zudem wird eine Einführung in die Idee des Semantischen Webs gegeben, dessen Herzstück Linked Data ist. Zu diesem Zweck werden die Grundprinzipien von Linked Data und die zur Realisierung notwendigen Technologien besprochen.

Ethnographie der Bibliotheksnutzerinnen und -nutzer einer wissenschaftlichen Bibliothek: Methodologie und Anwendungsbeispiele

Diplomand	Lorenzo Pedrini
Referent	Dr. Karsten Schuldt
Korreferent	Dr. Rafael Ball

Seit Anfang des 20. Jahrhunderts wird die Ethnographie angewendet, um das menschliche Verhalten zu untersuchen. Die Anwendung dieser Forschungsmethoden in Betracht auf das Benutzerverhalten im Bibliotheksbereich ist aber noch ziemlich neu. Erst in den letzten Jahrzehnten hat sich diese verbreitet. Aus diesem Grund sind die ethnologischen Untersuchungsmethoden noch nicht sehr bekannt. Viele qualitative und quantitative Verfahren stehen den Bibliotheken zur Verfügung, um ihr Angebot aus Sicht ihres Benutzerkreises zu erforschen. Diese Methoden ermöglichen die Identifizierung von Stärken und Schwächen der Dienstleistungen und sind deshalb ein mächtiges Instrument, um das eigene Verbesserungspotential zu finden. Trotzdem werden in schweizerischen Institutionen bis jetzt nur wenige ethnologische Untersuchungen durchgeführt. Ein Grund dafür ist der Aufwand solcher Forschungsarbeiten, aber auch die Fragmentierung des schweizerischen Bibliothekspanoramas spielt eine Rolle. Aber wenn der Wille da ist, wie einige Anwendungsbeispiele zeigen, können auch in der Schweiz ethnologische Forschungen erfolgreich durchgeführt werden.

Raumkonzepte in Öffentlichen Bibliotheken – Erfahrungen aus einem Bibliotheksumbau am Beispiel der Bibliothek Altstadt

Diplomandin
Referent
Korreferent

Sibylle Schlumpf
Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Dr. Karsten Schuldt

Im Zuge der anhaltenden Digitalisierung und einer digital aufwachsenden Nutzergeneration fällt der Bibliothek als Raum eine neue Bedeutung zu. Wird die Publikumsfläche heute vielerorts noch hauptsächlich für die Medienpräsentation genutzt, könnte ihr diese Funktion zusehends abhandenkommen. Die neu gewonnenen Freiräume sollten den Bibliotheksnutzern in möglichst sinnvoller Weise zur Verfügung gestellt werden. In den letzten Jahren haben Bibliotheken im Rahmen von Neu- und Umbauten vermehrt neuartige Raumkonzepte umgesetzt, um beispielsweise Orte der Begegnung zu schaffen.

Die Bibliothek Altstadt der Pestalozzi-Bibliothek Zürich diente für diese Arbeit als Beispiel kürzlich durch einen Umbau realisierter neuer Raumangebote. Mittels «Count the Traffic» wurde eine strukturierte, verdeckte, passiv-teilnehmende Beobachtung durchgeführt, um quantitative Daten zu Nutzungsaktivitäten und Aufenthaltsorten der Besucher zu erheben. Aus der Nutzungsverteilung auf die verschiedenen Räumlichkeiten wurden Rückschlüsse gezogen und das umgesetzte Raumkonzept anhand der Kriterien von Andrew McDonald kritisch beurteilt.

Bestandsanalyse – am Beispiel eines Bildbestands. Aufzeigen der Bedeutsamkeit eines in Vergessenheit geratenen Bildnachlasses der Swissair

Diplomandin
Referent
Korreferent

Helena Schulz
Dr. Michel Pfeiffer
Prof. Dr. Urs Dahinden

Gegenstand dieser Arbeit ist die Analyse eines ehemaligen Bildbestands der Swissair, welcher ursprünglich zur Kassation (Beseitigung) vorgesehen war. Ein ehemaliger Swissair-Fotograf brachte es nicht über das Herz, die Bilder fortzuwerfen und so fanden sie ihren Weg in die Räumlichkeiten der Firma Flying Camera. Dort lagerten sie während 12 Jahren, bis durch diese Bachelorarbeit eine Bestandsanalyse an den Bildern vorgenommen wurde.

Es stellte sich heraus, dass der (nicht mehr vollzählige) Bestand Fotografien aus der Zeit von 1919 bis in die 90er Jahre enthält. Die Bildträger sind zum grössten Teil Glasplatten und Postkarten, aber auch Abzüge, Negative und einige wenige Druckklischees.

Mittels der durchgeführten Bestandsanalyse wurden die vorliegende Systematik, der Inhalt des Bestands und der konservatorische Zustand der Bilder eruiert. In einem weiteren Schritt wurde eine Handlungsempfehlung für den momentanen Besitzer des Bestands verfasst, der eine Übergabe des Bestands ans Bildarchiv der ETH-Bibliothek vorsieht.

Einsatz von Social Media Monitoring – Aktueller Stand und Handlungsempfehlung für Bibliotheken

Diplomandin Sarah Singer
Referent Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler

Durch Social Media Monitoring wird erkannt, wie innerhalb der sozialen Medien über einen bestimmten Faktor, beispielsweise die eigene Bibliothek, gesprochen wird. Dabei werden mittels Keywords sowie Tools und/oder manuellen Messmethoden bestimmte Social-Media-Kanäle auf relevante Inhalte hin untersucht und anhand von Kennzahlen beurteilt. Daraus lassen sich entscheidungsrelevante Ergebnisse für die Optimierung unternehmenseigener Prozesse, z.B. die Verbesserung der eigenen Social-Media-Strategie, ableiten. Beobachten lassen sich eigene Social-Media-Sites, sowie fremde Social-Media-Kanäle.

Trotz vieler Chancen, die eine Überprüfung der sozialen Medien bietet, wird Social Media Monitoring in der Bibliothekswelt spärlich genutzt. Auch in der Theorie finden sich kaum Hinweise auf den Einsatz eines Monitorings in Bibliotheken, sondern hauptsächlich in Hinsicht auf Unternehmen im Allgemeinen. Diese Theorie ist jedoch grundsätzlich für Bibliotheken ableitbar. Denn wie ein jedes Unternehmen, muss auch jede Bibliothek das Monitoring an den eigenen Zielen und Ressourcen ausrichten und darauf basierend die Kernprozesse des Monitorings; die Datenerhebung, Datenaufbereitung, Datenanalyse und Ergebnispräsentation, gestalten.

Personensicherheit in öffentlichen Bibliotheken

Diplomand André Carlo Spiess
Referent Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent Prof. Dr. Bernard Bekavac

Gewalttaten, von schwerer Körperverletzung über Tötlichkeiten bis zu Beschimpfungen und Drohungen, nehmen laufend zu, dies auch gegenüber von Behörden und Institutionen. Aber nicht nur Gewalt gefährdet die Sicherheit in Bibliotheken, sondern auch Vorfälle wie Feuer oder Erdbeben können sowohl Benutzer wie auch Personal psychisch und physisch belasten und verletzen. In dieser Bachelor-Thesis wird anhand einer Umfrage gezeigt: Welches aus Sicht der Bibliotheken und deren Angestellten die grössten Risiken sind. Von welchen Personen in der Bibliothek das grösste Gefahrenpotenzial ausgeht. Wie oft es zu Auseinandersetzungen kommt. Auf welche Risiken man vorbereitet ist. Sicherheit ist grundlegend wichtig, damit der Mensch sich wohlfühlen kann. Deshalb wird zum Schluss eine Zusammenfassung mit Handlungsempfehlungen gemacht, damit sich öffentliche Bibliotheken zum Schutz der Kunden und Mitarbeiter, besser auf Gefahren vorbereiten können.

Responsive Game Design: Usability Guideline für plattformübergreifende Spieleentwicklung

Diplomand	Manuel Stieger
Referent	Prof. Dr. Bernard Bekavac
Korreferent	Thomas Weinhold

Gegenstand dieser Arbeit über Responsive Game Design: Usability-Guideline für plattformübergreifende Spieleentwicklung ist die Entwicklung einer Guideline welche als praxistaugliches Werkzeug eingesetzt werden kann in der modernen Spieleentwicklung. Die Zielgruppe reicht vom Indie-Developer bis hin zu kleineren und mittleren Entwicklerteams mit begrenzten Budgets für die Evaluationsphase eines Spiels. Die Arbeit führt in die theoretischen Grundlagen von Usability, Cross-Plattform & Crossmedia Games, Interaction- und Interface Design, Game Design, sowie auch Ansätze des Responsive Web Design im Game Design ein. Nachfolgend wird der neue Ansatz der «Responsive Game Design»-Theorie ausgearbeitet und die technischen Voraussetzungen der Hardware & Software erläutert. Mit der Ausarbeitung einer plattformübergreifenden Guideline wurden die zentralen Fragestellungen bearbeitet und die theoretischen Grundlagen der verschiedenen Fachgebiete sich gegenübergestellt, die im Rahmen dieser Arbeit beantwortet werden sollen.

Web-Archivierung – Eine Topografie der Herausforderungen

Diplomand	Thomas Strasser
Referent	Prof. Dr. Edzard Schade
Korreferentin	Dr. Anna-Katherina Mayer

Diese Arbeit besteht im Wesentlichen aus drei Teilen:

Der erste Teil der Arbeit stellt die wichtigsten Institutionen und Organisationen vor, die in der Web-Archivierung tätig sind. Es werden die verschiedenen Ausprägungen von Web-Archiven und die Anforderungen an sie betrachtet sowie die Entwicklung der Web-Archivierung nachgezeichnet.

Der zweite Teil der Arbeit beschreibt den Prozess der Web-Archivierung. Dabei werden die verschiedenen Konzepte und Techniken sowie die benötigten Werkzeuge mit ihren Vor- und Nachteilen beschrieben. Ein besonderes Augenmerk wird in diesem Teil auf die Probleme und Herausforderungen gerichtet, die in den einzelnen Prozessschritten auftauchen. Im letzten Teil werden die Problemstellungen gesondert betrachtet und analysiert. Diese Analyse führt schliesslich zu Empfehlungen, die zur Lösung von Problemstellungen in der Web-Archivierung beitragen können.

Open Government Data in der Schweiz – Bestandesaufnahme und kritische Analyse. Unter spezieller Berücksichtigung sozio-politischer Aspekte

Diplomandin	Katharina Straumann Özgür
Referent	Dr. Hans-Dieter Zimmermann
Korreferent	Dr. Wolfgang Wahl

Nach einer theoretischen Analyse des Konzepts Open Government Data (OGD) werden die bisherigen Entwicklungen bezüglich der Öffnung von Daten im Kontext von Administration und Behörden in der Schweiz aufgezeichnet. Hierzu wird zunächst erläutert, welche Daten in der Schweiz als Government Data definiert werden. Dann wird evaluiert, welches gesellschaftspolitische Potenzial OGD im Rahmen des föderalen Systems der Schweiz haben und in welchen Bereichen bereits Open-Data-Prinzipien umgesetzt werden. Ausgehend von einer Kategorisierung von OGD nach ihrer sozio-politischen Relevanz in Daten mit reinem Dienstleistungscharakter, administrative Basisdaten, Daten, welche die Transparenz des Systems unterstützen und solche, die der Entscheidungsfindung dienen, wird das Informationsangebot auf kommunalen und kantonalen Websites aufgenommen. Stellvertretend für gesellschaftspolitische relevante Datensorten werden die Angebote auf Portalen kantonalen Statistikämter unter Beizug eines zuvor hierfür entwickelten Kriterienkatalogs qualitativ untersucht. Abschliessend werden die bisherigen OGD-Projekte OGD Zürich und OGD@Bund sowie der Verein Opendata vorgestellt. Schliesslich werden die gesellschaftspolitischen Möglichkeiten von OGD reflektiert.

Recherchekompetenz-Vermittlung als Chance für Pflegebibliotheken. Evidence-based Nursing und Problem-based Learning als neue Herausforderung

Diplomandin	Claudia von Rotz
Referent	Prof. Dr. Rudolf Mumenthaler
Korreferent	Prof. Dr. Urs Naegeli

Recherchekompetenz ist für die Lernenden der höheren Fachschule /Fachhochschule Pflege wichtig, da sie mit dem didaktischen Konzept des problem-based Learning unterrichtet werden, zu dem die selbstständige Literatursuche gehört. Diese Kenntnisse brauchen sie auch später im Berufsleben, da sie vom Gesetz her verpflichtet sind, nach der Methode des Evidence-based Nursing zu pflegen.

Diese Arbeit bietet einen Überblick über die Pflegebibliotheken und zeigt, wo sie in der Schweizer Bibliothekslandschaft positioniert sind. Eine Online-Befragung ermittelt die aktuelle Recherche-Einführungspraxis in den Bibliotheken. Zusammen mit Grundlagen aus der Literatur konnten Richtlinien für Recherche-Einführungen erarbeitet werden, die anhand eines praktischen Beispiels vorgestellt werden. Die Möglichkeiten für begleitende E-Learning-Tutorials wurden geprüft.

Um die Pflegefachpersonen in ihrem Berufsalltag zu unterstützen, ist die Ausarbeitung von attraktiven Weiterbildungsangeboten eine neue Herausforderung für die Bibliotheken. Es werden diverse Lösungen vorgestellt.

Follow the Best: Zitationsanalyse als Instrument zur Identifikation von journalistischer Qualität

Diplomand	Laurin Wegelin
Referent	Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent	Prof. Dr. Albert Weichselbraun

Die Diskussion um eine einheitliche Definition von Qualität im Journalismus wird journalistische Qualität in unterschiedliche Qualitätsmerkmale und -kriterien unterteilt. Allgemein wird der Begriff als sehr subjektiv und die verschiedenen Merkmale als redaktionelle Leitfäden aufgefasst. Gleichzeitig wird in den Wissenschaften die etablierte Methode der Zitationsanalyse als Indikator für Relevanz und Qualität seit langem eingesetzt. Die Synthese der beiden Themen führt zur Fragestellung, inwiefern sich bibliometrische Indikatoren zum Messen von journalistischer Qualität eignen. Auf einer theoretischen Basis wurden journalistische Qualitätsmerkmale durch Indikatoren aus der Bibliometrie dahingehend dargestellt, dass sie auf ein journalistisches System angewendet werden können. Anhand einer Auswahl von österreichischen Online-Medien wurde eine Zitationsanalyse durchgeführt. Sämtliche Berechnungen wurden mit Hilfe von Python transparent als Methodentest der Zitationsanalyse angestellt. Das Resultat wurde mit anderen Studien zum österreichischen Online-Medienmarkt verglichen. Als Schlussfolgerung aus der Korrelation mit den Studien wird auf änderbare Aspekte der Methode und Datengrundlage hingewiesen.

Multimedia Production

Studienleitung

Prof. Ruedi Alexander Müller-Beyeler

Rebranding von Agenturen am Beispiel von hipeak BTL

Diplomandin	Noëmi Andreska
Referentin	Ines Jansky
Korreferentin	Su Franke
Auftraggeber	hipeak BTL

Die Arbeit stellt eine empirische Untersuchung zum Thema Redesign von Agenturen am Beispiel von hipeak BTL dar. Ein Redesign zieht in den meisten Fällen auch eine Neupositionierung auf dem Markt mit sich. Um ein prägnantes Image aufzubauen, ist es für ein Unternehmen unabdingbar zu wissen, wo seine Stärken und Schwächen liegen. Zentraler Punkt ist dabei die Kongruenz von Eigenbild und Fremdbild. Die durchgeführte Untersuchung zeigt, dass bei einer starken Marke diese beiden Komponenten übereinstimmen.

Integriert? Die Integration von Kampagnen in die Unternehmenskommunikation.

Diplomandin	Laura Curau
Referent	Daniel Köhler
Korreferentin	Dr. Amina Ovcina Cajacob

Kampagnen gelten als Paradedisziplin in der Kommunikationsarbeit. Ihre Integration in die langfristige Kommunikationsplanung ist deshalb eine Herausforderung für die Unternehmenskommunikation und Agenturen. Die zentrale Frage der Bachelorthesis ist, welche Überlegungen beim Zusammenspiel von Kampagnen und Unternehmenskommunikation gemacht werden müssen.

Die Arbeit setzt sich aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen dargelegt. Dabei werden die (integrierte) Unternehmenskommunikation, die Kampagnenarbeit und die integrierte Kampagnenkommunikation untersucht und Begriffsdefinitionen vorgenommen. Ausserdem werden Modelle des Kommunikationsmanagements dargelegt und die Entscheidungsträger (Player) in der Kampagnenplanung erläutert. Diese theoretischen Grundlagen sind notwendig für die im zweiten Teil folgende Untersuchung durch Experteninterviews. Dabei werden die Begrifflichkeiten und Behauptungen zur integrierten Kampagnenkommunikation auf die Anwendung in der Praxis untersucht. Im letzten Teil werden die Schlussfolgerungen in Modellen dargestellt. Diese bilden die Grundlage für die Beantwortung der Fragestellungen, was die Praxis unter einer integrierten Kampagne versteht und wie sich die Integration gestalten kann.

Targeting auf Facebook am Beispiel von CH-Brauereien

Diplomand	Dirk Frischknecht
Referentin	Ines Jansky
Korreferentin	Su Franke
Auftraggeber	Markenkern AG, Heineken Switzerland AG

Gegenstand der vorgestellten Arbeit ist eine empirische Untersuchung zum Thema Zielgruppenansprache und Interaktionsverhalten auf Facebook am Beispiel von Schweizer Brauereien. Vielfach wird der Einsatz von gezielter Tonalität und Thematik als Erfolgsfaktor für eine konstante Interaktivität auf Facebook nicht berücksichtigt oder falsch eingesetzt. Als Ziel dieser Arbeit gilt es somit herauszufinden, wie wichtig der Einsatz dieser Faktoren für die Aktivitäten in Form von Interaktion ist und wie ein Unternehmen seine Community optimiert und gezielter durch Sprache und Thematik ansprechen kann. Ebenfalls werden dazu verwandte Faktoren untersucht.

Um ein klares und valides Ergebnis zu erreichen, werden drei Methoden der empirischen Kommunikationsforschung angewendet. Eine qualitative Inhaltsanalyse der ausgewählten Facebook-Seiten, eine quantitative Online-Umfrage der Nutzer einer Seite und ein qualitatives fokussiertes Interview mit den Seitenmanagern. Diese Untersuchungen bilden schliesslich die Grundlage zur Beantwortung der zentralen Fragestellung der Thesis, wie stark der Einsatz von Sprache (Tonalität, Wording) und Themenwahl (Corporate Communication, Marketing, PR) auf Facebook das Interaktionsverhalten der Community beeinflusst. Die ausgewerteten Daten zeigen auf, dass die Faktoren Sprache und Themenwahl einen grossen Einfluss auf die Rezipienten ausüben und als wesentliche Erfolgsfaktoren für den Facebook-Auftritt eines Unternehmens angesehen werden können.

Corporate Publishing in digitalen Medien

Diplomandin	Susanne Gamma
Referent	Prof. Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent	Kevin Blanc

Gegenstand der vorgestellten Arbeit ist die qualitative Untersuchung der Frage, wie Kundenmagazine effizient und erfolgreich für Tablet-PCs eingesetzt werden können. Die Bachelorthesis ist in drei Teile gegliedert. Die Basis bildet der theoretische Teil, für den aktuelle Publikationen und Studien herangezogen wurden. Im zweiten Teil wird eruiert, was ein Kundenmagazin auf dem Tablet beinhalten muss und wie es aufgebaut werden sollte. Mit einer qualitativen Inhaltsanalyse von acht digitalen Kundenmagazinen wird ein reflektierter Bezug für die Experteninterviews geschaffen. Die Befragung von fünf Experten aus dem Bereich Corporate Publishing bildet den Kern dieser Arbeit. Ziel dieses Prozesses ist es, Unternehmen aufzuzeigen, welche Kriterien sie bei einer Anpassung eines Kundenmagazins an die digitalen Medien berücksichtigen müssen. Des Weiteren sind auch Veränderungen, die sich durch eine solche Optimierung ergeben, aus unternehmerischer Sicht von grossem Interesse.

HTML5: Der Durchbruch in der Internettechnologie. Eine Analyse verschiedener Weblogs.

Diplomandin	Melanie Germann
Referent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Korreferentin	Tanja Hess

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Thema HTML5 und ist grundsätzlich in drei verschiedene Teile gegliedert. Im ersten Teil wird der Stand der Forschung beschrieben, welcher wiederum in sechs Punkte unterteilt ist. Die Entstehungsgeschichte und Definition von HTML5, die Browserkriege, eine Erklärung, was Web-Standards sind, die Vorstellung der beiden Gremien W3C und WHATWG, die Browser-Kompatibilität sowie die Vorteile von HTML5 gegenüber Flash spielen hierbei eine Rolle. Danach werden die Unterschiede zwischen HTML4 und HTML5 erläutert. Dabei werden auch die Vor- und Nachteile des neuen Standards beschrieben, und es wird auf die multimedialen Elemente und die neuen Formular-Bestandteile eingegangen. Im letzten Teil der Arbeit wird dann anhand von drei verschiedenen Forschungsfragen eine Meinungsanalyse gemacht, die auf ausgewählten Weblogs beruht. Die Analyse bildet den Ausgangspunkt, um die Hypothese dieser Bachelorarbeit zu prüfen.

Reputationseffekte durch Gruppeneinflüsse im Social Web am Beispiel Fussballfan

Diplomand	Thomas Hirsbrunner
Referent	Thomas Hirschmann
Korreferentin	Ines Jansky
Auftraggeber	We Are Social, München

Die Arbeit befasst sich mit Reputationseffekten im Social Web, die durch Gruppeneinflüsse entstehen. Anhand des offiziellen Facebook-Auftritts von Sportartikelhersteller adidas zum Thema Fussball wird untersucht, inwiefern sich die Kommunikation der User verändert, wenn sie zu Themen im Gruppenkontext und gruppenkontextunabhängigen Themen diskutieren und was dies für Auswirkungen auf ihre Reputation nach sich ziehen kann. Die Thesis ist in sechs Abschnitte gegliedert: Nachdem in der Einleitung die Forschungsfrage, Hypothese und Ziele formuliert werden, folgt im zweiten Kapitel eine Auseinandersetzung mit den theoretischen Grundlagen zum Thema. Anschliessend wird das Untersuchungsdesign vorgestellt und genauer auf die Datenerhebungsmethode eingegangen. Die Datenerhebung bildet den Hauptinhalt im nachfolgenden Abschnitt, bevor Kapitel fünf die Untersuchungsergebnisse aufzeigt und ein Fazit gezogen wird. Abschliessend folgt ein Ausblick und es wird der Praxisbezug der Resultate dargestellt.

Verpackungsdesign nach Duft am Beispiel der Firma Rausch

Diplomandin	Raina Inhelder
Referent	Prof. Dr. Christian Filk
Korreferent	Marcel Rupf
Auftraggeber	Firma Rausch AG, Kreuzlingen

Die Verpackung hat im Vergleich zu anderen Kommunikationsmitteln die höchste Glaubwürdigkeit bei Konsumenten und beinhaltet den grössten Informationsanteil. Deshalb ist das Verpackungsdesign für den Kaufentscheid von besonderer Bedeutung. In dieser Studie ist untersucht worden, wie Verpackungen anhand des Produktduftes gestaltet werden können. Dabei geht es nicht um Verpackungen, die duften, sondern darum, das Design so zu gestalten, dass auf den Produktduft geschlossen werden kann. Dazu ist der Zusammenhang zwischen dem Geruch- mit dem Seh- und Tastsinn erforscht worden. Im Mittelpunkt der Arbeit steht das synästhetische Design, die bewusste Gestaltung der Verbindungen der Sinne.

Die Untersuchung ist am Beispiel von drei Haarwaschmitteln der Firma Rausch durchgeführt worden. Insgesamt haben 30 Probandinnen an der Studie teilgenommen. Die Aufgabe hat darin bestanden, die drei Düfte mit den Mitteln der Verpackungsgestaltung – Material, Form, Farbe, Typographie und Bilder/grafische Elemente – zu assoziieren.

Community-Aufbau mit publikumsgestützten Inhalten

Diplomand	Michael Jud
Referent	Thomas Hirschmann
Korreferent	Christoph Heimes
Auftraggeber	Sauber Motorsport AG, Hinwil

Gegenstand dieser Arbeit ist das Thema «Community-Aufbau mit publikumsgestützten Inhalten» anhand eines bestehenden YouTube-Kanals im Sportbereich. Die Erarbeitung dieser Theses beruht auf theoretischen Grundlagen, auf welche die Expertenbefragung und die Befragung der betroffenen Community abgestimmt sind. Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen wurde ein Instrument entwickelt, welches dabei helfen soll festzustellen, welche Themen die Community interessieren und zu entscheiden, welche Inhalte umgesetzt werden. Im Endeffekt sollen so thematische Inhalte generiert werden können, die das Publikum einerseits interessieren, die aber auch einen entsprechenden Mehrwert bieten, so dass die Inhalte durch die Community weiterverbreitet werden. Diese Arbeit hat nicht den Anspruch, eine Anleitung zu sein, um virale Inhalte zu erzeugen. Vielmehr soll sie die Faktoren aufzeigen, welche eine Verbreitung durch die Community begünstigen.

Qualität im Onlinejournalismus: Hinkt der Onlinejournalismus dem Printjournalismus qualitativ hinterher?

Diplomand	Matthias Kempf
Referentin	Dr. Amina Ovcina Cajacob
Korreferentin	Petra Hasler

Die Arbeit geht der Frage nach Qualität im Onlinejournalismus nach. Unterschiedliche Faktoren, welche die Qualität mitfragen, sollen aus verschiedenen Blickwinkeln untersucht und ausgewertet werden. Der Untersuchungsgegenstand – die Frage, ob der Onlinejournalismus dem Printjournalismus hinterherhinkt – steht dabei stets im Vordergrund. Aufgeteilt ist diese Arbeit in zwei Hauptgruppen – eine theoretische und eine praktische. Der theoretische Teil sucht durch deduktives Vorgehen nach Ansätzen aus anderen Schriften und Studien und gleicht diese miteinander ab. Der methodische, praktische Teil geht induktiv vor. Ausgehend von einer Umfrage und einer Inhaltsanalyse werden eigene Resultate präsentiert, welche dann wiederum mit jenen aus dem theoretischen Teil verglichen und ausgewertet werden. Das Kapitel der Medientheorie und jenes der Qualitätsdefinition bilden zusammen mit der Studienauswertung der Mediennutzung und den eigenen methodischen Resultaten die wichtigsten Pfeiler dieser Arbeit, die am Ende Antworten zu der anfangs gestellten Frage geben sollen.

Die Kommunikationsbereitschaft von chinesischen und einheimischen Studierenden in Australien

Diplomand	Manuel Köppel
Referentin	Dr. Amina Ovcina Cajacob
Korreferent	Prof. Dr. Christian Filk

Diese Arbeit untersucht den Willen der chinesischen und einheimischen Studierenden in Australien, miteinander zu kommunizieren. Der Autor hat 89 Studierende aus Brisbane schriftlich befragt. Vier von diesen hat er für vertiefende, mündliche Interviews ausgewählt. Die Analyse der Daten erfolgte sowohl mit statistischen als auch mit inhaltsanalytischen Methoden. Gestützt auf das Konzept der «Willingness to Communicate» und basierend auf den gewonnen Erkenntnissen werden Empfehlungen für zukünftige Studien gemacht und eine praxisnahe Strategie vorgeschlagen, um die identifizierten Herausforderungen zu überwinden.

Entwicklung eines multimedialen Kommunikationskonzeptes für den Schweizerischen Landhockeyverband (SLHV).

Diplomandin Larissa Müller
Referent Prof. Dr. Christian Filk
Korreferentin Yvonne Herzig

Die Arbeit untersucht, mit welchen Massnahmen im Rahmen eines multimedialen Kommunikationskonzeptes sich die Popularität von Landhockey in der Schweiz bei 6-12-jährigen Kindern und Jugendlichen steigern lässt. Dabei geht es darum, Ideen zu entwickeln, wie die entsprechende Altersgruppe für die traditionsreiche und olympische Randsportart gewonnen werden kann. Die Situation in der Schweiz wurde mittels verschiedener Forschungsmethoden analysiert und beispielsweise mit deutschen Verhältnissen verglichen. Der erste Teil dieser Arbeit beinhaltet die theoretischen Grundlagen über das Problem der Nachwuchsförderung in Randsportarten sowie die Forschung in Form von Umfragen, um das Ausmass des Problems präziser erfassen zu können. Im zweiten Teil wird auf der Basis der gewonnenen Erkenntnisse ein Kommunikationskonzept ausgearbeitet. Dieses zielt darauf ab, Kinder zwischen 6 und 12 Jahren anzusprechen und für die Sportart Landhockey zu begeistern. Neben dem Kommunikationskonzept wurde anhand eines Beispiels (Blog) bereits eine Massnahme umgesetzt, so dass erste Schlussfolgerungen gezogen werden konnten in Bezug auf die Wirksamkeit von multimedialer Kommunikation.

Unterstützungsbedarf der Kreativwirtschaft Schweiz

Diplomand Thomas Oehrli
Referent Prof. Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent Heiner Butz

Gegenstand der vorgestellten Arbeit ist die Untersuchung des Unterstützungsbedarfs der Schweizer Kreativschaffenden. Dabei werden die Unterschiede zwischen der Kreativwirtschaft und der Kreativszene und die Motive der Akteure in den unterschiedlichen Bereichen dargestellt. In Experteninterviews wurden die Schwierigkeiten, Herausforderungen, Chancen und Möglichkeiten in Erfahrung gebracht. Mit einer Umfrage wurde der Bedarf der Kreativschaffenden festgestellt. Mit Hilfe dieser Daten ist es möglich zu beurteilen, ob eine Plattform in der Lage sein kann, den Kreativakteuren einen besseren Zugang zur Wirtschaft zu ermöglichen – dies online und offline. Ziel der Arbeit ist es, die Bedürfnisse der kreativ tätigen Personen in der Schweiz zu sammeln, zu systematisieren und die Erkenntnisse auf eine Plattform zu übertragen.

Die Marke ICH! Oder wie wir selbst zur unverwechselbaren Marke werden.

Diplomandin	Muriel Roth
Referent	Prof. Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent	Heiner Butz
Auftraggeber	Me, Myself and I

Diese Arbeit befasst sich mit dem Menschen als Marke, der ICH-Marke, und untersucht deren Aufbau und Gesamtheit. Sie geht der Frage nach, wie wir selbst zu einer unverwechselbaren Marke werden und uns dadurch eindeutig positionieren und, im privaten wie im beruflichen Umfeld, noch besser behaupten können. Diese Fragestellung wird anhand theoretischer Grundlagen aus der klassischen Markenlehre sowie spezifischer Literatur untersucht. Verschiedene Modelle werden vorgestellt und überprüft, ob und wie sie den Aufbau einer ICH-Marke ermöglichen. Anhand von Praxisbeispielen werden mögliche Selbst-Konzeptionen und Eigendarstellungen im Netz beschrieben und veranschaulicht. Ziel dieses Prozesses ist es, konkrete Empfehlungen für die Konzeption von ICH-Marken geben zu können.

Zeichensprachen in Erklärfilmen – über das didaktische und gestalterische Potential

Diplomandin	Diana Schmid
Referentin	Tanja Hess
Korreferent	Marcel Rupf
Auftraggeber	Ostschweizer Kinderspital

Das Ziel dieser Arbeit ist es, einen ersten Beitrag zur Erforschung der Zeichensprache in Erklärfilmen zu leisten. Dabei werden die didaktischen und gestalterischen Voraussetzungen zur Kreation von zielgruppenorientierter Zeichensprache in Erklärfilmen untersucht. Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen der Zeichensprache im Erklärfilm erarbeitet. Ergänzend wurde ein Experteninterview geführt, um den Aspekt der Praxis mit einzubeziehen. Darauf folgt eine Erklärfilm-Analyse, bei der die Zeichensprachen von 50 Erklärfilmen nach ihren lernpsychologischen und gestalterischen Merkmalen untersucht werden. Im letzten Teil wird eine Kinderbefragung durchgeführt, deren Inhalt auf den Ergebnissen der Erklärfilm-Analyse basiert. Mittels dieser Forschungsmethoden wird ermittelt, welche lernpsychologischen und gestalterischen Merkmale Zeichen in Erklärfilmen haben müssen, um eine bestimmte Zielgruppe zu erreichen.

Adaptive Erklärfilmserie für ein Kinderspital mit Fokus auf Storytelling

Diplomand	Lawrence Schmidmeier
Referentin	Tanja Hess
Korreferent	Marcel Rupf
Auftraggeber	Ostschweizer Kinderspital

In der vorliegenden Bachelorarbeit wird untersucht, ob Erklärfilme, die mit der narrativen Methode des Storytelling erstellt wurden, eine positive Wirkung auf das Verständnis und die Erinnerungsfähigkeit von Kindern haben. Darüber hinaus wird der Frage nachgegangen, welche spezifischen Storytelling-Methoden sich am besten eignen, um einer Zielgruppe von fünf- bis siebenjährigen Kindern die Aufgaben und Abläufe in einem Kinderspital zu erklären und sie somit von oftmals tief sitzenden Ängsten zu befreien. Diese Fragestellung wird mithilfe theoretischer Grundlagen aus der Storytelling-Lehre und spezifischer Literatur über Animationen und Erklärfilme sowie von Filmanalysen erörtert. Eine empirische Untersuchung mit Kindern dieser Altersgruppe soll abschliessend die Wirksamkeit der Storytelling-Methode in Erklärfilmen veranschaulichen.

Chancen und Grenzen von Storytelling in der Markenführung

Diplomandin	Celina Spescha
Referentin	Tanja Hess
Korreferent	Marcel Rupf

Durch die enorme Austauschbarkeit der Produkte können sich Unternehmen heute nicht mehr allein über das Produkt differenzieren, weshalb die Kommunikation in der Markenführung immer mehr an Bedeutung gewinnt. Als geeignete Massnahme dafür bietet sich Storytelling an. Die vorliegende Arbeit macht es sich daher zur Aufgabe herauszufinden, wie weit Storytelling in der Praxis der Markenführung wirkt.

Die theoretischen Grundlagen, die zu Beginn der Arbeit erläutert werden, basieren auf einer literaturgestützten Analyse. In einem weiteren Schritt werden drei Praxisbeispiele analysiert, um einen Überblick darüber zu geben, wie Storytelling in der Praxis der Markenführung angewandt wird. Ziel der Untersuchung ist es, die Chancen und Grenzen von Storytelling in der Markenführung zu ergründen. Zu diesem Zweck wurden Interviews mit verschiedenen Experten aus der Praxis der Markenführung und der Praxis des Storytelling durchgeführt. Dabei ergab sich, dass die gewonnenen Erkenntnisse aus der Untersuchung die Meinungen aus der Literatur des Storytelling in der Markenführung mit praktischen Ansätzen ergänzen bzw. vertiefen.

Selbstinszenierung Jugendlicher über Online-Social-Networks: Eine Untersuchung am Beispiel Facebook

Diplomandin Ruby-Stella Stevens
Referent Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Korreferentin Tanja Hess

Die Arbeit lässt sich grob in drei Phasen einteilen. In der ersten Phase werden die begrifflichen Grundlagen rund um das Thema erläutert. Dabei wird zuerst auf die Selbstdarstellung im Allgemeinen eingegangen und danach werden die verschiedenen Online-Social-Network-Plattformen und deren Funktionen kurz vorgestellt. Im zweiten Teil legt die Autorin ihren Fokus auf die Selbstinszenierung über Online-Social-Networks und konzentriert sich dabei im Wesentlichen auf die Plattform Facebook. Es werden verschiedene Instrumente zur Selbstdarstellung auf Facebook erläutert sowie bereits vorhandene Studien innerhalb des Themengebiets vorgestellt. Im dritten und letzten Teil dieser Arbeit wird eine Untersuchung auf Basis einer Umfrage durchgeführt. Der Forschungsteil lässt sich in drei verschiedene Phasen aufteilen, wobei sich die Autorin schrittweise ihrer Haupthypothese «Je aktiver sich eine Person über Facebook präsentiert, desto eher kann sie von fremden Menschen richtig eingeschätzt werden» annähert.

Integrierte Eventkommunikation in der Verbandspolitik

Diplomandin Sabrina Livia Weber
Referentin Christina Spindler
Korreferent Florian Wimmer
Auftraggeber XAVER Award – The Swiss Live Communication Award

Die Bachelor-Thesis hat das Ziel, den Verbänden die Vorteile der integrierten Eventkommunikation aufzuzeigen und ihnen Ansätze zu geben, wie sie die Verbandskommunikation erfolgreich führen können. Dazu wird untersucht, welche Aspekte zu einer professionellen Eventkommunikation gehören und wie die Verbände die Eventkommunikation erfolgreich einsetzen können. Die Ergebnisse dieser Arbeit zeigen, dass die integrierte Eventkommunikation als Instrument für eine professionelle Verbandskommunikation geeignet ist und dass dadurch die Bekanntheit des Events und der Verbände gesteigert werden kann. Die Bachelor-Thesis gibt Aufschluss darüber, dass die Zielgruppe durch eine integrierte Eventkommunikation Public Events und den Verband positiver wahrnimmt und sich aktiv an der Kommunikation beteiligt. Zudem bestätigen Fachexperten, dass durch die integrierte Eventkommunikation weitere Zielgruppen im Branchenumfeld gefördert und erweitert werden.

Vom Einkaufsort zur Erlebniswelt – die Wichtigkeit von Erlebnissen für Shopping Center am Beispiel von den drei Centern Sihlcity, Shopping Arena und City West

Diplomandin Alexandra Bürgmann
Referent Prof. Dr. Dominique Roland Gerber
Korreferent Patrick Kurth

Einkaufen in Shopping Centern wird dank dem Besuch von Restaurants, Kinos, Hotels und anderen Freizeitangeboten immer öfters zu einem tollen Erlebnis. Der Kunde taucht während des Einkaufens in eine andere Welt ein. Die Arbeit beschäftigt sich genau mit diesem Erlebnis in Einkaufsorten, am Beispiel von drei Centern in der Schweiz. Die Auswirkungen von Erlebnissen auf den Umsatz werden als zentrales Element in der Arbeit untersucht. Dabei wird im ersten Teil auf die Hintergründe des Erlebnisses eingegangen. Die ausgewählten Forschungsmethoden Befragung und Leitfadenterview werden anschliessend erläutert und begründet. Im letzten Teil werden die Resultate der Experteninterviews sowie der Kundenbefragung präsentiert und diskutiert. Es wurden Erfolgsfaktoren zum Thema Erlebnisgenerierung in Einkaufsorten herausgefunden. Diese sollen in Zukunft die Implementierung und Umsetzung von Erlebnissen in Einkaufsorten unterstützen.

Integration von Nahfeldkommunikation in Tierparks – Ein Fallbeispiel am Wildnispark Sihlwald

Diplomandin Jmaana Frehner
Referent Roland Köppel
Korreferent Ivo Macek

Tierparks gibt es schon seit 2000 v. Chr., und sie haben sich seither ständig weiterentwickelt. Die Tiergehege werden immer weitläufiger, was mitunter die Sichtbarkeit der Tiere vermindert. Mit dieser Entwicklung ist die Gefahr verbunden, dass ein Tierparkbesuch an Attraktivität verliert. In der vorliegenden Bachelorarbeit wird untersucht, ob der Einsatz von Nahfeldkommunikation sinnvoll für die Steigerung der Attraktivität und der Besucherzahl von Tierparks eingesetzt werden kann. Zusätzlich wird auch der Faktor des Natur- und Artenschutzauftrages miteinbezogen, welcher ein Tierpark zu erfüllen hat.

Untersucht werden diese Fragestellungen anhand von vier Methoden: im theoretischen Teil mit der Inhaltsanalyse, im empirischen Teil durch Experteninterviews, offene Befragung und Beobachtung der Tierparkbesucher. Die Erhebung wurde im Wildnispark Sihlwald in Zürich durchgeführt und zeigt auf, dass NFC in Tierparks nur einen geringen Mehrwert mit sich bringt und diese Technologie für den Einsatz noch zu unreif ist.

Interaktivität im Kunstmuseum Eine empirische Analyse am Beispiel des Kunstmuseums Basel

Diplomandin Séverine Gorrengourt
Referentin Christina Spindler
Korreferent Ivo Macek

Die vorliegende Bachelor-Thesis untersucht, welche Möglichkeiten es für ein Kunstmuseum unter Berücksichtigung der Zielgruppen und interner Aspekte für eine interaktive Gestaltung gibt. Ziel ist es, einen Einblick in die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppen sowie Ausstellungsmacher in Bezug auf Interaktivität zu geben: Mit Hilfe der Theorie zu Auftrag und Rolle eines Museums, Ausstellungsgestaltung sowie Zielgruppen klären ein Experteninterview sowie eine Besucherbefragung die unterschiedlichen Perspektiven. Zum Schluss wird anhand eines Modells untersucht, ob und wie sich die zwei Sichtweisen vereinbaren lassen. Als Analyseobjekt dient das Kunstmuseum Basel.

Die Erfolgsfaktoren von Sportevents

Diplomandin Diana Kottmann
Referentin Dr. Amina Ovcina Cajacob
Korreferentin Christina Spindler

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der folgenden Frage: Welche Faktoren sind für den Erfolg von Sportevents ausschlaggebend? Literatur zum Thema Eventmanagement gibt es zahlreiche. Auch im Bereich Erfolgsfaktoren gibt es bereits Fachartikel, die sich damit beschäftigen. Doch gibt es kaum einsehbar Untersuchungen und wissenschaftliche Beiträge, die sich explizit mit dem Thema Erfolgsfaktoren von Sportevents auseinandersetzen. Forschungsgegenstand dieser Arbeit ist das schweizweit grösste Beachvolleyballturnier «FIVB Beach Volleyball World Tour Grand Slam Gstaad». Dazu werden der Eventorganisator, ein Medienschafter, Profibeachvolleyballer und das Publikum befragt, wobei der Fokus auf dem Publikum und den Sportlern liegt. Aus dem Forschungsteil ergeben sich jene Faktoren, die einem Sportevent zum nachhaltigen Erfolg verhelfen.

Mobile Applikation zur Förderung der Gesundheit

Diplomandin Natalie Achermann
Referent Prof. Dr. Fredrik Gundelsweiler
Korreferent Dr. Thomas Memmel

Diese Bachelorarbeit befasst sich mit der Konzeption einer generationenübergreifenden mobilen Applikation zur Förderung der Gesundheit. Die Arbeit geht der Fragestellung nach, welche Anforderungen eine entsprechende Applikation erfüllen muss. Ausserdem wird untersucht, welche spezifischen Usability-Anforderungen für ältere Menschen beachtet werden sollten. Weiter werden Möglichkeiten aufgezeigt, über eine Applikation die Kommunikation innerhalb und zwischen den verschiedenen Generationen zu fördern. Die Arbeit ist in vier Hauptteile gegliedert. Nach der Einleitung wird im ersten Hauptteil der aktuelle Stand der Forschung und Entwicklung aufgezeigt (Kapitel 2). In einem nächsten Kapitel folgt die Anforderungsanalyse, die sich auf bewährte Usability-Methoden stützt (Kapitel 3). Auf Grundlage der Ergebnisse aus diesen beiden Kapiteln wird das Konzept der Applikation vorgestellt (Kapitel 4). Der letzte Hauptteil beschreibt die Entwicklungsphase der Applikation (Kapitel 5). Die Arbeit schliesst mit den Erkenntnissen, die aus den vorhergehenden Kapiteln gezogen werden konnten sowie einem kurzen Ausblick.

User Generated Radio: Potenziale und Konsequenzen von nutzergenerierten Inhalten am Radio

Diplomandin Charlotte Herrmann
Referent Prof. Dr. Fredrik Gundelsweiler
Korreferent Christian Stärkle

Die Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, ob nutzergenerierte Inhalte am Radio zu neuen Sendeformaten und einer verstärkten Hörerbindung führen. Als Ausgangslage präsentieren sich bereits bestehende Formen von User Generated Content (UGC) in Audioform, wie beispielsweise Hörspiel-Plattformen und Musikportale. Die Forschungsarbeit findet eng verbunden mit der Entwicklung des dazugehörigen multimedialen Artefakts, einer iPhone-Applikation zur Produktion von UGC fürs Radio, statt. Zwölf Probanden erhalten als Anschauungsbeispiel zum Testen einen interaktiven Prototyp dieser App und beantworten anschliessend Fragen zum Thema in einem von der Verfasserin geführten Interview. Besonders zu den Sendeformaten, die durch UGC am Radio entstehen können, liefert die Auswertung der qualitativen Interviews spannende und kreative Ergebnisse. Diese werden jeweils genauer beschrieben. In einem kleinen Exkurs wird anhand eines Experteninterviews auf das Problem der Qualitätssicherung eingegangen.

Mobile User Experience im Web

Diplomand **Marco Korradi**
Referent **Martin Vollenweider**
Korreferent **Prof. Dr. Fredrik Gundelsweiler**
Auftraggeber **MIND Kommunikation GmbH, Winterthur**

Gegenstand der vorgestellten Arbeit ist die Untersuchung des Nutzererlebnisses (User Experience) beim Besuch von Websites auf einem Smartphone. Es wird untersucht, mit welcher Methode (separate mobile Website oder Responsive Web Design) eine bessere User Experience erzeugt werden kann. Mittels eines schriftlichen Fragebogens werden User- Experience-Tests mit zehn Websites aus der Lifestyle-Branche durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen die Stärken und Schwächen beider Methoden auf. Weiter kann eine Tendenz aufgezeigt werden, welche Methode sich für welche User-Experience-Ziele am besten eignet. Ziel dieser Arbeit ist es, als Entscheidungshilfe bei der Methodenwahl zu dienen.

Untersuchung von Responsive Webdesign und Erstellung einer Webseite

Diplomand **Pascal Migliore**
Referent **Prof. Dr. Fredrik Gundelsweiler**
Korreferent **Martin Vollenweider**

Gegenstand der hier vorgestellten Arbeit ist eine Analyse zur Verbreitung und Nachfrage von Responsive Webdesign. Es wird erforscht, wie sehr sich die Internetnutzung im Zeitalter von Smartphones, Tablets und anderen internetfähigen mobilen Endgeräten verändert und welche Rolle dabei das Alter der Benutzer spielt. Im Zuge dieser Arbeit wird eine Webseite für eine fiktive Unternehmungsgründung erstellt, welche auch für mobile Endgeräte adaptiert wird.

Interaktive Infografik im Journalismus

Diplomand	Sandro Spreiter
Referent	Prof. Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent	Heiner Butz

Diese Arbeit untersucht die Produktion von interaktiven Infografiken. Interaktive Infografiken sind Darstellungen, welche die Möglichkeiten der Computertechnik ausnützen, um Informationen darzustellen. Durch den zunehmenden Medienkonsum über elektronische Endgeräte wird die interaktive Infografik oft als journalistische Darstellungsform eingesetzt. Der erste Teil dieser Arbeit erklärt die Entwicklung der interaktiven Infografik und dient als Einführung in das Thema. Der zweite Teil beinhaltet die wissenschaftliche Fragestellung, welche als Ausgangslage für die Untersuchung dient. Die Fragestellung beruht auf den Erfahrungen eines dreimonatigen Praktikums beim Westdeutschen Rundfunk. Dort hat sich der Verfasser dieser Arbeit mit den Herausforderungen bei der Produktion von interaktiven Infografiken auseinandergesetzt. Für die Untersuchung wurden mehrere Infografikspezialisten mit unterschiedlichster Produktionsherkunft befragt. Die Ergebnisse der Auswertung werden im Schlussteil der Arbeit präsentiert.

Anders erzählen mit der Audio-Slideshow: Welche Beweggründe gibt es, die Audio-Slideshow als Narrationsmittel in der Schweiz einzusetzen

Diplomandin	Giulia Cresta
Referent	Thomas Weibel
Korreferent	Heiner Butz

Die vorliegende Bach elor-These befasst sich mit dem Medium Audio-Slideshow und den Beweggründen für das Einsetzen dieses Onlinemediums in der Schweiz. Im ersten Teil der Arbeit wird die Audio-Slideshow definiert, beschrieben und gegenüber anderen Online-medien abgegrenzt. Dazu kommen Begriffsdefinitionen wie Multimedia oder Narration. Im zweiten Teil der Arbeit werden die Komponenten der Audio-Slideshow beschrieben. Der empirische Teil bildet den Kern der Arbeit und ist in drei Dimensionen unterteilt: Markt/Produktion, Narration und Zukunftsperspektiven. Die Beweggründe für das Einsetzen der Audio-Slideshow in der Schweiz wurden mittels Experteninterviews eruiert, welche die Thesen aus der Literatur ergänzen, falsifizieren oder verifizieren.

Die Ergebnisse zeigen, dass Audio-Slideshows Vorteile gegenüber anderen Onlinemedien haben und einiges für den Einsatz dieses Mediums spricht. Diese Arbeit soll als Grundlage für weitere Forschungen über die Rezeption von Audio-Slideshows dienen.

Die Funktion des Radios im Ereignisfall

Diplomandin	Silvana Giger
Referent	Christian Stärkle
Korreferent	Thomas Weibel

Im Zentrum dieser Bachelor-These steht das Medium Radio. Mittels einer Befragung wird aufgezeigt, welche Bedeutung das Radio heute in unserer Gesellschaft hat und welche Rolle es im Ereignisfall übernimmt. Weiter stehen die Radioveranstalter in der Schweiz im Fokus. Anhand ihrer Notfallkonzepte wird aufgezeigt, wie sie auf eine Natur- oder Umweltkatastrophe vorbereitet sind. Ausserdem wird die Krisenkommunikation der Schweizer Kernkraftwerke thematisiert. Die Notfallkonzepte der Kernkraftwerke und der Radiostationen werden mit einer Inhaltsanalyse ausgewertet. Die folgende Arbeit gibt Aufschluss darüber, wie die Schweiz auf eine Katastrophe vorbereitet ist und wie die Bevölkerung zu ihren Informationen kommt. Dabei zeigt sich, dass das Radio im Ereignisfall nach wie vor ein wichtiges Medium ist, gleichzeitig aber die Neuen Medien an Bedeutung gewinnen.

Standarddeutsch und Mundart im Luzerner Parlament. Eine politolinguistische Standortbestimmung.

Diplomandin Nina Laky
Referent Christian Stärkle
Korreferent Thomas Weibel

Diese Bachelor-Thesis beinhaltet eine Inhaltsanalyse der Parlamentssitzungen des Luzerner Grossstadtrates. Das städtische Parlament kennt keine Sprachregelung. Aufgrund dessen wurde das Verhältnis von Standarddeutsch und Mundart während der Debatten untersucht. Die Parlamentarierinnen und Parlamentarier erhielten die Möglichkeit, sich via Onlinefragebogen in die Diskussion einzubringen. Die Resultate sollen weiteren Untersuchungen im neuen Forschungsfeld der Politolinguistik eine Grundlage bieten und zukünftige Forschungen (wenn möglich) unterstützen. Die Arbeit bietet einen Einblick in die politische und sprachliche Situation der Schweiz.

Dabei spielt auch die Geschichte der Mundart in der Politik, den Schulen und den Medien eine Rolle. Viele Entwicklungen rund um die Mundart verliefen parallel. Die Diskussion um die Nutzung von Standarddeutsch und Mundart wird in der Schweiz seit jeher geführt, manchmal pragmatisch, manchmal emotional. Mit dieser Bachelor-Arbeit soll dem Forschungsfeld der Politolinguistik spezifisch der Sprache in den Gemeindeparlamenten mehr Beachtung geschenkt werden.

Anteil einheimischer Populärmusik im Radio: Eine Untersuchung einer möglichen Quotenregelung in der Schweiz im Vergleich mit der französischen Radioquote

Diplomandin Julia Oroszlan
Referent Christian Stärkle
Korreferent Thomas Jenny

Im ersten Teil dieser Bachelor-Thesis geht es allgemein um Musik im Radio und die Schwierigkeit einheimischer Musik, ins Radio zu gelangen. Weiter wird die Schweizer Radiolandschaft samt rechtlichem Rahmen und in einem kurzen Exkurs der Schweizer Musikmarkt beleuchtet. Im nächsten Teil wird die Quotenregelung als Fördermassnahme, anschliessend konkret die Radioquote in Frankreich vorgestellt und analysiert. Dabei werden deren Umsetzung und Auswirkung erörtert. Anschliessend wird ein erster Vergleich zwischen Frankreich und der Schweiz aufgrund der vorhergehenden Kapitel gezogen. Im Untersuchungsteil wird die Anwendbarkeit einer Quotenregelung aus Sicht von Musikredaktionen und die Handhabung Schweizer Musik in ihren Programmen überprüft. Die Ergebnisse werden mit qualitativen Experteninterviews mit fünf Musikredaktoren dargelegt und damit Bezüge zu den Erkenntnissen aus dem französischen Quotenmodell hergestellt. Dies bezweckt die Beantwortung der Frage, ob eine Quotenregelung im Schweizer Hörfunk anwendbar wäre aufgrund der Radiolandschaft und der Musikredaktionen.

Funktioniert Urban-Art auch in Blogs?

Diplomandin	Andrina Sarott
Referentin	Tanja Hess
Korreferent	Heiner Butz

Urban-Art hat um die Jahrtausendwende einen weltweiten Boom erlebt. In den letzten Jahren wurde diese Art der Kunst vermehrt in Blogs und auf sozialen Netzwerken präsentiert. Dabei ist die Hauptfragestellung: «Funktioniert Urban-Art auch in Blogs?». Studiert wird, welche Aufgaben das Internet bezüglich Urban-Art übernimmt. Zudem vergleicht diese Arbeit die Wirkung von Urban-Art im realen Leben mit derjenigen im Internet. Die Forschung besteht aus einer Analyse von 19 Urban-Art-Blogs aus Deutschland und einer Online-Umfrage über Urban-Art und Blogs. Das Ziel ist es, ein Konzept für den Aufbau eines idealen Urban-Art-Blogs zu erarbeiten. Hierbei wird die unterschiedliche Wirkung von Urban-Art auf der Strasse und im Internet berücksichtigt.

Der Einsatz von Corporate Radios in Unternehmen in der Schweiz

Diplomandin	Karin Steiner
Referent	Christian Stärkle
Korreferent	Prof. Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Auftraggeber	update Fitness AG

Corporate Radio ist ein auditives Kommunikationsmittel, welches Unternehmen ermöglicht, ein eigenes Radioprogramm zusammenzustellen und an den entsprechenden Firmen-Standorten auszustrahlen. Da Corporate Radios in der Schweiz bisher eine geringe Verbreitung aufweisen, wird in der vorliegenden Arbeit der Einsatz, der Nutzen, das Potenzial sowie die Nachfrage eben solcher Kommunikationsformen erforscht. Den Kern der Arbeit bilden Expertenbefragungen mit Anbietern und Veranstaltern von Corporate Radios sowie eine Online-Umfrage, welche die Ermittlung der Nachfrage zum Ziel hat. Anhand unterschiedlicher Fallbeispiele wird aufgezeigt, wie Corporate Radios in Unternehmen eingesetzt werden können. Im Rahmen dieser Arbeit wurde ein Corporate Radio für das Ostschweizer Fitnesscenter update Fitness konzipiert und umgesetzt. Das Radioprogramm soll künftig an allen vierzehn Standorten von update Fitness ausgestrahlt werden.

Aktuelle Kameramodelle in der HD-Berichterstattung

Diplomand Jonas Bolli
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferent Roberto Liebold

Der Kameramarkt bewegt sich in der heutigen Zeit rasant vorwärts. Durch die Umstellung zum HD-Fernsehen wurden die Qualitätsansprüche an das Bild erhöht. Neue Technologien werden zur Bildgewinnung eingesetzt. Besonders beim Sensor der Kamera wurden Innovationen wie neue Bauarten und grössere Sensoren vorangetrieben. Die Frage der Eignung verschiedener Kameramodelle, insbesondere für die Fernsehberichterstattung, wird durch die ständige Neuentwicklung von Kameras immer schwieriger. Daraus ergibt sich die Fragestellung: «Eignen sich neuartige Kameras für die HD-Berichterstattung?» (Fragestellung der Bachelorthesis.) Kernpunkt der Arbeit stellt ein Experiment dar, in welchem verschiedene Kameramodelle auf Merkmalsträger der HD-Berichterstattung überprüft werden. Dabei werden technische Attribute, wie auch der Umgang mit der Kamera, geprüft. Als Ergebnis lässt sich festhalten, dass die Wahl der Kamera immer mehr von der Drehsituation abhängig ist und dadurch mehr an Bedeutung gewinnt.

Storytelling mit S3D. Stereoskopisches 3D als dramaturgische Unterstützung des populären Filmes

Diplomand Oliver Bolt
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferent Roberto Liebold
Auftraggeber Selbständig in Zusammenarbeit mit dem Theater St. Gallen

Diese Bachelor-These beschäftigt sich mit Storytelling durch Stereo 3D in fiktionalen S3D-Mainstreamproduktionen und setzt sich im Wesentlichen aus vier Abschnitten zusammen. Damit eine Verständnisgrundlage geschaffen wird, werden in einem ersten Abschnitt die relevanten Grundbegriffe sowie die Funktionsweise des stereoskopischen 3D erläutert. Anschliessend wird in einem kurzen geschichtlichen Abriss die Entwicklung des stereoskopischen Bewegtbildes dargestellt. Im Folgenden wird der Zusammenhang zwischen ökonomischen und dramaturgischen Aspekten von S3D beleuchtet. Ein Exkurs verdeutlicht zudem den Aufbau der Dramaturgie des populären Filmes, um vor diesem Hintergrund den Einsatz von S3D als dramaturgisches Werkzeug zu erläutern. Im anschliessenden Forschungsteil wird Ang Lees Film «Life of Pi: Schiffbruch mit Tiger» als exemplarisches Beispiel darauf hin untersucht, wie die Anwendung der Stereoskopie die Dramaturgie unterstützen kann. Abgerundet wird die Arbeit mit einer Schlussbetrachtung und einem Ausblick auf mögliche weitere Forschung.

Konvergenzjournalismus von Radio und Fernsehen in der Praxis

Diplomandin Maja Bretscher
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferent Christian Stärkle

Gegenstand der hier vorgestellten Bachelor-Thesis ist der Konvergenzjournalismus von Radio und Fernsehen in der Praxis. Im ersten Teil dieser Arbeit werden verschiedene Theorien und Aspekte der Konvergenz, speziell der Medienkonvergenz, aufgeführt. Im zweiten Teil liegt der Fokus auf den drei Redaktionen und deren Mitarbeitenden der Schweizer Medienunternehmen Zambo von SRF, Radio Rottu Oberwallis und TVO zusammen mit Radio FM1. Die Redaktionen und deren Arbeitsweise werden vorgestellt und analysiert. Dabei wird der Frage nachgegangen, wie sich die konvergente Arbeitsweise auf die journalistische Praxis auswirkt und wie sich die Redaktionen organisieren. Alle drei Redaktionen arbeiten mit den Vektoren Radio, TV und Web. Die Art und Weise, wie sie die Medienkonvergenz umsetzen, unterscheidet sich jedoch klar. Weiter wird anhand von Analysen aufgezeigt, dass sich die Redaktionen heute innerhalb der verschiedenen Konvergenzstufen an verschiedenen Positionen befinden.

Greenwashing – Unternehmenskommunikation für ein umweltfreundliches Image mit Untersuchung am Fallbeispiel von Nespresso

Diplomand Bardo Eicher
Referent Heiner Gatzemeier
Korreferentin Yvonne Herzig

Greenwashing stellt eine Form der Unternehmenskommunikation dar, die darauf abzielt, der Öffentlichkeit ein grünes Image zu präsentieren, ohne dass dafür hinreichende Grundlagen bestehen. Die vorliegende Bachelor-Thesis setzt sich im Wesentlichen aus vier Teilen zusammen. Um das Thema Greenwashing umfassend verstehen zu können, werden zu Beginn die begrifflichen Grundlagen erklärt und anschliessend die wissenschaftlichen Methoden zur Untersuchung der Fragestellungen vorgestellt. Im folgenden Hauptteil wird die Funktionsweise von Greenwashing aus Sicht der Unternehmen aufgezeigt. Dabei werden unterschiedliche Aspekte beleuchtet. Es wird unter anderem auf die Beweggründe und Absichten eingegangen, die sich hinter Greenwashing verbergen. Im letzten Teil der Arbeit werden die Auswirkungen von Greenwashing auf die Konsumenten anhand des Fallbeispiels Nespresso erforscht. Überzeugen die Greenwashing-Methoden die Konsumenten und Konsumentinnen? Eine Online-Befragung und zwei Experteninterviews bilden die Grundlage zur Beantwortung dieser Fragestellung.

Prominenzberichterstattung für die Generation Facebook

Diplomandin	Vera Gächter
Referent	Prof. Ruedi Alexander Müller-Beyeler
Korreferent	Heiner Butz

Die Bachelor-Thesis «Prominenzberichterstattung für die Generation Facebook» befasst sich mit den Anbietern von Prominenzberichterstattung in Bezug auf Social Media. Es wurden sechs TV-Sendungen (Exclusiv, glanz & gloria, Leute Heute, Prominent!, Red!) und elf Zeitschriften (Bravo, Bunte, Das Neue, Gala, InTouch, In-StarMagazin, Madonna Society, OK!, Popcorn, Schweizer Illustrierte und Seitenblicke Magazin) einer qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen. Untersucht wurden nicht nur die erschienenen Print-Medien und TV-Sendungen, sondern auch der Unterhalt der Facebook- und Twitter-Seiten im Zeitraum einer Woche. In den untersuchten Zeitschriften wurden insgesamt 2'453 Namen von Prominenten und aus ihrem Umfeld genannt. Bei den TV-Sendungen wurden 706 Namen von prominenten Personen und ihrem Familien- und Bekanntenkreis genannt sowie 684 O-Töne verarbeitet. Aufgegliedert nach vordefinierten Merkmalen wurden die Zeitschriften und TV-Sendungen den insgesamt 818 Posts auf Facebook gegenüber gestellt. Die Studie gibt somit Aufschluss über die Wirkung von prominenzbezogenen Medieninhalten unter Berücksichtigung der neuen Möglichkeiten von Social Media.

Einsatz und Wirkung von im Schnitt hinzugefügter Musik im Dokumentarfilm

Diplomand	Lukas Gammenthaler
Referent	Heiner Gatzemeier
Korreferent	Dr. Jürgen Müller

Fünf einzelne Teile prägen diese Bachelor-Thesis über Einsatz und Wirkung von im Schnitt hinzugefügter Musik im Dokumentarfilm. Der erste Teil bildet eine Einführung in das Genre des Dokumentarfilms. Dabei stellt der Autor die Geschichte des Dokumentarfilms sowie dessen Entwicklung im Bezug auf den Einsatz von Filmmusik in den Vordergrund. Der zweite Teil setzt sich mit der Wirkung von Musik sowie den grundsätzlich damit verbundenen körperlichen Reaktionen auseinander. Es werden die wichtigsten empirischen Untersuchungen vorgestellt sowie bisher bekannte Theorien zur Wirkung von Musik auf Emotionen dargelegt. Im dritten Teil der Arbeit wird die Kombination von Bild und Ton vertiefter erklärt. In diesem Kapitel der Arbeit kommen Musikforscher, Komponisten sowie Filmemacher zu Wort, welche ihre Sicht der Thematik Filmmusik darlegen. Der fünfte Teil der Arbeit umfasst eine empirische Untersuchung, welche der Autor mit seinem eigens angefertigten Dokumentarfilm durchgeführt hat. Mit Hilfe der Untersuchung zeigt der Autor den Zusammenhang zwischen dem Einsatz von Musik, der Steigerung der Emotionalität sowie den Einfluss auf die Kernaussage des Films auf.

Aus dem Minimum das Maximum herausholen – Drehbuchschreiben für Lowbudget-Filmprojekte

Diplomand	Gilles Germann
Referent	Heiner Gatzemeier
Korreferent	Dr. Jürgen Müller

Diese Bachelor-Thesis setzt sich im Wesentlichen mit der Drehbuchentwicklung von fiktiven Lowbudget-Filmprojekten auseinander. Es wird aufgezeigt, dass Filmschaffen heutzutage nicht zwingend teuer sein muss, vor allem, wenn das Filmskript stimmt. Die Literaturarbeit mit dem Kurzspielfilmprojekt «Flüchtig» als Praxisbeispiel bewegt sich im Themenfeld der Lowbudget-Produktionen und der Lehre der kostenbewussten Drehbuchentwicklung.

User Experience von Enhanced Ebooks: Zum immersiven Erlebnis einer multimedialen, belletristischen Narration auf dem iPad.

Diplomandin	Francesca Giardina
Referent	Thomas Weibel
Korreferent	Prof. Bruno Wenk

Elektronische Bücher, sogenannte eBooks, sind stark im Aufwind. Mit dem Apple iPad ist nun ein mobiles Multimediagerät auf dem Markt, das die Entstehung von enhanced eBooks ermöglicht hat. Dies sind multimediale elektronische Bücher mit audiovisuellen und/oder interaktiven Elementen. Eine Funktion des Freizeitlesens ist die Unterhaltung. Die belletristische Geschichte transportiert uns in eine andere Welt, wir tauchen in sie ein und vergessen kurz unseren Alltag. Die Forschungsfrage lautet nun, ob dieser lesetypische Zustand, Immersion genannt, auch durch enhanced eBooks zu erreichen ist. Gegenstand dieser Arbeit ist das Leseerlebnis, welches auf einem Multimediagerät zu einem spezifischen Nutzererlebnis wird, genannt User Experience. Untersucht werden die Bedingungen der Immersion als ideale User Experience des enhanced eBooks. Dafür werden die Konzepte Immersion und Nutzererlebnis abgeglichen, eine Reihe von Experteninterviews durchgeführt und abschliessend eine Einschätzung abgegeben. Dadurch, dass der Forschungsgegenstand so neu ist, werden ein exploratives Vorgehen gewählt und relevante Fragen für mögliche spätere Forschungsvorhaben ermittelt.

Videojournalismus in langen dokumentarischen Formaten bei SRF

Diplomand Lars Gotsch
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferent Heiner Gatzemeier

Diese Bachelor-Thesis befasst sich mit Videojournalismus in langen dokumentarischen Formaten bei SRF. Mit langen Formaten sind 20- bis 60-minütige TV-Produktionen gemeint. Der wesentliche Teil der Arbeit ist dreigeteilt. Am Anfang steht der Literaturteil, in welchem es um den Videojournalismus im Allgemeinen sowie vor allem im deutschsprachigen Raum geht. Woher kommt der Videojournalismus? Wie werden Videojournalisten (VJs) heutzutage eingesetzt? Wie sieht es mit langen Formaten aus? Danach wird, mithilfe von Aussagen aus Experteninterviews, die Situation des Videojournalismus bei SRF beschrieben. Wer kann bei SRF VJ werden? Wo setzt SRF VJs ein und wo nicht? Auf welchen Sendeplätzen werden lange VJ-Produktionen gezeigt? Darauf folgen Analysen von SRF-Eigenproduktionen aus «DOK» und «Reporter». Anhand dieser Filmanalysen gilt es aufzuzeigen, an welchen bildgestalterischen Merkmalen lange VJ-Produktionen bei SRF erkannt werden können.

Filmdramaturgie – Populäre Muster im Vergleich

Diplomand Marc Heer
Referent Heiner Gatzemeier
Korreferent Dr. Martin Arnet

Im theoretischen Teil dieser Bachelor-Thesis werden zuerst einige Grundlagen erarbeitet, welche die dramaturgische Untersuchung eines Films überhaupt erst ermöglichen. So werden in einem ersten Schritt grundlegende Begriffe und Konzepte der Narratologie erläutert und dabei geklärt, was unter einer Geschichte zu verstehen ist, um dann auf ihre strukturelle Eigenschaft, die Dramaturgie, einzugehen. Der zweite Teil der Arbeit befasst sich mit konventionellen Erzählmustern, wobei anhand der analyseorientierten Theorie der Filmwissenschaft und den Regeln und Konzepten der zeitgenössischen Drehbuchratgeberliteratur erörtert wird, was unter einer konventionellen Erzählung im Speziellen zu verstehen ist. Im Zentrum steht hier aber Jens Eders Paradigma der populären Dramaturgie, dessen 25 Merkmale kurz beschrieben und anhand des Films North by Northwest (Alfred Hitchcock) beispielhaft erläutert werden. Eders Merkmale werden im praktischen Teil dieser Arbeit in Form eines Kategoriensystems angewandt, um den Grad an populärer Dramaturgie innerhalb von Pulp Fiction (Quentin Tarantino) zu bestimmen. Dabei zeigt sich, wie stark sich der Film an konventionellen Strukturen anlehnt. Die Ergebnisse verdeutlichen darüber hinaus, welche Elemente der populären Dramaturgie auch aus unkonventionellen Erzählungen nicht wegzudenken sind.

Lerneffekt durch interaktive Repräsentationen in eBooks

Diplomand Oliver Keigel
Referent Thomas Weibel
Korreferent Dr. Rudolf Mumenthaler

Aufgrund von rasanten technischen Entwicklungen befindet sich die Literaturwelt im Umbruch. Auch im Buchwesen hat die Digitalisierung Einzug gehalten. Die komplette Revolution von Print zu Digital ist bisher noch ausgeblieben, elektronische Bücher, sogenannte eBooks, sind jedoch stark im Aufwind. Diese Arbeit setzt sich mit der Wissensaufnahme aus enhanced eBooks auseinander. Untersucht wird, ob der Einsatz von interaktiven Repräsentationen in eBooks (Sachtexte) einen Einfluss auf den Lerneffekt respektive die Wissensaufnahme hat. Um diesen Effekt nachzuweisen oder auszuschliessen, wird eine experimentelle, randomisierte Untersuchung an Probanden durchgeführt. Der Kontrollgruppe wird hierbei ein eBook mit multimedialen Inhalten vorgelegt, der Experimentalgruppe ein eBook mit interaktiven, multimedialen Inhalten. Im Anschluss erhalten beide Probandengruppen einen identischen Wissenstest ausgehändigt. Das Abgleichen der Resultate bildet die Grundlage zur Beantwortung der Fragestellung.

Der dramaturgische Spannungsaufbau und seine Wirkung im heutigen Kurzspielfilm

Diplomandin Grozdana Krsticevic
Referent Heiner Gatzemeier
Korreferent Prof. Ruedi Alexander Müller-Beyeler

Die vorliegende Bachelor-Thesis beschäftigt sich mit dem Spannungsaufbau im Kurzspielfilm. Im ersten Teil wird anhand des Forschungsstandes der Begriff Spannung erläutert und ein Informationsrahmen geschaffen. Danach werden die theoretischen Grundlagen vorgestellt. Dabei geht es vor allem um den dramaturgischen Aufbau von Kurz- und Langspielfilmen und den werkimmanenten Faktoren der Spannungserzeugung. Diese sind in die inhaltliche und die formale Ebene gegliedert. Bei der inhaltlichen Ebene wird auf die dramaturgischen Mittel zur Erzeugung von Spannung eingegangen. Die Formebene geht auf die visuelle und die akustische Ebene ein. Zuletzt wird anhand von sechs Filmanalysen, einem Experiment und einem beiliegenden Fragebogen überprüft, ob ein Kurzspielfilm trotz seiner Kürze einen ebenso guten Spannungsaufbau haben kann wie ein abendfüllender Film.

Die Nutzung der Sprache in Daily Soaps und ihre Funktion auf Facebook

Diplomandin Flurina Kunfermann
Referent Heiner Butz
Korreferentin Tanja Hess

Diese Bachelor-Thesis befasst sich mit der spezifischen Nutzung der Sprache in Daily Soaps und wie die Sprache als Verknüpfungselement von Daily Soap und Social Media-Plattformen wie Facebook funktioniert. Im theoretischen Teil werden die Themen Social Media-Plattformen, Jugendsprache und Daily Soaps analysiert und somit eine Grundlage geschaffen. In der Empirie werden mit einer Online-Umfrage Nutzer im Alter von 18 bis 25 Jahren in Hinblick auf ihren Fernsehkonsum, der Rezeption von Daily Soaps und der Nutzung von Social Media-Plattformen untersucht. Des Weiteren wird die Nutzung der Sprache in den beiden Daily Soaps «Berlin – Tag und Nacht» und «Gute Zeiten, schlechte Zeiten» wie auch die Nutzung der Sprache der beiden Daily Soaps auf Facebook verglichen. Anhand der Resonanz in Form von Kommentaren und «Gefällt mir»-Angaben auf den Facebook-Seiten der beiden Daily Soaps wird überprüft, ob eine spezifische Nutzung der Sprache den Zuschauer zur Interaktion anregt.

Reportage 2.0: Von der schriftlichen zur multimedialen Reportage

Diplomand Livio Marc Stöckli
Referent Heiner Butz
Korreferent Thomas Weibel
Auftraggeber In Kooperation mit TagesWoche

Gegenstand der vorgestellten Bachelor-Thesis ist eine Untersuchung von drei meinungsbildenden Tageszeitungen mit Qualitätsanspruch und ihre multimediale Arbeitsweise im Internet in Bezug auf das journalistische Format der schriftlichen Reportage. Bei den Zeitungen im Fokus handelt es sich um die «Neue Zürcher Zeitung», die «Süddeutsche Zeitung» sowie die «Frankfurter Allgemeine Zeitung». Mittels Inhaltsanalyse, Online-Umfrage und Leitfadeninterviews wird erforscht, wie die genannten Zeitungen multimediale Gestaltungsformen in Kombination mit Reportagen aktuell verwenden, welche Möglichkeiten das Internet bietet und was die Leserschaft verlangt bzw. welche Kanäle sie präferiert. Zudem zeigt die Arbeit auf, wie multimediale Gestaltungsformen verwendet werden sollten, um die Zielgruppen optimal anzusprechen, und wie sich Multimedia-Reportagen in Zukunft entwickeln könnten in Anbetracht einer multimedialen Arbeitsweise im Journalismus.

HDSLR-Kameras in der TV-Produktion

Diplomand Joel Waldvogel
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferent Roland Köppel

Gegenstand der Bachelor-Thesis sind die digitalen Spiegelreflexkameras mit der Möglichkeit, Videos aufzunehmen. Diese Hybrid-DSLR-Kameras (HDSLR) erlebten in den letzten Jahren einen Durchbruch in der Videobranche. Doch wie sind diese Kameras eigentlich für die TV-Produktion geeignet? Und wie sind sie in der Fernsehproduktion einsetzbar? Anhand einer aktuellen Literaturrecherche, Filmanalysen, Beobachtungen und Experteninterviews wird dieser zentralen Fragestellung nachgegangen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen und die wichtigsten technischen Merkmale einer HDSLR erläutert. Im zweiten Teil wird der Einsatz in der Praxis untersucht. Aus der Zusammenarbeit mit zwei grossen TV-Produktionsunternehmen ergaben sich Experteninterviews und Beobachtungen, die zu ersten Schlüssen über die Eignung der HDSLR im Produktionsalltag führten. Im dritten Teil folgt die Analyse zweier Filme, die überraschende Resultate im Praxistest zeigen.

Sportsendungen im Schweizer Radio und Fernsehen: Entscheidungsprozesse und Randsportarten in der Programmentwicklung

Diplomand Remo Wettstein
Referent Dr. Jürgen Müller
Korreferent Roberto Liebold

Sport ist aus der heutigen Medienwelt nicht mehr wegzudenken und ein fester Bestandteil unserer Gesellschaft. Im Fernsehen kann in Form von Liveberichterstattungen sowie in diversen Magazinen täglich Sport konsumiert werden. In der deutschen Schweiz ist das Schweizer Radio und Fernsehen marktführend und gerade im Bereich Sport hoch angesehen. Bei der Fülle an Sportarten ist es aber nicht immer einfach zu entscheiden, worüber berichtet werden soll und was die Zuschauer interessiert. Auch Randsportarten sind immer wieder ein Thema, denn gerade sie haben es heutzutage schwer, Präsenz auf den Sendeportalen von Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) zu erhalten. In der Arbeit soll ein Blick hinter die Kulissen von SRF und deren Sportabteilung geworfen werden. Es soll erarbeitet werden, wie die Programmentwicklung vor sich geht und wie der Sender entscheidet, worüber berichtet wird und über was nicht. Die Randsportarten stehen dabei in einem speziellen Fokus und die Situation und die Probleme, die ein Verband einer Randsportart hat, werden anhand eines Beispiels ergründet und erklärt.

Erfolgsfaktoren eines TV-Wissensmagazins am Beispiel von Galileo

Diplomandin	Helena Wilhelm
Referent	Dr. Jürgen Müller
Korreferent	Wolfgang Bock
Klassifikation	Vertraulich

Ziel dieser Bachelor-Thesis ist es, die Erfolgsfaktoren des TV-Wissensmagazins «Galileo» zu ergründen und diese mit dem Wissensmagazin «Planet Wissen» zu vergleichen. Die Arbeit setzt sich im Wesentlichen aus drei Teilen zusammen. Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen eines Wissensmagazins erläutert. Anschliessend werden das Kategoriensystem sowie die Durchführung der Analyse beschrieben. Im letzten Teil wird analysiert, wie sich die Wissensmagazine in den nächsten Jahren verändern könnten. Drei Experten von «Galileo» und ein Experte von «Planet Wissen» wurden in Form von offenen Interviews befragt. Die Interviews wurden anhand einer Sendungsanalyse überprüft und verifiziert. Es soll ermittelt werden, welche Faktoren für den Erfolg eines TV-Wissensmagazins relevant sind und wie sich die Magazine in der heutigen Zeit von Video on Demand und Social Media verändern müssen, um bestehen zu bleiben. Die Interviews bieten persönliche Einblicke in interne Unternehmensprozesse, weshalb diese Arbeit nicht für die Öffentlichkeit bestimmt ist.

Systemtechnik^{NTB}

Vertiefungsleiter

Prof. Martin Studer

Der Studiengang Systemtechnik^{NTB} wird in Kooperation mit der NTB Buchs am Standort Chur durchgeführt. Aufgeführt sind ausschliesslich die Bachelorarbeiten in der Vertiefung Informations- und Kommunikationssysteme, die exklusiv am Standort Chur durchgeführt wird.

Open Source Cloud Computing

Diplomand	Roman Krapf
Referent	Prof. Martin Studer
Korreferent	Beat Bigger
Auftraggeber	IKT, HTW Chur

Der Trend zur Virtualisierung der Hardware im Serverbereich ist allgegenwärtig. Die grossen Vorteile sind die Platzersparnis und der kleinere Energieverbrauch.

Mit der Bachelorarbeit «Open Source Cloud Computing» will man im Telekomlabor an der HTW Chur genau diesem Trend folgen. Mit dem Ziel, Infrastrukturen als Service anbieten zu können, möchte man auch hier schnell und einfach virtuelle Server und Desktop-Computer den Studierenden und Mitarbeitern zur Verfügung stellen.

Als Verwaltungssoftware kommt OpenStack zum Einsatz. OpenStack ist modular aufgebaut und lässt sich auf nahezu beliebiger Server-Hardware installieren. In der Bachelorarbeit kam ein Serverprodukt von Cisco zum Einsatz; das «Unified Computing System», kurz UCS. Es vereint Netzwerk, Computing und Virtualisierung in einem. Als Speicher wurde eine Storgelösung von NetApp eingesetzt. Im Bachelorarbeitsbericht findet man die komplette Inbetriebnahme und Installation von Hard- und Software. Mit dieser Lösung ist es nun möglich, Server über die Benutzeroberfläche im Browser für die unterschiedlichsten Zwecke zu erstellen.

Out-of-Band Management

Diplomanden	Martin Nigg, Samuel Juon
Referent	Prof. Toni Venzin
Korreferent	Beat Bigger
Auftraggeber	IKT, HTW Chur

Out-of-Band Management ist eine Möglichkeit zur Fernwartung von IT-Systemen. Es bedeutet, dass ein unabhängiger Zugang zu Netzwerkkomponenten wie Routern, Switches und Server möglich ist. Meistens erfolgt dieser Zugang über eine Wählleitung oder ein eigenes Netzwerk.

Das Ziel dieser Arbeit ist es im Telekom Labor (TLab) an der HTW Chur ein Konzept für das Out-of-Band Management zu erarbeiten und anschliessend zu realisieren. Bei einem Ausfall einer beliebigen Infrastrukturkomponente wie Router, Switch, Server usw. soll eine Ferndiagnose erstellt werden und allfällige Reparaturen möglich sein können. Dafür kommen vor allem Konsolenserver oder KVM over IP Switches in Frage.

Die Evaluation ergab, dass der Konsolenserver les1216A von Black Box die Zielsetzung am besten erfüllt. Dieses Produkt konnte erfolgreich im TLab implementiert und getestet werden. Am Schluss wurde der wirtschaftliche Nutzen der eingesetzten Lösung betrachtet. Auch bei einem Ausfall des TLab Netzwerkes kann nun auf serielle und IP Schnittstellen zugegriffen werden. An allen Router, Switches und Server können so jederzeit von überall her Konfigurationen vorgenommen werden.

Monitoringlösung für Multimedia Production-Netzwerk

Diplomand	Michael Hedinger
Referent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Korreferent	Beat Bigger
Auftraggeber	IKT, HTW Chur

Die vorliegende Bachelorarbeit befasst sich mit dem Thema Netzwerk- und Geräte-Überwachung. Als Vorarbeit wurden die bestehenden Komponenten des Netzwerks analysiert und geprüft, ob und wie diese überwachbar sind. Im Rahmen dieser Arbeit wurde eine Laborumgebung aufgebaut, um die darin gewonnenen Erfahrungen schliesslich im produktiven Betrieb einzusetzen. Das Ziel dieses Projekts ist der Aufbau eines Überwachungssystems, welches sowohl stabil ist, als auch kommenden Anforderungen gewachsen ist. Dazu wurden vorhandene Überwachungs-Lösungen miteinander kombiniert und mit nützlichen Hilfsprogrammen erweitert. Zudem soll das Netzwerk-Design der vorhandenen Netzwerke aufgrund neuer Bedürfnisse überarbeitet werden.

Das quelloffene Programm Icinga mit seiner benutzerfreundlichen Web-Oberfläche Icinga Web bildet den Kern der Überwachungs-Lösung. Die Überprüfungen der vorhandenen Geräte und den darauf laufenden Diensten werden von Plugins übernommen. Darin liegt die Stärke dieser Lösung. Innerhalb des vorgegebenen Zeitrahmens wurden die definierten Ziele erfüllt.

Fax over IP (FoIP)

Diplomanden	Michael Hotz, Christian Schnyder
Referent	Prof. Bruno Wenk
Korreferent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Auftraggeber	IKT, HTW Chur

Die Bachelorarbeit «Fax over IP» behandelt ein weltweit immer grösser werdendes Problem: Viele Firmen stellen gänzlich auf IP-Kommunikationslösungen um. Die Provider haben Mühe, den Kunden die Faxübertragung über IP in gleicher Qualität wie über das analoge Telefonnetz bzw. digitale ISDN zu gewährleisten.

Im Rahmen dieser Arbeit wurden Verbesserungen in der Faxübertragung über das IP-Netz erzielt. Durch Prüfung und Analyse unterschiedlicher ATA-Boxen (Analog-IP Adapter) konnte eine bessere Grundkonfiguration der einzelnen Boxen erarbeitet werden. Eigens entwickelte,

standardisierte Tests zeigen die Erfolgsrate einer Verbindung in einer Matrix auf. Zusätzlich wurden Alternativlösungen für Provider ausgearbeitet. Diese sollen dem Fax-Anbieter die Gelegenheit geben, Kunden von der Faxübertragung weg zu bringen. Einen wichtigen Schritt in diese Richtung könnte das BAKOM tun, indem der Faxservice aus der Grundversorgung gestrichen wird. Im Hinblick auf eine zukünftige All-IP-Kommunikation sollten die Provider versuchen, die IP-Interconnection mit anderen Diensteanbietern auszubauen.

Fernwartung einer Absackungsanlage

Diplomanden	Benjamin Bögli, Ruedi Meier
Referent	Prof. Bruno Wenk
Korreferent	Peter Kühne
Auftraggeber	Bühler AG, Uzwil

Die Firma Bühler AG in Uzwil stellt unter anderem Anlagen zur Absackung von granularen und pulverförmigen Produkten her. Um den Kunden weltweit einen erstklassigen Service bieten und bei Problemen rasch und professionell reagieren zu können, wurde für die neue Generation von Absackungsanlagen ein Konzept für eine Fernwartung über das Internet ausgearbeitet. Die einschlägige Literatur und die auf dem Markt heute verfügbaren Produkte wurden ausführlich analysiert und der diesbezügliche Stand der Technik dokumentiert. Mit der Ist-Analyse bei der Bühler AG wurde aufgezeigt, welche Fernwartungslösungen bei anderen Anlagen bereits eingesetzt werden.

In der nachfolgenden Phase wurden die Anforderungen an die Fernwartungslösung formuliert und verschiedene Konzeptvarianten ausgearbeitet, die mit Hilfe von Nutzwertanalysen bewertet wurden. Dazu waren auch Versuche mit entsprechenden Implementationen auf einer Testanlage nötig. Aufbauend auf den Ergebnissen der Nutzwertanalysen wurde ein Gesamtkonzept entwickelt, welches die im Pflichtenheft formulierten Anforderungen erfüllt.

Graphisches User Interface auf PC für den Lungensimulator TestChest

Diplomand	Dominik Stalder
Referent	Prof. Dr. Ulrich Hauser
Korreferent	Prof. Martin Studer
Auftraggeber	Organis GmbH, Landquart

Der Herz-Lungensimulator TestChest des Start-Up Unternehmens Organig GmbH, welche für das Training von Fachärzten genutzt wird, benötigt für die optimale Nutzung eine stabile, einfach zu bedienende Mensch-Machine-Schnittstelle. Das Ziel war, im Rahmen der BA-Arbeit eine entsprechende Software zu entwickeln, welche die Nutzung der komplexen Funktionen der TestChest erlaubt und sie zu einem mächtigen Werkzeug im medizinischen Umfeld macht.

Es wurde in mehreren, jeweils zwei Wochen dauernden Etappen eine mehrschichtige Software-Architektur evaluiert und implementiert. Um die Qualität zu gewährleisten wurde ein testorientiertes Verfahren unter Zuhilfenahme einer automatisierten Testumgebung eingesetzt.

Als Ergebnis steht eine funktionsfähige Applikation zur Verfügung, die die komfortable Steuerung des Lungensimulators erlaubt und somit das Erreichen des Projektziels kennzeichnet.

Open Source-Datenlogger für OpenSeaMap

Diplomand	Leonard Dushi
Referent	Prof. Dr. Ulrich Hauser
Korreferent	Peter Kühne
Auftraggeber	was.ch GmbH

Zu Beginn des Projektes, welches vom Industriepartner, der was.ch GmbH, eingereicht wurde, existierte kein mobiler Datenlogger für die Erfassung von Flachwassertiefen, der für die angestrebte Messaufgabe geeignet gewesen wäre. Diese Messaufgabe ist das automatische Aufzeichnen von Flachwassertiefen an bisher unkartierten Orten zur Übertragung der Tiefen an OpenSeaMap. Die was.ch GmbH sponsert das Projekt, welches vollständig als OpenSource-Ergebnis zur Verfügung stehen soll.

Ziel der BA-Arbeit ist die Entwicklung eines funktionierenden Prototypen, der alle gestellten Aufgaben löst.

Ingenieursgemässes Vorgehen, wie im Studium erlernt, führte über die Analyse zum Konzept und schliesslich zum Bau eines Prototypen, der ausführlichen Tests unterzogen wurde. Da es sich in mancher Hinsicht um Neuland handelte, musste mancher Rückschritt mit nachfolgender Neuausrichtung erfolgen. Abschliessend konnte jedoch erfolgreich der Gübenssee bei St. Gallen vermessen und die Daten bei OpenSeaMap eingereicht werden.

Tourismus

Studienleitung

Prof. Dr. Andreas Deuber

Ein buchbares Produkt für UNESCO-Welterbe Tektonikarena Sardona

Diplomandin	Corina Aeberhard
Referent	Roger Wälsler
Korreferent	Harry Keel
Auftraggeber	IG UNESCO-Welterbe Tektonikarena Sardona, Sargans

Seit 2008 ist die Tektonikarena Sardona eines von zwölf UNESCO-Welterben in der Schweiz. Nebst dem Schutz des Naturerbes und dessen Nutzung zum Wissensmanagement, richten sich zukünftige Strategien auf die Förderung der touristischen Nutzung und der daraus entstandenen Wertschöpfung. Ausgehend von der Fragestellung, wie ein touristisches Produkt um das Welterbe aussehen soll, wird innerhalb der Thesis ein Grobkonzept für ein Familienprodukt in der Region Flumserberg erarbeitet. Nebst ausgiebiger Literaturrecherche, werden zur Darstellung der Nachfrage- und Angebotsseite qualitative Interviews mit den Hauptakteuren geführt. Als nächster Schritt werden, mittels einer SWOT-Analyse, strategische Stossrichtungen für den Entwicklungsprozess ausgearbeitet. Basierend auf der geschaffenen Ausgangslage werden als Resultat relevante Kriterien zur Produktentwicklung definiert und anhand eines möglichen Angebots veranschaulicht. Abschliessend präsentierte Erfolgsfaktoren für die Gestaltung von Naturerlebnisangeboten sollen als Empfehlungen für weitere Tätigkeiten dienen.

Conceptual guideline for touristic offers and events for people with disabilities

Graduate	Angela Aebischer
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Ewa Ming
Principal	Swiss Handicap AG, Stans

People with disabilities have to face many challenges while they are travelling or visiting an event. Since there are always more and more people with disabilities and as they want to be treated as people without a disability, it is of great importance to define the needs of individuals with disabilities and to adapt the tourism offers and events to this target group.

This Bachelor Thesis highlights the definition and different dimensions of disability as well as the accessible tourism value chain. Moreover, a benchmark study with several events for people with disabilities in neighboring countries is conducted to define success factors in the event development for Swiss Handicap.

The literature review is supplemented by expert interviews with people with disabilities as well as with representatives of foundations for individuals with disabilities. Finally, a checklist with barriers of every step of the tourism value chain and possible solutions to overcome these problems is created from the findings.

Advertising psychology – Assessment of brochures based on advertising psychology and marketing criteria including eye tracking observations

Graduate	Lea Aeschlimann
Advisor	Christine Egli
Co-Advisor	Prof. Dr. Sylvia Manchen Spörri
Principal	St. Gallen-Bodensee Tourismus, St. Gallen

Designing brochures in an attractive way is nowadays of high importance due to multiple competitors. Different aspects can be taken into consideration when designing a brochure. The focus may be set on the content or the context. However, only the context aspect was taken into consideration and has been looked from the point of view of advertising psychology. With the help of the knowledge from this field, a set of marketing criteria has been evolved which can also be adapted to different brochures of the partner. This paper is looking at these criteria from two points of view: On one hand, it is looking at what happens within an organism or a consumer, with the help visual perception processes and psychology background. On the other hand it is taking a closer look at the question how to best designing a page in order to ensure a positive consumer reaction. The overall goal of this thesis is to analyse the given brochures of St. Gallen-Bodensee Tourismus. Based on the theory given about the psychological marketing criteria, eye tracking observations have been conducted in order to verify whether these criteria can be agreed upon in practice. With the help of these findings, the brochure of St. Gallen-Bodensee Tourismus, have been analysed. To sum up, recommendations according the improvement of the brochure pages haven been given.

Positioning of Global Brigades – A comparison of value creation in development cooperation and volunteer tourism

Graduate	Simone Bachmann
Advisor	Christine Kern
Co-Advisor	Andri Wienandts
Principal	Global Brigades Association, Fresno, California

During the last 30 years voluntary activities have experienced significant growth. Due to current trends different styles are emerging, among others, volunteer tourism. In the literature, however, a clear consensus about its scope does not exist yet and its difference from volunteering in development cooperation is rather blurry. Also Global Brigades is accompanied by this uncertainty of differentiation.

Hence, the purpose of this bachelor thesis is to point out the differences of value creation in development cooperation and volunteer tourism and to determine how Global Brigades' value creation model distinguishes itself from both. Moreover, out of that recommendations for Global Brigades' communication strategy are given in order to clearly differentiate it from both.

Firstly, literature about value creation in terms of the three fields, development cooperation, volunteer tourism and Global Brigades, is reviewed. Secondly, six expert interviews are conducted. By means of a template analysis the parts are analysed and afterwards conclusions are drawn.

A Cost Benefit Analysis of Snow Management Practices in Grisons – A practical evaluation of the latest GPS technologies on snow management practices based on the experience of Lenzerheide Bergbahnen AG

Graduate	Christian Belometti
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Hansueli Rhyner
Principal	WSL Institute for Snow and Avalanche Research SLF, Davos

The application of satellite navigation systems in order to measure the snow depth of ski runs has open new ways for cable car companies to manage the snowpack on the ski slopes. The production of artificial snow implies high operational and investment costs. However, it is a necessity in a highly winter-dependent region such as Grisons. This paper investigates what has been done in the field of snow management so far and ultimately proposes a cost-benefit analysis based on the experience that Lenzerheide Bergbahnen AG has with Arena Slope Management produced by PowerGIS. The main objective of this dissertation is to economically quantify the saving potential of the application of this technology in the ski resort of Lenzerheide. The paper consists of an introductory part, a theoretical background, the formation of a methodological framework, and ultimately of an analytical part supported by data gathered from the industry's key figures.

A critical view on the Eco-rating certification program for tourist accommodations in Kenya

Graduate	Philip Beutler
Advisor	Stephanie Nabitz
Co-Advisor	Kurt Zürcher
Principal	Let's go Tours AG, Schaffhausen

In the last two decades, tourism certification has shown growing interest among tourism businesses operating in the mass tourism, sustainable tourism and ecotourism sector. As a consequence of today's concern on environmental and economic issues, certification is seen by many tourism businesses as a key tool to reduce environmental impacts, save operational costs as well as a good marketing tool. Especially in the accommodation sector, a great number of hotels, lodges, campsites, etc. are certified and use a label, or logo to promote their facility. Thus, the enormous variety of certification programs and labels have resulted in consumer confusion and made the sustainability aspect of a certified product questionable. This thesis aims to provide a critical analysis of sustainable tourism and ecotourism certification. As this sector is relatively large, Ecotourism Kenya's national certification program for tourist accommodations was chosen to outline potential conflict issues of certification. The thesis is characterized by an extensive literature review, which aims to elicit key aspects and critics of certification. Recommendations for Let's go Tours on how to handle with certified accommodations are made.

Vulnerability Analysis to Climate Change of a Mediterranean Tourism Resort – The Case of Hapimag Scerne di Pineto, Italy

Graduate	Manuela Blapp
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthé
Co-Advisor	Edvart Kus
Principal	Hapimag AG, Baar

Climate change has been called the greatest challenge to sustainability of tourism in the 21st century. A real need for adaptation has been recognised for all tourism players in order to guarantee a sustainable future. However, concrete adaptation strategies hardly exist in the tourism industry. This discrepancy may be explained through the fact that climate change research mainly focuses on a global or regional scale, whereas tourism operators need location-specific information. This thesis seeks to bridge this gap by investigating the vulnerability to climate change of one particular Mediterranean resort – Hapimag, Scerne di Pineto in Italy – which has already faced several challenges connected to climate change. A specific vulnerability model for the resort has been developed based on Turner's framework for vulnerability analysis. A qualitative multi-criterion indicator approach has been used to determine the different elements of the model. Data was gathered through literature review and expert interviews with climatologists and concerned managers from Hapimag. The data was analysed using a structuring content analysis. Finally, key vulnerabilities were identified and location-specific recommendations for adaptation and needs for innovation to respond to climate change were given.

Analyses and recommendations for the online tools of Schweiz Mobil-Customer perspective and expectations

Graduate
Advisor
Co-Advisor
Principal

Deborah Blaser
Roland Anderegg
Fredri von Gunten
Stiftung SchweizMobil, Bern

Schweiz Mobil provides the customer online tools like a website with an interactive map, a map-drawing tool and an app. The tools support the customer to plan a trip by non-motorized means of traffic. In order to increase the use of those tools, an enhancement with a view on the customer's perspective and the characteristics of a touristic product is important. Additionally, trends in online communication are considered and an implementation of new tools is evaluated. Also usability plays an important role in order to comply with the customer's expectations. Therefore, this topic is treated comprehensively and an own designed usability test is conducted. In order to stay up to date, a view on the competitors has to be considered; consequentially, in a benchmark analysis the online tools of Schweiz Mobil are compared with the relevant competitors. Finally, a service chain analysis reveals gaps, where the customer misses information in order to plan a trip completely.

Positioning of the Destination Engadin St. Moritz through Events-Development of a Positioning Concept for the Destination

Graduate
Advisor
Co-Advisor
Principal

Laura Bucher
Dr. Alexander Schmidt
Gérard Jenni
Good News Productions AG, Zurich

Nowadays many municipalities join and become one destination. This can mean a lot of advantages, as different tasks can be bunched in one office which means the communication is much easier and more unanimous. Furthermore, expenses in different fields can be decreased, when municipalities decided to work together as one. Also the likelihood of duplicity can be reduced. Due to those mentioned facts among others, the upper Engadin decided in the year of 2006 to be one destination, called Engadin St. Moritz. The goal of this merger was to strengthen the value chain, attract more tourists and make the whole region more attractive. Even it was a very good decision to make this fusion, the destination still misses a holistic image and tried to position itself in the market without avail. Their main wish is to enhance the awareness of the destination name and create a clear positioning. The main goal of this assignment is to find a holistic positioning for the destination and to strengthen this, through specific events. On the one hand, existing events are improved and on the other hand, new events are invented, to reach the goal of a repositioning.

Used maritime containers as a sustainable option for the Swiss hostel market? A feasibility study for Magellan Container Management Services GmbH

Graduate	Melanie Bucher
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Michael Reiss
Principal	Magellan Container Management Services GmbH, Basel

The Swiss hostel market is changing from dusty old-fashioned youth hostels into innovative, sustainable budget accommodations. Simultaneously overnight stays are increasing in the lower price segment, leading to the question whether used maritime containers can be reutilized for the Swiss hostel. This Bachelor thesis analyses and compares existing projects made of used shipping containers, describes trends and gives suggestions for further use within the hostel industry or short-term lodging opportunities during events. The main part consists of a situation analysis of the current hostel market in Switzerland, the evaluation of a potential target group through quantitative research as well as the location analysis, focusing on the temporary and flexible use of containers. After a calculation of the costs, profitability scenarios are deducted, demonstrating the financial viability of the project. As a result, specific recommendations will be given to Magellan Container Management Services GmbH.

Entwicklung einer Gästekarte für den Kanton Basel-Landschaft-Leistungsangebot entsprechend der Kundenbedürfnisse definieren

Diplomand	Pascal Bucherer
Referentin	Christine Kern
Korreferent	Tobias Eggimann
Auftraggeber	Baselland Tourismus, Liestal

Der Kanton Basel-Landschaft führt ab 2014 eine Gasttaxe ein. Diese soll genutzt werden, um den Tourismus in Baselland zu fördern. Diesbezüglich wurde unter anderem gesetzlich bestimmt, dass einerseits ein Mobility-Ticket, gültig auf dem ganzen Netz des Tarifverbands Nordwestschweiz, und andererseits eine Gästekarte abgegeben wird. Die Leistungen der Gästekarte sind noch zu bestimmen. Mit dieser Bachelorarbeit werden die zusätzlichen Leistungsangebote erarbeitet. Anfangs wird mittels bestehender Literatur das Wesen einer Gästekarte vorgestellt. Die Erwartungen der unterschiedlichen Gäste, Geschäfts- und Freizeitreisenden, sollen durch Befragung verschiedener Beherbergungsbetriebe ausfindig gemacht werden. Auch die Anliegen der Hotellerie und Parahotellerie können so in die Gestaltung der Gästekarte einfließen. Mittels Fallstudien zweier Destinationen werden des Weiteren unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten der Angebotspalette einer Gästekarte vorgestellt. Die Erkenntnisse aus dieser Untersuchung dienen als Empfehlungsgrundlage für die Inkludierung der möglichen Leistungen in der zukünftigen Gästekarte Baselland.

Commercially managed secondary homes in Switzerland – Which forms of secondary homes are legally permissible in the Swiss alpine destinations after the Weber initiative and which are the critical factors for their economic feasibility?

Graduate	Nicola Caduff
Advisor	Prof. Dr. Andreas Deuber
Co-Advisor	Gian Derungs
Principal	Derungs Immobilien AG, Lumbrein

The approval of the popular initiative «Stop the excessive construction of secondary homes» led to uncertainties and ambiguous interpretations of the initiative text. The first controversial issue is the term «secondary home». This bachelor thesis explains the term by reference to legal documents and business models. Further the different models of secondary homes will be examined for legality on the basis of existing jurisdiction and the official documents released during the implementation process of the initiative. Besides legality the economic feasibility is inevitable for the future realisation of secondary home projects. Therefore different economic factors of such a project are being assayed. Examples of such factors are different stakeholders like developers, investors, operators and buyers. Eventually the bachelor thesis lists possibilities and considerations for future secondary home projects in alpine tourism destinations.

Retention of Cabin Crew Personnel – Strategies and Developments at Swiss International Air Lines

Graduate	Basak Cakal
Advisor	Dr. Heinrich Bischoff
Co-Advisor	Marcel Mantel
Principal	Swiss International Air Lines Ltd., Zurich Airport

Employers are finding themselves in a changing labour market. Facing generational differences, Swiss International Air Lines Ltd. is confronted with difficulties retaining especially young Cabin Crew Members out of the Generation Y (born 1980 or later). Aim of the thesis is to investigate the reasons for the high fluctuation rates and draw according recommendations. On that account the interaction of the Generation Y's characteristics related to job specific features, human resources-factors as recruiting, corporate culture and employer branding as well as managerial implications are initially examined in a first theoretical approach. The empirical research is conducted with on the one hand Cabin Crew Members out of this cohort themselves as well as their superiors and on the other hand with external experts. After comparison of theoretical and practical findings, improvement possibilities are deduced.

Developing a marketing strategy for Bucharest adapted to the Swiss market – Opportunities and obstacles to sell an unknown city

Graduate	Fabienne Caminada
Advisor	Eric Dieth
Co-Advisor	Reto Schlöpfer
Principal	Kira Reisen, Baden

Bucharest is still unknown in Switzerland as a city break destination and no strategy how to market it is existent yet. The aim of this thesis is to examine if Bucharest has the potential to become a city break destination for the Swiss market and to explore a possible strategy how to market it. The basis of the thesis is given by a literature review, which discusses the preconditions of a tourism project. By means of the literature review the potentials and obstacles of Bucharest are explored. In purpose to examine those, expert interviews with people who work locally in the tourism industry in Bucharest were conducted. As a next step a product analysis of the city was made. In reference to the it a target group was established. For the defined target group a tourism package including pricing and promotion was developed. In a last step obstacles in Switzerland and measures to overcome them are discussed. For this expert interviews with travel agencies specialised in Eastern Europe in Switzerland were conducted.

There is no Second Chance for the First Impression – An Evaluation of the Welcoming Process in the Case of Hotelplan

Graduate	Bianca Casutt
Advisor	Dr. David Ermen
Co-Advisor	Rita Murtezi
Principal	Hotelplan Suisse, Zürich

Since the service driven markets are growing and the amount of providers with them, it is of utmost importance to deliver the service perfectly to the customers. Hotelplan as a service company therefore needs to make a positive first impression in order to deliver and prove the service quality and to finally build a loyal customer base. This Bachelor thesis aims to find out how the customers of Hotelplan actually perceive the welcoming process and how they would like to be welcomed. The thesis contains three main sections. First, the theoretical part reveals literature concerning consumer behaviour in the service industry. Secondly, in the empirical part of the study, qualitative and quantitative data has been conducted in order to evaluate the perception of the welcoming process and the desired level of the service quality. Finally, the findings of the theory are combined with the practical results in order to give recommendations on how the company can adapt the welcoming process to the customer's desires while leaving a positive and sustainable first impression.

The Potential of the Greenstyle Concept of the Weisse Arena Gruppe – Two Perspectives: A Guest Perception and a Comparison with different Competitors towards Sustainability

Graduate	Martina Cecilia Decurtins
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthe
Co-Advisor	Katja Kamps
Principal	Weisse Arena Gruppe, Laax

Sustainability can be named as the buzzword of the 21st century. Several researchers describe a growing tendency towards a more sustainable lifestyle. People tend to buy increasingly more sustainable products and services. However, is it also possible that sustainability can count as a criterion for choosing a specific ski destination?

This Bachelor thesis tries to examine this question on the example of the Weisse Arena Gruppe, which is a mountain leisure industry located in Laax. Due to the fact that the Weisse Arena Gruppe already created an efficient sustainable concept, which is called Greenstyle, the main goal of this Bachelor thesis is to peruse the potential of this concept in order to support the company whether they should foster the concept more strongly or not. The potential is investigated from two perspectives: Firstly, a closer look on guest's perception about Greenstlye is held and secondly, two international competitors are compared with the Weisse Arena Gruppe in terms of being sustainable.

Development of Ticket Media in the Event Business with Respect to the Development of Communication Channels

Graduate	Denise Dettwiler
Advisor	Roland Köppel
Co-Advisor	Gérard Jenni
Principal	Good News Productions AG, Zurich

In a fast-changing world and with the rise of digital media, event organizers have noticed there are huge gaps among the potential audiences of events. Certain people reject modern technologies, while others use it in individually adapted ways and still others, such as young people, are highly familiar with it. It is paramount for event organizers to be able to reach their audiences and ensure it is easy for them to purchase tickets. After consultation with professionals in the field, the research question was determined: Is there a correlation between the promotion, the advertising of an event and the form of acquisition of the ticket? With the aid of a survey, the perception and behaviour concerning the advertising and purchase of an event ticket from the point of view of the event visitor is elicited. The point of view of the suppliers is determined through expert interviews with professionals. The paper brings all the results together and draws possible conclusions. The research reveals the interdependency of ticket media and communication channels and recommendations are given to optimize their use.

Evaluation of sports sponsorships on major freestyle-sports events – Development of a strategic sponsorship concept for Freestyle.ch Zürich

Graduate	Patrick Eichler
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Erwin Flury
Principal	Punktflury, Zürich

Expenditures for Sports Sponsoring intentions steadily increased in recent years and so did the demand of companies to sponsor Action- and Freestyle-sports events. On this account, Sports events are popular and effective Sponsorship platforms for firms in order to establish their brand in an emotional and less commercial environment and to get in direct contact with an attractive target group. As the Europe's biggest Action- and Freestyle-sports event, this paper basically aims to examine and evaluate the currently revised Sponsorship concept of Freestyle.ch. For the purpose of a better and meaningful integration of Freestyle-industry related brands, a holistic approach for the development and implementation of extended and interactive Sponsorship platforms has been worked out. In combination with expert interviews and best practice examples of other major Action-sports events, practical recommendations in conclusion should help Freestyle.ch to successfully implement creative and experience-oriented Sponsorship activities in form of side-events, which are supposed to benefit Sponsors, spectators and Freestyle.ch likewise.

Entwicklung einer Kundenakquisition-Strategie

Diplomand	Marco Frei
Referent	Walter Burk
Korreferent	Andreas Hutter
Auftraggeber	Explora Events AG, Luzern

Im Zeitalter von hoher Wettbewerbsintensität und –Dynamik gepaart mit dem Phänomen des «Information- Overload» werden immer wieder neue Anforderungen an das Marketing gestellt. Begrenzte Budgets stellen Fragen wie «Wie können effizient Neukunden akquiriert werden?» und «besteht Optimierungspotential bei den bestehenden Werbetätigkeiten?» ins Zentrum.

Ziel dieser Bachelor- Arbeit ist es die Marketingunternehmungen der Firma Explora Events AG, dem führenden Organisator von rund Expeditions-, Abenteuer-, Reise- und Ethno-Vorträge der Schweiz, zu analysieren. Es werden die bereits genutzten Marketing-Kanäle auf deren Nutzung und (Kosten-) Effizienz eruiert, deren Gestaltung in qualitativer Hinsicht hinterfragt und die Nachfrageseite mit deren Ansprüchen und Motivationen untersucht um mögliche Anpassungen bezüglich der Angebotsgestaltung zu ermitteln.

Combination of touristic offers with credit card – Compensation of CO² emissions

Graduate	Markus Gadiet
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Anthony John Helbling
Principal	Diners Club AG, Rapperswil

Sustainability has become more and more important in recent years. This also applies to companies and therefore there is a growing demand for new solutions and procedures to behave more sustainably. One part of these measures is the CO² emission compensation. Some Swiss companies operate CO² neutral already and several are working on achieving that goal.

This Bachelor thesis should figure out if there is a need for a solution to compensate CO² emissions directly by paying with credit card. The focus is mainly on flight, hotel and other travel expenses but also other costs could be neutralised with this solution.

Regarding this type of compensation only few literature exists and there are also very few products available. The main goal of this paper is to research in this field and to give a conclusion to Diners Club AG, if they should issue a new card product as described before. Additional to the literature research some expert interviews were conducted to receive a better insight into the topic. As a result to these findings, recommendations are worked out for the design of the product.

A Feasibility Study for the CineRail Event – Financial and technical solutions

Graduate	Kaja Gensetter
Advisor	Roland Köppel
Co-Advisor	Marco Godat
Principal	4478 events GmbH, Zermatt

The concept for the event CineRail is based on a combination between open-air cinema and railways – a completely new and innovative idea with no track records. Therefore, the focus of this study was to establish an event-budget with possible solutions for technological challenges in connection with railway systems and open-air cinema technology.

This bachelor thesis provides a starting point in the form of event concepts within the required fields, enabling the further realization of this event. Additionally, since the event venue might be located in a touristic region, the proposed location has been analyzed from a destination management perspective. Tourism destinations continuously have to develop their image through marketing and product development and events have become an essential tool for this purpose.

Opening of a new Holiday Inn Express in Affoltern am Albis –

Subtitle: An evaluation of the franchise concept and recommendations of how to successfully position the hotel in the market through cross-marketing

Graduate	Tanja Gerster
Advisor	Prof. Dr. Andreas Deuber
Co-Advisor	Nicoletta Müller
Principal	Holiday Inn Express, Affoltern a.A.

Europe's hotel market is characterized by small- and medium-sized independent hotels. When hoteliers affront themselves with the decision of operating their hotel under a franchise agreement or on an individual basis, several important aspects need to be considered. This bachelor thesis highlights the different reasons that influence this decision and further investigates the choice of an appropriate franchise affiliation in the specific case of the new Holiday Inn Express in Affoltern am Albis.

Besides creating clearer differentiation through brand power, strategic cooperation can be formulated in order to compete successfully with competitors. In particular, the concept of cross-marketing and the specific premises that need to be fulfilled in order to achieve a win-win situation will be discussed. Finally, valuable recommendation shall be given on how cross-marketing may be implemented in order to contribute to the successful market positioning of the Holiday Inn Express after its opening in October 2013.

Was unternehmen relevante Partner von Bern Tourismus bezüglich Nachhaltigkeit? Eine IST-Analyse

Diplomandin	Melanie Gfeller
Referent	Romano Wyss
Korreferent	Michael P. Keller
Auftraggeber	Bern Tourismus, Bern

Die Nachhaltige Entwicklung wird für Unternehmen im Tourismus immer mehr zu einem Wettbewerbs- und Qualitätsfaktor. Trotzdem fehlt in vielen Unternehmen noch immer eine strukturierte Nachhaltigkeits-Strategie.

Diese Bachelor Thesis untersucht das Verständnis und den gegenwärtigen Stand der Bemühungen relevanter Partner von Bern Tourismus bezüglich Nachhaltigkeit sowie die Motivation für weitere Entwicklungen in diesem Bereich. Ziel ist es, Ansatzpunkte für Bern Tourismus zu generieren, welche in einem Event zur Sensibilisierung für Nachhaltigkeit aufgegriffen werden können.

Die umfangreiche Literatur zur Nachhaltigkeit hat den theoretischen Rahmen definiert, um die ganzheitliche Theorie der Nachhaltigkeit zu erklären. Diese stellt einen wichtigen Teil bei der Sensibilisierung der Partner von Bern Tourismus dar. Zusammen mit den Resultaten aus den Experteninterviews wurden daraus Empfehlungen für Bern Tourismus abgeleitet.

Chur – The New Old Sport City – Practical Measures to enhance the Degree of Professionalism of Sports Clubs

Graduate	Lorena Girelli
Advisor	Domenico Bergamin
Co-Advisor	Sabine Neuwirth
Principal	Sportfachstelle Stadt Chur, Chur

Nowadays, approximately one quarter of the Swiss population is affiliated by a voluntary membership in one of around 20'000 existing sports clubs. These impressive figures underline the great importance of sports clubs as the main provider of organised sport in Switzerland. However, as a result of the overall social development and perceivable modification in values, the society's needs and expectations towards sports clubs have changed significantly in the past years. This fact leads to the emergence of various challenges sports clubs are confronted with. Hence, the aim is to conduct a current-state analysis about four traditional sports club in Chur, which have a considerable sport-political importance according to their membership figures. Derived from this broad data basis a catalogue of practical measures was established to enhance the degree of professionalism in club management. Furthermore, the thesis attempts to identify the critical focal points that could be eliminated by assistance of the local office for sports.

Reducing a Destination's Flood of Information by Optimising Offline Communication Touchpoints – The case of Engadin Scuol Tourism

Graduate	Simona Götz
Advisor	Alexander Fritsch
Co-Advisor	Niculin Meyer
Principal	Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG

Destination organisations face the challenge to provide service information in a positive picture that convinces potential guests. At the same time their job is to deliver accurate information that fulfil the information needs of decided guests, booked guests and the guests at the destination.

Tourists consult divers information sources during their customer journey. In this paper the customer journey regarding a destinations' content is studied. The goal is to reduce the flood of information by optimising offline communication touchpoints in the destination Engadin Scuol Samnaun. The elimination of redundant print advertising products and the development of a more efficient offline-communication concept in unison with online communication channels is aimed.

The results of this thesis are based on mostly qualitative research and provide concrete recommendations for Engadin Scuol Samnaun on how to improve their offline-communication concept.

How to acquire a new guest segment – The case of the Parkhotel Gunten

Graduate	Tatjana Graf
Advisor	Dr. David Ermen
Co-Advisor	Philemon Zwygart
Principal	Parkhotel Gunten, Gunten

Designing marketing strategies and creating a marketing mix according to the respective product or service are some of the most essential issues an organization has to deal with. Addressing the right customers with the right instruments is crucial. For this reason, the Parkhotel Gunten is wondering whether and how new and younger guests can be reached. This bachelor thesis investigates how the desired customer group can be segmented and determines the segment which is most adequate for the Parkhotel. What is more, it deals with the different traditional marketing tools in order to find ways to reach the ideal additional guest segment. Since the trend of social media is constantly increasing, the thesis highlights the significance of social media marketing as well. The literature review is supplemented by a quantitative online survey and expert interviews, whose results were analyzed and discussed in order to delve deeper into the thesis' subject. Finally, recommendations for the Parkhotel Gunten are deduced from the findings.

Female Future Ski – Increasing the Attractiveness of the Ski Region Flims/Laax/Falera in Winter under gender-related aspects.

Graduate	Lara Gross
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Tobias Treichler
Principal	Weisse Arena Gruppe, Laax

Swiss winter destinations face harsh competition arising through globalisation and other variables. Diversity and adaptation of products and services offered in winter sport destinations is the most crucial factor for assuring prolonged success. It is therefore the aim of this study to explore and critically assess gender-related differences in regards to expectations, perception, evaluation and demands of alpine winter sport offers. Women in particular are at the centre of attention in this thesis, since female needs and preferences are a central issue in a more pointed consideration of the design and selection of future products and services. Due to the lack of research done in the field of gender analysis in the winter leisure industry, the task was evaluated in an explorative method consisting of three expert interviews, secondary data and a qualitative online questionnaire. At the end, recommendations based on the findings were given for the Weisse Arena Gruppe.

Brand Management in Tourism – Development of a Brand Architecture for the Canton of Schwyz

Graduate	Nicoletta Gschwend
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhen
Co-Advisor	Monica Müller
Principal	Schwyz Tourismus, Schwyz

In an environment of increasing competition, product substitutability and growing customer demands, destination branding has become an intensively discussed topic in the context of destination management. Consequently, concepts which originally had their roots in traditional product branding are now also being increasingly applied in tourism branding. This also includes the concept of brand architecture. Despite its augmented practical implementation, there exists a significant lack of research regarding brand architecture in the context of destination branding.

The purpose of this bachelor thesis therefore is to transfer the theories of brand architecture out of classical product branding to destination branding and to develop a brand architecture concept for the tourism in the canton of Schwyz. Supplementing an in-depth literature review, a multi-methodological research approach combines quantitative visitor surveys and qualitative stakeholder interviews and thereby allows a holistic evaluation of the existing tourism brand portfolio of the canton of Schwyz and the derivation of concrete implications for the design of a new brand architecture concept. Based on the research results, specific recommendations for Schwyz Tourismus are given at the end of the paper.

How do Leadership Competencies affect Absences due to Illness and Employees' Satisfaction?

Graduate	Madlaina Guidon
Advisor	Prof. Theophil Wyssen
Co-Advisor	Edith Kohler
Principal	Grand Resort Bad Ragaz AG, Bad Ragaz

Workplace Health Management plays more and more a vital part in today's companies for the purpose of placing special emphasis on the human capital – the employees – and not lastly to be an attractive employer. All supervisors fill an important role in this process since their task is to maintain daily interaction with their subordinates and to keep them healthy and motivated with a particular positive leadership style. This bachelor thesis aims to investigate to what extent leadership competencies have an influence on sickness absences and job satisfaction. Different behaviors of leadership are analyzed and connected with the impact on employees' health. Literature suggests that an appreciative guidance and mentoring skills have an indirect influence on the reduction of sickness absences and increasing satisfaction. The case study examines if high leadership competencies feature lower numbers of sickness absences per full time employee and higher employees' job satisfaction.

Development of a market entry strategy for «Drifters» – a South African tour operator – for the Swiss travel market

Graduate	Katrin Gutzwiller
Advisor	Barbara Haller Rupf
Co-Advisor	Fabian Jenni
Principal	South Africa Stay GmbH, Uster

Adventure tourism is globally a rather new and fast growing niche, as tourists are moving away from mass tourism toward seeking holidays that offer a more authentic and individual experience. This movement provides an opportunity for the South African tour operator Drifters to increase its adventure tour sales in Switzerland. Thereby, the aim of this bachelor thesis is to develop a suitable market entry strategy for Drifters into the Swiss travel market. After having a closer look at the tour operator's company, relevant literature is reviewed to receive a theoretical basis. Furthermore, both quantitative and qualitative research methods are applied by using secondary data from Drifters, doing a competitor analysis, distributing a questionnaire among potential Swiss customers and conducting five interviews with experts from the field of tour operators and travel agencies. After analysing the collected data, the findings are then compared to the existing literature. Finally, based on the drawn conclusions a suitable market entry strategy for Drifters into the Swiss travel market is developed in the form of a marketing plan.

Effects of alcoholic beverage sponsorships in professional sports on junior players – The case of Swiss Ice Hockey

Graduate	Reto Gyger
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Adrian von Allmen
Principal	Swiss Olympic, Bern

Almost all of today's professional sport clubs have an engagement of an alcohol beverage sponsor, which is a controversial discussed topic. Because it is often argued that alcohol and sport do not fit together. Depending on the sponsoring engagement with the club, the sponsors have different rights for the communication utilization and the presence in and around the arena and during the games. And not only the spectators, but also the junior players are exposed to these logos, symbols and brands. Therefore, the goal is to research, what impact these sponsorships have on the sponsoring awareness of the junior players of the clubs, with a specified focus on the alcohol beverage sponsors.

Revenue Management in the Gastronomy – Can the restaurant Santa Lucia Teatro increase their revenue by measures of pricing and promotion at off-peak periods?

Graduate	Patrizia Heeb
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Rudi Bindella jun.
Principal	Bindella terra vite vita SA, Zürich

Peak and off-peak periods are important to differentiate when operating a restaurant. Peak periods have a high customer turnover especially during lunch- and dinnertime, whereas off-peak periods have a low customer frequency.

The aim of this thesis is to find different ways to increase revenue at off-peak periods and boost frequency by means of pricing and promotion at the restaurant Santa Lucia Teatro. Different characteristics of revenue management as well as possible tools for pricing and promotion strategies are analysed. In-depth literature research regarding revenue management as well as a competitor analysis in the close environment was conducted. A customer survey helps to evaluate customer's expectations and behaviour. The impacts of pricing and promotion tools are explained and analysed based on a one-time price reduction in April 2013. The frequency of customer as well as RevPASH in the month April was evaluated. As a result recommendations to the Santa Lucia Teatro are provided.

Impact of Airport Charges on Passenger Demand – Passengers' Perception and the Price Elasticity of Demand associated with passenger-related Airport Charges at Zurich Airport

Graduate	Jan Hermann
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Bettina Romeyke
Principal	Flughafen Zürich AG, Zurich

Zürich Flughafen AG is regulating new airport charges for the period starting from the year 2014. Hence, the operator of Zurich Airport is interested in knowing how price sensitive their passengers are and how airport charges are perceived in general. It is thereby focused on the specific part of passenger-related airport charges that normally represent a part of the total airfare.

The review of existing literature reveals that not much research has been conducted so far concerning the specific part of passenger charges. Therefore, new empirical data is raised with a quantitative research approach. 178 passengers participated in the survey that took place directly at the gates of Zurich Airport.

For the measurement of price sensitiveness of passengers, the concept of price elasticity of demand is applied. Further, passengers' buying behaviour is incorporated in order to analyse the collected data. Finally, outlines of the present situation as well as recommendations for Zürich Flughafen AG are given.

Presence and awareness of Latin American Countries in the German speaking part of Europe – An analyse of travel trade media concerning the presence of Latin American Countries in the German speaking part of Europe

Graduate	Triana Higuera Petersen
Advisor	Barbara Haller Rupf
Co-Advisor	Beate Zwermann
Principal	BZ.COMM, Frankfurt

There is a lack of perception of the Latin American countries in the German speaking part of Europe, more specifically Germany and Switzerland, compared with South-East Asia, which arises the question why? In order to answer to such question a perception is being analysed from the travel trade media point of view of two magazines, «fww» and «travel INSIDE».

The thesis highlights the importance of the consumer behaviour process when choosing a destination as well as the impact the mass media has over tourists in the pre-purchase stage, particularly from the magazines perspective and the use of advertising proceeding mainly from travel agencies and tour operators. Moreover, the information available in the literature regarding the Latin American countries and the participation of public and private sectors in the development of the local tourism throughout the years is explained and identified. Also, an analysis of the South-East Asian market is performed to understand the differences regarding the impact both destinations have in Germany and Switzerland for they offer similar touristic products as well as the travel distances to the regions are also similar. A lack of literature was encountered regarding the presence of the Latin American countries in the travel media and the impact it could have in tourism compared with South-East Asia. Therefore the main objective is to fill this gap. Complementary to the literature review there is also an expert interview and the analysis of a whole year of publications of two magazines that cover the German and Swiss market to understand how the travel media works, under which choice are the articles published and what is lacking in the Latin American countries that could improve their presence and position in Germany and Switzerland.

Concept to procure congress and business guests as future leisure tourists

Graduate	Isabelle Holdener
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Astrid Nakhostin
Principal	St.Gallen-Bodensee Tourismus, St.Gallen

Most of the overnight stays in the region of St.Gallen-Bodensee Tourismus are generated by business tourists. To strengthen the leisure segment, and further to increase overnight stays, the idea came up to convert initial business guests to future leisure tourists. Although plenty of literature about business travellers exists, only few investigated into the conversion of business guests to leisure tourists. This IBT attempts to give an overview about the existing literature and to gain further opinions about a possible conversion by interviewing destination marketing organisations and independent experts. Moreover, an analysis of leisure offers in six different cities has been made, in order to gather information about the potential of different leisure offers in attracting business tourists as leisure guests. Out of this analysis, the most promising leisure offers have been concluded. Finally, recommendations concerning promotion possibilities for St.Gallen-Bodensee Tourismus, including cross-selling and packaging, are given.

Improving the efficiency in online marketing for small alpine destinations – The case of «Elm Ferienregion» in Switzerland

Graduate	Fridolin Hösli
Advisor	Alexander Fritsch
Co-Advisor	Maya Kobi Largo
Principal	Elm Ferienregion, Elm

Online marketing is changing very rapidly, so rapidly that it is a challenge to catch up the pace of this change. Especially for small organisations it is difficult to deal successfully with online marketing issues. Small alpine destinations like the «Elm Ferienregion», on the one hand mostly have a very limited marketing budget and on the other hand scarce personal resources incorporated with lacking knowledge in the field of online marketing. Those facts pose a threat to make wrong decisions or taking inappropriate measures. Besides the difficulties in choosing the right instruments it is also a challenge to make use of the inherent advantage of the excellent measurability possibilities of online marketing instruments. These two facts are enormously challenging for small destinations, which need to decide very carefully on every investment they make. With this thesis small alpine destinations receive a proposition and some very clear facts of how to proceed with their online marketing.

The use and success of revenue management techniques in the Swiss hospitality industry

Graduate	Nils Hossli
Advisor	Prof. Dr. Dominique Roland Gerber
Co-Advisor	Dr. David Ermen
Principal	PricewaterhouseCoopers, Zürich

Revenue management is often defined as the application of information systems and pricing strategies to allocate the right capacity to the right customer at right place at the right time. Initially developed by the airline industry, revenue management has nowadays been adopted by most hotel chains and a growing number of individual hotels. Significant increases in revenue were reported as a result of introducing revenue management by various industrial professionals.

The purpose of this bachelor thesis is to evaluate how major individual Swiss hotels manage their revenue. This involves on the one hand the application of revenue management techniques and on the other hand their implementation. Additionally individual experiences of the hoteliers with applying revenue management are identified. The obtained results are based on semi-structured interviews with ten hotel managers within seven individual hotels. A critical literature review of selected literature builds the foundation of the research.

Marriott Hotel Zurich: How to maintain the current leading position as No 1 in the fast growing and changing Zurich luxury hotel market.

Graduate	Claudia Hügi
Advisor	Prof. Dr. Andreas Deuber
Co-Advisor	Anna Wiman
Principal	Marriott Hotel, Zurich

The first class business hotel Marriott has successfully positioned itself as one of the leading hotels in the luxury segment of the city. However, the Zurich hotel market is rapidly changing and an exceptional growth in supply until 2017 will severely challenge the hotel's current position.

Resulting from the estimated development, the objective of this bachelor thesis is defined to suggest a concept, including appropriate measures within the 4 P's of marketing, which aim to secure the hotel's present position. In order to provide suitable suggestions, an in-depth environmental-, market- and company analysis is carried out, consisting of secondary desk research, complemented by primary data established through expert interviews. Finally, the findings from the analytical part, in combination with the theory from the incipient literature research, represent the basis for the proposed concept.

Auswirkungen und Effekte für wiederkehrende Sportevents durch die Durchführung von einmaligen Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz

Diplomand	Matthias Hürzeler
Referent	Jon Andrea Schocher
Korreferent	Pierre-André Weber
Auftraggeber	Bundesamt für Sport, Magglingen

Bestehende Studien über Auswirkungen von einmaligen Sportgrossveranstaltungen wie Welt- oder Europameisterschaften befassen sich hauptsächlich mit der Beurteilung von wirtschaftlichen, ökologischen, immateriellen oder sozialen Effekten auf den Veranstaltungsort. In dieser Arbeit wird jedoch aufgezeigt, inwiefern wiederkehrende Sportanlässe beeinflusst werden. Es wird dargelegt, wie wiederkehrende und einmalige Sportanlässe gegenseitig voneinander profitieren und Synergien nutzen. Dafür werden die wichtigsten Bereiche für die Durchführung eines Events analysiert wie zum Beispiel die Infrastruktur oder das Personal. Als Resultat werden Modelle abgeleitet, welche anhand des Fallbeispiels Ski Alpin WM 2003 und 2017 sowie dem jährlichen Weltcup in St. Moritz getestet werden. Schweizer Sportevents kämpfen vermehrt mit Herausforderungen wie der Finanzierung, dem Konkurrenzdruck, gesteigerten Auflagen oder bald überholter Infrastruktur. Diese Studie zeigt auf, wie die Situation der Sportevents durch eine Zusammenarbeit zwischen einmaligen und wiederkehrenden Veranstaltungen verbessert werden kann.

Pumptrack Segnes – how to motivate kids to use it – Concept about involvement of schools

Graduate	Lucy Jager
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Thierry Jeanneret
Principal	Graubünden Sport Chur

In the last couple of years a negative trend has been detected concerning the sportive activity of children in Switzerland. In the Bachelor thesis this trend is being counteracted in a small scale, namely the city of Chur, by introducing a new physical environment, the Pumptrack in schools. A Pumptrack is a round course used especially by mountain bikers to improve their riding skills and endurance. Since October of 2012 the city of Chur is in possession of one at the playground Segnes. With the help of expert interviews, teacher questionnaires and a field study at the end, involving two school classes testing the Pumptrack within a 90 minute sports class, the thesis is trying to find out the best possible way to involve Pumptrack biking in school sport. The school is the best channel to reach the biggest pool of children and was therefore chosen to serve as a distributor of the program. In the end a recommendation is given to how schools can integrate the Pumptrack the best possible way in order to encourage as many children as possible to involve in this sport.

Feasibility study of a new product launch on the Swiss market, in the case of «Buggies» – Determination whether a new product like Buggies will be viable and meet certain financial and social goals in the marketplace

Graduate	Darinka Janjic
Advisor	Roland Köppel
Co-Advisor	Stephan Micke
Principal	OTA GmbH, Flims Waldhaus

The purpose and intention of the Outdoor Training Academy GmbH is the motivation and development of managers through outdoor activities. In order to broaden the customer and revenue base the company is planning to expand its product range by acquiring offroad vehicles like Buggies. The overall scope of this Bachelor Thesis is to make recommendations whether the implementation of Buggies is going to meet certain financial and social goals. The thesis consist of three main parts. Firstly, the contemporary literature on leisure time and outdoor recreation were examined. The findings and results have then been implemented in the feasibility study, which covers the four fields product/service, industry/market, organization and finance. The business idea has to pass all analysis in order to be viable in the market. In the final stage the results of the quantitative online survey were interpreted and also integrated in the analysis part.

Eco-friendly Mobility in an Alpine Destination – Potentials for implementing electro-mobility devices in Flims-Laax-Falera

Graduate	Deborah Jeggli
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Reto Fry
Principal	Weisse Arena Gruppe, Laax

Due to environmental and sociocultural issues, alpine tourism destinations are in a process of change. A responsible handling of the given resources as well as sustainable development is being aimed for. Trends in alpine tourism are leading to strengthening of summer tourism. For the canton of Grisons and particularly for Flims-Laax-Falera the bike sport became very important in the last few years.

As a further product of the biking offer and as a method to increase and preserve the quality of the destination Flims-Laax-Falera an approach to eco-friendly mobility is proposed. Thus additional value for guest and locals, animals and the nature can be generated. The goal of this approach is to form a healthy, easy-going and ecological way of mobility. A concept for further e-mobility devices is intended. The aim of this thesis is to analyse the potentials for e-mobility in the alpine destination Flims-Laax-Falera.

A case study, key informant interviews and a strength and weakness profile is conducted in a qualitative manner. Potentials are assessed and success factors and pitfalls of e-mobility devices within this alpine destination are presented.

Tourism and Integration of People with Mental Disabilities – The Case of insieme Horgen, Zürich

Graduate	Viktoria Jeggli
Advisor	Michael Tschapka
Co-Advisor	Margit Guth
Principal	insieme Horgen, Zürich

This Bachelor Thesis investigates the tourism sector's potential to provide integration possibilities for people with disabilities. These people are often not only handicapped by their impairment but to an equal amount they are disabled by their environment. Therefore, barriers need to be minimised or removed. As most of the existing literature highlights physical barriers, travellers with mental disabilities are often not served by adjusted environments. Moreover, there is only little scientific research on travelling with people with mental disabilities.

Therefore, the main objective of this work is to provide insights into what travelling with mental disabilities means and how tourism could contribute to integration. By doing so, a case study is made by analysing the Swiss association *insieme Horgen* known for its leisure- and travel-programme for people with mental disabilities. In order to give insights into the perspective of travellers with mental disabilities interviews with carers of *insieme* as well as with people with mental disabilities have been conducted. To conclude, recommendations are presented based on the findings.

The successful management of the end phase in the lodging industry – Development of a communication guideline and a plan of measures for the «Kurhaus Lenzerheide»

Graduate	Jacqueline Jenny
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Andrea Pallioppi
Principal	Kurhaus Lenzerheide, Graubünden

The end phase of lodging establishments in Switzerland is gaining in importance. This is mainly due to the shifting market conditions, the strong Swiss franc and the second home initiative. Especially small hotels will have a hard time to withstand the competition. Nevertheless the exit phase of lodging establishments is an unexplored topic.

This Bachelor thesis has the aim to compile economical, social and emotional measures that have to be considered when closing a hotel. These general measures are obtained through a discussion between the theoretical basis and the qualitative expert interviews. In a last step the acquired measures are applied to the event hotel «Kurhaus Lenzerheide», which is facing closure in two years.

Sustainability Concept for the Greenfield Festival – Analysis and Evaluation of different aspects

Graduate	Livia Jörger
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Iris Huggler
Principal	Greenfield Festival AG, Interlaken

Sustainability has become an important term in today's world and also in the events industry. This is due to the fact that events have not only positive effects. Their impacts on the environment are mainly negative. But nowadays more and more festivals are implementing measures to reduce negative impacts and to enhance their sustainability. So does the Greenfield Festival (GF).

This Bachelor thesis examines the sustainability of the GF. Since sustainability is comprised of a sociocultural, ecological and economic dimension, these three aspects are regarded within the analysis of the situation of the GF.

The literature review is complemented by an online survey to explore the social impact of the GF on the host population. A benchmark analysis is done to identify the ecological situation. Furthermore, the spending behaviour of the festival visitors is investigated by an online survey to gain some information about the economic impact. Finally, recommendations for the GF are developed from the findings.

The Swiss trade fair market and the role of sustainability – Identification of short-, middle- and long-term fields of action for trade fairs of the BERNEXP0, with the aim to achieve the market required position in the field of sustainability (an economical, social and ecological approach)

Graduate	Anthea Jufer
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthe
Co-Advisor	André Burri, Director Events & Conventions
Principal	BERNEXPO AG, BERN

The purpose of the thesis is to identify whether the issue of sustainability is relevant to fairgrounds in Switzerland. Furthermore it proposes recommendations for the company BERNEXPO that, according to the literature and findings, are demanded by different actors of the trade show market. Firstly, different fairgrounds were looked at in order to identify what they already do in the area of sustainability. Additionally, expert interviews with different actors of the trade show industry were carried out. The research gave insight that sustainability is desired from these different actors of the trade show market. It also shows which benefits are derived by applying sustainable measures at a fairground. Moreover it provided information how sustainability can be applied in general and whether a sustainability certificate would bring a strategic advantage for a Swiss fairground. The conducted interviews helped to make recommendations for the company BERNEXPO and its future.

The Working Conditions in the Swiss Hospitality Industry – An opportunity or a threat for a sustainable development?

Graduate	Cristina Kappeler
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Mauro Moretto
Principal	Unia, Bern

The Tourism industry especially the hospitality segment is not known for offering the most favourable working conditions; irregular and long working hours accompanied by comparably low wages are what pops up in one's mind. However especially in the service industry employees are crucial for the success of a company as they are the ones delivering the service and therefore determining whether the guests are satisfied or not.

This paper highlights on the situation of the employees in the hospitality industry from three points of view: the customer, the employees and the employers. This is done with a literature review on aspects like work motivation, the connection between employee and guest satisfaction and the importance of the employees for the economic success of a company. The theory is followed by qualitative field research. Therefore different employees, employers and other experts have been interviewed. In the end the findings from both parts are combined in order to answer the two research questions: Are the current working conditions in the Swiss hospitality industry, an opportunity or a threat for a sustainable development of the sector? and «Is the current L-GAV appropriate or is there a need for adaptation, to fulfil the needs of the different interest groups under different economic conditions now and in the future?»

Touristische Erschliessung des Zürcher Unterlandes – Eine Anleitung zum Aufbau einer vernetzten Tourismusorganisation im Zürcher Unterland

Diplomandin	Livia Käser
Referentin	Prof. Aurelia Kogler
Korreferent	Walter Bosshard
Auftraggeber	Stadt Bülach, Bülach

Das Zürcher Unterland ist weitem bekannt als neblige Region mit viel Fluglärm. Was diese Region aber touristisch zu bieten hat, können sich viele gar nicht vorstellen. Der Verein Standort Zürcher Unterland, welcher für die Förderung dieser Region zuständig ist, möchte im Bereich Tourismus eine Organisation aufbauen, die genau dieses Image des Zürcher Unterlandes aufbessern soll. Die Bekanntheit der Region soll gefördert und die Wahrnehmung verbessert werden. Die Idee besteht darin, eine dezentral vernetzte Tourismusorganisation zu schaffen, die aus einer zentralen Stelle besteht und zusätzlich in jeder Gemeinde der Region über ein lokales Tourismusbüro verfügt. Diese Bachelorarbeit beinhaltet nun eine Anleitung, die dem Standort Zürcher Unterland aufzeigt, welche Tätigkeiten zu erledigen wären um diese Tourismusorganisation erfolgreich aufzubauen. Die Studie legt in einer Sollanalyse fest, wie eine Organisation im Idealfall aussehen würde und vergleicht dann diese mit der bestehenden Situation. Sie zeigt Möglichkeiten auf, wie die Organisation die Wahrnehmung verbessern kann und sie gibt verschiedene Vorschläge, die Gemeinden der Region untereinander zu verbinden. Durch Interviews mit zahlreichen Vertretern der partizipierenden Gemeinden konnten die Stimmung und Eindrücke der betroffenen Personen herausgehört und erfasst werden. Oftmals haben diese Gespräche den Ausschlag für eine bestimmte Aufgabe für die Organisation gegeben. Da die Themen Destinations- und Organisationsmanagement schon weitgehend in der Literatur behandelt sind, konnte der empirische Teil sehr gut auf theoretischen Ansätzen aufgebaut werden. Ziel der Arbeit ist es, dem Standort Zürcher Unterland eine Hilfestellung für den Aufbau der dezentral vernetzten Tourismusorganisation zu bieten.

Travel Agency vs. Internet – How can a travel agency nowadays still survive without focusing on the World Wide Web?

Graduate	Janine Kilchenmann
Advisor	Michael Tschapka
Co-Advisor	Michael Lanz
Principal	No Worries Travel GmbH, Langenthal

The introduction of the Internet in the travel and tourism industry resulted in a highly competitive market. In particular traditional travel agencies are affected as the Internet led to the development of online travel agencies as well as the possibility for travel service providers, such as airlines, to offer their travel products and services directly over the Internet. Although many traditional travel agencies adapted to these changes in information and communication technology by, for example, establishing their own web site's with online booking possibilities, some are reluctant to focus so much on the Internet.

Therefore, the aim of this bachelor thesis is to analyse how traditional travel agencies can still survive without focusing on the World Wide Web. Thereby, the expectations and perceptions of travel customers are examined in order to get an understanding if traditional travel agencies are still seen as a valuable intermediary in the travel distribution channel. Furthermore, the booking patterns of travel customers are analysed in order to determine when exactly traditional travel agencies are included in the booking process. Moreover, the key success factors of traditional travel agencies are analysed as well as the threats and opportunities which they might face in the future. Altogether, findings can be deduced in order to determine how a traditional travel agency can still survive without focusing on the Internet.

Booking Service of Seminar Hotels – How companies, which have many external workshops, handle the process of booking seminar hotels

Graduate	Livia Knellwolf
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Martin Lüthi
Principal	Outdoor Dreams GmbH, Herzogenbuchsee

Every time companies organize a seminar which takes place in an external location, research needs to be done to find an adequate venue. In order to diminish the research and reservation task, online booking services for seminar locations were introduced into the market. Online booking services present an extensive assortment of venues, aid to find an appropriate seminar location according to their needs, provide an overview of costs and offer discount prices. All these benefits are free of charge. One would think this is an attractive offer for every company. Nevertheless, for the booking services it is hard to gain new customers. Therefore, the aim of this bachelor thesis is to investigate how companies proceed when they book seminar hotels, and why some are disinterested in the booking services. Consequently, a literature review and a questionnaire were conducted so that the companies' booking habits can be examined and recommendations can be given on the future course of action of Outdoor Dreams GmbH.

Communicating Market Leadership of the St.Regis in Florence – What analytical methods and communication tools are necessary to close the gap between the aimed high luxury image of the St.Regis Hotel in Florence and the current one?

Graduate	Karolin Köhler
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Judith Otto
Principal	St.Regis, Florence

Effective communication takes place throughout the internal and external oriented activities of a hotel. Communicating market leadership but requires in particular the catenation of all communication channels to represent an authentic image to all external and internal stakeholders. But as the modern luxury guest expects this from any 5 star hotel, ways have to be found to effectively enable guests to draw distinction lines between luxury hotels that offer the same core product on first sight. So the aim of this thesis is to develop marketing goals and strategies, which allow the St.Regis to communicate subjective market leadership in the high priced room segment sustainably. These recommendations have been done based on the findings of a brand image assessment as well as on the insights gained from seven in-depth expert interviews.

A critical reflection of the current offers of Voluntourism products by commercial and non-commercial providers in Switzerland and the elaboration of a framework of standards to reach a more holistic and beneficial product.

Graduate	Thomas Kohler
Advisor	Stephanie Nabitz
Co-Advisor	Daniela Hälg
Principal	Intermundo, Bern

Volunteer tourism is one of the fastest growing niche markets within the international tourism industry. The increasing number of providers of volunteer tourism offers and the almost unregulated market have led to criticism and negative impacts on the participants as well as on the host community. Intermundo, the Swiss umbrella organisation for cultural youth exchange, stands up for clear guidelines when it comes to programmes with a voluntary work component. The aim of this paper is to develop holistic quality criteria for the programmes of Intermundo's member organisations to differentiate their offers from those, which are managed in a less responsible way. After a comprehensive literature review that covers the current fields of research on volunteer tourism, several interviews with experts from related fields of study are conducted for the development process of the quality criteria. Finally, the recommendations for action to achieve a more beneficial and holistic volunteer tourism product are presented.

Special Olympics Switzerland – Analysis of brand awareness and recommendations to enhance public attention

Graduate	Marcel Koller
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhenh
Co-Advisor	Irene Nanculaf
Principal	Special Olympics Switzerland, Zürich

Special Olympics Switzerland is a Swiss non-profit organization dedicated to people with intellectual disabilities. Although the foundation was established nearly 20 years ago, it is still an unknown organization for many people. However, brand awareness is of crucial importance in order to attract potential sponsors, volunteers and to promote acceptance and integration of intellectually disabled people. A prior literature review of this Bachelor thesis provides the basis for a profound understanding and furthermore sheds light into the topics of brand awareness in the context of a non-profit organization.

Subsequently, a quantitative survey was conducted to determine the organization's current degree of brand awareness among a target group of sports interested people and potential volunteers. Moreover, an analysis of the organization itself was carried out, which was finally summarized in a SWOT matrix.

In consideration with a case study of a well-established non-profit organization combined with the findings from the analytical part, an auspicious strategy to increase public attention was ultimately developed.

How can the Adventure Travel World Summit 2013 bring lasting benefits for a sustainable tourism development in Namibia focusing on community-based tourism?

Graduate	Silvia Krähenbühl
Advisor	Monika Heeb-Lendi
Co-Advisor	Patric Arn
Principal	Namibia Nature Foundation, Windhoek

In October 2013 the annual Adventure Travel World Summit (ATWS) will take place in Namibia. The yearly event, organized by the Adventure Travel Trade Association (ATTA) representing a global community of more than 800 members, aims to support the creation of sustainable adventure travel markets. To accommodate the ATWS is seen as a chance for the destination to market its touristic products, to shape its image as an adventure travel destination and to offer the local inbound operators the opportunity to establish valuable business contacts.

This bachelor thesis aims to reveal in what way the summit could be beneficial for the community-based tourism (CBT) in Namibia. To get a holistic understanding the literature review gives information on the concept of CBT in general and the current status of its development in Namibia. For assessing the possible impacts of the event a qualitative survey has been conducted with members of the Namibian project, with regularly attending tour operators and with Switzerland, who hosted the ATWS in 2012. The different findings have been discussed in relation to the literature review and in relation to each other to anticipate chances and constraints the ATWS brings to Namibia's tourism industry with focus on CBT.

First Vegetarian trade fair in Switzerland – Development of a communication concept in order to attract as many visitors as possible

Graduate	Stefanie Läderach
Advisor	Dr. David Ermen
Co-Advisor	Gregor Wegmüller
Principal	MESSEN WEINFELDEN, Weinfelden

Vegetarianism seems to become a trend more and more and vegetarian or vegan alternatives in restaurants, cafeterias, retirement homes or supermarkets are more often present. As events and especially trade fairs serve as modern and interactive communication tool MESSEN WEINFELDEN was wondering if the need and potential for a vegetarian trade fair in Switzerland exists and furthermore, how people could be attracted to such an event as not only vegetarians but also non-vegetarians would be targeted. This Individual Bachelor Thesis consists of the following five main parts: introduction into the topic, literature review of human food choices, omnivorism, vegetarianism, and communication and motivation theories, qualitative research and its results, the discussion and finally a conclusion including recommendations for the First Vegetarian trade fair in Switzerland is given.

Leitfaden zur Sensibilisierung und Aktivierung von touristischen Partnern zum Thema Schutz und Nutzung der Schweizer UNESCO-Labelträger

Diplomandin	Sarah Lauerburg
Referent	Roland Anderegg
Korreferent	Anita Roffler
Auftraggeber	UNESCO Destination Schweiz, Bern

Die Schweizerischen UNESCO-Welterbestätten haben alle eine Gemeinsamkeit: die Herausforderung, ihre Werte gegenüber ihren nutzungsorientierten touristischen Leistungsträgern richtig zu kommunizieren, um diese mehr zu sensibilisieren.

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wird auf die verschiedenen Kommunikationstheorien sowie auf ein richtiges Stakeholdermanagement eingegangen. Um das aktuelle Kommunikationsverhalten innerhalb der Welterbestätten ermitteln zu können, wurden verschiedene Akteure der einzelnen UNESCO-Labelträger zu ihrem aktuellen Umgang und Kommunikationsverhalten mit ihren jeweiligen Leistungsträgern qualitativ befragt. Anhand der Theorien, den Resultaten der Interviews sowie den Erfahrungen von externen Kommunikations-Experten sollen dementsprechend Kommunikationsempfehlungen entwickelt werden, welche die einzelnen Welterbestätten hinsichtlich der Sensibilisierung und der Wertevermittlung im Umgang mit ihren touristischen Partnern künftig einsetzen können.

Kundenbindung im Sportsponsoring – Am Beispiel des FC St.Gallen

Diplomand	Fabian Lips
Referent	Walter Burk
Korreferent	Marco Huber
Auftraggeber	FC St.Gallen Event AG, St.Gallen

Immer mehr Veranstaltungen und Events konkurrieren sich um wenige finanzstarke Sponsoren. Einer Konkurrenz, der auch der FC St.Gallen ausgesetzt ist. Entsprechend wichtig für den Traditionsverein ist es, Sponsoren langfristig an sich zu binden.

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es herauszufinden, welche Kundenbindungsmassnahmen im Sportsponsoring für eine langfristige Partnerschaft zwischen Sponsor und Gesponserten nötig sind. Dies geschieht anhand von Recherchen in der Literatur, einer Ist-Analyse des Vereins, sowie einer praxisbezogenen Befragung der aktuellen FC St.Gallen-Sponsoren. Die gewonnenen Erkenntnisse fliessen anschliessend in die Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen zuhanden der FC St.Gallen Event AG.

Development of an Event-Concept for the Lofthotel in Murg – Profiling the hotel with the introduction of an integrated event concept and its influence on the revenue

Graduate	Evelyn Locher
Advisor	Norbert Hörburger
Co-Advisor	Dieter von Ziegler
Principal	Lofthotel, Murg

Meetings play a crucial role in every business. People need to discuss certain things or just spend some time together to enhance teamwork. Nowadays, modern technology supports the communication between employees. Nevertheless, managers are aware of the fact that nothing is more effective than face-to-face communication. This highlights the market potential of offering a meeting and convention venue. In addition, meeting and conventions show a different seasonality than vacations. This fact makes it interesting for hotels because it is one option to fill their rooms during low season. Therefore, it is a possibility to increase the occupancy rate and the revenue of the Lofthotel. During the assessment of the Lofthotel and its existing products, the lack of an offering that includes the seminar component as well as a social program was discovered. This Bachelor Thesis provides event samples that fill this described gap. As a consequence, the developed event samples comprise meeting session as well as various activities that enhance the teamwork of the participants and provide a memorable experience. All in all, these proposals state a possibility of increasing the revenue of the Lofthotel in Murg.

Inklusionsreisen – Reisen mit Menschen mit Behinderungen

Diplomandin	Anina Longthorn
Referent	Michael Tschapka
Korreferent	Friedemann Salzer
Auftraggeber	Bruderhausdiakonie, Reutlingen

Weiterhin steigt die Zahl von Menschen mit Behinderungen und von daher sind die Anforderungen an einen barrierefreien Tourismus ebenfalls gestiegen.

Diese Bachelor Arbeit zeigt zum einen auf, welche Barrieren es gibt für Menschen mit Behinderungen wenn sie verreisen wollen. Zum anderen betrachtet sie die Problematik bei Reisen für Menschen mit geistigen Behinderungen. Ferner wird erforscht, welche Bildungseffekte für Menschen mit geistigen Behinderungen auf Reisen entstehen können. Da die Literatur dieses Phänomen noch nicht ausführlich erforscht hat wird versucht an Hand von Reisen der Bruderhaus Diakonie dies zu untersuchen und so diese Lücke in dieser Forschungsarbeit zu schliessen. Dafür wurden Interviews mit Menschen mit geistigen Behinderungen durchgeführt welche schon auf mindestens einer Inklusionsreise nach Tansania dabei waren, analysiert und interpretiert.

Zusätzlich wird durchleuchtet welche Auswirkungen Tourismus auf eine Region in einem Entwicklungsland wie Tansania haben kann.

Leadership 3.0: Generation Y in the travel industry

Graduate	Janine Lüchinger
Advisor	Walter Burk
Co-Advisor	Kerstin Zuttel
Principal	travelwindow AG, Zurich

The Generation Y is coming. As the Baby Boomers retire and the young professionals known as the Generation Y enter the working environment, many companies are facing problems, which is caused by this generational shift. It is said that this generation differs widely from their predecessors. Therefore, the young professionals will bring in a new style and perspective to the workforce, forcing organizations to adapt.

This bachelor thesis explores the challenge of attracting, leading, and retaining the Generation Y while meeting their needs and expectations in order to make a company a place where young people want to stay. The main goal of the thesis is to develop a concept for travelwindow AG, an online travel agency located in Zurich.

The research paper consists of a literature review that provides basic knowledge in order to put the empirical part into context, which comprises a survey with 170 students, in-depth interviews with the company heads of three different firms, and lastly a survey conducted with the workforce of travelwindow itself. Finally, recommendations for travelwindow are deduced from the findings.

Multimediale Medien und deren Wirkung am Point of Sale am Beispiel einer Messe – Eine qualitative Analyse der optimalen Anwendung von medialen Inszenierungselementen

Diplomandin	Saskia Lüthi
Referent	Roland Köppel
Korreferent	Kilian Bamert
Auftraggeber	Screenpro, Volketswil ZH

Inszenierung wird heutzutage immer wichtiger. Die Möglichkeiten und Chancen für eine Unternehmung, die sich aus der Entwicklung der multimedialen Medien ergeben sind enorm. Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es die Wichtigkeit und Wirkung von medialen Inszenierungselementen am Point of Sale aufzuzeigen. Diese Auswirkung der multimedialen Medien soll am Beispiel einer Messe untersucht und analysiert werden. Mittels einer qualitativen Analyse durch Beobachtungen und Expertenbefragungen soll unter anderem folgende Hypothese verifiziert werden: «Eine gezielte Anwendung einer optimalen Kombination von multimedialen Medien und Inszenierungselementen im Bereich Bild und Ton führen zu einem finanziellen Erfolg der Unternehmung».

Die ganze Arbeit nützt allen Unternehmen, die an einer Messe multimediale Medien nützen oder installieren. Vor allem ist die Arbeit an Unternehmen gerichtet im Luxusindustriebereich wie zum Beispiel der Baselworld.

Environmentally compatible design of sports event: Audi FIS Alpine Ski World Cup final 2014 – Lenzerheide – An environmentally compatible approach to planning the Audi FIS Alpine Ski World Cup final 2014 – Lenzerheide through suitable measures

Graduate Daniel Marthy
Advisor Prof. Dr. Lutz E. Schlange
Co-Advisor Britta Wild
Principal Lenzerheide Marketing & Support AG, Lenzerheide

A major sports event, such as the Audi FIS Ski World Cup – Lenzerheide with around 30'000 participants, has often unavoidable environmentally impacts. Because of the awareness, how important an intact environment is for the destination Lenzerheide, the organization committee wants to minimize these impacts as low as possible. Therefore, this Bachelor Thesis highlights suitable measures to improve the environmental quality of the Ski World Cup which will hold in 2014. Although various literatures about sustainable and environmental friendly sports event are exist, research has been done to find innovative and realizable measures. The main objective of this work is to minimize the gap between the performance of the Ski World Cup in 2013 and 2014. The literature review is supplemented by expert interviews with the affected stakeholders and case studies from flagship projects, which were held in the past. Finally implementations of measures are recommended, and a concept is given to apply for the ecosport.ch competition from Swiss Olympics.

New Market Potential of Tourism in Zug – Exemplified Evaluation of the Market of Weekend Tourism

Graduate Annalisa Mercandetti
Advisor Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor Seraina Koller
Principal Zug Tourismus, Zug

Zug's tourism industry depends heavily on business tourism. Decreasing overnight stays and low occupancy rates show that tourism demand is changing. This leads now to the necessity to find long-term strategies to overcome the threatening development.

The main purpose of the study is to define under-utilised potential of Zug in order to enhance weekend tourism and consequently to decrease the strong dependency on business tourism. As leisure tourism is a relatively neglected tourism segment in Zug, the study presents opportunities for a successful leisure tourism development based on the defined potential.

Research consists of an analysis of the general tourism situation of Zug, a current supply analysis and a visitor survey to define tourism demand. Then, the analysis of leisure tourism potential converges all relevant results, visualising gaps and hidden opportunities. Finally, strategic approaches are presented for a successful weekend tourism development.

The target marketing adopted by online travel agencies and its impact on the collaboration with partners – An analysis using the example of the airline industry

Graduate	Andrea Meyer
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Diego Michel
Principal	Swiss International Air Lines Ltd., Basel

The Internet has developed into the main booking channel for holidays in Switzerland and the online travel business has become very important for service providers in the tourism industry.

This bachelor thesis investigates the possibilities for an airline such as Swiss International Air Lines to engage in cooperation with online travel platforms. These platforms can be classified into three groups which are online travel agencies, meta search engines, and hybrid agencies. Every type of platform adopts different marketing strategies and engages in different forms of cooperation. The thesis assesses a service provider's potential for cooperation with online travel platforms by looking at the target marketing adopted by the different platforms.

Since literature does not provide a big amount of information about the marketing strategies of online travel platforms, expert interviews were the main source of information for the thesis. The gathered information finally allowed deducing recommendations for Swiss International Air Lines.

Measuring the Potential of QR Codes in Tourism

Graduate	Freya Mohr
Advisor	Alexander Fritsch
Co-Advisor	Noé Tondeur
Principal	freicom ag, St. Gallen

QR Codes – short for quick response codes – are increasingly used in marketing and sales. Since a couple of years, QR Codes are frequently seen in magazine and newspaper advertisements, on billboards and on product packaging. This development is driven by the proliferation of smartphones and mobile internet. The tourism industry has recognised this trend and hence, QR Codes have even started to appear in restaurants, museums and sightseeing points.

This bachelor thesis aims to evaluate the potential of QR Codes in the tourism industry by looking at their implementation in museums. The thesis gives insights into the benefits and effectiveness of QR Codes for the service providers as well as for the visitors.

After a literature review on mobile technologies and QR Codes, interviews with museum employees and a customer survey with museum visitors will give further insights into the subject. Finally, this bachelor thesis concludes with the success factors and potential barriers when implementing QR Codes in tourism.

Assessment of the communication strategy used for the Online-Freizeitshop by the SBB RailAway. Concept for enhancing the usage of the Online-Freizeitshop and optimizing its communication tools.

Graduate	Mélanie Muggli
Advisor	Domenico Bergamin
Co-Advisor	Leandro Roder
Principal	SBB RailAway AG, Luzern

The internet has become a prominent distribution channel in the tourism industry. With the introduction of the Online-Freizeitshop in July 2012, the SBB RailAway dared to take the first step into B2C e-commerce. One year after the launch of the Online-Freizeitshop, there is a necessity to know if the objectives outlined in the communication strategy could be achieved. The aim of this bachelor thesis is therefore to assess the communication strategy and submit improvement suggestions. The theoretical part gives an insight into the development of a communication strategy and the online shopping behavior. The literature review is supplemented by a customer survey based on a comprehensive research sample of over two thousand respondents. The latter provides precious information concerning the degree of achievement of the objectives outlined in the communication strategy. Finally, suggestions for improvement of the communication strategy are deduced from the findings.

Congress Marketing – Positioning of the Congress Center Basel in an international context – Improvements that can be realized, regarding the new development of the exhibition center in Basel, to reposition the Congress Center Basel on an international level

Graduate	Gillian Müller
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Letizia Elia
Principal	Congress Center Basel

The Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions industry, shortly MICE, is one of the fastest growing business segments worldwide. As a consequence the association and corporate event market is getting increasingly competitive and pioneering venues from the Western part of the globe have to prove their products and services against emerging countries located in the Middle and Far East or Africa. The Congress Center Basel, as a part of the MCH Group, is already established as Switzerland's leading MICE destination. However, within the construction of the new Exhibition & Event Hall and the development of additional meeting and workshop rooms, the Congress Center Basel can be positioned as venue to execute large events, hosted in a multifunctional infrastructure, and therefore as competitive market player. Within this thesis, a qualitative data research is conducted to analyse the main trends and challenges of successfully position a MICE venue to reach the awareness of global operating associations. As a main tendency, strong networking activities and the pretension to offer differentiated high quality products and services can be outlined.

Customers perception and understanding of tourism as a tool for economic and social development and its importance in their decision making process

Graduate	Katrin Müller
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Martin Fischer
Principal	Berg-welt AG, Steffisburg

Tourism has become one of the main income sources for many developing countries, which also brings great challenges and negative impacts for them. The need and demand for sustainable tourism is steadily increasing and different alternative approaches have emerged. Pro-poor tourism aims at generating net benefits for the poor and is the only approach to tourism which puts the poor people at the centre of attention.

This Bachelor thesis focuses at looking at the customers understanding of tourism and its impacts. It also tries to find out if customers demand responsible tourism and will look at the customers' motivation of going on a trip.

Although various literature about sustainable tourism exist, little research has been done so far for pro-poor tourism and also literature on tourism motivation is still at an early stage. The literature review is supplemented by a survey of berg-welt's customers and some recommendations for bergwelt are formulated.

Eventkonzept zur Attraktivitätssteigerung für den Standort Vaduz – Entwicklung von bestehenden und neuen Events für ein junges Zielpublikum

Diplomandin	Andrea Negele
Referent	Dr. Alexander Schmidt
Korreferent	Roger Meier
Auftraggeber	Gemeinde, Vaduz

Die Gemeinde Vaduz führt jährlich viele verschiedene Events durch, welche eine breites Zielpublikum und vor allem Kulturinteressierte ansprechen. Allerdings gibt es in Vaduz nur wenige Events, welche die junge Zielgruppe anlocken und somit für ein positives Image von Vaduz unter den jungen Leuten in Liechtenstein führen.

Diese Bachelorarbeit soll die Zufriedenheit der jungen Leute zwischen 18 und 27 Jahren über das Eventangebot in Vaduz überprüfen und ein neues, auf die Bedürfnisse der jungen Menschen abgestimmtes Eventangebot schaffen. Im neu entwickelten Eventportfolio werden bestehende Events weiterentwickelt und neue Events ausgearbeitet. Diese Events sollen den Ansprüchen der jungen Zielgruppe gerecht werden. Somit soll das Image von Vaduz verbessert werden.

Die Literaturanalyse wird durch drei Experteninterviews und einer Online Umfrage mit 60 bis 80 Umfrageteilnehmern ergänzt.

Ancillary Revenue Pricing – A possible marketing strategy for Swiss International Airlines Ltd.?

Graduate	Nicole Oberlin
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Karl Isler
Principal	Swiss International Airlines Ltd., Zurich Airport

Due to rapidly changing circumstances in the aviation business, airlines constantly have to adapt their pricing strategies in order to stay competitive and to make profits. As a result to this situation, Swiss International Airlines is continuously establishing and developing new pricing approaches. One method which is currently in high discussion is ancillary revenues, a pricing strategy which finds its origins in low-cost carrier business models.

This bachelor thesis aims to investigate whether the ancillary revenue pricing approach could be a suitable and successful marketing strategy for Swiss International Airlines Ltd. In order to do so, it will be examined whether there is a willingness to pay for auxiliary services as well as if there is an acceptance for the ancillary revenue system among Swiss passengers or if it might damage the brand image of Swiss.

On the one hand, the literature review links up important aspects about pricing behaviour from the supply as well as the demand side. Whereas on the other hand, the empirical research complements this knowledge by analysing gained findings of qualitative in-depth interviews.

Quellrock Open Air Bad Ragaz: Analyse und Überarbeitung der Kommunikationspolitik

Diplomandin	Manuela Odermatt
Referent	Roland Köppel
Korreferent	Andres Hartmann
Auftraggeber	Quellrock Open Air Bad Ragaz

Im Sommer findet an fast jedem Wochenende in der Schweiz ein Festival statt. Sei dieses nun in einer Stadt, in den Bergen, am See, ob Rock, Pop, Schlager oder HipHop – für jeden Geschmack gibt es ein passendes Open Air. Der Festivalmarkt der Schweiz ist übersättigt. Das Quellrock Open Air Bad Ragaz ist ein eher kleines und regionales Festival, welches gerne mehr Besucher aus einem grösseren Umfeld anziehen möchte. Deshalb untersucht diese Bachelorarbeit, welche sozialen Medien am geeignetsten wären, um eine neue Zielgruppe anzusprechen.

Neben der Literaturrecherche wurden diverse Analysen erstellt, um die verschiedenen sozialen Medien von verschiedenen Seiten zu betrachten. Zusätzlich wurde eine Umfrage durchgeführt, an der 101 Besucher des Quellrock Open Airs sowie 114 Studenten und Schüler teilgenommen haben. Aus diesen Resultaten wurde als Ergebnis ein Vorschlag für ein neues Kommunikationskonzept hinsichtlich eines effektiven Einsatzes von Social Media ausgearbeitet.

Developing Hotel Personnel Retention – Retention Strategies at Grand Resort Bad Ragaz

Graduate	Tanja Ospelt
Advisor	Dr. Heinrich Bischoff
Co-Advisor	Edith Kohler
Principal	Grand Resort Bad Ragaz AG, Bad Ragaz

The Grand Resort Bad Ragaz is a well-known Swiss luxury hotel, setting the highest quality standards in satisfying their exigent guests. The hospitality industry depends on the interaction between the guests and its employees. For this reason, employees are a most valuable resource, as guest satisfaction is heavily influenced by the quality, the satisfaction and the loyalty of the service staff. In today's business environment, it is a considerable challenge for companies to attract and retain the right personnel. This Bachelor thesis elaborates answers to the question of how to develop hotel personnel retention. The findings from a literature review were analysed and compared to the results of a survey with employees of the Grand Resort Bad Ragaz and to the inputs of expert interviews. On this research basis, arguments and recommendations were developed for the improvement of the personnel retention activities of the Grand Resort Bad Ragaz.

Marketing and Product Optimization for Parc Ela – In connection with the offer «Zupacken für die Natur»

Graduate	Corinna Pagani
Advisor	Romano Wyss
Co-Advisor	Manuela Kistler
Principal	Parc Ela Management, Tiefencastel

The awareness of corporate volunteering work is increasing in Switzerland. However, only a few middle to large sized companies already attended volunteer work in the nature park Parc Ela. Until yet mainly schools and associations took part on the offer «Zupacken für die Natur», which is a project to maintain the regional nature.

For the reason that Parc Ela would like to reach a higher number of companies that join their offer, this Bachelor thesis reveals information how this wish can be fulfilled. Seeking different product development ideas the expectations of the target group middle to large sized enterprises are regarded. Furthermore, diverse marketing tools were evaluated by conducting academic literature and previous studies. After analysing the current market situation and detecting the development potential for the offer «Zupacken für die Natur» several recommendations are outlined for the offer of Parc Ela.

Organic Agriculture and Tourism in Grisons – Possible common marketing concepts

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

Organic agriculture and tourism have several issues in common. These synergies are illustrated within the Bachelor thesis of Melanie Dietrich «Synergies between Tourism and Organic Agriculture» of the year 2011. Built up on these synergies, a further step for Bio Grischun, which is mainly responsible for organic agriculture in the canton Grisons, will be the development of a practice-oriented marketing concept between organic agriculture and tourism in Grisons.

In order to reach this goal, this thesis highlights first the theory of a touristic marketing concept in general. Based on this theory it is clarified which information is needed for elaborating a common marketing concept. By dint of numerous interviews with experts from the agriculture and tourism industry on a national and international level and desk research, the common marketing concept can be filled with contents. Finally, specific recommendations for Bio Grischun, which outline possible ways of implementing the elaborated marketing concept into existing touristic ones, are given.

Implementation of a customer loyalty card

Graduate	Elena Pilla
Advisor	Prof. Dr. Dominique Roland Gerber
Co-Advisor	Susanne Staiger
Principal	Sorell Hotels, Zürich

Customer Relationship Management becomes more and more important for a company's success. As it is claimed that loyal customers are willing to pay higher prices, buy more frequently and generate word-of-mouth recommendations, loyalty programs are very popular. Customer loyalty cards can be found in almost every industry, this also applies for the hotel industry. This Bachelor thesis highlights reasons and tools of customer loyalty and points out advantages and expectations of customer loyalty programs. Furthermore, characteristics of different loyalty cards are illustrated. Even though loyalty programs are very popular, it is unsure whether they really bring success. A lot of criticism is found in the literature and is stressed in this thesis. The overall goal of this thesis is to implement a customer loyalty card for Sorell Hotels, a Swiss hotel chain with 17 hotels. General managers and guests were interviewed in order to find out opinions and experiences concerning hotel loyalty cards. Additionally, already existing hotel loyalty programs were examined in order to understand and gain a brighter overview of established offers. After the analysis and evaluation of the results and a comparison with the literature, a concept is developed and at the end, recommendations for Sorell Hotels on how to proceed are presented.

Nutzen und Potenzial eines Ranger-Angebotes – Beurteilung der Rolle des Grimsel-Rangers im Tourismus und des Zwecks für die Kraftwerke Oberhasli AG

Diplomandin	Corinne Rees
Referent	Marco Hartmann
Korreferent	Thomas Herren
Auftraggeber	Grimselwelt (Kraftwerke Oberhasli AG), Innertkirchen

Die Fläche in der Schweiz ist begrenzt und deren Nutzen durch den Menschen nimmt stetig zu. Dies führt unweigerlich zu Konflikten. Der Grimsel-Ranger der Kraftwerke Oberhasli AG (KWO) tritt in diesem Zusammenhang als Vermittler auf und trägt deren Leitsatz «Wasserkraft ist Partnerschaft mit der Natur» an die Öffentlichkeit. In dieser Rolle ist er als Gastgeber unterwegs in der Grimselwelt, dem touristischen Engagement der KWO. Er informiert interessierte Besucher vor Ort über die Wasserkraftgewinnung oder begleitet sie in der eindrücklichen und vielfältigen alpinen Landschaft. Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, den Nutzen und das Potenzial des Grimsel-Rangers für die KWO aufzuzeigen. Neben der Literaturrecherche in den Themenbereichen Kommunikation und Erlebnistourismus sowie über das Ranger-Wesen mit seiner Entstehung und dem Berufsfeld in der Schweiz, bilden Expertengespräche und eine Gästebefragung die Basis dieser Arbeit. Aufgrund der Umfrageergebnisse und einer internen sowie externeren Analyse werden Empfehlungen für die Weiterführung des Ranger-Angebotes abgeleitet.

Dynamic Packaging – The Future of the Package Holiday – New Strategies and Developments at Kuoni Reisen AG

Graduate	Sophie Rupp
Advisor	Marco Hartmann,
Co-Advisor	Oliver Howald
Principal	Kuoni Reisen AG, Zürich

Dynamic packages are travel offers generated in real-time out of a market with daily updated prices. Kuoni Reisen was the first Swiss tour operator who launched in 2012 with «X-Helvetica Tours» a brand for dynamic beach holidays. Due to the recent introduction, little is known about the status and the perception of dynamic packaging in the Swiss market. By evaluating its role and potential for a Swiss tour operator and by taking into consideration the customer awareness and attitude towards dynamic packaging, this study aims to find out if dynamic packaging is a suitable option for a Swiss tour operator like Kuoni Reisen and to assess its future relevance in the Swiss travel industry. Moreover, the purpose is to provide tour operators with recommendations and outline important factors, which are, according to the literature and the findings, relevant for a future success of dynamic packaging. These goals will be achieved with the aid of topic-related literature, interviews with industry experts and a survey conducted with 257 Swiss citizens.

Wirtschaftliche Auswirkungen von Events für die Tourismusregion Prättigau – Eine Untersuchung anhand des Prättigauer Alp Spektakels

Diplomandin	Seraina Salzgeber
Referent	Dr. Alexander Schmidt
Korreferentin	Daniela Göpfert
Auftraggeber	Prättigau Tourismus GmbH, Grüşch

Die Untersuchungen touristischer Events und deren Auswirkungen stellen heutzutage ein wichtiges Forschungsgebiet dar. Neben den Sportveranstaltungen rücken auch Festivals oder kulturelle Anlässe immer häufiger ins Blickfeld der Forscher, da sie zu den am schnellsten wachsenden Tourismusattraktionen weltweit gehören. Die Bachelor Thesis untersucht das Prättigauer Alp Spektakel, welches sowohl aus landwirtschaftlicher als auch aus touristischer Sicht ansprechend wirkt, und das die Themenbereiche «Tradition» und «Brauchtum» aufgreift. Das Ziel der Arbeit ist es, zum einen die ökonomischen Auswirkungen der Veranstaltung festzuhalten und zum anderen herauszufinden, ob der Anlass für Touristen attraktiv ist und ob das Eventkonzept zielgruppenspezifisch ausgearbeitet wurde. Dabei sollen die Methoden der Wertschöpfungsanalyse, der Besucherbefragung und der Experteninterviews aufschlussreiche Ergebnisse zum Themenbereich liefern. Die abschliessende Auswertung der Ergebnisse enthält konkrete Konzeptmassnahmen, welche die Wertschöpfung des Anlasses erhöhen und die Aufmerksamkeit auf die Tourismusregion lenken können.

Event Strategy and Event Portfolio to position Andermatt – Development of a Lead event to position Andermatt and to attract new guest groups in the future

Graduate	Michaela Schär
Advisor	Dr. Alexander Schmidt
Co-Advisor	Marc Sontag
Principal	Andermatt Swiss Alps, Altdorf

An increased international competition of Alpine destinations leads to the necessity to develop unique offers and the importance of promoting them appropriately. Andermatt counteracts this trend with the creation of a luxury resort – Andermatt Swiss Alps. This bachelor thesis highlights the importance of a well-developed marketing plan in order to exceed the international competition. Therefore it examines the aspired future position of Andermatt within the market. Furthermore, through a comparison with benchmark destinations the effectiveness of its competitive advantages is evaluated. This is the basis for an event portfolio for Andermatt. Events serve to transmit the competitive advantages effectively to the external. The literature review about destination marketing and event management is supplemented with expert interviews to deepen the knowledge about the development of Andermatt and its aspired position. Finally, the thesis highlights a detailed concept for a lead event, as a recommendation to communicate the aspired image and position and attract customers.

What needs to be done to save the future on the slopes?

Graduate	Flavia Schaub
Advisor	Monika Heeb- Lendi
Co-Advisor	Andri Poo
Principal	Swiss Snowsports, Belp

Nowadays fewer young people practice snow sports. As the young people of today represent the guests or patrons of tomorrow, this topic garnered attention from the tourism industry. This thesis deals with the reasons for the absence of young people on the Swiss slopes. Thus the aim is to investigate the downward trend in the numbers of young snow sport participants and to explore the possible reasons as to why the current development is taking place. To change the current downward trend, measures have to be taken to bring young people back to the slopes. Thereby a further objective is to find out how young people could be motivated to take up snow sports. A survey with 164 young snow sport-participants and 56 non-snow sport-participants investigated young people's snow sport behaviour. In addition, in-depth interviews were taken to garner the opinion of industry-experts. The literature review explains the current situation of the snow sport market and introduces the reader to young people's sport behavior as well as to strategies in marketing snow sports to youth. In the end future recommendations will be given based on the research findings with the long-term goal being to save the future of the slopes.

Empfehlungen zur Entwicklung von Werdenberg Tourismus – Unter Einbezug der aktuellen Destinationsmodelle und den Interessen der regionalen Anspruchsgruppen

Graduate	Karin Schlegel
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Stefanie Hagmann
Principal	Tourist Info Werdenberg, Buchs SG

New trends and developments in the tourism industry force tourism organisations to reorganize themselves and cooperate more comprehensively with all stakeholders in order to fully meet customer needs and stay competitive.

The aim of this bachelor thesis is to propose a development strategy for the Werdenberg Tourist Board, which takes the interests of the most important stakeholders as well as new destination models into account.

Based on the literature review, which is supplemented by numerous interviews, a suggestion for an improved cooperation concept and an enhanced organisational structure for Werdenberg Tourismus is provided. Finally, several possible strategies to favourably integrate Werdenberg Tourismus into a destination management organisation involving neighbouring tourist organizations are discussed.

A marketing concept for Ride Greener – How to implement the climate friendly tips in the daily business of ski resorts

Graduate	Michaela Schmid
Advisor	Dr. Tobias Luthe
Co-Advisor	Sten Smola
Principal	Ride Greener, Biel/ Bienne

Tourism is a major driver of climate change, as it is a fast growing industry and mobility is a key aspect. The environment is the most essential good for tourism, therefore it is important that actors take care of it and treat it with respect. However, not only actors of the tourism industry can be active, also guests should be motivated to behave environmental friendly. Therefore, the aim of this thesis is to present a concept how climate friendly tips of Ride Greener can be implemented and promoted in ski resorts. Results from the expert interviews will be discussed, while also taking the findings of the literature review into consideration. The outcomes shall be evaluated, interpreted and finally give guidelines for the practical application. As a result a suggestion for a possible concept will be created.

Chancen und Erfolgsfaktoren von Crossover-Events in der Schweiz – Eine Potentialanalyse für diese neue Eventform aufgezeigt an ausgewählten Fallbeispielen

Diplomandin	Nadine Schöb
Referent	Dr. Alexander Schmidt
Korreferent	Patric Berg
Auftraggeber	PROject AG, Spreitenbach

Rasant ändernde Bedürfnisse, höhere Ansprüche und ein Verlangen nach mehr Qualität und Innovation seitens der Eventbesucher beschäftigt viele Eventmanager der heutigen Zeit. Inmitten dieser Situation hat sich fast unbewusst eine neue Eventform herausgebildet – die Crossover-Events. Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es zu prüfen, ob durch die gezielte Kombination der Erfolgsfaktoren eines Crossover-Events ein neues Eventerlebnis kreiert und somit die Wertschöpfung für den Kunden gesteigert werden kann. Zu diesem Zweck wurden eine Literaturrecherche sowie eine Praxisanalyse in Form einer qualitativen Gruppendiskussion mit vier Experten durchgeführt. Die gesamte Analyse und Interpretation wurde dabei anhand von vier ausgewählten Fallbeispielen vollzogen. Aus den gewonnen Erkenntnissen resultierte ein Grundkonzept zur erfolgreichen Realisierung eines Crossover-Events wobei der Fokus auf den wichtigsten Erfolgsfaktoren eines Crossover-Events und deren Einfluss auf das Eventerlebnis des Kunden liegt.

Guideline for Product Development Winter, Lenzerheide Bergbahnen AG

Graduate	Natalie Schönbächler
Advisor	Roland Anderegg
Co-Advisor	Linda Netzer
Principal	Lenzerheide Bergbahnen AG, Lenzerheide

The daily business and visitor numbers of cable car companies are highly volatile and operational success depends to a great extent on good weather conditions. The purpose of this thesis is to investigate the weather dependency of cable car companies and to find ways how this weather challenge can be mitigated in the particular case of the Lenzerheide Bergbahnen. To reach these aims, the existing product portfolio of the Lenzerheide Bergbahnen is analysed. Also, consumer behaviour characteristics of alpine tourists are examined. In a next step, qualitative interviews with cable car industry professionals on existing best practices of bad weather offers are carried out. Subsequently, on the basis of theoretical tourism innovation and product development guidelines, ideas for promising bad weather offers are developed. Finally, the author of this thesis suggests specific innovative products and business models. Based on these, the Lenzerheide Bergbahnen can make its mountain business more attractive for winter tourists in case of adverse weather.

Culture as a location factor and a branding tool for the city of Basel – Is culture rooted in the brand awareness of Basel?

Graduate	Stephanie Schönmann
Advisor	Prof. Dr. Peter Tromm
Co-Advisor	Christoph Bosshardt
Principal	Basel Tourismus, Basel

As cities become more and more competitive in today's globalized world, it is important for them to stand out in order to attract tourists, visitors, inhabitants and companies. Basel, a city located in the northwest of Switzerland, with its brand «Basel – Culture Unlimited» wants to market itself as a leisure destination and a cultural city.

In order to find out how culture is rooted in the brand awareness of Basel, a tourist survey is conducted, highlighting the perceptions of tourists about the city. The theoretical part introduces the state of art of the topics cultural tourism, city tourism and place branding and positioning. Afterwards, the findings of the tourist survey will be compared to the theoretical framework and the brand messages that Basel wants to communicate. Finally, recommendations for branding improvements for Basel Tourism are given, deduced from the findings.

Sponsorship and Hospitality Services of Credit- and Prepaid Card Service Provider – Opportunities and Prospects for Cornèrcard

Graduate	Sandro Steimer
Advisor	Jon Andrea Schocher
Co-Advisor	Beat Weidmann
Principal	Cornèrcard, Lugano

Due to the professionalization of the communication and marketing instrument sponsorship within the last decades, this instrument found its way into many corporate communication strategies. This research paper is evaluating the usage of the two topics of the communicational instruments of sponsoring single athletes and creating hospitality events. The evaluated objects are the sponsored athletes as well as an important hospitality event of the credit- and prepaid card service provider Cornèrcard. Furthermore, this paper elaborates the appropriate integration of the sponsored athletes into the corporate communication as brand ambassadors. The fundamental literature research supports the qualitative research of the conducted expert interviews. The main objective of this paper was the revelation of further opportunities as well as to provide practical recommendations, which were created in the form of an action plan.

Development of customized product offers for the Verkehrshaus der Schweiz – What are the visitors' motives to come to see the Verkehrshaus and how can they be segmented to create customized offers?

Graduate	Cédric Steiner
Advisor	Dr. David Ermen
Co-Advisor	Jacqueline Schleier
Principal	Verkehrshaus der Schweiz, Lucerne

In the last decades, museum visitors changed their expectations towards museums from object-oriented information places to customer-oriented, interactive exhibitions. The same is true for the Verkehrshaus, which since several years does a big effort in designing their exhibitions more interactive and entertaining. Today's museums form part of a highly competitive leisure industry with a huge selection of offers. This IBT focuses on the customer segmentation side of marketing, to create new, customized offers fitting the customers' needs and wishes. These new offers should lead to increasing visitor numbers and revenues. The aim is, that the guest can choose its favourite offer from a bunch of proposals and does return for a future visit.

Analysis of the congress centre Monte Verità with regards to its competitors within the Swiss MICE market and evaluation of current and potential target groups

Graduate	Nadia Steinmann
Advisor	Stephanie Nabitz
Co-Advisor	Lorenzo Sonognini
Principal	Fondazione Monte Verità, Ascona

The meeting industry has grown rapidly within the last decades. As a result, competition among venues offering respective facilities has intensified. In order to stay competitive, it is crucial for the congress centre Monte Verità to have profound knowledge of its customer segment and its direct competitors. One of the main goals of this bachelor thesis is to analyse the specific customer segment of the congress centre Monte Verità with regards to the needs and preferences and the decision making process. Although relevant literature in this field does exist, research focusing on the customer type in question is limited. In order to fill this gap, qualitative expert interviews are conducted. Based on the findings gained through the literature review as well as the expert interviews, criteria for a competitor analysis are defined. With the help of these criteria, direct competitors of the congress centre Monte Verità are identified and analysed. In a last step, recommendations, derived from the results of the customer as well as competitor analysis, are given.

World Leisure City – Development of a quality label for enhancing city marketing

Graduate	Claudia Stöckler
Advisor	Prof. Aurelia Kogler
Co-Advisor	Derek Casey
Principal	World Leisure Organization

The tourism industry has an important impact on the economic development and social progress of cities. Therefore, competition between cities for tourists is very high and it is constantly increasing due to the emergence of new markets, especially in Asia, South America and Africa. In order to stand out of the crowd, cities can apply for certain quality labels and use them as an additional promotional tool with the aim to raise the awareness level of the city. The centre of this thesis is the development of a quality label based on leisure, which will be called «World Leisure City». Cities are starting to recognize that leisure can make a significant contribution to a higher quality of life not only to its citizens, but also on tourists and inward investors. Hence, this thesis is based on a literature review highlighting on the one hand the importance of leisure and other hand giving certain insights in field of city marketing and city branding. To investigate specific benefits for cities by providing suitable leisure facilities and services, five expert interviews have been conducted. Moreover a benchmark analysis gave valuable insights by comparing four cities that already have included leisure in their strategy for future development.

A Study about Usage of Dynamic Ticket Pricing for ZSC Lions – Basics, Requirements, Critical Success Factors, Opportunities and Risks

Graduate	Andreas Stoffel
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Bruno Vollmer
Principal	ZLE Betriebs AG / ZSC Lions

Ticketing is one of the main revenue sources of Swiss ice hockey teams and therefore, a sophisticated pricing approach is of high importance. Since a few years, some sport clubs in the United States of America use a new and more dynamic pricing strategy in their stadiums which is similar to the well-known yield management in the airline industry. The growing number of teams using this approach indicates that this strategy is an innovative way to generate additional income. Dynamic pricing adjusted the pricing to the actual demand of a game, using various variables which influence demand. However, there is not much experience if this approach would also be successful in the European sport business. The aim of this study is to find out if dynamic ticketing would be also possible for ZSC Lions and which points have to be considered. Therefore, findings from the literature and experts interviews will evaluate the effects of this pricing model. Furthermore, recommendations for ZSC Lions are deduced from the findings of this study.

Key success factors of volunteer tourism programs – How can AFS improve its volunteering program to meet the expectations of today’s volunteer travellers?

Graduate	Corina Stoffels
Advisor	Michael Tschapka
Co-Advisor	Stephan Winiker
Principal	AFS Intercultural Programs Switzerland, Zurich

Volunteer tourism has experienced a fast growth over the last years. Offers have significantly increased and customers are getting more demanding. For these reasons, it is essential for program organizers to have a profound understanding of their target group. In this Bachelor thesis, the motivations of volunteer tourists, on the one hand, and their expectations towards program organizers, on the other hand, will be analyzed. In addition, it will be taken a look at their reasons for satisfaction. To get to those findings, a questionnaire was conducted with future participants of the AFS community service program. To gather data about the organization of community service programs and to find out about current trends in this field, expert interviews were carried out. The result of this thesis aims to provide program organizers with information about their customers and is intended to give them inputs about how they can improve their volunteering program.

Airline Route and Network Development – A comparison of two air route developments of Edelweiss Air

Graduate	Manuela Strodel
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Michael Trestl
Principal	Edelweiss Air AG, Zurich-Airport

The air transport industry belongs to one of the most thriving industries worldwide especially in affluent industrial countries. Due to the fact that the people are much fonder of travelling because of more available time and money, the industry is in its best years. A huge amount of airlines exist today which results in very strong competition. This leads to the fact that strategic planning and clear analysis within an airline are decision-making factors for profitability and air route developments. Thus, the aim of this bachelor thesis is to recommend Edelweiss Air determinants, which influence a successful route development. Basal for the analysis are the two operated routes from Edelweiss Air between Zurich and Tampa Bay respectively Cape Town. Furthermore, interviews with travel agent experts for both destinations are conducted in order to compile an evaluation. Based on these findings, results are highlighted followed by a discussion of recommendations for Edelweiss Air.

DAKINE TRAILFOX – Freeride Rallye Flims – A Guest Survey – An evaluation of visitors’ motivations, desires and needs

Graduate	Eliane Stucki
Advisor	Paul Ruschetti
Co-Advisor	Senta Gautschi
Principal	Mountain Adventures AG, Laax

Offering a high level of service quality and succeeding in the fulfilment of customer needs is fundamental in the tourism industry. However, this requires the periodic analysis of current offers associated with a careful elaboration of targeted adaptations. This thesis is dedicated to the collection of visitor feedback at the bike event – DAKINE TRAILFOX Freeride Rallye in Flims. For this purpose, a summary of relevant literature has been elaborated as well as a chapter with background information about event details, biking as such and its significance in Grisons. In a next step, a standardised questionnaire was developed. During the event weekend, the visitors were asked to fill in the questionnaire. In this way, a sample of 101 visitors could be interviewed. Based on the findings a list of critical elements was collected. This shall enable the organisers to get an overview about the event’s strengths and weaknesses as well as a better understanding about the event from the customers’ perspective. The findings are of considerable importance regarding the subsequent development of targeted measures, aiming to further improve key factors and thus attract more visitors.

The brand graubünden within its competitive environment – An analysis of the current regional branding situation in the Alps and its trends

Graduate	Lara Thoma
Advisor	Marco Hartmann
Co-Advisor	Gieri Spescha
Principal	Graubünden Ferien, Chur

In recent years globalisation has led to increased competition not only among organisations, but also among places. Place branding therefore gained importance and is one of the emerging fields of research. Whereas the topic of place branding originally was especially of interest for nations, it has recently spread over to cities and regions.

Graubünden has started the process of building a regional brand at the beginning of the last decade and succeeded in developing a strong, award-winning brand. This bachelor thesis deals with the most successful regional brands in the Alpine region and aims to explore graubünden's position in the competitive environment. Outcome of this work is a detailed overview over the strengths and weaknesses of existing regional brands, as well as a ranking, clarifying which brands lead the field of competition. The results and recommendations for the brand graubünden are deduced from a literature review, a questionnaire, as well as several expert interviews.

Recruitment in the Airline Industry – Evaluation and revision of the recruitment process for cabin crew members with a special focus on assessments

Graduate	Joëlle Tremp
Advisor	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Co-Advisor	Priska Euler
Principal	Helvetic Airways AG, Kloten

Generally, the recruitment and selection of employees to fill vacancies is one of the most essential and sensitive issues for an organisation. Irrespective of whether a company employs 10, 100 or 1.000 people and regardless of whether these people work for an airline or a hospital, a firm's competitiveness and hence its success depends on its people.

This thesis evaluates Helvetic Airways' recruitment process for cabin attendants. The enquiry begins with the assessment of the adequacy of the job specification and the job advertisement. The focus then becomes the critical evaluation of the selection methods used by the firm to identify suitable candidates. On the basis of identified weaknesses, proposals for improvements towards an optimised recruitment process are presented.

The literature review is supplemented by an employee survey and my own observations during an assessment day in order for the thesis to be based on several perspectives.

Goal or no Goal? Backgrounds of and Expectations towards Goal-line Technology in International Professional Football

Graduate

Seraina Ulber

Advisor

Paul Ruschetti

Co-Advisor

Giovanni Marti

Principal

Fédération Internationale de Football Association, Zürich

Several fatal wrong decisions of referees at past football tournaments have raised the claim for goal-line technology in international professional football. Moreover, technological assistance in other sports has already proven to be successful and therefore makes the claim for goal-line technology in the world's most popular sport even stronger. The way for technological aid is paved, but the implementation process is extensive.

This bachelor thesis researches the core topics of the implementation of goal-line technology in football, provides general overview information as well as detailed evidence about specific issues. It illustrates benefits as well as disadvantages and offers the reader of this thesis the opportunity to build an own opinion.

The assignment bases on the history of sports and the development of football, explains historical wrong decisions, the emergence of the claim for goal-line technology in football, current FIFA licenced systems and the process of the whole affair. Finally, it augments theoretical aspects by two expert interviews.

Measuring Effectiveness of Zai's Public Relations – An application of PR theory to the Zai case

Graduate

Vanessa Sarina Venzin

Advisor

Prof. Dr. Lutz E. Schlange

Co-Advisor

Benedikt Germanier

Principal

Zai AG, Disentis/Mustér

Public relations is the most misunderstood field of communication, however, it can be one of the most cost-effective tools of communication. These days, in the fast moving economy, advertising costs are increasing dramatically whereas customer reach is dropping. The use of various Public Relations techniques is crucial and beneficial with the intention of distinguishing a company from its competitors. In order to discover the most effective promotional tool, an evaluation of the public relations activity has to be carried out. There are many different models so as to evaluate the public relations activity in literature, though, no model is agreed upon.

This bachelor thesis gives profound knowledge in the field of public relations and its activities. Furthermore, the seven main criteria for the evaluation of public relations are demonstrated. Based on these criteria, the «Integrated PR-Evaluation Model of Besson» is used as a basis for establishing a guideline regarding the measurement of public relations of Zai. The purpose of this bachelor thesis is to present a guideline for measuring the public relations activity of Zai by giving them a hands-on tool for future PR activities.

Benefits of using the official logo of an UNESCO World Heritage Site – Recommendations for UNESCO World Heritage Swiss Tectonic Arena Sardona

Graduate	Sonja Vock
Advisor	Roger Walser
Co-Advisor	Harry Keel
Principal	IG UNESCO-Welterbe Tektonikarena Sardona, Sargans

UNESCO World Heritage Sites are known by a variety of people. Its emblem and logo trigger protection in the people's minds and enjoy a world-wide awareness.

A logo that has international reach holds a huge potential not only for the tourism industry but also for the identification of the population with their heritage.

The UNESCO World Heritage Swiss Tectonic Arena Sardona is a rather young heritage site which is about to gain ground and acceptance in the tourism industry. According to show the potential and challenges such a designation holds, research was conducted amongst several UNESCO World Heritage Sites to understand how they have benefited from the logo usage and what the current challenges are.

Additional research was done in the field of tourist segments, laws and regulations for using a logo, destination branding, image formation and experiences of a best-case example.

How to serve Japanese Tourists based on their Culture – Application of Hofstede's Cultural Dimension Theory for the deeper understanding of Japanese Tourists

Graduate	Arisa Sarah Wada
Advisor	Barbara Haller Rupf
Co-Advisor	Dr. Roger Zbinden
Principal	Embassy of Switzerland, Tokyo

Although the importance of the combination of tourism and culture is widely recognized, to date very little research has been led on the cultural significance of the expectations of incoming Japanese tourists with regard to the Swiss touristic products and services. Moreover, the application of the research insights in practical situations and the development of culture-oriented services for Japanese visitors have not yet been discussed profoundly. Therefore, this thesis aims to fill the gap in literature by combining the extensively researched cultural field with the tourism behaviour of the Japanese and discusses how to apply this knowledge to the specific case of Switzerland. The secondary research is supplemented by primary research in the form of questionnaire surveys conducted with Japanese tourists and three expert interviews. By this means, the links between the travel behaviour and the Japanese cultural values are provided along with those service fields that should be emphasized when serving Japanese guests. It further underlines the gap between what the tourists expect and their actual perception. Finally, the cultural implication of how Switzerland can improve its attractiveness as a destination for Japanese tourists by considering culture-oriented service provision is discussed.

Event conception with specific focus on sponsoring, marketing and communication – Case study 2013 SuvaCare IPC Alpine Skiing World Cup – Evaluation of performance in defined fields with suggestions for improvement and specific measures

Graduate	Fabienne Wenger
Advisor	Domenico Bergamin
Co-Advisor	Nicolas Hausammann
Principal	PluSport Behindertensport Schweiz, Volketswil

Sponsoring is a well-established instrument of the marketing and corporate communication, wherein a significant objective for sponsors is high media coverage to achieve communication goals. Despite increasing acceptance and media interest of impaired athletes' top performances, media attention or television broadcasting of national and international events within disabled sport barely occur. This scarce attention from the media and especially sponsors was also reflected when PluSport Behindertensport Schweiz, for the first time realised the 2013 SuvaCare IPC Alpine Skiing World Cup (SIASWC) in St. Moritz. The aim of this Bachelor thesis therefore is to analyse the initial event concept with specific focus on sponsoring activities. This study shall provide a conceptual groundwork for further conception related to a successful sponsor acquisition for future executions of the SIASWC, give insights into the relevant fields of interest and eventually suggest possible improvements and specific measures regarding the sponsoring concept and sponsor acquisition process.

What is good hotel architecture and design and why? Defining criteria, elaboration of a system of analysis and testing

Graduate	Olivia Werth
Advisor	Prof. Dr. Andreas Deuber
Co-Advisor	Nils Kortenbach
Principal	Domenig & Domenig Architekten, Chur

Architecture and design in the hotel industry has become an essential marketing tool. The inside-look enabled by today's communication tools, especially the internet, an immediate first impression of the hotel can be gained by the potential customer. On the other hand, customers have to cope with greater overall number of hotels, types of hotels and a substantial increase in the number of «extras». Thus, a profound understanding of the effect of architecture and design on the hotel industry is fundamental.

This bachelor thesis defines criteria of what constitutes good hotel architecture and design. For the purpose of this thesis, the criteria were designed into a system of analysis and testing. To determine the validity of the system of analysis and testing, four hotel case studies are examined. Conclusions are drawn about the systems value to the hotel industry and general conclusions about the value and place of architecture and design in today's hotel market.

Analyse, Typologisierung und Wahrnehmung der zentralen Brandmerkmale der touristischen Marke «Heidi»

Diplomand	Rahel Wick
Referent	Paul Ruschetti
Korreferent	Rolf Mutzner
Auftraggeber	Heididorf AG, Maienfeld

Das Heidi gehört zur Schweiz. Es symbolisiert Schweizer Werte wie die Sehnsucht nach Heimat, Natur, Freiheit und Gesundheit. Deshalb wundert es nicht, dass viele Touristen in die Schweiz kommen um den Spuren des Heidis zu folgen. Eine Station auf ihrem Weg kann dabei das Heididorf in Maienfeld sein.

Diese Bachelorarbeit möchte in einem ersten Schritt herausfinden welche Werte Touristen mit dem Heidi verbinden und welche Unterschiede sich finden zwischen verschiedenen Nationalitäten, Altersgruppen oder Reisearten. In einem zweiten Schritt soll mittels eines Fragebogens herausgefunden werden, ob die Besucher des Heididorfs diese Werte wiederfinden. Als Methode wird dabei die identitätsbasierte Markenführung angewandt, die auf einem Selbstbild und einem Fremdbild der Marke basiert. Das Selbstbild bildet sich dabei im Unternehmen selber und das Fremdbild entsteht bei den Anspruchsgruppen. In dieser Arbeit wird das Selbstbild durch Literaturquellen geformt und das Fremdbild durch den Fragebogen ermittelt.

InfoPoint Bahnhof – A concept for an Information System at Railway Stations for Passengers

Graduate	Corina Widmer
Advisor	Dr. Andreas Wittmer
Co-Advisor	Bruno Lochbrunner
Principal	SBB AG, Zürich

In today's world information is everywhere but it is difficult to find the right information at the right time. To meet this information need, there are different solutions on the market. Next to online sources, more and more organizations use modern information systems. Airports and shopping malls emphasize with interactive systems. However, to understand this information system different sources should be checked. Knowledge of services, definition of information and fundamentals of information systems are lined out.

This Bachelor thesis reveals information seeking behaviour of Swiss railway passengers. Furthermore, it analyses the existing information tools, which were provided by the Schweizerischen Bundesbahnen AG and gives an overview about potential information systems. Finally, recommendations for the SBB AG are given.

Riding the green wave – A step-by-step-approach for the surf camp Maranga in Seignosse, France towards a sustainable future

Graduate	Andrea Zeller
Advisor	Prof. Dr. Tobias Luthe
Co-Advisor	Cornelia Rothe
Principal	Maranga Surf & Travel, Messel

Environmental change and how to respond to it is a global problem. A surfeit of atmospheric carbon dioxide (CO₂) is impacting the earth's ecosystems. Human activities influence oceans and landscapes while the peak of fossil fuel sources is reached. Actions are needed to be undertaken today in order to guarantee a viable future for later generations.

This study aims at exploring the impact of a surf camp on its surrounding environment and what steps have to be taken to lower it. Within the theoretical framework of ecological sustainability environmental issues concerning the surf camp are analysed such as the sustainability of surf tourism. It further seeks depicting the significance of a CO₂ analysis, as a sustainability measurement, for the people and nature involved and what consequences could be entailed if no actions are taken.

Knowledge gaps in literature about the impact of environmental change of surf camps exist. This thesis tries to fill this gap by analysing a surf camp's yearly CO₂ emissions, thereby identifying its main impacts. The findings from the CO₂ analysis and possible environmental changes the camp intends to undertake are tested in a customer survey in order to find out their opinion about it and readiness to adapt. Finally recommendations for the surf camp on how to lower its yearly CO₂ emissions and improve its ecological sustainability are given.

Human Resource Management in a Growing Business – Strategies and Developments at Kontiki Reisen

Graduate	Laura Zumstein
Advisor	Dr. Heinrich Bischoff
Co-Advisor	Birgit Ohlin
Principal	Kontiki Reisen, Baden

Kontiki Reisen is a well-known Swiss tour operator specialised in journeys to destinations in Northern Europe. Kontiki enjoyed a constant growth over the past few years. Key to this success, among other factors, is the highly motivated and passionate workforce assuring excellent service to the customers. Acknowledging the importance of the staff has made recruitment and retention of effective employees a key issue of the management. This thesis aims to identify possible improvements with regard to recruitment and retention. The focus has been set on the topics employee satisfaction, employer branding and corporate culture due to their influence on human resource management. The research includes both a literature review and an empirical research. A survey has been conducted with the workforce of Kontiki in order to find out their work satisfaction and opinion about the corporate culture. For the topic employer branding, expert interviews aimed to detect current trends. Resulting arguments and findings provide the basis for comprehensive recommendations to the management of Kontiki.

Master of Science in Engineering (MSE)

Studienleitung

Prof. Martin Studer

Lokalisierungstechnologien – Case Study

Diplomand	Silvan Weber
Referent	Prof. Beat Stettler
Korreferent	Prof. Dr. Rolf Hofstetter
Auftraggeber	INS, HSR Rapperswil

Mit Lokalisierungstechnologien ist es möglich, beliebige Objekte wie beispielsweise Personen, Pakete, Geräte oder Fahrzeuge jederzeit aufzufinden. Dies funktioniert dank der Ausnutzung von Eigenschaften von Hochfrequenzsignalen.

Die Recherchen und entsprechende Aufbereitung beinhalten Theorie zur Lokalisierung im Allgemeinen und zu den verschiedenen verwendeten und üblichen Lokalisierungstechnologien. Zudem wurden auch neue Ideen zur Lokalisierung eingebracht.

Es existieren bereits konkrete Produkte auf dem Markt, die eine oder mehrere dieser Technologien gleichzeitig und komplementär verwenden können. Beispiele dafür sind Ekahau RTLS, Tracker GTS und Cisco Prime NCS. Mit diesen und weiteren Produkten wurden aussagekräftige Messungen und Tests durchgeführt und dokumentiert.

Mittels der Ergebnisse von eigenen exklusiven Umfragen konnten Kundenbedürfnisse eruiert und daraus Anforderungen und Use Cases definiert werden.

Als Ergebnis wurde ein Logistiksystem geschaffen, das eine permanente Lokalisierung in der gesamten Lieferkette ermöglicht. Die Positionen von Artikeln werden periodisch sowie durch aktives Updates abgefragt.

Master of Science in Business Administration

Studienleitung Major New Business

Prof. Dr. Ralph Lehmann

Studienleitung Major Tourism

Prof. Dr. Andreas Deuber

Business development for a winery

Diplomand	Marco Bagno
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent	Prof. Urs Kappeler
Auftraggeber	Mauro Margarito, I-Racale

Das italienische Unternehmen Margarito, welches sich mit dem Anbau von Trauben und der Produktion von Wein beschäftigt, erzielt mit dem aktuellen Geschäftsmodell kaum mehr eine positive Rendite und ist dadurch in Bedrängnis geraten. Mit dieser Arbeit werden mithilfe der Literaturanalyse Geschäftsmodelle in der Weinbranche erfasst und identifiziert. Weiter wird dem Unternehmen Margarito eine Empfehlung abgegeben, um das gegenwärtige Geschäftsmodell anzupassen um sich besser im Markt zu positionieren.

Dem Unternehmen Margarito wird anhand der erarbeiteten Unterlagen das Geschäftsmodell Traubenproduzent empfohlen, wobei die Begriffe Fokussierung und Kooperation zentral sind. Margarito muss sich einen Weinproduzenten und einen Weinverkäufer als Partner suchen. Durch diese Zusammenarbeit und der Verfolgung eines gemeinsamen Zieles kann sich jedes Mitglied dieser Kooperation auf seine Kernkompetenz fokussieren und der potentielle Kundennutzen wird dadurch maximiert.

Innovation Network Functionality

Diplomand Thomas Bentivegna
Referent Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent Serge Gadbois
Auftraggeber Serge Gadbois, KARIM, F-Paris

This Master Thesis is a qualitative case study to be used by the KARIM project, a European Union INTERREG IV B project, as an attempt to identify, classify and categorize different innovation network types operating in 5 European countries (Switzerland, Germany, England, Ireland, and France) based on data collected from 28 firms.

The report shows that 7 distinct types of innovation networks were found to be operating in the North-West European Project region. These individual networks are presented by showing how they compare to each other using a set of 13 specific variables. This forms the backbone of what the report refers to as a network perspective. The firm perspective of each network has also been examined by using the same firm data to illustrate what a typical firm looks like using each of these innovation networks, based on 9 different variables. Both theoretical and practical implications are given, showing how a basic understanding of the types of innovation networks which are operating in North-West Europe, as well as the typical firm profile for each one, can be an effective tool in helping to support the agenda of several different key innovation actors.

Think Local – Act Global / Erwartungen an einen Logistikdienstleister im Internationalisierungsprozess

Diplomandin Lea Bühlmann
Referent Prof. Dr. Christian Hauser
Korreferent Charly Suter
Auftraggeber Post Finance

Diese Master-These untersucht, mit welchen Hilfestellungen und Lösungen ein Logistikdienstleister Kleinunternehmen beim Export unterstützen kann. Die Analyse basiert auf qualitativen Experteninterviews und einer primären Datenerhebung mittels eines Online-Fragebogens.

Eine Erkenntnis ist um «ruhende» Internationalisierungspotenzial zu mobilisieren, ist ein effektiver Abbau der identifizierten Hemmnisse erforderlich. Besonders bei Kleinunternehmen, bei denen ungenutztes Potenzial besteht, können durch Beratungsangebote diverse Barrieren abgebaut und die Aufnahme von Exportaktivitäten mit massgeschneiderten, innovativen Dienstleistungsangebote vereinfacht werden.

Weitere wesentliche Resultate zeigten, dass auch künftig ein Exportwachstum mit Fokus auf westeuropäische Auslandsmärkte sowie die wachstumsstarken Absatzmärkte Asiens prägend sein werden. Vor allem mit kleinen aufstrebenden Jungunternehmen, welche besonders auf externe Unterstützung angewiesen sind, wird zu rechnen sein, was wiederum Potenzial für Logistikdienstleister bietet.

Führung von Innovationsprojekten Erfolgsfaktoren am Beispiel innovativer IT-Projekte

Diplomand	Fabio Cortesi
Referent	Prof. Urs Jenni
Korreferent	Hans Nagel
Auftraggeber	Inventx AG, Chur

Impulsideen bleiben vielfach auf der Strecke und werden nicht zu innovativen neuen oder besseren Dienstleistungen entwickelt. Einer der Hauptgründe liegt in der Qualität und Effektivität der Projektführung. Das Primärziel dieser Forschung war deshalb, wichtige Erfolgsfaktoren in der Führung von Innovationsprojekten zu identifizieren und zu bewerten. Zur Erreichung dieses Ziels wurden vier ausgewählte Innovationsprojekte der IT-Firma Inventx AG während der Forschungszeit aktiv begleitet und analysiert. Die Datenerhebungen waren aus insgesamt elf qualitativ und aus jeweils drei unterschiedlichen Perspektiven geführte Interviews, sowie diversen Projektführungsdokumenten zusammengesetzt. Die daraus gewonnenen Ergebnisse beschreiben sehr praxisnahe Ansätze und Methoden, wie die Qualität und Effektivität bei Innovationsprojekten gesteigert werden können. Sie zeigen ein umfassendes Bild, welche Aspekte zu beachten und warum diese wichtig sind. Diese sind jedoch nicht als abschliessend und als Erfolgsgarant zu betrachten. Dafür ist die Führung von Innovationsprojekten zu komplex und zu individuell.

Wirtschaftlichkeitsanalyse bewirtschafteter Zweitwohnungen

Diplomand	Martin Fetz
Referent	Prof. Dominik Just
Korreferent	Prof. Dr. Andreas Deuber
Auftraggeber	Thomas Frutiger, Frutiger AG, Thun

Die Volksinitiative «Schluss mit dem uferlosen Bau von Zweitwohnungen» des Umweltaktivisten Franz Weber hat am 11. März 2012 die Schweiz faktisch über Nacht in zwei Lager gespalten. Mit dem mit der Abstimmung in Kraft getretenen Artikel 75b der Bundesverfassung wurde eine Wertquote eingeführt, welche den Zweitwohnungsbau auf 20% des gesamten Wohnungsbestandes einer Gemeinde begrenzt. Die Frutiger AG, als direkt betroffenes Unternehmen aus der Baubranche, hat deshalb entschieden, nicht zuzuwarten und anhand einer bei der HTW Chur in Auftrag gegebenen Masterthesis zu handeln. Das Ergebnis ist eine Wirtschaftlichkeitsanalyse zur Frage, ob bewirtschaftete Zweitwohnungen rentabel betrieben werden können. Gleichzeitig sollten Vorschläge für geeignete Betriebs-, Trägerschafts- und Finanzierungsmodelle erarbeitet werden. Als Basis für die Analyse wurde ein Referenzobjekt gesucht. Fündig wurde der Autor in Lenzerheide beim Ferienzentrum «Soleval». Die Analyse hat gezeigt, dass bewirtschaftete Zweitwohnungen sowohl auf Betreiber- wie auch auf Eigentümerseite rentabel geführt werden können.

Organizational Burnout / Die quantitative Bemessung eines Organizational Burnouts auf Basis des Gustave Greve Phasen Modells

Diplomand	Marc Hendry
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent	Patrick Schmid

Wie eine Person, kann eine Organisation ein Burnout erleiden! Während in der Literatur ein personeller Burnout bereits weitgehend auf seine Ursachen, Symptome, Prophylaxe sowie Kosten ergründet wurde, haben sich erst zwei Autoren – Gustave Greve & Heike Bruch – mit dem Organizational Burnout (OBO) und dessen Ursachen, Analogien zum personellem Burnout sowie der Therapie auseinandergesetzt. Weitgehend unergründet blieben die Kosten. Diese sollen mittels einer induktiven explorativen Single-Case Studie (qualitative Mono Methode) beleuchtet werden. Der Forschungsprozess ergab 19 OBO Indikatoren mit und ohne direkten Einfluss auf die Ertragsrechnung. Aus den erarbeiteten Richtlinien und Kostenfaktoren konnte ein OBO Kostenkalkulator programmiert werden, welcher die potentiellen Kosten und Umsatzverluste berechnet. Dieser Kalkulator kann in der Evaluationsphase eines OBO Beraters eingesetzt werden. Er zeigt die anfallenden potentiellen Kosten pro Messgröße falls keine Therapie erfolgt. Diese können der wirtschaftlichen Rechtfertigung von Korrekturaktivitäten dienen

Einordnung von Nachhaltigkeitsstrategien

Diplomand	Florian Henze
Referent	Prof. Dr. Frank Bau
Korreferent	Prof. Dr. Lutz Schlange

Im Kontext globaler Probleme, steigt der Druck der Öffentlichkeit auf Unternehmen zunehmend, dass diese nachhaltig agieren sollen. Aufbauend auf den Ergebnissen von Prof. Schlange und Bau zur Nachhaltigkeit und längerfristigen Strategieplanung können Unternehmen kategorisiert werden, ob sie Nachhaltigkeit als Randbedingung oder Zwecksetzung fixieren. Ein Bewertungsschema für Nachhaltigkeitsstrategien berücksichtigt die vor- und nachgelagerten Elemente eines übergreifendes Nachhaltigkeits-konzeptes als die Dimensionen Leitbild, Strategie, Geschäftstätigkeit, Geschäftsmodell, Unternehmenskultur, Interne Initiative, Transparenz / Dialog, Vertrauen, Vorbildfunktion und Selbstevaluation. Diese werden anhand der Kriterien der Nachhaltigkeit, Triple-Bottom-Line, langfristige Orientierung, Risiken & Möglichkeiten und Stakeholder-Perspektive ausgewertet. Das Schema dient als richtungsweisendes Instrument für die kontinuierliche Verbesserung von Unternehmen im Rahmen der Nachhaltigkeit.

SMEs Growing International Business through Strategic Alliances (Alliance Management Model)

Diplomandin
Referent
Korreferent

Pamela Niggli
Prof. Dr. Frank Bau
Giacomo Knechtli

SMEs in the IT industry seek competitive advantage and international growth through strategic alliances. SMEs face challenges that are different from those of large companies and need to adopt different strategies. Key success factors are: clear alliance strategy, compatible partners with mutual benefits, formalized agreements, joint marketing & sales activities and clear communication. Each alliance life cycle phase is important and key success factors should be kept as driving forces behind the whole process. Alliance management is an on-going process that needs to be integrated in the overall company strategy. Alliance managers perform multiple tasks in four main areas: new partners search, portfolio analysis and strategy definition, existing alliance monitoring, and internal/external communication. With or without a dedicated alliance management position SMEs must make sure they commit the necessary resources and time if they intend to achieve concrete and efficient results.

Internationale Marktinformationen Marktinformationsbedürfnis bei der Erschließung neuer Märkte

Diplomand
Referent
Korreferent

Gregory E.P Schumacher
Prof. Dr. Christian Hauser
Charly Suter

Die Bearbeitung ausländischer Märkte bietet Schweizer Unternehmen die Chance zu-wachsen und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Jedoch sind mit der Erschließung neuer Märkte etliche Herausforderungen wie zum Beispiel der Informationsbeschaffung verbunden. Diese Arbeit liefert einen Beitrag, Informationsbedürfnisse von international orientierten Unternehmen zu identifizieren, besonders bedeutsame Informationsbereiche zu ermitteln sowie Schwierigkeiten bei der Informationsversorgung aufzuzeigen.

Die gewählte Methodik beinhaltet eine quantitative Umfrage, in der Unternehmen Marktinformationen in ihrer Bedeutung für die Internationalisierung sowie die Erhältlichkeit dieser Informationen bewerten sollten. Die Ergebnisse zeigen die Bedeutungen und die Erhältlichkeit von Marktinformationen für Unternehmen auf. Es lässt sich fest-stellen, dass verschiedene Ausgangslagen der Unternehmen eine Rolle bei der Bewertung von Informationen und deren Erhältlichkeit spielen.

The Strong Swiss Franc and Alpine Tourism at the example of Arosa, Davos and Lenzerheide

Diplomand Alexander Bernhard
Referent Roger Walser
Korreferentin Prof. Dr. Silvia Simon

Alpine destinations have been hit hard by the recent appreciation. The study explores the influence of the strong Swiss Franc on the Grisons alpine touristic destinations Arosa, Davos and Lenzerheide based on standardized customer interviews and overnight stay data. In the three destinations, overnight stays by euro-zone and British customers have dropped almost exactly like the nominal exchange rates. 25% of all foreign customers consider change due to unfavorable value-for-money relations. 42% of all foreign guests have already altered their consumer behavior by spending less money on-site, especially on food and beverages.

Destination and accommodation managers should not try to hide the strong Swiss Franc from their customers but support them to get along with it. They should target Swiss and non-European markets, implement customer retention programs, improve hospitality and establish feedback systems.

Consumer-Based Model to Explore a Socio-Economic Network – The Case of Surselva-Gotthard Tourism Industry

Diplomandin Anitah Caminada
Referent Dr. Tobias Luthe
Korreferent Romano Wyss

The Alpine tourism industry has a lower adaptive capacity to climate change and stresses. The industry dominated by SMEs, with many different actors and objectives cannot generate economies of scale and scope. A shared strategic vision by taking advantage of existing networks and integrating several stakeholders in the value chain is crucial. This study implements a system approach to evaluate destination's resilience building, in response to climate change. The main aim was to develop a data-driven ABM to help gather qualitative data through in-depth tourist interviews, to map the socio-economic network of Surselva-Gotthard region, from a consumer perspective. It is a qualitative case study and a follow-up of an earlier quantitative research by the ITF, which will also use the data to map and analyse the network. 15 interviews were collected, a response rate of 19.7%, which indicates its problems in data collection. There is evidence that ABM is applicable in mapping such a network.

Social Media of Swiss Tourism at China

Diplomandin Yuan Amanda Chen
Referent Prof. Dr. Dominique Roland Gerber
Korreferenten Michael Tschapka, Simon Bosshard (China)

This study aims to explore the relationship between social networks and company sites. Working process of social media will be assessed from a broader perspective instead of insight look. Besides, its analysis focuses on the perspectives of social strategy, measurement, organization and technology. The questionnaires target to explore the current situation of Switzerland Tourism Beijing office in the aspects of strategy, measurement, organization and technology's priority. It finds that the disparity between theories and practices and how to enlarge Chinese market given the Chinese current situation. The limitation lies in how to manage certain social media with the absence of resources. However, free testing tools are not sufficient to finish the whole process of monitoring and analysis and lacking complete plan on social-monitoring objective and strategies. Four useful suggestions are mentioned, namely social strategy, measurement, origination readiness, and technology concerns.

Acceptance of Mobile City Guides

Diplomand Michael Dürr
Referent Dr. Andreas Wittmer, Uni St. Gallen
Korreferenten Dr. Brigitte Stangl, Dr. Jan Mosedale

Mobile applications are experiencing a boom. Drawing on this trend, the thesis explores the acceptance of mobile city guides. Based on literature on the acceptance of innovations and mobile applications in tourism, a conceptual framework consisting of product-related and traveller-related characteristics was established. For analysing the influence of these characteristics on the acceptance of mobile city guides, quantitative data was collected using a fully-standardised online survey. The sample accounted for 305 city travellers originating mainly from Germany, Austria and Switzerland. Results show that the acceptance of mobile city guides is very high. The most significant influence can be assigned to the relative advantage as perceived by travellers. Moreover, the age of travellers and their ICT behaviour were of huge importance. Considering the functionalities travellers identified «Location-Based Services» and «User-Reviews/Recommendations» as particularly attractive.

A sustainable approach to rejuvenating tourism in Martinique

Diplomandin	Charlotte Friess
Referent	Dimitrios Diamantis
Korreferent	Michael Tschapka
Auftraggeber	Post Finance

The inbound tourism in Martinique is in decline and needs a sustainable rejuvenation. The theoretical foundation provides with the principles of sustainability as a new path of development. Then it reviews the Tourism Area Life Cycle in order to analyse the situation and explores the push and pull factors for a useful understanding of the needs of the target segment. Nevertheless, the literature does not offer the push and pull factors needed for rejuvenation. This gap gets filled with a deductive approach of a single explanatory case study based on a mixed method. As a result the escape of the everyday life and adventure and excitement are defined as the push factors and the beach represents the pull factor. These findings from the demand side implies adequate marketing measures. From a supply view, some assumptions have to be made to provide with a supporting policy framework. Finally a sustainable rejuvenation is achieved by taking into account the pillars of sustainability.

Tourism Awareness in the Destination Heidiland

Diplomandin	Monika Heeb-Lendi
Referent	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Korreferent	Björn Caviezel, CEO Heidiland Tourismus AG, Bad Ragaz
Auftraggeber	Heidiland Tourismus AG Bad Ragaz

Alpine destinations face changing frame conditions and hence, service quality and hospitality are increasingly important. However, the success of a tourism destination not only depends on the performance of service providers but also on the residents who are an integrated component of the tourism value chain. Hence, tourism awareness can be regarded as the basis for a high level of service quality since it positively affects the acceptance of tourism and the tourism culture in a destination. The destination Heidiland is not a historic tourism destination with a traditional tourism mentality and thus, tourism awareness is expected to be rather low. This study sets out to analyse and describe the level of tourism awareness in the destination Heidiland aiming to discover the need for action and to deduce measures to enhance tourism awareness. The study is based on a mixed method approach to investigate the attitude of direct beneficiaries (service providers), indirect beneficiaries (residents) and opinion leaders (cantonal council, communal authorities). The literature review has been supplemented by an online survey with 800 residents as well as 30 semi-structured interviews with service providers and opinion leaders from politics and communal authorities.

Regional and Regional Organic Food Products as Success Factor for Tourism in Grisons – From a Customer Point of View

Diplomandin	Nicole Küng
Referentin	Prof. Ulrike Kuhnhehn
Korreferent	Andi Schmid, Scharans
Auftraggeber	Bio Grischun

Integration of regional and regional organic food products within tourism is seen as great opportunity for sustainable development of both, tourism and agriculture in rural, nature-based tourism destinations. To find out if regional and regional organic food products can be seen as success factor for tourism in Grisons the topic has been investigated from a customers' point of view.

In order to answer the formulated research questions a three step integrated investigative research approach based on the principles of scientific research has been implemented. To find out about guests' attitude towards and differentiation between regional and regional organic products a guest survey has been conducted. For the investigation of measures already taken and planned in future by the supply side to integrate regional (organic) products into tourism in Grisons, expert interviews have been conducted. Finally, best practice examples have been analysed in order to make recommendations of how integration of regional (organic) food products into tourism can be further enhanced.

Master of Science in Information Science

Studienleitung

Prof. Dr. Wolfgang Semar

Konzipierung eines Leitfadens zur Handhabung heterogener und dezentraler Datenquellen

Diplomand	Michael Aschwanden
Referent	Dr. Albert Weichselbraun
Korreferent	Sascha Beck

Digitale Daten sind ein wesentlicher Bestandteil unserer Gesellschaft. Sie beschäftigen uns in vielen Bereichen wie z.B. Kommunikation, Entertainment, Informationsbeschaffung, etc. Diese Daten liegen häufig dezentral und heterogen vor. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich nun damit, wie anhand dieser Ausgangslage heterogene und dezentrale Datenquellen miteinander verknüpft werden könnten. Dabei steht im Zentrum anhand eines praxisbezogenen Projekts einen Leitfaden zu entwickeln, welcher die Rahmenbedingungen, Kriterien und Herangehensweise spezifiziert um mit dieser Herausforderung umzugehen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Recherche und Analyse von Datenquellen und davon ableitend die Konzipierung eines Leitfadens.

LOLD – Linked Open Library Data (eine Chance für Bibliotheken neue Mehrwerte zu schaffen und so der schleichen- den Marginalisierung Entgegenzuwirken)

Diplomand
Referent
Korreferent

René Frei
Dr. Albert Weichselbraun
Dr. Karsten Schuldt

Bibliographische Metadaten sind von hoher Qualität, aber in Datensilos gespeichert und durch das veraltete Datenformat MARC nicht direkt im WWW abrufbar. Durch die aktuelle Erneuerung der Katalogisierungsregeln und dem daraus erforderlichen neuen Datenformat bietet sich ein Wechsel zu Linked Open Library Data (LOLD) an. Linked Open Data sind in RDF beschriebene URI Datentripel und eine Vorstufe des Semantic Web. Dadurch können Daten sinnvoll untereinander verlinkt und maschineninterpretierbar gemacht werden. Die über 30 Milliarden Tripel, welche bereits frei verfügbar im WWW abrufbar sind, ermöglichen beliebige Kombinationsmöglichkeiten von Daten aus unterschiedlichen Datensammlungen und Medienformaten. Schon heute verwenden Bibliotheken in ihren OPAC Anzeigen Mashups, indem Titelbilder oder Inhaltsverzeichnisse aus anderen Datenquellen eingespeist werden. Durch LOLD könnten weitere Quellen einfacher benutzt werden. Zudem würde die Katalogisierung erleichtert und die Sichtbarkeit der Bibliotheken im WWW erhöht.

Diese Arbeit untersucht die möglichen Vorteile, welche LOLD allgemein und in Bezug auf domänenübergreifende Dienste haben können. Dabei sollen auch die verschiedenen Stakeholder einer wissenschaftlichen Bibliothek berücksichtigt werden.

Kommunikation von Identität in Sozialen Netzwerken

Diplomandin	Patricia Gavilano
Referent	Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent	Sascha Beck

Die vorliegende Arbeit ist im Themengebiet Employer Branding angesiedelt und untersucht qualitativ, wie Unternehmen unter den heutigen gesellschaftlichen, organisatorischen und technologischen Bedingungen als Arbeitgeber erfolgreich das Anwerben neuer und die Bindung aktueller Mitarbeiter auf wissenschaftlicher Grundlage gestalten können. Ausgehend vom bisherigen Verständnis des Employer Brandings, das von der aktuellen Komplexität der lebensweltlichen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehung abstrahiert, eröffnet die Arbeit eine informationswissenschaftliche Perspektive aufs Employer Branding, dabei wird der asymmetrische Charakter derjenigen Informationsbeziehung ersichtlich, welcher jeder Entscheidung für oder gegen einen Arbeitgeber zugrunde liegt und einer informationell abgesicherten Wahl entgegensteht. Um die hier waltende lebensweltliche Komplexität für Unternehmen bewirtschaftbar zu machen, werden, der Corporate Social Responsibility Literatur folgend, Transparenz, Authentizität und Dialogbereitschaft als Prinzipien zum idealen Umgang mit Informationsasymmetrien in Entscheidungssituationen angenommen. Den Schlüssel zur Realisierung dieser Prinzipien bietet dabei die technologische Dimension der lebensweltlichen Komplexität selbst, insofern Social Software Funktionen das Potential zu einem bedarfsgerechten Beziehungs-Informations- und Identitätsmanagement enthalten. Die Überprüfung der vorgeschlagenen Konzeption leistet der Anwendungsteil der Arbeit. Er wird auf die beiden betrieblichen Hauptleistungen des Employer Brandings aufgefächert: für die Anwerbung externer Arbeitskräfte wird im Rahmen eines präskriptiven Spielmodells gezeigt, dass das prinzipiengeleitete Employer Branding durch die Reduktion von Informationsasymmetrien zu richtigen und effizienten Präferenzentscheidungen führt; für die Pflege des intern gebundenen Humankapitals illustriert eine Case Study, dass soziale Netzwerke eine identitätsstiftende Wirkung haben können, wenn sie die Vergemeinschaftung der aktuellen Mitarbeitenden ermöglichen. Mit der Annahme dieser beiden Forschungshypothesen wird die Einführung der im theoretischen Teil erarbeiteten Perspektive als begründet empfohlen. Die gewonnenen und zusammengetragenen Erkenntnisse können zum Ausgangspunkt für weitere Forschungen genommen werden oder aber bei der professionellen Realisierung sozialer Netzwerke in der Praxis anleitend wirken.

Modell zur strategischen Analyse von Konzepten zur Förderung der Informationskompetenz durch Hochschulbibliotheken

Diplomandin Nadja Böller
Referent Prof. Dr. Wolfgang Semar
Korreferent Oliver Kohl-Frey, M.A.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit besteht darin, ein Analyseinstrument zu entwickeln, mit welchem Hochschulbibliotheken ihre Aktivitäten im Bereich der Informationskompetenz-Förderung umfassend evaluieren können. Das in diesem Rahmen entwickelte Modell «MOSAIK-PRO» (Modell zur Strategischen Analyse von Informationskompetenz-Programmen) berücksichtigt die verschiedenen Dimensionen, die bei der erfolgreichen und nachhaltigen Umsetzung von Konzepten der Informationskompetenz-Förderung zentral sind: Strategie, Nachhaltigkeit, Didaktik, Technologie, Organisation und Kultur. Die Basis dieses Modells bildet ein Fragebogen, der von Hochschulbibliotheken als Analyseinstrument eingesetzt werden kann. Im Zentrum der Arbeit steht die Entwicklung des Modells selbst, indem ausgehend von den Erkenntnissen der Forschungsliteratur die Kriterien der einzelnen Dimensionen definiert und gewichtet werden. Darauf basierend werden entsprechende Fragen für den Fragebogen formuliert. Der Fragebogen wurde im Rahmen eines Pretests evaluiert und gemäss den Rückmeldungen angepasst. Um die Anforderungen an die Auswertung der Ergebnisse genau zu definieren, sind weitere Pretests notwendig.

Marketing von E-Books an Bibliotheken

Diplomandin Regula Merz
Referent Prof. Dr. Urs Dahinden
Korreferent Dr. Rudolf Mumenthaler

Zurzeit bieten Bibliotheken vermehrt grosse Sammlungen von «E-Books» über ihre Websites an. Umfragen über die Nutzung von E-Books an Bibliotheken deckten jedoch auf, dass diese innovativen und aufwändigen Angebote häufig nicht bekannt waren und teilweise auch nicht genutzt wurden.

Für Bibliotheken stellt sich deshalb die dringliche Frage, wie E-Books gegenüber bestehenden und potenziellen Kundinnen und Kunden bekannt und gefragt gemacht werden können. Dabei wird der Fokus in der vorliegenden Masterarbeit auf kommerzielle E-Books (Verlagsprodukte) von öffentlich zugänglichen Bibliotheken in der deutschen Schweiz gelegt.

Über eine Literaturanalyse, die Beobachtung von Websites und anhand von Experteninterviews konnte eruiert werden, welche Marketing-Massnahmen Bibliotheken für E-Books bisher ergriffen und welche Erfahrungen sie damit gemacht haben.

Aufgrund dieser Ergebnisse und Ideen mittels «Mystery-Shopping» im Buchhandel werden Möglichkeiten für geeignetes Marketing von E-Books an Bibliotheken aufgezeigt. Bisher gibt es, soweit bekannt, keine Studie über Marketing von E-Books an Schweizer Bibliotheken.

Corporate Governance und Records Management im Microsoft SharePoint Server

Diplomandin **Caroline Pförtner**
Referent **Prof. Dr. Niklaus Stettler**
Korreferent **Dr. Albert Weichselbraun**

Gegenstand dieser Master-Thesis ist es zu erforschen, wie Corporate Governance mit Hilfe der IT und Records Management am Beispiel der Business-Plattform, Microsoft SharePoint-Server umgesetzt werden können. Zuerst werden die unterschiedlichen Begrifflichkeiten vorgestellt sowie deren Beziehungsgeflecht anhand der Fachliteratur dargestellt. Im Anschluss daran wird geprüft, welche Anforderungen aus der Corporate Governance (am Beispiel des «Swiss Code of Best Practice for Corporate Governance» der Economiesuisse) mit Hilfe der IT umgesetzt werden können. Die Umsetzung wird anhand eines Microsoft SharePoint Server-Systems untersucht. Weiterhin werden Anforderungen an ein Records Management-System anhand einer entsprechenden Norm bestimmt, und es wird geprüft, ob diese mit einem Microsoft Share-Point Server-System erfüllt werden. In einem Resümee werden die Ergebnisse dieser Arbeit zusammengefasst.

Juristische Fachzeitschriften der Schweiz – Eine Übersicht und mögliche Ansätze zur Evaluation

Diplomandin **Stefanie Schaller**
Referent **Dr. Rudolf Mumenthaler**
Korreferent **Ulrich Herb**


Das Ziel der Master-Thesis ist, zu überprüfen, ob es möglich ist, aufgrund einer Zusammenstellung der schweizerischen juristischen Fachzeitschriften und die Beschreibung deren Eigenheiten, anwendbare Indikatoren zur Evaluation zu bestimmen.

Um die Überprüfung zu ermöglichen, werden in der Arbeit in einem ersten Schritt wichtige Grundlagen geschaffen. Zum einen werden die Eigenheiten der schweizerischen juristischen Fachzeitschriften herausgearbeitet und zum anderen werden zahlreiche Indikatoren zur Zeitschriftenevaluation beschrieben.

Gestützt auf Literaturrecherche und zwei Experteninterviews wird definiert, was eine juristische Fachzeitschrift ist und dann eine Zusammenstellung der in der Schweiz vorhandenen Titel präsentiert.

Im letzten Teil der Arbeit werden verschiedene Indikatoren auf ihre Anwendbarkeit hin getestet und ein Vorschlag für eine in der Schweiz durchführbare Evaluation gemacht.

Schlagwörter: Zeitschriften, Rechtswissenschaft, Zeitschriftenevaluation



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