



HTW Chur



Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

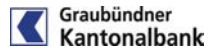
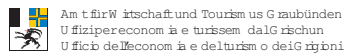
Jahresbericht 2016

Schweizerisches Institut für Entrepreneurship SIFE



**Unternehmen. Gründen.
Wachsen. Verändern.**

Auszug der SIFE-Partner 2016



Impressum:

HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur
Schweizerisches Institut für Entrepreneurship SIFE
Comercialstrasse 22
7000 Chur

Tel. +41 (0)81 286 39 39
Fax: +41 (0)81 286 39 51

sife@htwchur.ch
www.sife.ch

Gestaltung und Texte: Brigitte Küng, Dominique Heidmann
Fotos: HTW Chur / Michael Forster, Dominique Heidmann

Titelbild: Blick über Chur. Copyright: Dominique Heidmann

Vorwort

Die Schlagworte Industrie 4.0, Servitization, Digitale Transformation, De-Industrialisierung haben uns durch das Jahr 2016 begleitet.

Im engeren Sinn geht es dabei um die Ausstattung von Maschinen, Produktionsstätten und Geräten mit Sensoren und Intelligenz. Dabei werden Maschinen, Vertriebsplattformen und Lieferketten untereinander und mit der Welt – dem Internet – vernetzt. Dieser Teil der Transformation ist vergleichsweise einfach zu meistern. Er gehorcht einer industriellen Logik und die Schweizer Wirtschaft ist dafür hervorragend aufgestellt.

Die Veränderungen führt aber auch zu einer weiteren Automatisierung der Produktions-, Liefer- und Verkaufsprozesse von Produkten und damit im weiteren Sinn zu radikalen Veränderungen in den Wertschöpfungsketten, den angebotenen Produkten selbst und den Geschäftsmodellen. Dieser Teil der Transformation stellt die wirklich Herausforderung dar, für deren Bewältigung Unternehmen nicht auf Erfahrungen zurück greifen können.

Produkte werden virtueller und der Nutzer des Produktes wird stärker zu einem Mit-Entwickler und Mit-Produzenten. Das in der Fabrik produzierte Sachgut wird im Angebot zunehmend unwichtiger, die Rolle der mit Hilfe des Sachguts erbrachten Leistung jedoch wichtiger. Der Besitz des physischen Produkts wird in der neuen, nicht-industriellen Logik zur lästigen Nebensache, die lediglich Kapital bindet und wenn möglich vermieden wird. Beispiele sind der weltgrösste Taxidienst Uber, der keine Autos besitzt oder das weltgrösste Hotel AirBnB, das keine Betten besitzt.

Mit diesen Veränderungen und den damit verbundenen Herausforderungen haben wir uns im vergangenen Jahr intensiv beschäftigt.

Wir haben das Service Innovation Lab SIL an der HTW Chur aufgebaut. Das SIL ist ein Gestaltungsraum für Ideen, in dem wir Unternehmen bei der Entwicklung und Realisierung von Geschäftsmodellen, Prozessen und neuen Angeboten unterstützen. Dabei wenden wir die Methoden des Design Thinkings an und nutzen modernste Infrastruktur für die Visualisierung, die Simulation und das Testen von komplexen Konzepten.

Wie stark wir Unternehmen bei der digitalen Transformation schon unterstützen, zeigen die in diesem Jahresbericht noch detaillierter beschriebenen Projekte wie die Gestaltung von Agilen Arbeitswelten, die Erarbeitung von Industrie 4.0 Roadmaps, die Entwicklung von digitalen Strategien, die Untersuchung zum Export von industriellen Services und die Kompetenzen, die wir im Bereich von BigData-Analysen aufgebaut haben.

So ganz nebenbei haben wir auch noch die Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research (IECER) in Chur durchgeführt mit rund 60 internationalen Teilnehmern sowie an der ISBE in Paris den Best Paper Award für die wissenschaftliche Präsentation des Forschungsprojekts zur Diversifikation von Technologiefirmen gewonnen.

Das SIFE-Team ist im Jahr 2016 weiter gewachsen und wir können nun 20 Mitarbeiter in den Dienst von innovativen Unternehmen stellen. In diesem Sinne freue ich mich auf spannende weitere Jahre mit Projekten, die uns fordern und einen wesentlichen Beitrag zur digitalen Transformation in das vierte industrielle Zeitalter leisten werden.



Urs Jenni
Institutsleiter SIFE



Bild oben:
topKMU-Event bei der
Bartholet Maschinen-
bau AG in Flums.



Bild unten:
Aus der Produktion
bei der Uffer AG in
Savognin.

Inhaltsverzeichnis

Portrait	6
Das Schweizerische Institut für Entrepreneurship SIFE	6
Positionierung des SIFE	7
Das SIFE-Team	8
Dienstleistungen und Beratung	10
Ausgewählte Dienstleistungen des SIFE	10
Das KMU-Zentrum Graubünden	11
Dienstleistungs- und Beratungsprojekte 2016	12
Angewandte Forschung und Entwicklung	14
Auszug aus den Projektaktivitäten 2016	14
Projekte aus Forschung und Entwicklung	18
Publikationen	32
Konferenzen und Referate	34
Wissenstransfer	38
Durchführung von Events des KMU-Zentrums Graubünden	38
Networking-Aktivitäten und Kooperationen	40
Mitwirkung in externen Gremien und Projekten	41
Forschungsk Kooperationen	42
Lehre	43
Lehrveranstaltungen im Bachelor- und Master-Lehrgang	43
Weiterbildung und externe Lehraufträge	45
Betreuung von Studienprojekten und Thesen	47
Medienspiegel	50
Kontakt	54

Porträt

Das Schweizerische Institut für Entrepreneurship SIFE

Als Fachhochschulinstitut bewegt sich das SIFE stets an der Schnittstelle zwischen Forschung und Praxis. Neben der angewandten Forschung führt das SIFE Dienstleistungsprojekte durch. Zudem bringen die Mitarbeitenden des SIFE ihr Wissen in die Lehre ein. Das SIFE ist in den Forschungsfeldern Innovation, Digitale Strategien, Internationalisierung sowie Corporate Responsibility tätig. Das KMU-Zentrum Graubünden erbringt Dienstleistungen für KMU, welche alle diese Themenfelder durchdringen. Die Expertise des SIFE dreht sich rund um das Gründen, Verändern und Wachsen von Unternehmen.

den Innovation, Digitale Strategien, Internationalisierung sowie Corporate Responsibility tätig. Das KMU-Zentrum Graubünden erbringt Dienstleistungen für KMU, welche alle diese Themenfelder durchdringen. Die Expertise des SIFE dreht sich rund um das Gründen, Verändern und Wachsen von Unternehmen.



Abbildung rechts:
Forschungsfelder und
Schwerpunkt-
themen des SIFE

Positionierung des SIFE

Die Aktivitäten des SIFE sind darauf ausgerichtet, zusammen mit den Forschungspartnern zielgerichtet neue wirtschaftliche, technische, organisatorische und soziale Problemlösungen zu entwickeln und durchzusetzen. Dies wird dank praxisorientiertem Arbeiten unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Methoden erreicht. Mit

diesem Ansatz grenzt sich das SIFE klar gegenüber anderen Forschungs- und Beratungsorganisationen ab, indem es näher an der Praxis ist als Universitätsinstitute, gleichzeitig aber wissenschaftlich abgestützter arbeitet als Beratungsunternehmen.

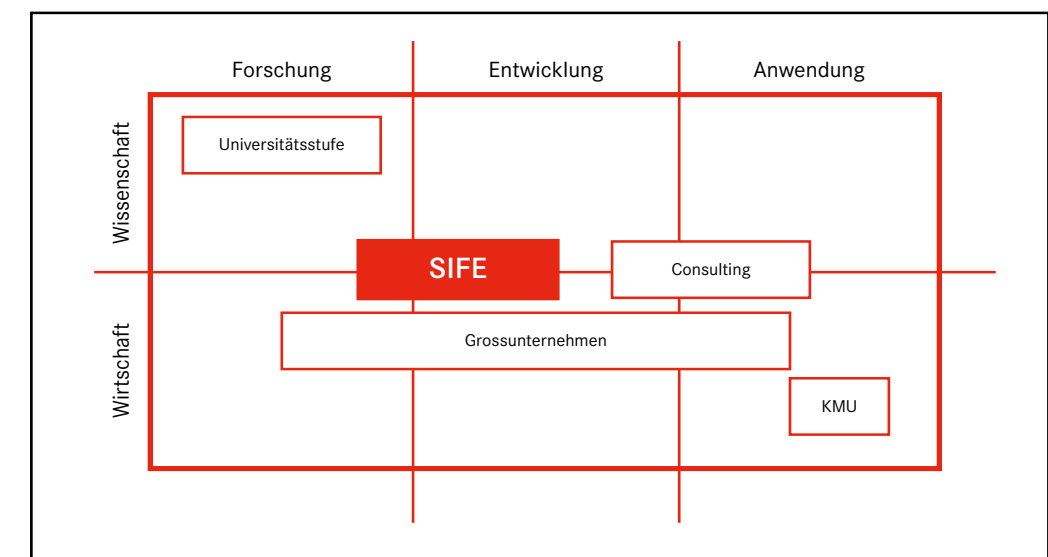


Abbildung links:
Positionierung des SIFE als
praxisnahes Hochschul-
institut

Das SIFE-Team

Institutsleiter

Urs Jenni

Prof. dipl. Ing. FH, MBA, Institutsleiter
Professor für Innovationsmanagement
Tel. +41 (0)81 286 24 80
urs.jenni@htwchur.ch



Philipp Bachmann

Lic. Oec. HSG, MAS ETH D&C
Leiter Service Innovation Lab SIL, Dozent
Tel. +41 (0)81 286 39 87
philipp.bachmann@htwchur.ch



Frank Bau

Prof. Dr. rer. pol., Diplomkaufmann
Professor für General Management
Tel. +41 (0)81 286 39 98
frank.bau@htwchur.ch



Michael Beier

Dr. rer. pol.
Projektleiter, Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Tel. +41 (0)81 286 37 55
michael.beier@htwchur.ch



Lisa Bertsch

Bachelor of Science in International Management
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 39 95
lisa.bertsch@htwchur.ch



Helene Blumer

Master of Science BA
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 37 75
helene.blumer@htwchur.ch



Julie Cartwright

Master of Science BA
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 37 70
julie.cartwright@htwchur.ch



Patricia Deflorin

Prof. Dr. oec. HSG
Professorin für Innovationsmanagement
Tel. +41 (0)81 286 37 56
patricia.deflorin@htwchur.ch



Catharina Feurer

Kauffrau
Organisationsassistentin
Tel. +41 (0)81 286 39 69
catharina.feurer@htwchur.ch



Michael Forster

Master of Science BA, Betriebsökonom FH
Projektleiter, Dozent
Tel. +41 (0)81 286 24 09
michael.forster@htwchur.ch



Sebastian Früh

Master of Science BA
Projektleiter
Tel. +41 (0)81 286 37 47
sebastian.frueh@htwchur.ch



Christian Hauser

Prof. Dr. rer. pol., dipl. Regionalwissenschaftler
Professor für Internationales Management
Tel. +41 (0)81 286 39 24
christian.hauser@htwchur.ch



Urs Kappeler

MBA, Professor für Entrepreneurship
Geschäftsführer E-Lab, Dozent
Tel. +41 (0)81 286 24 81
urs.kappeler@htwchur.ch



Brigitte Küng

Master of Science BA
Projektleiterin, Leiterin KMU-Zentrum Graubünden
Tel. +41 (0)81 286 24 06
brigitte.kueng@htwchur.ch



Ralph Lehmann

Prof. Dr. oec. publ.
Professor für International Business
Tel. +41 (0)81 286 39 45
ralph.lehmann@htwchur.ch



Andrea Negele

Bachelor of Science in Tourism
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 39 27
andrea.negele@htwchur.ch



Ruth Nieffer

Soziologin M.A.
Dozentin
Tel. +41 (0)81 286 39 18
ruth.nieffer@htwchur.ch



Katrin Schillo

Dr. rer. pol.
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 37 34
katrin.schillo@htwchur.ch



Kerstin Wagner

Prof. Dr. dipl. Wirtschaftsgeografin
Professorin für Entrepreneurship
Tel. +41 (0)81 286 39 82
kerstin.wagner@htwchur.ch



Dario Wellinger

Master of Science BA
Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Tel. +41 (0)81 286 39 36
dario.wellinger@htwchur.ch



Andreas Ziltener

Prof. Dr. oec. HSG, dipl. Hdl.
Professor für Entrepreneurial Management
Tel. +41 (0)81 286 39 73
andreas.ziltener@htwchur.ch



Dienstleistungen und Beratung

Ausgewählte Dienstleistungen des SIFE

Entrepreneurship Lab (E-Lab)

Im Entrepreneurship Lab werden praktische Expertisen mit wissenschaftlich fundierter und aktueller Gründungsfor- schung vereint. Es geht um die Schaf- fung eines Lernumfeldes und den Zu- gang zu Mentoren und Investoren für die anstehende Entwicklungsphase. Darüber hinaus wird ein breites Netzwerk aus regionalen, nationalen und internationa- len Partnern zur Verfügung gestellt, die bei der Umsetzung einer Geschäftsidee unterstützend tätig werden. Die Dienst- leistungen des E-Lab können von Studie- renden, Alumni sowie Forscherinnen und Forschern der HTW Chur in Anspruch ge- nommen werden.

Direktkontakt:
Urs Kappeler
urs.kappeler@htwchur.ch
Tel. +41 (0)81 286 24 81

Crowdfunding: erfolgreiche Kampagnen lancieren

Crowdfunding ist ein attraktives neues Instrument für KMU, um innovative Pro- jekte über eine breite Öffentlichkeit zu finanzieren. Neben dem finanziellen As- pekt können neue Produkte vermarktet und auf ihre Chancen am Markt getestet werden sowie Kunden frühzeitig gebun- den werden. Strategische Überlegungen und eine gute Vorbereitung sind dabei erfolgsentscheidend. Wir begleiten KMU vor und während der Kampagne, indem wir die strategischen Ziele definieren und alle notwendigen Massnahmen für eine Kampagne erarbeiten.

Direktkontakt:
Sebastian Fröh
sebastian.frueh@htwchur.ch
Tel. +41 (0)81 286 37 47

Studienprojekte für Unternehmen

Ob auf Bachelor- oder Master-Level, die HTW Chur legt viel Wert auf eine pra- xisnahe Ausbildung der Studierenden. Schon während des Studiums in Wirt- schaft und Management wird das Ge- lernthe an konkreten Fragestellungen aus der Praxis angewendet. Unternehmen haben die Möglichkeit, als Auftraggeber aufzutreten und spezifische Fragestel- lungen in Form von Studienprojekten be- arbeiten zu lassen. Zur Auswahl stehen beispielsweise Marktforschungsprojekte, Marketingkonzepte, Businesspläne, Inno- vationsprojekte und Diplomarbeiten etc. Die Leistungen sind für Unternehmen kostenlos.

Direktkontakt:
Andrea Negele
andrea.negele@htwchur.ch
Tel. +41 (0)81 286 39 27
www.htwchur.ch/studienprojekte

Exportfitness-Check

Im Bereich Internationalisierung bie- tet das SIFE Angebote für KMU, welche international tätig werden möchten. Als Einstiegshilfe hat das SIFE einen Exportfitness-Check für KMU entwi- ckelt. Dieser steht interessierten Un- ternehmen gratis über die Webseite www.sife.ch zur Verfügung. Mit wenigen Fragen können Unternehmen ihre Vor- aussetzungen für den Export in ausländi- sche Märkte testen und damit ihre indi- viduellen Exportrisiken ermitteln. In einer anschliessenden Beratung mit Experten des SIFE kann die Exportfitness gezielt gesteigert werden.

Direktkontakt:
Ralph Lehmann
ralph.lehmann@htwchur.ch
Tel. +41 (0)81 286 39 45



Das KMU-Zentrum Graubünden

Das KMU-Zentrum Graubünden ist eine Kooperation zwischen dem Kanton Grau- bünden und dem Schweizerischen Ins- titut für Entrepreneurship SIFE. Es stellt eine Schnittstelle zwischen Hochschule und Wirtschaft dar, fördert den Wissen- stransfer und den Austausch und bie- tet privatwirtschaftlichen Unternehmen pragmatische, betriebswirtschaftliche Unterstützung an. Die folgenden Dienst- leistungen werden vom KMU-Zentrum Graubünden angeboten, wobei Unterneh- men aus dem Kanton Graubünden von ei- ner kostenlosen Erstberatung profitieren:

Massgeschneiderte Dienstleistungen

Das KMU-Zentrum Graubünden bietet massgeschneiderte Unterstützung in all- gemeinen betriebswirtschaftlichen Fra- gestellungen und in den Schwerpunktthe- men Innovation, Gründung & Wachstum sowie Internationalisierung. Dazu zählen beispielsweise:

- Neutrale Beurteilung von Geschäftsideen und strategische Standortbestimmung
- Beratung zur Finanzierung von Start-ups und von Innovationen
- Start-up-Beratung
- Informationen zu öffentlichen Fördergel- dern für Innovationsprojekte
- Unterstützung im Innovationsprozess und bei der Planung von Innovationsvor- haben
- Vermittlung von Experten und Wissens- partnern
- Exportberatung

Weitere Infos:

www.kmuzentrum.ch • Info-Line: 081 286 24 14 • info@kmuzentrum.ch

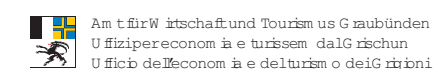


Brigitte Küng
Leiterin KMU-Zentrum GR
Tel. +41 (0)81 286 24 06
brigitte.kueng@htwchur.ch



Michael Forster
Leiter Events
Tel. +41 (0)81 286 24 09
michael.forster@htwchur.ch

Eine Kooperation von



Dienstleistungs- und Beratungsprojekte 2016

Auszug aus den Aktivitäten des KMU-Zentrums Graubünden

Unternehmen	Beratungsinhalt
Salzkeller GmbH	Das Start-up möchte künftig ein Entspannungs- und Medical Wellnessangebot bieten, welches sonst nur im Toten Meer zu haben ist: Floating auf Salzwasser mit einem Salzgehalt von über 25% bringt Entspannung und Linderung bei verschiedenen Leiden. Das Unternehmen nahm eine Erstberatung des KMU-Zentrums Graubünden in Anspruch, um verschiedene Fragen rund um die Gründung und die Strategie zu diskutieren.
Zai AG	Die Zai AG ist eine Ski-Manufaktur, welche in Disentis (GR) hochwertige Skis produziert, die im Premiumbereich angesiedelt sind und höchste Ansprüche erfüllen. Das KMU-Zentrum Graubünden konnte ein Studienprojekt im Bereich Marketing vermitteln und dabei dem Unternehmen die Sicht der jüngeren Generation zugänglich machen. › www.zai.ch
Eventfieber GmbH	Zwei Jungunternehmerinnen wagten 2016 den Schritt in die Selbständigkeit. Das KMU-Zentrum Graubünden durfte die beiden vor der Gründung bei verschiedenen Fragen rund um den Gründungsprozess sowie strategische Fragen beraten. Das Unternehmen bietet als One-Stop-Shop Leistungen im Bereich von Events und besonders Hochzeiten an und ist 2016 gut gestartet. Unter anderem war Eventfieber für den Jungunternehmerpreis des Jungunternehmerforums Graubünden nominiert. › www.eventfieber.ch
Bullrian GmbH	Die Bullrian GmbH setzte mit der Villa Konsequenz ein ganz neues, touristisches Konzept in Arosa um. Das KMU-Zentrum durfte in der Konzeptphase als Sparringpartner mitwirken und strategische Punkte mit den Jungunternehmern diskutieren. › www.bullrian.ch

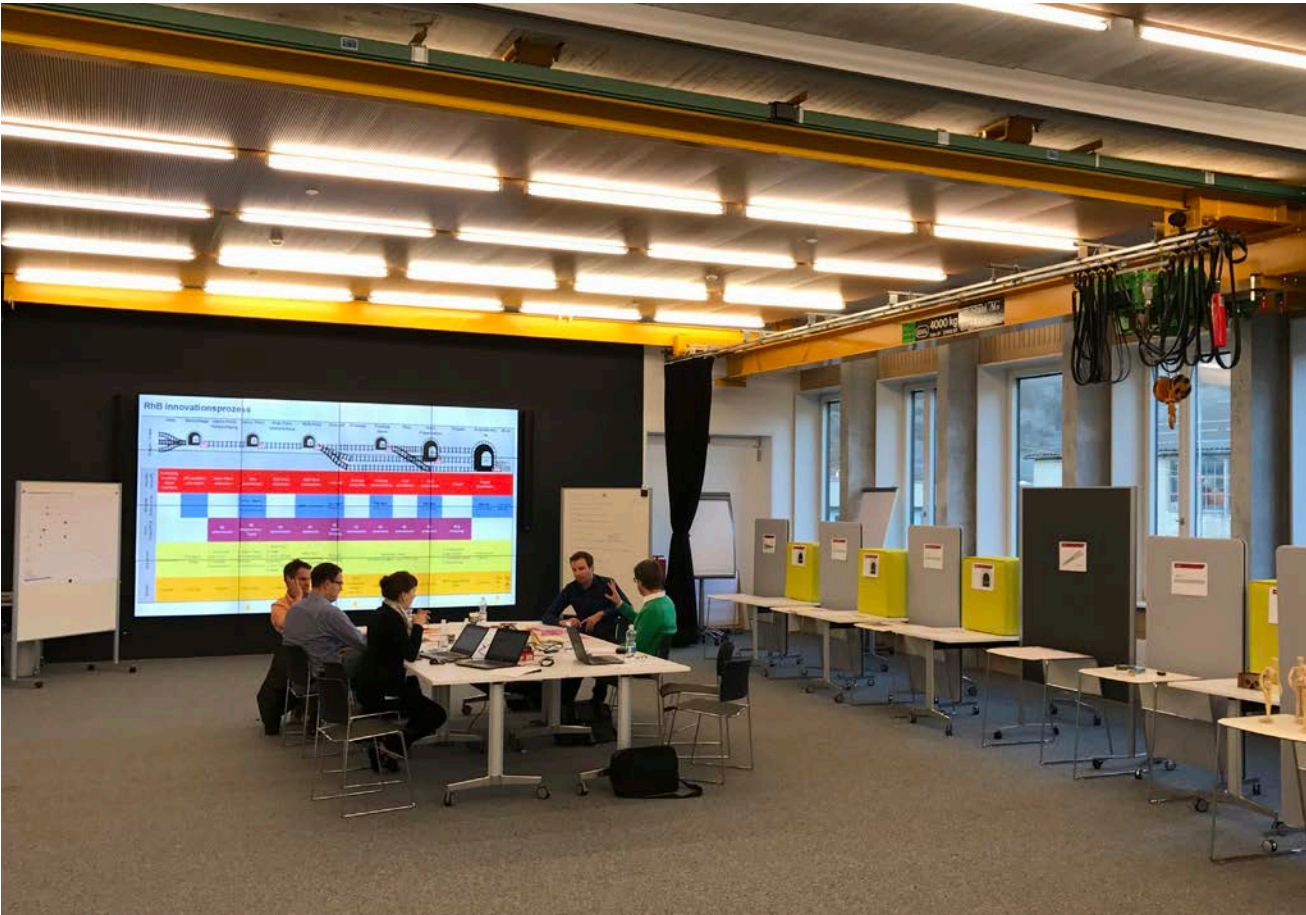


Bild oben:
Worskshop im Ser-
vice Innovation Lab
der HTW Chur.



Bild unten:
Geschäftsleitung der
Uffer AG mit Michael
Forster und Brigitte
Küng Brigitte.

Angewandte Forschung und Entwicklung

Auszug aus den Projektaktivitäten 2016

Forschungsfeld Innovation

Name	Projektleitung	Finanzierung	Partner bzw. Auftraggeber
Technologieverwandte Diversifikation: Entwicklung einer Methode.	Prof. Dr. Andreas Ziltener	Kommission für Technologie und Innovation (KTI)	Vier Industrieunternehmen
Mitarbeiter-Sharing als innovatives Konzept für die saisonale Hotellerie und Gastronomie	Brigitte Küng	NRP	Kantone Tessin und Graubünden, 23 Hotel- und Gastronomiebetriebe, hotelleriesuisse
Digitalisierung und Vernetzung der Wertschöpfungskette: eine strategische Roadmap	Prof. Dr. Patricia Deflorin	Kommission für Technologie und Innovation (KTI)	Zellweger Management Consultants, Pfäffikon SZ ITEM-HSG, St.Gallen Trumpf AG, Grösch United Grinding Group AG, Bern Schöttli AG, Diessenhofen
Continuity of Traditional Enterprises in Mountain Alpine Space Areas (C-TEMAIp)	Prof. Dr. Frank Bau	Interreg Alpine Space	verschiedene
Location-based Service Prototyping	Prof. Dr. Andreas Ziltener	Forschungsfonds HTW Chur	Rhätische Bahn, Schweizerhof Lenzheide, Mountain Projects
Industrie 4.0 Services: Identifikation neuer Serviceangebote, ausgelöst durch die Digitalisierung und Vernetzung	Prof. Dr. Patricia Deflorin	Forschungsfonds HTW	verschiedene
Industrie 4.0 Services	Prof. Dr. Patricia Deflorin	KTI	Trumpf AG, United Grinding Group, Schöttli AG, Zellweger Management Consultants

Abbildung rechts:
Workshop bei der
Trumpf AG in Grösch.

Forschungsfeld Internationalisierung

Name	Projektleitung	Finanzierung	Partner bzw. Auftraggeber
HONEST: Entwicklung eines Trainingsinstrumentariums zur Korruptionsprävention	Prof. Dr. Christian Hauser	KTI	Siemens Schweiz, TATA Interactive Systems
Anti-Korruptionskommunikation deutscher und französischer MNU	Prof. Dr. Christian Hauser	SIFE	verschiedene
Nationale Geschäftsbeziehungen und die Internationalisierung von KMU	Prof. Dr. Christian Hauser	Partner	verschiedene
Leistungsmessung öffentlicher Aussenwirtschaftsförderung	Prof. Dr. Christian Hauser	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)	ZVM
Scopes: Knowledge transfer to Eastern European plants	Prof. Dr. Patricia Deflorin	SNF	Babes-Bolyai University, University of Tirana, South East European University
International After Sales Services: Konfiguration von After Sales Services durch Schweizer Maschinenbauer in China	Prof. Dr. Ralph Lehmann	Kommission für Technologie und Innovation (KTI)	ZHaW, SGE, 8 Schweizer Maschinenbauunternehmen
Swissness Umsetzung der neuen Swissness Gesetzgebung	Prof. Dr. Ralph Lehmann	Forschungsfonds HTW	MSc BA
Exportkontrolle bei international tätigen Schweizer KMU	Prof. Dr. Christian Hauser	Forschungsfonds HTW	VNL (Verband Netzwerk Logistik)
Honest: Compliance-Training. Durchführung von Compliance-Trainings mit Planspiel HONEST	Ruth Nieffer	Partner	Siemens, Staatssekretariat für Wirtschaft Seco
Internetbasierte Internationalisierung Schweizer KMU	Prof. Dr. Christian Hauser	HTW Chur	Postfinance

Forschungsfeld Digitale Strategien

Name	Projektleitung	Finanzierung	Partner bzw. Auftraggeber
Crowdfunding für Bündner KMU: Entwicklung und Evaluierung, Beratung und Coaching	Prof. Dr. Kerstin Wagner	Förderverein der HTW Chur	Zehn Bündner KMU
Crowd-basiertes Innovationsmanagement für touristische Dachorganisationen; Forschung und Entwicklung	Prof. Dr. Kerstin Wagner	Kommission für Technologie und Innovation (KTI)	Destination Davos Klosters, St. Gallen Bodensee Tourismus, Schweizer Alpen Club (SAC), 100-days.net GmbH
Digitale Strategien für KMU in der Ostschweiz; Forschung und Entwicklung	Sebastian Früh	Förderverein der HTW Chur	Zehn Ostschweizer KMU
Crowdfunding-Strategien für NGO; Forschungs- und Entwicklungsauftrag	Sebastian Früh	Drittmittelpartner	Schweizer NGO
Optimierung von Online-Angeboten von Destinationsmanagement-Organisationen; Kompetenzaufbau	Dr. Michael Beier	Forschungsfonds HTW	ITF
Digital Fundraising: Kompetenzaufbau	Prof. Dr. Kerstin Wagner	Forschungsfonds HTW	
CTI Entrepreneurship Trainingsprogramm: Start-up Training	Prof. Dr. Kerstin Wagner	CTI Entrepreneurship	CTI Entrepreneurship, Technopark Academy
Digitale Strategien für KMU in der Ostschweiz, Kompetenzaufbau	Prof. Dr. Kerstin Wagner	Forschungsfonds Departement	
IECER Konferenz, Wissenschaftliche Konferenz	Prof. Dr. Kerstin Wagner	Forschungsfonds HTW	Montpellier Business School
CEED Bulgarien Entrepreneurship Trainingsprogramm, Start-up training	Sebastian Früh	DEZA - Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit	CEED Bulgarien



Abbildung rechts:
Firmensitz der Uffer
AG in Savognin.

Querschnittsthema Corporate Responsibility

Name	Projektleitung	Finanzierung	Partner bzw. Auftraggeber
CSR in KMU: CSR in der Zulieferkette - Herausforderungen und Chancen für Schweizer KMU	Ruth Nieffer	Forschungsfonds HTW	verschiedene
Whistleblower und Medien in der Schweiz	Prof. Dr. Christian Hauser	Gottlieb und Hans Vogt-Stiftung	SII, Prof. Dr. Urs Dahinden
Data Governance: Ethische Herausforderungen beim Umgang mit Massendaten	Prof. Dr. Christian Hauser	Schweizerische Akademie der Technischen Wissenschaften	Ethik-Zentrum der Universität Zürich, Technology and Science Lab der Empa
Hinweisgeber-Meldestellen in Schweizer Unternehmen	Prof. Dr. Christian Hauser	KTI	Integrity Line GmbH, SII
Corporate Responsibility Vorprojekt	Prof. Dr. Christian Hauser	Forschungsfonds HTW	verschiedene
Connecting Africa's Natural Resource Governance – Fostering Transparency and Accountability: Lessons from Botswana, Kenya, Malawi, Nigeria and Tanzania	Prof. Dr. Christian Hauser	Forschungsfonds HTW	University of Botswana; Pan-Atlantic University Lagos; Mzumbe University Dar es salaam; Strathmore University Nairobi
Between Solidarity and Personalization – Dealing with Ethical and Legal Big Data Challenges in the Insurance Industry	Prof. Dr. Christian Hauser	Forschungsfonds HTW	Universität Zürich; SII, Prof. Dr. Urs Dahinden
Entwicklung eines «Reputation Perception Monitor»	Prof. Dr. Christian Hauser	Forschungsfonds HTW	SII, Prof. Dr. Albert Weichselbraun
Aufbau des ersten europäischen PRME Business Integrity Action Center	Prof. Dr. Christian Hauser	Forschungsfonds HTW	PRME Sekretariat New York

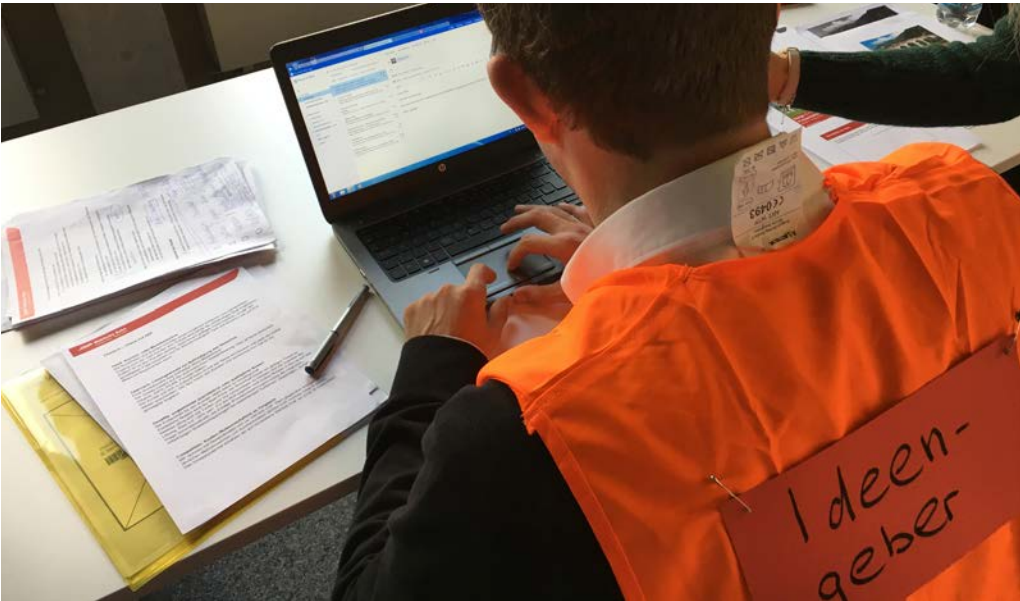


Abbildung links:
Ideenworkshop mit
der RhB.

Projekte aus Forschung und Entwicklung

Forschungsfeld Innovation

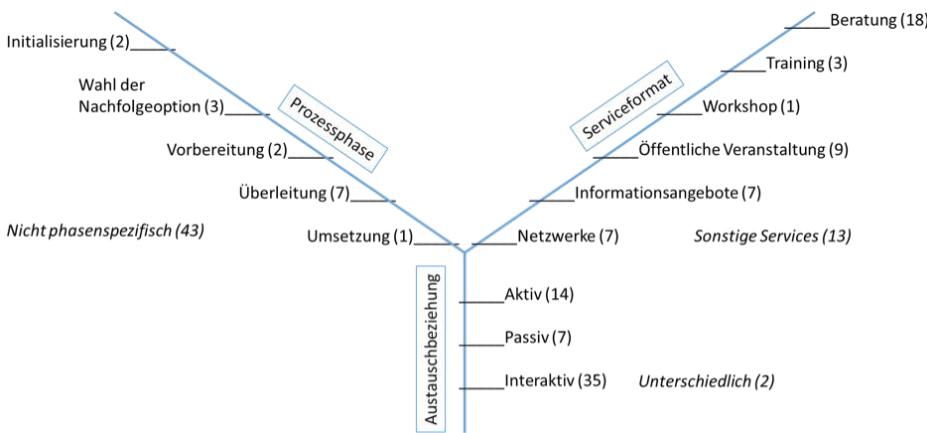
C-TEMAIp Projektstart mit Analyse und Alp Café



Gemeinsam mit elf weiteren Partnern aus fünf Alpenländern ist für die Schweiz die Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur an einem neuen Projekt im Programm Interreg Alpine Space beteiligt. C-TEMAIp (Continuity of Traditional Enterprises in Mountain Alpine Space Areas) verfolgt das Ziel, die Rahmenbedingungen für die grenzüberschreitende Unternehmensnachfolge in den jeweiligen Regionen zu verbessern. Einen Schwerpunkt bildet der Aufbau gemeinsamer Serviceleistungen und eines grenzüberschreitenden Netzwerks von Experten. In einem ersten Schritt wird die Ausgangslage in den einzelnen Regionen analysiert. Hierzu wurden rund 60 verschiedene Dienstleistungen der zwölf Projektpartner im Bereich Unternehmensnachfolge analysiert und in einem dreidimensionalen Schema positioniert.

Die Resultate geben Anhaltspunkte für die Entwicklung neuer Unterstützungsangebote insbesondere für die grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Bereich Unternehmensnachfolge. Zusätzlich werden in den einzelnen Regionen so genannte Alp Cafés mit wichtigen Stakeholdern und Experten organisiert. Dabei werden wichtige Fragen und Problemkreise der Nachfolge aus verschiedenen Blickwinkeln diskutiert. An einem der ersten Alp Cafés bei der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern brachten Prof. Dr. Frank Bau (HTW Chur) und Jörg Sennrich (Netzwerk KMU Next) die Schweizer Perspektive ein. Das Projekt C-TEMAIp läuft noch bis Ende 2018 und wird Schritt für Schritt die neu entwickelten Strukturen und Services in Pilotanwendungen implementieren.

Abbildung rechts: Dreidimensionale Positionierung von Unterstützungsangeboten zur Unternehmensnachfolge der C-TEMAIp Partnerinstitutionen (eigene Darstellung).



Weitere Infos:



Frank Bau
 Prof. Dr. rer. pol., Diplomkaufmann
 Tel. +41 (0)81 286 39 98
 frank.bau@htwchur.ch



Bild oben: Frank Bau beim Projekt Alpine Space in Milano 2013.



Bild unten: Frank Bau bringt die Schweizer Perspektive beim Projekt ARE ein.

Drehmomentprojekte Agile Arbeitswelten

Workshop Agile Arbeitswelten

Eingebettet in das Modul Change Management im Studiengang Master of Science in Business Administration, Major New Business, wurde ein Workshop zum Thema Agile Arbeitswelten veranstaltet. Ziel des Workshops war es, im Austausch mit Praxispartner aus der Industrie und Arbeitskräften der Zukunft, unseren Studierenden, herauszufinden, wie die drei Dimensionen Raum, Technologie und Organisation zu gestalten sind, damit agile Arbeitswelten für mehr Kreativität und Innovationspotenzial entstehen können.

Die Unternehmenspraxis war vertreten durch Willi Aggeler, ehemaliges Mitglied der Geschäftsführung der Swibi AG, Karin Hilzinger, Senior Expert Human Centered Design & Workspace der Swisscom AG, Dr. Werner Finck, Leiter Personalamt Graubünden a.D. Seitens der HTW Chur nahmen für das Institut für Bauen im alpinen Raum (IBAR) Susanne Caviezel teil, für das Institut für Photonics und ICT (IPI) Prof. Bruno Wenk und für das Schweizerisches Institut für Entrepreneurship (SIFE) Andrea Negele, Helene Blumer und Prof. Dr. Frank Bau. Und schließlich nahmen zehn Studierende aus dem Major New Business und dem Major Informationswissenschaft teil. Diese hohe Interdisziplinarität verkörpert eine der Kernideen der Drehmomentprojekte und führte in diesem Fall auch zu überraschenden, aber heldvollen Resultaten.

Abbildung unten:
Teilnehmer des
Workshops Agile
Arbeitswelten



Im ersten Teil des Workshops diskutierten die Unternehmensvertreter mit den Wissenschaftlern der HTW Chur in einer moderierten Diskussionsrunde. Im zweiten Teil wurde ein World Café an drei Tischen durchgeführt mit der Frage „Wie wünscht ihr euch die Arbeitswelt der Zukunft?“ Die Gedanken der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurden der Methode World Café entsprechend direkt auf den Tischdecken schriftlich oder skizzenhaft festgehalten. Anschliessend wurden die Inhalte zu einer Mindmap verdichtet.

Abbildung unten:
Gedanken in «World
Café-Methode» fest-
gehalten.



Projekterkenntnisse

Eine der zentralen Erkenntnisse des Projekts war, dass die Vermutung, dass man durch eine geschickte Gestaltung und Kombination der Dimensionen Raum, Technologie und Organisation zu agilen Arbeitswelten zu gelangen, in dieser direkten Form nicht aufrechtzuhalten ist. Der Workshopverlauf zeigte deutlich, dass es den Teilnehmenden um viel grundsätzlichere Themen ging als die vom Projektteam definierten drei Dimensionen. Es ging vielmehr um die Gratwanderung zwischen Flexibilität und Stabilität, Autonomie und Kontrolle, Hierarchie und Netzwerk sowie Arbeit und Freizeit. Zentral in all diesen Spannungsfeldern waren die Themen Arbeitszeitmodelle, Kultur und Führung.

Für die drei definierten Dimensionen könnte man das vorhandene Expertenwissen also problemlos zur Entwicklung von guten Lösungen einsetzen. Doch die grundlegenden, offenen, Fragen der künftigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bleiben davon weitgehend unberührt oder verschärfen sich sogar noch. Letztlich geht es darum, die Arbeitswelt so zu gestalten, dass die allgegenwärtige digitale Transformation vorteilhaft und damit nicht zu Lasten der Menschen gestaltet werden kann. Wir werden ständig von neuen Themenfeldern wie Robotik, was übrigens auch Software-Robotik einschliesst, Elektromobilität, Internet of Things, Big Data, Industrie 4.0 herausgefordert. Mit all den neuen technologischen Möglichkeiten können wir viele Potenziale in Prozessen und Systemen nutzbar machen. Aber wie können wir diese digitale Transformation in einem interdisziplinären oder transdisziplinären Ansatz so gestalten dass wir die Menschen dabei nicht verlieren? So, dass die während des im Rahmen dieses Projekts durchgeführten Worldcafés dokumentierten Ängste und Sorgen der nächsten Generation von Berufstätigen jungen Menschen nicht ignoriert werden. Als Ergebnis des Drehmomentprojekts entstand nicht der anvisierte Antrag auf weiterführende Forschungsgelder. Es entstanden Ideen und Erkenntnisse für künftige Projekte, die sich mit den identifizierten Grundsatzfragen beschäftigen können.

1. Netzwerke könnten als Organisationsprinzip der Sekundärorganisation von hierarchischen Organisationen zu einem wichtigen Strukturelement eingesetzt werden. Die Installation von organisationsinternen Netzwerken ist ein noch wenig erforschtes Gebiet der Organisationsforschung.
2. Die Dimension Raum kann stark unterstützen, die stärkeren Einflüsse dürften aber von Technologien und organisatorischen Eingriffen, einschliesslich Kultur und Führung, kommen.
3. Um Themen wie beispielsweise Internet of Things und Robotik erfolgreich zu bearbeiten, bedarf es zwingend parallel dazu der bewussten Gestaltung und Veränderung der kulturellen Ebene von Organisationen.

Aus all diesen Erkenntnissen erwächst auch der Bedarf nach neuen Formaten in der Lehre. Inhaltlich könnte z.B. ein Bachelorstudiengang mit Vertiefung in Leadership & Change eine Lücke füllen. Herkömmliche Change Management Angebote werden den künftigen Anforderungen nicht mehr gerecht. Methodisch könnten gerade in der beruflichen Weiterbildung neue Formate entstehen, die den Gedanken der Agilität auch in die Weiterbildung trägt. Sind zertifizierte Lehrgänge mit starren Curricula innerhalb von CAS und MAS Lehrgängen zeitgemäß? Welche Alternativen gibt es? Viele offene Fragen, die im Anschluss an dieses Drehmomentprojekt neu angegangen werden sollten.

Weitere Infos:



Frank Bau
Prof. Dr. rer. pol., Diplomkaufmann
Tel. +41 (0)81 286 39 98
frank.bau@htwchur.ch

Industrie 4.0: Wir packen's an!

Veränderungen, welche durch Industrie 4.0 angestossen werden sind vielfältig. Umso schwieriger ist es, den eigenen Weg zu finden. Das Forschungsteam der HTW Chur und der Universität St.Gallen, sowie der Umsetzungspartner Zellweger Management Consultants, untersuchen gemeinsam mit den Wirtschaftspartnern Schöttli AG, Trumpf Laser Marking Systems und United Grinding Gruppe, wie der Einstieg in Industrie 4.0 gelingt. Das Forschungsprojekt wird durch die Kommission für Technologie und Innovation (KTI) finanziert.

Ideengenerierung

Der Prozess zur Entwicklung einer strategischen Industrie 4.0 Roadmap startet mit der Ideengenerierung. Zentral bei der Ideengenerierung ist der Einsatz eines interdisziplinären Teams. Ein breit abgestütztes Team stellt sicher, dass unterschiedliche Perspektiven wie z.B. Anforderungen aus der Software- und Hardware-Entwicklung, Produktion oder Verkauf, in die Ideengenerierung und umsetzung einfließen.

Im Rahmen des Forschungsprojekts wurden anhand eines Ideengenerierungsprozesses rund 700 Industrie 4.0 Ideen entwickelt. Zum einen wurden relevante Megatrends, wie z.B. Konnektivität und Wissenskultur, identifiziert und deren Auswirkungen auf die Wertschöpfungskette diskutiert. Die neuen Wertschöpfungsketten visualisierten die Teilnehmer mit Hilfe von Legobausteinen und identifizierten anschliessend erste Industrie 4.0 Ideen. Zudem wurden Veränderungen anhand des Kundenerlebnisprozesses diskutiert und weitere Industrie 4.0 Potenziale aufgezeigt.

Eine weiterer Ideengenerierungsschritt basierte auf der Analyse der Auswirkungen unterschiedlicher Geschäftsmodelle (Razor and Blade, Freemium, Pay per use, etc.). Des Weiteren kamen Kreativitätstechniken (Lotus Blüte, Magazine Shop-

ping) zum Einsatz, um das „Out of the Box“ Denken zu stimulieren. Abschliessend, wurden basierend auf einer Industriestudie Successful Practice-Unternehmen identifiziert und getreu dem Motto „Lernen von den Besten“ zusätzlich Ideen erarbeitet. Basierend auf einer Kriterienliste wurden vielversprechende Ideen ausgewählt, visualisiert und konkretisiert.

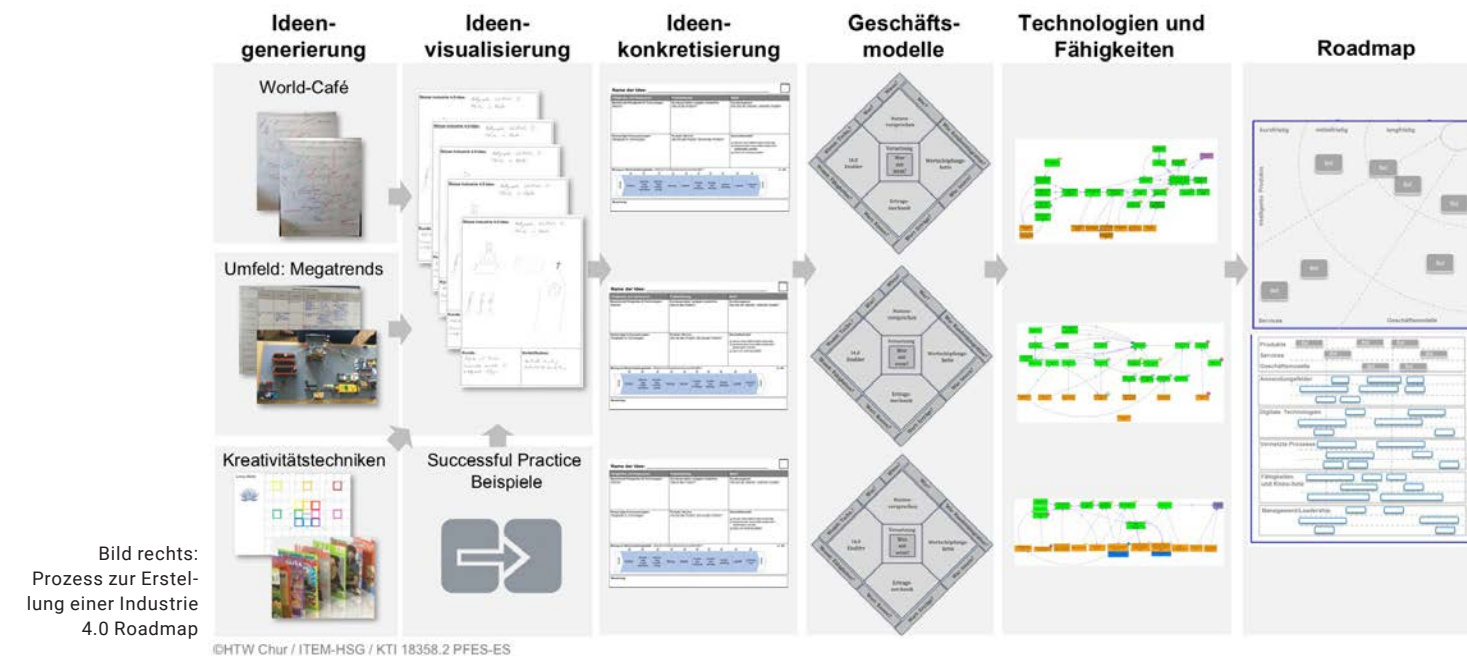
Die Ideen der Wirtschaftspartner umfassen beispielsweise die Zustandsüberwachung der Anlagen, E Commerce, Bild Erkennung, Echtzeitdatenüberwachung, prädiktive Wartung und die gläserne Fabrik. Die entwickelten Ideen beziehen sich auf unterschiedliche Dimensionen. Während es sich bei den einen um neue Angebote für die Kunden handelt (prädiktive Wartung), beziehen sich andere auf die Erzielung interner Effizienzvorteile (Montageroboter) oder beschreiben den Einsatz neuer Technologien (Zustandsüberwachung, Echtzeitdatenüberwachung). Wichtig für die Umsetzung der digitalen Transformation, welche durch Industrie 4.0 angestossen wird, sind alle Dimensionen.

Wirkungszusammenhänge analysieren zur Erstellung einer strategischen Roadmap

Um die Investitionen in neue Entwicklungen koordinieren zu können, ist zu analysieren, wie diese Ideen zusammenhängen. Es ist aufzuzeigen, welche Technologien für welche neuen Angebote oder Effizienzsteigerungen die Grundlage bilden. Die entsprechenden Zusammenhänge werden im Industrie 4.0 Geschäftsmodell ersichtlich. Anschliessend erfolgt eine weitere Konkretisierung der notwendigen Fähigkeiten und Technologien. Durch die Festlegung der Abhängigkeiten der Technologien und Fähigkeiten, die Identifizierung der Entwicklungsdauer und der Ressourcendiskussion kann danach die Industrie 4.0 Roadmap erstellt werden.

Die Abbildung fasst die Phasen der Entwicklung einer Industrie 4.0 Roadmap zusammen.

ne einmalige Aktion. Neue Ideen oder Technologien beeinflussen die Umsetzungsschritte der Roadmap.



Anhand der zugrundeliegenden Visualisierung notwendiger Technologien und Fähigkeiten können neue Ideen jedoch schnell integriert werden. Der entwickelte Prozess ermöglicht einerseits den Einstieg in Industrie 4.0 und andererseits die langfristige Verankerung im Unternehmen.

Die Ideengenerierungsphase des interdisziplinären Projektteams ermöglicht es zudem ein gemeinsames Ziel der Industrie 4.0 Aktivitäten zu definieren sowie ein unternehmensspezifisches Industrie

4.0 Modell zu entwickeln. Dadurch kann innerhalb eines Unternehmens eine gemeinsame Vorstellung von Industrie 4.0 entwickelt werden; ein zentraler Schritt einer jeden Transformation.

Weitere Infos:



Prof. Dr. Patricia Deflorin
Projektleiterin
Tel. +41 (0)81 286 37 56
patricia.deflorin@htwchur.ch



Dr. Katrin Schilto
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 37 34
katrin.schillo@htwchur.ch

Digitale Strategien für Unternehmen

Die Möglichkeiten durch digitale Technologien erscheinen für Unternehmen heute geradezu grenzenlos. Gleichzeitig wächst für etablierte KMU der Druck, da immer mehr wandlungsfähigere technologieintensive Unternehmen auch in traditionellen Märkten Fuss fassen. KMU müssen sich daher aus strategischer Sicht überlegen, ob sie mit neuen digitalen Aktivitäten neue Märkte bzw. Kunden erreichen oder die Beziehung zu den bestehenden intensivieren möchten.

In einem Projekt, das vom Förderverein der HTW Chur finanziert wurde, erarbeiten wir mit 10 Ostschweizer KMU (Outdoor Training Akademie, BrainSource GmbH, Viamala Markt, Buchhandlung Conradi, Clement Elektro, Von Salis Wein, Louis Sport, Mark Sport, Foppa AG, Metzgerei Mark) individuell ihre jeweilige digitale Strategie. Die Unternehmen tragen jeweils mit einer Co-Finanzierung zum Projekt bei. Dieses Vorgehen bietet ein spannendes Forschungsdesign, da normalerweise der Prozess der Entwicklung, Umsetzung und Messung der Effekte von Online-Aktivitäten vollumfänglich nur schwer zu beobachten und zu erfassen ist. Seit Herbst 2016 werden diese Effekte gemessen und ausgewertet. Das Projekt wird im Frühling 2017 abgeschlossen.

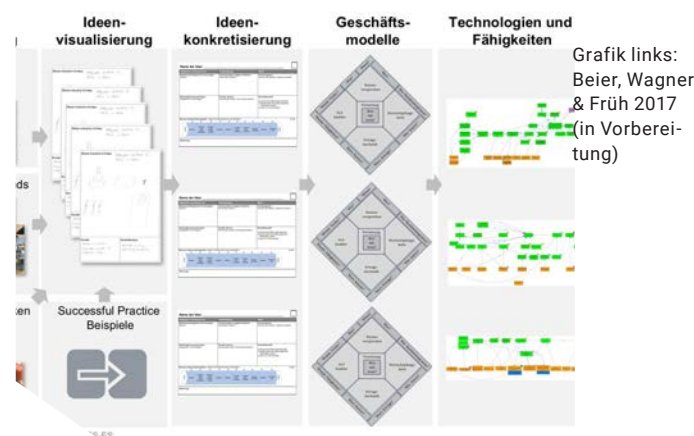
Vorgehen

In einem ersten Schritt wurde mit den Unternehmen erfasst, wo sie aktuell mit ihrem jeweiligen Geschäftsmodell und ihren Online-Aktivitäten stehen. Basierend auf dieser Situation wurden mit den Unternehmen individuelle strategische Stossrichtungen entwickelt. Dazu wurde erfasst, welche branchenspezifischen Herausforderungen zu lösen sind und welche Ansätze für welche Problemstellung entwickelt werden können (Handlungsoptionen). In einem nächsten Schritt wurden die Unternehmen bei der operativen Umsetzung ihrer digitalen Strategie begleitet und unterstützt.

Sämtliche neu aufgesetzten Online-Aktivitäten wurden gemessen, so dass mögliche Effekte direkt intensiviert bzw. geändert werden können. Eine wesentliche Zielsetzung des Projekts ist es, zu analysieren, welche Online-Aktivitäten im Rahmen eines „Conversion Funnels“ (von der losen Informationsbeschaffung bis zum Kauf und der nachhaltigen Kundenbindung) welche messbaren Effekte hervorbringen. Die Erfassung sämtlicher digitaler Daten bei Online/Mobil-Kanälen ermöglichen den Unternehmen die automatische Erfassung aller digitalen Interaktionen.

Vorläufige Ergebnisse

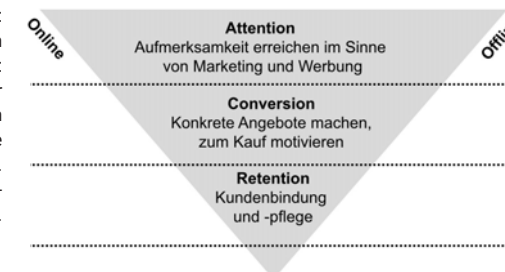
Die Unternehmen lassen sich in ihren digitalen Aktivitäten für die Zielsegmente Kommunikation, Marketing und Verkauf in einer Matrix zuordnen, die vier aktuelle Situationen erfasst und auf deren Basis eine Strategie entwickelt wurde.



So bedeutet **Variante B** beispielsweise, dass das KMU einen vorhandenen Web-Shop betreibt, um die Produkte neben dem Ladengeschäft auch online zu vertreiben. Dieser Vertriebskanal wird jedoch nicht bis mässig online vermarktet. Dementsprechend sind die Abverkäufe über die Webseite noch stark ausbaufähig. Teilweise finden potenzielle Kunden in den Webshop, da der Shop bei der Suche über Suchmaschinen (beabsichtigt oder unbeabsichtigt) gute Resultate (in

der Trefferliste weit vorne) erzielt. Unter **Variante C** wird hingegen verstanden, dass das KMU zwar aktiv Social Media Kanäle für Unternehmenszwecke nutzt, und zwar für die Bekanntmachung und Platzierung von bestimmten Produkten und der Marke. Dafür werden über definierte Social Media Kanäle (z.B. Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.) Inhalte platziert, um auf die Produkte bzw. Leistungen des Unternehmens aufmerksam zu machen. Dazu gibt es eine Webseite, die Informationen über die Produkte bzw. Leistungen zur Verfügung stellt. Primär dient das Online-Marketing dazu, potenzielle Kunden in das Ladengeschäft zu bringen (begrenzte regionale Reichweite), und nicht um online zu verkaufen.

Auf Basis der vier Varianten ergeben sich für jene Unternehmen im gleichen Stadium („Variante A, B, C oder D“) ähnliche strategische Stossrichtungen. Diese orientieren sich am sogenannten „Conversion Funnel“ und bedienen die jeweiligen Zielgruppen in den jeweiligen Anbahnungsstufen. Dabei geht es im Wesentlichen um drei Phasen, welche die Beziehung zum Kunden beschreiben.



So sind beispielsweise wesentliche Stossrichtungen der Unternehmen der Variante A, sog. „Attention“ aufzubauen. Dafür wurden individuelle Massnahmen zum Online-Marketing entwickelt und 2-3 Kanäle aufgesetzt, die kontinuierlich mit zielgruppenadäquaten Inhalten gefüllt werden. Beispiele für Zwecke sind:

- **Bekanntheit steigern**, z.B. Mehr potenzielle Kunden auf ein Produkt oder das Unternehmen generell aufmerksam machen.

- **Entwicklung des eigenen Markenimage steuern**, z.B. beeinflussen, wie sich das Unternehmen auf dem Markt platziert bzw. positionieren möchte.

Der aufgebaute Traffic wird entweder in das vorhandene Ladengeschäft gelenkt (z.B. Rabattgutschein) oder für den Vertrieb über traditionelle Kanäle wie die Webseite aufgefangen (Kontaktaufnahme über Formular, Rückruf Telefon, E-Mail).

Auf Basis der jeweiligen strategischen Stossrichtungen wurden immer mindestens drei konkrete Massnahmen definiert, die jedes KMU in seinem Organisationskontext individuell umsetzen kann. Dazu gehört das individuelle Vorgehen mit bzw. ohne Werbe- bzw. Webdesign-Agentur, mit bzw. ohne IT-Support, mit jeweiliger individuellen Ressourcenausstattung, individuellen Produkten (Nische, breiter Markt) sowie den jeweiligen Kundensegmente (B2C, B2B).

Weitere Infos:



Sebastian Früh
Projektleiter
Tel. +41 (0)81 286 37 47
sebastian.frueh@htwchur.ch

Industrielle After Sales Services in China

Industriebetriebe sehen sich mit zunehmend fallenden Margen auf ihren Kernprodukten konfrontiert. Mit vor- und nachgelagerten Dienstleistungen lässt sich das Ertrags- und Gewinnpotenzial nachhaltig steigern. Der chinesische Markt stellt Schweizer Unternehmen beim Aufbau von After Sales Services aber vor grosse Herausforderungen.

Die Globalisierung hat den Wettbewerbsdruck in vielen Branchen erhöht. Die Margen auf den Produktverkäufen verringern sich. Innovationen werden kopiert. Die Differenzierungsmöglichkeiten verlagern sich zunehmend vom Produkt auf die damit verbundenen Services. Studien zeigen, dass die Gewinnmargen bei produktbegleitenden Dienstleistungsangeboten heute zwischen 15 und 25 Prozent liegen, während sie bei den eigentlichen Kernprodukten nur sieben bis elf Prozent betragen. Bei grossen Industriebetrieben machen vor- und nachgelagerte Dienstleistungen bereits 40 Prozent des Gewinnes aus. Produktbegleitende Dienstleistungen erweisen sich überdies als konjunkturabhängiger als die eigentlichen Produktverkäufe.

Produzenten entwickeln sich zu Dienstleistern

Es genügt deshalb häufig nicht mehr, ein Produkt (z.B. eine Maschine, Anlage oder Ausrüstung) zu verkaufen. Vielmehr erwarten die Kundinnen und Kunden im Industriebereich das Angebot einer Gesamtlösung, die vor- und nachgelagerte Dienstleistungen umfasst. Solche produktbegleitenden Dienstleistungen können Kundens Schulungen, Produkteinstallationen, Produktewartung, Ersatzteillogistik, Reparatur und Unterhalt sowie technischer Support sein. Während grosse, multinational tätige Industrieunternehmen wie Pilatus, Hilti, Stadler Rail und Rieter vor- und nachgelagerte Dienstleistungen bereits professionell und

profitabel anbieten, fehlen bei kleinen und mittelgrossen Firmen (KMU) häufig das Know-how und die Ressourcen, um „Servitization“ als gewinnbringendes Geschäft zu etablieren. Dies gilt umso mehr auf ausländischen Märkten.

Der chinesische Markt gewinnt an Bedeutung

Die asiatischen Märkte gewinnen als Wirtschaftsraum für die globale Wirtschaft zunehmend an Bedeutung. Während im Jahre 2010 die Europäische Union, die USA sowie Asien je ca. 25 Prozent zum globalen Bruttoinlandprodukt beitrugen, wird in Prognosen davon ausgegangen, dass sich der Anteil von Asien bis zum Jahr 2030 auf über 35 Prozent erhöht, während die EU auf unter 20 Prozent fallen wird. Die gestiegene Bedeutung asiatischer Märkte mit China als „Leading Tiger“ spiegelt sich auch in der schweizerischen Wirtschaft wider. Heute exportieren rund doppelt so viele Industrie-KMU wie noch vor zehn Jahren ihre Produkte in asiatische Märkte. Aktuelle Studien gehen davon aus, dass sich die Schweizer Exporte in die grossen Schwellenländer (Brasilien, Russland, Indien, China) bis 2035 verdoppeln werden und Deutschland als wichtigster Handelspartner der Schweiz bis dahin durch China abgelöst wird. Mit dem 2014 unterzeichneten Freihandelsabkommen zwischen der Schweiz und China und dem starken Schweizer Franken gegenüber dem Euro dürfte sich dieser Trend weiter fortsetzen.

Das After Sales Service Geschäft in China ist anspruchsvoll

Ein Wandel des unternehmerischen Selbstverständnisses vom reinen Produzenten hin zu einem Dienstleister, einem Anbieter von Gesamtlösungen, sowie eine erfolgreiche Bearbeitung asiatischer Märkte – insbesondere China – werden für Schweizer Unternehmen zunehmend

zu einem zentralen Wettbewerbsvorteil und ermöglichen eine ökonomisch nachhaltige Geschäftsentwicklung. Während sich aber in etablierten Märkten wie Europa oder den USA vor- und nachgelagerte Dienstleistungen als Geschäft erfolgreich betreiben lassen, bekunden insbesondere kleine und mittelgrosse Industriebetriebe Mühe, Dienstleistungen in China profitabel anzubieten.

Das Schweizerische Institut für Entrepreneurship (SIFE) der HTW Chur untersucht in Zusammenarbeit mit dem Competence Center Asia Business der ZHAW School of Management and Law in einem bis Mitte 2017 laufenden und von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) unterstützten Forschungsprojekt die Servicemodelle von kleinen und mittelgrossen Schweizer Industrieunternehmen in China. Ziel des Projekts ist es zu verstehen, wie die Unternehmen produktbegleitende Dienstleistungen auf dem chinesischen Markt anbieten, welche Faktoren das Angebot dieser Dienstleistungen beeinflussen und unter welchen Umständen sich welche Angebote bewähren.

Am Forschungsprojekt beteiligt sind acht KMU aus der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie (MEM-Industrie). Die After Sales Service Geschäftsmodelle dieser Unternehmen wurden im Rahmen von Fallstudien analysiert und miteinander verglichen. Als Ergebnis resultierte daraus ein generisches International After Sales Service (IAS) Modell, das aufzeigt, welche Ergebnisse KMU mit ihrem Service-Angebot in China anstreben, wie sie dieses ausgestalten und welche un-

ternehmensinternen und -externen Faktoren die Ausgestaltung des Dienstleistungsangebots beeinflussen. In einem zweiten Schritt wurde dieses Modell den Erwartungen an After Sales Services im chinesischen Markt gegenübergestellt und evaluiert. Abgeleitet werden daraus Möglichkeiten zur Optimierung der Serviceangebote der am Projekt beteiligten Schweizer Unternehmen.

Schweizer Unternehmen verhalten sich passiv

Die bisherigen Ergebnisse aus dem Projekt zeigen, dass der Aufbau eines Service Geschäftes in China ein schwieriges Unterfangen darstellt. Die Gründe hierfür liegen vor allem in der geringen Zahlungsbereitschaft chinesischer Kunden für Serviceleistungen, in der fehlenden Verfügbarkeit verlässlicher Servicepartner vor Ort und dem Ausweichen chinesischer Kunden auf Serviceangebote lokaler Firmen, welche diese kopieren und zu erheblich günstigeren Konditionen anbieten. Die untersuchten Unternehmen sind nicht in der Lage, vor allem immaterielle Services wie Schulungen und Produktinstallationen zu verrechnen. Umsätze werden allenfalls mit materiellen Leistungen wie Ersatz- und Verschleisstteilen erzielt. Die Unternehmen scheinen sich zudem in einem Teufelskreis zu bewegen. Die Rahmenbedingungen für Services in China werden negativ eingeschätzt. Entsprechend wenig wird in eine systematische Entwicklung und eine aktive Vermarktung von Serviceleistungen investiert. Die Ergebnisse fallen enttäuschend aus, was die negative Einschätzung der Rahmenbedingungen bestätigt.

Weitere Infos:



Prof. Dr. Ralph Lehmann
Projektleiter
Tel. +41 (0)81 286 39 45
ralph.lehmann@htwchur.ch



Helene Blumer
Tel. +41 (0)81 286 37 75
helene.blumer@htwchur.ch

Big Data: Wertvolle Ressource oder Bedrohung?

Wo wir sind, was wir tun und mit wem wir kommunizieren wird heute routinemässig von zahllosen Geräten erfasst. Zudem können grosse Datenmengen immer einfacher gespeichert und mit immer ausgefeilteren Verfahren ausgewertet werden. Einige sehen darin ein enormes (wirtschaftliches) Potenzial, andere ein Damoklesschwert über der Privatsphäre und der persönlichen Freiheit.

Vor diesem Hintergrund untersucht das Schweizerische Institut für Entrepreneurship SIFE in Kooperation mit dem Ethik-Zentrum der Universität Zürich, dem Technology and Science Lab der Empa und der Schweizerischen Akademie der Technischen Wissenschaften (SATW) Big Data an der Schnittstelle zwischen Unternehmen und ihren Kunden. Mittels Fokusgruppen-Workshops und Interviews wurden fünf aktuelle und künftig mögliche Big-Data-Anwendungen erarbeitet, sowie acht ethische Normen und Werte identifiziert, die davon betroffen sein könnten.

Fünf Big-Data-Anwendungen für Unternehmen

Debitorenausfälle verhindern

Mit Big Data können Unternehmen die Bonität ihrer Kunden überprüfen. Für das sogenannte Social-Scoring werden auch scheinbar irrelevante Daten herangezogen, z.B. das Surf- und Suchverhalten im Internet, technische Daten des verwendeten Computers oder die Art und Weise, in der ein Webformular ausgefüllt wird.

Risikomanagement verbessern

Versicherer können dank Big Data das Risiko eines Schadenfalls oder einer Krankheit individuell abschätzen und die Versicherungsprämie entsprechend anpassen. Sensoren im Auto liefern Informationen zum Fahrverhalten, Fitness-tracker und Erbgut-Analyse bzgl. der Gesundheit.

Angebotskonditionen massschneidern

Mittels Big-Data kann die Zahlungsbereitschaft jedes Kunden individuell bestimmt werden. Es ist denkbar, dass individuelle Preise dank Gesichtserkennung und iBeacons auch im stationären Handel ankommen – online sind sie bereits Realität.

Effizienz der Werbemassnahmen steigern

Dank Big Data können potenzielle Kunden gezielt angesprochen werden. Aus dem Kauf- und Suchverhalten wird auf relevante Angebote geschlossen – sogenanntes Targeting. Beim Emotional Targeting wird auch die aktuelle Gefühlslage des Kunden berücksichtigt.

Innovationen hervorbringen und neue Umsatzquellen erschliessen

Big-Data unterstützt Unternehmen bei der Produktentwicklung. Auch die Daten bilden eine Umsatzquelle, wenn sie weiterverkauft werden. Die Kommerzialisierung der Daten könnte finanziell sogar wichtiger werden, als das traditionelle Kerngeschäft.

Acht ethische Normen und Werte im Umgang mit Big Data

Schutz der Privatsphäre

Big-Data stellt den klassischen Datenschutz in Frage, der auf den Prinzipien Datenminimierung und Speicherbegrenzung beruht. Gerechtfertigt ist ein Eingriff in die Privatsphäre nur nach einer informierten Zustimmung des Kunden.

Gleichheit und Nichtdiskriminierung

Eine Gefahr der Diskriminierung besteht z.B. bei individualisierten Preisen. Die Zahlungsbereitschaft des Kunden darf in die Preisgestaltung einfließen, solange unverschuldete Notlagen nicht ausgenutzt werden und keine Monopole entstehen. Problematisch ist, wenn die Kunden nicht wissen, ob und aufgrund welcher Kriterien sie möglicherweise diskriminiert werden.

Informationelle Selbstbestimmung

Jeder hat das Recht, selbst über das Erheben, Speichern, Verwenden und Weitergeben persönlicher Daten zu bestimmen. Hierzu bedarf es der expliziten, informierten Zustimmung des Einzelnen.

Kontrolle der eigenen digitalen Identität

Big-Data machen es möglich, verschiedene Merkmale des Kunden zu einer digitalen Identität zu verdichten. Ethisch fragwürdig ist dies, wenn der Kunde davon nichts weiss und keine Möglichkeit hat, allfällige Fehler zu korrigieren.

Transparenz

Voraussetzung für die informierte Zustimmung ist Transparenz. Eine Hürde sind hier die oft sehr umfangreichen und für den Laien schwer verständlichen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Ferner hat das Unternehmen den Anspruch, die Algorithmen, mit denen die Daten bearbeitet werden, geheim zu halten.

Solidarität

Bei einer Versicherung darf eine Person auf Solidarität hoffen, wenn ihre Notsituation nicht selbstverschuldet ist. Mittels Big Data können gewisse Krankheiten zunehmend individuellen Verhaltensweisen zugeschrieben werden, was die Solidarität untergrabe kann.

Kontextuelle Integrität

Menschen geben in verschiedenen Lebensbereichen unterschiedliche Daten preis. Wenn die Verwendung der Daten nicht mehr der ursprünglichen Absicht entspricht, wird die kontextuelle Integrität verletzt – z.B. wenn Informationen aus dem Freundeskreis in die individualisierten Preise einfließen.

Eigentums- und Urheberrecht

Sowohl der Kunde, der die Rohdaten generiert, als auch das Unternehmen, das sie bearbeitet und nutzbar macht, sollten dafür entschädigt werden.

Fazit

Die Studie zeigt, dass die ethischen Auswirkungen von Big Data über die Verletzung der Privatsphäre hinausreichen. Big Data ist nicht inhärent unethisch – vielmehr müssen die Anwendungen einzeln auf ihre Auswirkungen überprüft werden. Dabei müssen die Ansprüche der Kunden mit den ebenso berechtigten Ansprüchen der Unternehmen abgewogen werden. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Daten liegt im Interesse der Unternehmen, schliesslich sind es die Kunden, die die Rohdaten liefern und Big-Data-Anwendungen überhaupt erst möglich machen. Gehen die Unternehmen damit unethisch um, laufen sie Gefahr, die gesellschaftliche Akzeptanz ihrer Tätigkeit – die sogenannte «license to operate» – zu verlieren.

Weitere Infos:



Prof. Dr. Christian Hauser
Projektleiter
Tel. +41 (0)81 286 39 24
christian.hauser@htwchur.ch

Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research (IECER) in Chur 2016

Die Kreativität des Schwarms

Warum nutzen Unternehmen Crowdfunding? Was sind die geeigneten Wege der Zusammenarbeit um innovativ zu sein? Und lässt sich mit der Sharing Economy wirklich Geld verdienen? Rund 60 Gäste aus dem In- und Ausland trafen sich für drei Tage an der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur und gingen der Frage nach, wie Unternehmen den digitalen Wandel meistern. Professor Peter Gloor vom Center for Collective Intelligence des Massachusetts Institute of Technology MIT (Cambridge, USA) überzeugte das Publikum mit Vergleichen aus der Tierwelt: «Eine einzelne Biene ist nichts, aber im Schwarm können sie Grosses vollbringen». Diese Kreativität von Schwärmen sollten auch Firmen in der Zusammenarbeit nutzen, um ihre Innovationen voranzutreiben. Die beiden Bündner Remo Frei und Curdegn Bandli der flink GmbH standen dem Publikum Rede und Antwort zu ihren vielfachen Crowdfunding-Erfolgen. Das Gala Dinner in Laax, Einblicke in die Tourismusregion und die Verleihung des «Best-Paper Awards» rundeten das Programm ab.

Bild unten:
Verleihung des «Best-Paper Awards»



Bild oben:
Gespannte Zuhörer an der IECER-Konferenz

Interdisziplinäre Entrepreneurship-Konferenz

Die interdisziplinäre Entrepreneurship-Konferenz IECER wurde im Jahr 2003 ins Leben gerufen, um aktuelle Problemstellungen rund um das Unternehmertum aus verschiedenen Fachdisziplinen zu diskutieren. In den letzten Jahren hat die Tagung in Amsterdam, Brescia, Montpellier, München und Regensburg. Seit 2013 wird die Konferenz geleitet von Prof. Dr. Frank Lasch, Montpellier Business School, und Prof. Dr. Kerstin Wagner, Leiterin des Kompetenzfelds Digitale Strategien im Schweizerischen Institut für Entrepreneurship SIFE der HTW Chur. Die diesjährige Konferenz stand unter dem Motto «Change», entsprechend dem zurzeit im Wandel stehenden Unternehmertum. Im Jahr 2017 wird sie in Siegen in Deutschland stattfinden.

Weitere Infos:



Prof. Dr. Kerstin Wagner
Projektleiterin
Tel. +41 (0)81 286 39 82
kerstin.wagner@htwchur.ch



Bild oben:
Gruppenfoto IECER 2016
(Michael Forster)

Bild unten:
Jürg Kessler bei der Begrüssung
(Michael Forster)



Publikationen

Forschungsfeld Innovation

Publikationen 2016
Deflorin, P. (2016): Industrie 4.0: Die vierte industrielle Revolution durch Innovationen anstossen. Blog Südostschweiz. 03.05.2016.
Deflorin, P. (2016): Innovativ - wie geht das? Kolumne #machdichschlau Südostschweiz, 03.05.2016.
Deflorin, P. (2016): Unterwegs zum revolutionären Akkordeon. Blog Südostschweiz. 03.05.2016.
Deflorin, P. (2016): Unterwegs zum revolutionären Akkordeon. Wissensplatz HTW Chur.
Golini, R., Deflorin, P. and Scherrer, M. (2016) , „Exploiting the potential of manufacturing network embeddedness: an OM perspective“, International Journal of Operations and Production Management, Vol. 36 Iss 12., 1741 - 1768.
Jenni, U (2016): Altes zerstören, Neues schaffen. Kolumne Ausgejammert Südostschweiz. 04.03.2016
Jenni, U (2016): Eine Revolution ab und zu. Kolumne Ausgejammert Südostschweiz. 01.04.2016
Jenni, U (2016): Silicon Valley in Graubünden. Kolumne Ausgejammert Südostschweiz. 11.03.2016
Jenni, U (2016): „Vergessen du musst...“. Kolumne Ausgejammert Südostschweiz. 18.03.2016
Kappeler, U. (2016): Unternehmermagazin LEADER, Spezialbeilag Ostschweiz, Interview, Februar 2016
Kappeler, U. (2016): Handelszeitung Spezial FH-Absolventen - vom Studenten zum Unternehmer, 19. Mai 2016
Kappeler, U. (2016): Diverse Artikel in Zeitungen im Einzugsgebiet der prämierten Studierenden im Rahmen des Businessplan Wettbewerbs
Küng, B. & Ruschetti, P. (2017): Im Winter im Schnee – im Sommer am See: Mitarbeiter-Sharing – ein neues Arbeits- und Kooperationsmodell in der Saisonhotellerie. Erich Schmidt Verlag , Berlin
Küng, B. (2016): Firmengründung in einem schwierigen Umfeld als Chance. Magazin Gründen 4.0.
Küng, B. (2016): Mitarbeiter-Sharing im Tourismus. DGT Tagungsbuch.
Küng, B. (2016): Sharing anstatt Konkurrenz: Im Sommer am See, im Winter im Schnee. Jahresbericht Vereinigung diplomierter Hoteliers-Restaurateurs SHV/Hotelmanager HF-NDS 2016.
Scherrer-Rathje, M. and Deflorin, P. (2016): “Linking QFD and the Manufacturing Network Strategy: Integrating the site and network perspectives“, International Journal of Operations and Production Management (IJOPM), Forthcoming.
Szasz, L., Scherrer-Rathje, M., Deflorin, P. (2016), “Benefits of internal manufacturing network integration: the moderating effect of country context“, International Journal of Operations and Production Management (IJOPM), 36, 757-780.

Forschungsfeld Digitale Strategien

Publikationen 2016
Beier, M. & Aebli, A. (2016): Who Uses Mobile Apps Frequently on Vacation? Evidence from Tourism in Switzerland. In: A. Inversini, R. Schegg (Eds.) Information and Communication Technologies in Tourism 2016, Springer International Publishing Switzerland, pp. 549-562.
Beier, M. & Wagner, K. (2016): Social Media Adoption: Barriers to the Strategic Use of Social Media in SMEs. Proceedings of the European Conference on Information Systems (ECIS), Istanbul.
Beier, M. & Wagner, K. (2016): User Behavior in Crowdfunding Platforms - Exploratory Evidence from Switzerland. Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS) 2016, Hawaii.
Beier, M. & Wagner, K. (2016): Was hält Schweizer KMU davon ab, Social Media zu nutzen? Tagungsband Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI) 2016, Ilmenau.
Beier, Michael (2016): Exploration and Exploitation in Relationship Portfolios of Young Enterprises: A Computer Simulation. SSRN Electronic Journal.
Früh, S. (2016): Beim Crowdfunding ist auch Experimentierlust gefragt. Magazin Gastro Info & News von Gastro-Graubünden. 1.12.2016.
Früh, S. (2016): Crowdfunding - Ein innovativer Weg zur Finanzierung. Magazin Gastro Info & News von Gastro-Graubünden. 1.09.2016.

Forschungsfeld Internationalisierung

Publikationen 2016
Dahinden, U., Francolino, V., Hauser, C. & Nieffer, R. (2016). Whistleblower und Medien in der Schweiz – Situationsanalyse und Empfehlungen für die Zukunft. Chur: HTW Chur Verlag.
Hauser, C., Beier, M. & Hogenacker, J. (2016): Domestic business-to-business relationships and the internationalisation of SMEs: Evidence from Switzerland, in: International Journal of Entrepreneurial Venturing, Vol. 8, No. 1, pp.84–101.
Hauser, C., Hogenacker, J. & Lehmann, R. (2016): Entering emerging markets: A matter of opportunity orientation and willingness to take risks?, in: International Journal of Entrepreneurship and Small Business, Vol. 29, No. 1, pp.25–45.
Hauser, C., Derungs, C; Schillo, K. & Wellinger, D. (2016): Evaluierung der Bundeszuwendungen an die deutschen Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen (AHKs).
Hauser, C. (2016): Exporteure schöpfen Potenzial des Internets nicht aus, in: Die Volkswirtschaft, 89. Jahrgang, Nr. 1/2.
Hauser, C., Derungs, C. & Wellinger, D. (2016): Exportförderer: Je höher der Staatsanteil, desto ausgeprägter die Erfolgskontrolle, in: Die Volkswirtschaft, 89. Jahrgang, Nr. 8/9.
Hauser, C., Hogenacker, J. & Wagner, K. (2016): Innovation und Export von KMU des Verarbeitenden Gewerbes in der Europäischen Union, in: Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship (ZfKE), Vol. 64, No. 2, pp. 81–102.
Lehmann, R., Heinzle, M., Horrer, L., Zogg, K. (2016): Exportunternehmen setzen auf Swissness, in: Die Volkswirtschaft 3 / 2016, S. 52.
Lehmann, R. (2016): Wer hat’s erfunden? - Der Wert der Swissness im internationalen Marketing, in: Montagna, 7, 2016, S. 4.

Konferenzen und Referate

Forschungsfeld Innovation (Auszug)

Konferenzen und Referate 2016

Bau, F. (2016): Leadership Forum 2016 - Kadertagung des Kantons Graubünden, 16./17.06.2016, Valbella. Vortragstiel: Strategieimplementierung: Und dann kommt alles anders.

Bau, F. (2016): Unterstützungsangebote zur Unternehmensnachfolge. Beobachtungen und Schlussfolgerungen bei 12 Einrichtungen der öffentlichen Wirtschaftsförderung in fünf Alpenländern. 15.10.2016, München. Alp Café im Projekt C-TEMAlp. Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern.

Deflorin, P. (2016): Digitalisierung und Vernetzung der Wertschöpfungskette. F&E-Konferenz zur Industrie 4.0. Windisch, 19. Januar 2016.

Deflorin, P. (2016): Industrie 4.0: Chance für den Wirtschaftsstandort Schweiz. Referate Rotarier Chur und Bad Ragaz.

Deflorin, P. (2016): Wertschöpfungsketten: digital und vernetzt. Antrittsvorlesung zur Privatdozentin Universität Zürich. 07.11.2016.

Deflorin, P., Scherrer-Rathje, M., Szász, L.: The impact of product related complexity on knowledge sharing and plant performance in manufacturing networks. European Operations Management Association (EUROMA). Trondheim, Norway, 2016.

Kappeler, U. (2016): Laudatio Innovationspreis Engadin Val Müstair

Kappeler, U. (2016): Workshop Geschäftsmodelle Jungunternehmerforum Graubünden

Küng, B. (2016): Inputreferat „KMU-Zentrum Graubünden goes digital“. Chur, September 2016

Küng, B. (2016): Inputreferat «Megatrend Sharing Economy», KMU Netzwerk Graubünden, Chur, Juli 2016

Küng, B. (2016): Jungunternehmerforum Graubünden

Küng, B. (2016): Mitarbeiter-Sharing in der Hotellerie. Referat im Rahmen des Skal-Clubs Engadin. Samedan, März 2016

Küng, B. (2016): Neue Geschäftsmodelle für Graubünden. Forum Surselva, November 2016.

Küng, B. (2016): Suisse Emex, Zürich

Küng, B. (2016): „Im Sommer am See, im Winter im Schnee. Neue Arbeitsmodelle dank Kooperation“, Gastvorlesung an der Höheren Tourismusfachschule Samedan, November 2016.

Küng, B. (2016): „Kooperationen“, Workshop im Rahmen des Schweizer Tourismus Forums des Staatsekretariats für Wirtschaft Seco, Bern, November 2016.

Lombriser, R, Ziltener, A. (2016): Geschäftsmodell-Entwicklung im KMU: Die Rolle des VR und der GL. International Council for Corporate Governance, annual meeting, ICfCG. Kloten, 19. November 2016

Lombriser, R., Schillo, K., Ziltener, A. (2016): Technology-related Diversification of Companies with Narrow Market Scope. Institute for Small Business and Entrepreneurship World Conference ISBE. Paris, October 27 - 30, 2016

Pümpin, C, Ziltener, A. (2016): Strategie und Wachstum im Kontext der Nachfolgeplanung. Nachfolgekonferenz, Lilienberg. Ermatingen, 26. April 2016

Scherrer-Rathje, M., Deflorin, P., Szász, L. (2016): Prerequisites for a beneficial knowledge transfer between manufacturing plants. 5th World Conference on Production and Operations Management. Havana, Cuba, 2016.

Schillo, K., Ziltener, A. (2016): Lead user method in the early stage of the diversification process. International Council for Small Business World Conference. New York, June 15 - 18, 2016

Wellinger, D.; Jüttner, J. & Schlange, L.E. (2016): Responsible Management Education in the Service Sector: Developing Design Tools for Sustainable Services., Referat an der Responsible Management Education Research Conference, 10.11.2016, Krems

Ziltener, A. (2016): Dienstleistungsinnovation - Herausforderungen und Lösungsansätze für die Schweizer Wirtschaft. Rotary Club Zürich Oberland, Wetzikon, 13.09.2016

Ziltener, A. (2016): Innovation Strategy in a Digital World.IMD Lausanne, June 20, 2016

Ziltener, A. (2016): Service Innovation Lab -Plattform zur Entwicklung von besseren und innovativeren Geschäftsmodellen. Tourismus Trend Forum. Chur, 1. Dezember 2016

Bild rechts:
Karin Schillo und Andreas Ziltener nehmen den ISBE Best Paper Award in Empfang.



Forschungsfeld Digitale Strategien (Auszug)

Konferenzen und Referate 2016
Beier, M. & Wagner, K. (2016): Social Media Adoption: Barriers to the Strategic Use of Social Media in SMEs. European Conference on Information Systems (ECIS), June 2016, Istanbul.
Beier, M. & Wagner, K. (2016): User Behavior in Crowdfunding Platforms - Exploratory Evidence from Switzerland. Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), January 2016, Hawaii.
Beier, M. & Wagner, K. (2016): Was hält Schweizer KMU davon ab, Social Media zu nutzen? Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI), März 2016, Ilmenau.
Beier, M. (2016): Social Day 2016 der Evangelischen Hochschule Darmstadt, Vortrag zu „Digitale Strategien für Nonprofit Organisationen Anfang des 21. Jahrhunderts“, Darmstadt, November 2016
Beier, M., Früh, S. & Wagner, K. (2016):“Reward-Based Crowdfunding on its Way to Maturity! Analysis of Developmental Patterns“, 14th Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research, Chur, September 2016
Beier, M., Wagner, K. (2016): User! Conference Stanford University, Stanford, June 2016.
Früh, S. (2016): Jahresversammlung hotellerieusesuisse Graubünden, Vortrag zu „Crowdfunding als Innovations- und Marketingtool für Hotels“, Madrisa, September 2016
Früh, S. (2016): Jungunternehmerforum Graubünden, Vortrag zu „Crowdfunding – Chancen und Risiken für Unternehmen“, Chur, Oktober 2016
Früh, S. (2016): Performance Marketing Insight, Amsterdam, Juni 2016
Früh, S. (2016): Programmatic Advertising Day, Zurich, November 2016
Früh, S. (2016): Pubcon Las Vegas 2016 Conference, Las Vegas, Oktober 2016
Früh, S. (2016): Social Day 2016 der Evangelischen Hochschule Darmstadt, Vortrag zu „Crowdfunding für Stiftungen und Nonprofit Organisationen“, Darmstadt, November 2016

Forschungsfeld Internationalisierung (Auszug)

Konferenzen und Referate 2016
Hauser, C. (2016): Anti-corruption efforts in Swiss companies: challenges and experiences, Presentation given at the event of the Global Compact Network Switzerland: Veranstaltung zum 10. Prinzip, 09 March 2016, Zürich.
Hauser, C. (2016): Anti-corruption efforts in Swiss companies: challenges and experiences, Presentation given at the event of the Global Compact Network Switzerland: Veranstaltung zum 10. Prinzip, 25 April 2016, Genf.
Hauser, C. (2016): Chancen und Herausforderungen des internetbasierten Exports, Speech given at the 7. Exportmarktplatz, 02 June 2016, Schaan.
Hauser, C. (2016): Compliance als Herausforderung und Chance, Speech given at the event Compliance-Verantwortung der Spediteure, Universität Luzern, 14 October 2016, Luzern.
Hauser, C. (2016): Corporate Responsibility Aktivitäten international tätiger Unternehmen – «Ticken» Familienunternehmen anders?, Presentation given at the Konferenz der deutschsprachigen Forschungszentren und Institute für Familienunternehmen 2016, 07-08 March 2016, Siegen.

Hauser, C. (2016): Corporate social responsibility activities in international markets: What role does firm size play? Paper presented at the 2016 ICSB World Conference, 15-18 June 2016, New York/New Jersey.
Hauser, C. (2016): Do firms proactively train their employees to prevent corruption in their international operations?, Presentation given at the OECD 2016 Integrity Forum, 19-20 April 2016, Paris.
Hauser, C. (2016): Entwicklung der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen dem deutschsprachigen Raum und Lateinamerika, Speech given at the 6th Cologne Latin America Symposium (CLAS), 02-04 November 2016, Cologne.
Hauser, C. (2016): Ethische Grenzen bei der kommerziellen Datennutzung, Presentation given at the seminar Das Annual Meeting des World Economic Forum – nur Glamour und Visitenkarten?, 28.04.2016, Davos.
Hauser, C. (2016): Fighting against corruption: Does anti-corruption training make any difference?, Paper presented at the 40th Anniversary of the Center for Business Ethics, 25-26 July 2016, Waltham, MA.
Hauser, C. (2016): Firms’ approach to corruption risk management and the effectiveness of anti-corruption training, Presentation given at the 6th International Disaster and Risk Conference (IDRC) Davos 2016, 29 August 2016, Davos.
Hauser, C. (2016): Internationalisation of business and corruption: Experience of Swiss SMEs and multinationals, Lecture given at the Universität Basel, 29 January 2016, Basel
Hauser, C. (2016): Internetbasierter Export: Ungenutztes Potential für KMU?, Presentation given at the event of Switzerland Global Enterprise: 3rd Academic Get-together, 31 March 2016, Zürich.
Hauser, C. (2016): La empresa como eje de una economía sólida: El Mittelstand en Alemania, Speech given at the conference Better policies for innovative and dynamic Latin American SMEs, 27 September 2016, Montevideo.
Hauser, C. (2016): La lucha empresarial contra la corrupción: enfoques y experiencias europeos, Speech given at the Deutsch-Uruguayische Industrie- und Handelskammer, 28 September 2016, Montevideo.
Hauser, C. (2016): Políticas de apoyo a la innovación en Alemania, Presentation given at the seminar Políticas de apoyo a la innovación: ¿podemos mejorar su impacto en PYMES? 28 September 2016, Montevideo.
Hauser, C. (2016): Siemens, UBS, FIFA, VW... Compliance – Überfällige Zähmung der Wirtschaft oder neue Form des Wirtschaftskrieges?, Presentation given at the seminar Das Annual Meeting des World Economic Forum – nur Glamour und Visitenkarten?, 28.04.2016, Davos.
Hauser, C. (2016): U.N. PRME Business Integrity Action Center: Purpose and Activities, Speech given at the SwissHoldings Working Group Compliance meeting, 23 September 2016, Bern.
Hauser, C. (2016): Whistleblowing-Meldestellen bei Unternehmen und Medienhäusern in der Schweiz, Speech given at the IDAG Korruptionsbekämpfung Plenarsitzung: Whistleblowing in der Privatwirtschaft, 23 November 2016, Bern.
Hauser, C. (2016): Whistleblower und Medien in der Schweiz, Presentation given at the Compliance Roundtable, 11 April 2016, Zürich (with Nieffer, R.).
Lehmann R. (2016): International Market Selection, Referat, MedTech Seminar, Aarau 2016

Durchführung von Events des KMU-Zentrums Graubünden

Die Veranstaltungen des KMU-Zentrums Graubünden standen im Berichtsjahr ganz im Zeichen der bereits fünften Austragung der Eventserie «topKMU» sowie des Formats «KMU-Zmorga», dem informativen Frühstückse-

vent für Unternehmer aus der Region. Die insgesamt sechs Anlässe (fünf topKMU-Expeditionen zu Unternehmen aus dem KMU-Zentrum-Netzwerk sowie ein KMU-Zmorga am Standort HTW Chur) waren alle gut besucht bzw. ausgebucht.

Die Anlässe 2016 im chronologischen Überblick:

Datum	Thema des Events	Ort
28.02.2016	topKMU-Event bei der Uffer Holz AG: Aus eigener Kraft - Ressourcen, auf die Graubünden bauen kann. Referate von Enrico Uffer (Inhaber) und James Cristallo.	Savognin
08.03.2016	KMU-Zmorga „Nachfolge ist weiblich“ anlässlich dem Tag der Frau, gemeinsam mit der Frauenzentrale Graubünden. Referat von Carla Kaufmann, geschäftsfrau.ch	Chur
04.04.2016	topKMU-Event bei der Gritec AG: Technologielösungen der Zukunft aus Grösch. Referat von Urs Müller, Georg Gujan und Kurt Schwendener (alle GL)	Grösch
05.05.2016	topKMU-Event bei der Fischer Logistik AG: Clevere Wachstumsstrategien: Von Graubünden aus die Schweiz erobern. Referat von Urs Schädler, CEO und Inhaber.	Chur
15.09.2016	topKMU-Event bei der Bartholet Maschinenbau AG, gemeinsam mit Switzerland Global Enterprise (S-GE): Wie der Markteintritt in Fernen Ländern gelingen kann. Referate von Roland Bartholet (VRP), Julie Bächthold (S-GE), Michael Kühn (Senior Consultant)	Flums
20.10.2016	topKMU-Event bei der Axpo Tegra AG: Energie aus Holz. Referat von Raffael Mark (CEO)	Domat/Ems

Weitere Infos:

www.kmuzentrum.ch • Info-Line: 081 286 24 14 • info@kmuzentrum.ch



Michael Forster
Leiter Events
Tel. +41 (0)81 286 24 09
michael.forster@htwchur.ch



Bild oben:
KMUZmorga: „Nachfolge ist weiblich“.



Bild unten:
Kurt Schwendener
beim Referat am
topKMU-Event bei der
Gritec AG in Grösch.

Networking-Aktivitäten und Kooperationen

Das SIFE-Team hat auch 2016 an diversen Anlässen rund um die Themen Innovation, Gründung & Wachstum, Digitale Strategien und Internationalisierung teilgenommen, um das Netzwerk an Wissens- und Kompetenzträgern zu erweitern und zu pflegen. Nachstehend ein Auszug an besuchten Veranstaltungen im Jahr 2016.

Auszug aus den Networking-Aktivitäten 2016
Jungunternehmerforum Graubünden (Urs Kappeler, Brigitte Küng)
Lange Nacht der Karrieren, HTW Chur (Michael Forster)
GEW - Global Entrepreneurship Week (Urs Kappeler)
Best Businessplan 2016 (Businessplanwettbewerb der HTW Chur) (Urs Kappeler)
IECER Konferenz 2016 (Kerstin Wagner, Michael Beier, Michael Forster, Sebastian Früh)
KMU-Zmorga «Nachfolge ist weiblich?»; KMU-Zentrum Graubünden. Chur, Juli 2015



Abbildung links:
Referat von Carla
Kaufmann im
Rahmen des KMU-
Zmorga „Nachfolge
ist weiblich“.



Abbildung rechts:
Urs Schädler beim
Referat am topKMU-
Event bei der Hans
Fischer Logistik AG
in Chur.

Mitwirkung in externen Gremien und Projekten

Prof. Dr. Frank Bau – ist Member of the Board of Reviewers, Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research (IECER) – ist Jurymitglied des European Change Communications Award 2014	Brigitte Küng – ist Vorstandsmitglied im Verein Mitarbeiter-Sharing – ist Mitglied im Verein Sharecon
Prof. Dr. Patricia Deflorin – ist Mitglied des wissenschaftlichen Komitees der European Operations Management Association (EUROMA) – ist Mitglied des Design-Teams der International Manufacturing Strategy Survey (IMSS)	Prof. Dr. Ralph Lehmann – ist Member of European Academy of Management – ist Member of European International Business Association – ist Member of Academy of International Business – ist Member of Switzerland Global Enterprise
Michael Forster – ist Prüfungsexperte der Privaten Mittelschulen Graubünden, Amt für Höhere Bildung	Ruth Nieffer – ist Mitglied des Compliance Round Table
Prof. Dr. Christian Hauser – ist Beirat connosco e.V., Köln – ist Vertrauensdozent und Mitglied des Auswahl-ausschusses der Konrad-Adenauer-Stiftung, Berlin – hat die akademische Co-Leitung des Forums Mittelstandsforschung inne – ist Mitglied der Ethik-Plattform der Schweizerischen Akademie der Technischen Wissenschaften (SATW) – ist Mitglied der UN PRME Working Group on Anti-Corruption – ist Mitglied des Compliance Round-Table – ist Mitglied von Ethics and Compliance Switzerland – ist assoziiertes Mitglied des Lateinamerika-Zentrums Zürich (LZZ), Universität Zürich	Prof. Dr. Kerstin Wagner – ist Mitglied des Präsidiums des Förderkreises für Gründungs-Forschung e.V. – hat die akademische Co-Leitung der Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research (IECER) inne – ist Vorstandsmitglied des Vereins Wasser für Wasser
Prof. Urs Jenni – ist Member of ECSB, European Council for Small Businesses – ist Mitglied der Swiss Technology Transfer Association (swiTT) – ist Mitglied der Expertenrunde Exportkontrolle des Vereins Netzwerke Logistics (VNL)	Prof. Dr. Andreas Ziltener – ist Member of ICSB, International Council for Small Businesses – ist Mitglied des Förderkreises für Gründungs-Forschung e.V. – ist Mitglied der Regionalgruppe Fünfländerblick des Unternehmerforums Lilienberg – ist Experte (Reviewer) der österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft FFG – ist Mitglied des CTI Entrepreneurship - Lead Trainer HSG – ist Verwaltungsrat der Katholischen Kirchgemeinde Region Rorschach
Prof. Urs Kappeler – ist Vorstandsmitglied von SwissParks.ch – ist Mitglied des Expertenpools der Stiftung KMU Next – ist Mitglied von Swissparks - dem Verband der Schweizer Technologieparks und Gründerzentren – ist Mitglied von KMUNext - das Netzwerk für KMU Nachfolge	Das SIFE – ist als Institution Mitglied im Verein Netzwerk Logistik (VNL), KTI F&E-Konsortium – ist institutionelles Mitglied des Förderkreises für Gründungs-Forschung e. V.

Forschungskooperationen

Im Rahmen der Forschungstätigkeit pflegt das SIFE Kooperationen zu externen Institutionen:

- Ludwig-Maximilians-Universität München, Lehrstuhl für Wirtschaftsgeografie
- CEWAS the international centre for water management services, Willisau
- Lehrstuhl für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und insbesondere Unternehmensnachfolge, Universität Siegen
- Institut für Mittelstandsforschung (IfM), Bonn
- Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO, Stuttgart
- Institut für Entrepreneurship, Hochschule für Wirtschaft, Freiburg
- Montpellier Business School, GSCM, Montpellier
- KMU-HSG, Universität St. Gallen
- Institut für Technologiemanagement ITEM, Universität St. Gallen
- Institut zur Zukunft der Arbeit IZA, Bonn
- Universität Regensburg
- Università Cattolica di Brescia
- Schweizerische Akademie der Technischen Wissenschaften (SATW)
- Ethik-Zentrum der Universität Zürich
- Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie
- Eidgenössische Materialprüfungs- und Forschungsanstalt (Empa)
- Wirtschaftsuniversität Wien, Institut für KMU-Management
- Technology and Science Lab der Empa

Lehre

Lehrveranstaltungen des SIFE

Das SIFE vertieft seine Kompetenzen der einzelnen Schwerpunktthemen Innovation, Gründung & Wachstum sowie Internationalisierung nicht nur in der Forschung, sondern bringt das Know-how auch in die Lehre ein. Erfahrene Dozentinnen und Dozenten unterrichten im Bachelor- und Master-Studiengang der HTW Chur sowie in externen Studiengängen und Weiterbildungslehrgängen.

2014 folgte als logischer Schluss die organisatorische Eingliederung des konsekutiven Master-Lehrgangs «New Business» ins SIFE. Von Anfang an wurde der Master-Lehrgang konsequent an den Kompetenzfeldern des SIFE ausgerichtet und vermittelt dadurch betriebswirtschaftliche und strategische Kompetenzen, die für (zukünftige) Führungskräfte während des ganzen Lebenszyklus eines Unternehmens von Bedeutung sind.

Bachelor of Science in Business Administration, HTW Chur

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	Michael Forster Prof. Urs Kappeler Dr. Katrin Schillo
Business Plan	Prof. Urs Kappeler
Eventmanagement	Sebastian Früh
Innovationsmanagement	Prof. Dr. Andreas Ziltener Prof. Dr. Patricia Deflorin Prof. Urs Jenni
Integrative Unternehmensführung	Prof. Dr. Frank Bau
Organisation und Prozesse	Dr. Michael Beier
Personalführung	Prof. Dr. Frank Bau
Soft Skills Wirtschaftsethik	Ruth Nieffer
Strategisches Management	Prof. Dr. Andreas Ziltener Prof. Dr. Frank Bau
Vertiefung Entrepreneurship	Prof. Urs Kappeler

Master of Science in Business Administration «New Business», HTW Chur

Change Management	Prof. Dr. Frank Bau
Innovationsfinanzierung	Sebastian Früh
Innovationsmanagement	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Innovationsprozess	Prof. Urs Jenni
Internationales Marketing	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Internationales Umfeld	Prof. Dr. Christian Hauser
Leadership	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Nachhaltige Geschäftsentwicklung	Prof. Dr. Frank Bau
Neue Geschäftsmodelle	Prof. Dr. Kerstin Wagner
Organisational Development	Prof. Dr. Frank Bau
Organisationsentwicklung	Prof. Dr. Frank Bau
Research Design	Prof. Dr. Kerstin Wagner Prof. Dr. Patricia Deflorin
Specific Research Methods	Prof. Dr. Kerstin Wagner



Abbildung rechts:
Unterricht im konsekutiven Master “New Business”, mit Urs Jenni

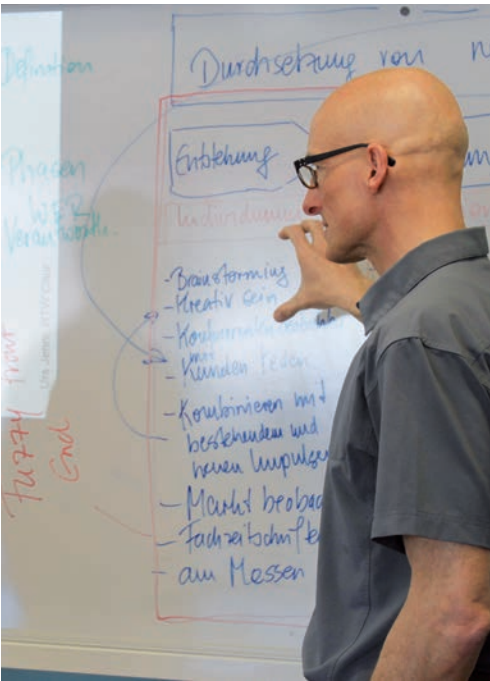
Weiterbildungslehrgänge (DAS, MAS, Executive MBA)

Das Schweizerische Institut für Entrepreneurship SIFE bietet selber keine Weiterbildungslehrgänge wie DAS, MAS oder EMBA an. Damit sind an der HTW u. a. das Institut für Management und Weiterbildung und das Institut für Tourismus und Freizeit beauftragt. In deren Weiterbildungslehrgängen sind SIFE-Mitarbeitende ebenfalls als Dozierende im Einsatz.

Digitale Strategien, Executive MBA – Digital Transformation, Zürich, HTW Chur	Prof. Dr. Andres Ziltener
Forschung & Entwicklung, MAS, Chur, Zürich, Rapperswil	Prof. Dr. Patricia Deflorin
Innovationsmanagement: Executive MBA Zürich, Rapperswil, Chur, HTW Chur	Prof. Urs Jenni Prof. Dr. Andreas Ziltener
Innovationsstrategie: Executive MBA – Strategisches Marketing, HTW Chur	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Innovationsstrategie: Executive MBA – General Management, HTW Chur	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Innovationsstrategie: Executive MBA – New Business Development, HTW Chur	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Innovationsmanagement: Produktentwicklung. EMBA – New Business Development, Intensivwoche Fraunhofer Institut IAO, Stuttgart	Prof. Urs Jenni
Innovationsmanagement, EMBA HTW Chur	Prof. Andreas Ziltener
Innovationsstrategie: Executive MBA Zürich, Rapperswil, Chur, HTW Chur	Prof. Urs Jenni Prof. Dr. Andreas Ziltener
Internationales Marketing, Executive MBA, HTW Chur	Prof. Ralph Lehmann
Nachfolgeplanung, Executive MBA, HTW Chur	Prof. Urs Kappeler
Unternehmensführung II, Business Planning: MAS Rapperswil und Chur, HTW Chur	Prof. Urs Kappeler
Wissens- und Innovationsmanagement	Brigitte Küng

Externe Lehraufträge

CTI Entrepreneurship	Prof. Dr. Kerstin Wagner
Master of Science in Engineering (MSE): Corporate Management & Entrepreneurship	Prof. Dr. Kerstin Wagner, Dr. Michael Beier, Sebastian Früh
Master of Science in Engineering (MSE): Global Market and Cross-Cultural Competence	Prof. Dr. Christian Hauser Prof. Ralph Lehmann
Master of Science in Engineering (MSE): Innovation & Change	Prof. Dr. Andreas Ziltener Prof. Urs Jenni
Master of Science in Engineering (MSE): International Business	Prof. Dr. Christian Hauser
NTB: Betriebswirtschaft und Integriertes Management (BIM I / BIM II)	Prof. Urs Kappeler, Prof. Dr. Patricia Deflorin, Dr. Katrin Schillo, Prof. Urs Jenni, Michael Forster, Brigitte Küng, Sebastian Früh, Helene Blumer
NTB: Modul Produkt- und Projektingenieur (PPI), Modulgruppenleitung, Einführungsmodul, Fallstudie Projektmanagement, Preis- und Angebotsgestaltung	Prof. Urs Jenni
Wissens- und Innovationsmanagement, Academy of Hotel Excellence, MAS, Bad Ragaz	Brigitte Küng



Abbildungen rechts:
Unterricht im konsekutiven Master "New Business", mit Urs Jenni



Betreuung von Bachelor-Thesen 2016

Betriebskonzept für das Familienzentrum Grabs als Kompetenzzentrum	Prof. Urs Kappeler
Blue Ocean Strategy – Ein völlig neues Managementkonzept?	Prof. Urs Kappeler
Vorteile und Risiken bei einer Namensänderung für ein Fachgeschäft	Prof. Urs Kappeler
Stellenwert des Humankapitals in der Zukunft.	Prof. Dr. Frank Bau
High Performance @ LGT: Konzept zur Verankerung und Weiterentwicklung, Massnahmen zur Stärkung einer High Performance Kultur	Prof. Dr. Frank Bau
Was ist der Generation Y (der AXA Winterthur) im Bezug auf die Work-Life-Balance wichtig?	Prof. Dr. Frank Bau
Ich mache mich selbständig - Von der Geschäftsidee zum erfolgreichen Eintritt in die Geschäftswelt	Prof. Urs Kappeler
(Entwicklung und Evaluierung von Handlungsvorschlägen für den eventuellen) Ausbau des Privatkundengeschäfts	Prof. Urs Kappeler
CONFIDA - Analyse der internen Personalstrukturen	Prof. Urs Kappeler
Systemvertrauen: Bedeutung eines konsistenten Honorierungssystems in Bezug auf Identifikation und Loyalität der Mitarbeitenden. Oder anders gefragt, was ist wichtiger: ein hoher oder ein gerechter Lohn?	Prof. Dr. Frank Bau
Export Spezialist für alle Business Units in der Logistik versus jetzige Order Processing Struktur	Prof. Urs Kappeler
Wertewandel und Trends bei der Wahl von Lebensmitteln (Tom Lardelli)	Brigitte Küng
Der ökonomische Nutzen der Telemedizin - Leistet Telemedizin einen Beitrag zur medizinischen Versorgung der Zukunft?	Prof. Urs Kappeler
Prozessoptimierung im Bereich Sicherheitstransporte	Prof. Urs Kappeler
Entwicklung eines neuen Pipeline-Managements von potenziellen neuen Mitarbeitenden für die Region Ostschweiz von UBS.	Prof. Dr. Frank Bau
Nachwuchsförderung der unter 35-Jährigen für die Gemeindeexekutive: Erstellung einer Bedürfnis-Analyse bei potenziellen Mandatsträgern	Dario Wellinger
Neue Wohnformen: Trägerinitiierte intergenerative Haus- und Siedlungsgemeinschaften oder Alterssiedlung / Alterswohnungen mit Serviceleistungen (vergleiche Bonacasa)	Prof. Urs Kappeler
Generationenwechsel bei Vereinen	Ruth Nieffer
CONFIDA - Analyse der internen Prozessabläufe	Prof. Urs Kappeler

Betreuung von studentischen Unternehmensprojekten und Businessplänen

BSc Consultants	Prof. Urs Kappeler
von Salis - Eventangebot	Prof. Urs Kappeler
Wine Tours	Prof. Urs Kappeler
Kassenlösung PepperPOS	Prof. Urs Kappeler
Ruanda Reisebüro	Prof. Urs Kappeler
Autofussmatten	Prof. Urs Kappeler
Memoria Biografie App für Menschen mit Demenz	Prof. Urs Kappeler
HPS Trübbach	Prof. Urs Kappeler
Gemeinde Klosters - Serneus	Prof. Urs Kappeler
SelfieBox	Prof. Urs Kappeler
TRIAAA Custom Snowshapes	Prof. Urs Kappeler
Fitnesscenter Rapperswil	Prof. Urs Kappeler
Hawaii	Prof. Urs Kappeler
Dropdown - Verwaltungssoftware	Prof. Urs Kappeler
Arbeitsschutz-Shop	Prof. Urs Kappeler
INPED - Personaldienstleistungen	Prof. Urs Kappeler
Confida	Prof. Urs Kappeler
Holz Boutique	Prof. Urs Kappeler

Betreuung von Master-Thesen 2016

Campus-Mobilität durch elektrische Mikrofahrzeuge	Prof. Dr. Kerstin Wagner
Country of Origin und Globale Wertschöpfungskette	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Digitalisierung in unterstützenden Bereichen	Prof. Dr. Patricia Deflorin
Effective virtual teams	Prof. Dr. Kerstin Wagner

Erfolgsfaktoren der digitalen Transformation - Ein Reifegradmodell für produzierende Unternehmen	Prof. Dr. Patricia Deflorin
Innovationsmanagement in der Immobilienwirtschaft	Prof. Dr. Andreas Ziltener
International After-Sales Services	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Lean Hotel: Werte schaffen und Verschwendungen vermeiden (Giada Maissen)	Brigitte Küng
MBO als Nachfolgeform bei Familienunternehmen	Prof. Dr. Frank Bau
Medieninhaltsanalyse Big Data: Big Data, Datenschutz und Privatsphäre in Schweizer und US-amerikanischen Zeitungen	Prof. Dr. Christian Hauser
Rahmenkonzept zur Einordnung von technologiebasierten Ideen	Prof. Urs Jenni
Risikominderung im Export mittels geografischer Diversifikation	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Rising Middle Class & Schweizer Exporteure	Prof. Dr. Ralph Lehmann

Betreuung von wissenschaftlichen Praxisprojekten im Master-Studiengang

Arabische Gäste: Analyse der Bedürfnisse und des Reiseverhaltens	Brigitte Küng
Schweizer Förderung der Start-up-Szene in Südafrika: Erfolge und Herausforderungen	Prof. Dr. Christian Hauser
Compliance-Geschäftsberichterstattung multinationaler Unternehmen	Prof. Dr. Christian Hauser
Nachhaltige Wertschöpfung BootCenter Konstanz	Ivan Nikitin
Online-Marketing	Ivan Nikitin
Swissness im internationalen Marketing – Tool zur Analyse der Herstellkosten	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Swissness im internationalen Marketing – Leitfaden zur Analyse der Swissness-Anforderungen	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Swissness - Wert der Marke Schweiz	Prof. Dr. Ralph Lehmann
iBeacons: Innovative Anwendungen von neuen Technologien in Graubünden.	Prof. Dr. Andreas Ziltener
International Software Pricing Strategy	Lutz Schlange
Entwicklung eines fairen und demokratischen Organisationsmodells	Lutz Schlange
Marktentwicklung Afrika – Entwicklung einer Markteintrittsstrategie im Segment Stromversorgung	Ivan Nikitin

Medienspiegel

2016 wurden SIFE-Mitarbeitende im Zusammenhang mit eigenen Forschungsprojekten, Veranstaltungen, Dienstleistungsmandaten oder Lehrveranstaltungen gemäss Argus Media Monitoring mehr als 300 Mal in verschiedenen

regionalen und nationalen Publikumszeitschriften und Zeitungen, in Online-Medien, im Radio oder TV erwähnt. Einige Impressionen aus der Medienlandschaft 2016 sind hier zusammengestellt.

Bündner Tagblatt

Bündner Tagblatt, 26.10.2016:
Jungunternehmerforum GR

Plattform für innovative Ideen und Ziele

Am vierten Bündner Jungunternehmerforum haben gestern angehende Unternehmer nicht nur sich vernetzt sowie Vorbilder und Motivatoren hemmegeriert, sondern auch Praxistipps zu Führung und Crowdfunding erhalten.

ANITA DINBERGER



Das Publikum bestimmt mit. Das Bündner Jungunternehmer 2016 von boyfresh mussten nicht nur eine Jury, sondern auch das Publikum überzeugen. JENSEN STREIBER/BOYFRESH

Boyfresh AG

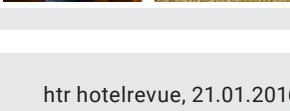
In seinem Online-Shop boyfresh verkauft Franco Jenal Spezialitäten von regionalen Produzenten aus der gesamten Schweiz. Der Shop ist mittlerweile seit gut 15 Monaten online und bietet unter dem Slogan «Culinaire» Produkte von und für 700 Anbieter, die alle auf der Plattform vorgestellt werden. Das Sortiment richtet sich nach der Saison. Vom Engadiner Single Malt über Appenzeler Delikatessfleisch bis hin zum Freiburger Yachter-Käse – es ist mehr als Geldstrom, umweltschonend und ressourcenschonend produziert sowie qualitativ hochwertiges Erzeugnis aus tiergerechter Haltung werden vom Produzenten zum Käufer geleitet.

Mit Erfolg befasste sich auch Ernst Wyssch in seinem Praxis-Referat. Um innovative und neue Produkte zu entwickeln, müssen Arbeitgeber «eine Atmosphäre schaffen, in der Menschen über sich hinauswachsen», so der Präsident von Hotellerieuisse Graubünden. Wichtig für Unternehmer sei, bereit zu sein, neue Ideen und neue Menschen an Bord zu nehmen und Ideen zu entwickeln und Ziele zu formulieren.

Professional Assistance Schlumpf

Bettina Schlumpf spielt immer dann ein, wenn es in einem Unternehmen Zeit oder Personal fehlt. Auf Stundenbasis übernimmt die gelernte Diätassistentin und Personalassistentin etwa zeitraubende administrative Arbeiten und dabei von der Ideenwelt, über die Planung, Koordination und Durchführung bis zur persönlichen Betreuung vor Ort. Mit einem Netzwerk an Partnern und Leistungsträgern sowie einer exklusiven Partnerangestellte gestalten sie für ihre Kunden individuelle Events. Ihre Passion sind Kollagen, die vor allem in der Gastronomie und im Einzelhandel gefragt sind. Sie betreiben auch eine kleine Kollagen-Workshop, in der sie Kunden und Mitarbeiter bei der Herstellung von Kollagen unterstützen.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.



Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Bündner Tagblatt

Bündner Tagblatt, 09.03.2016:
Tag der Frau

«Wir sind die Heldinnen unserer eigenen Geschichte»

Die Lohnleichheit von Frau und Mann ist das wohl meistdiskutierte Thema am Internationalen Tag der Frau. In Chur standen gestern indes die Themen Chancen und Mut im Vordergrund, und auch der Spass kam nicht zu kurz.

SILVIA KESSLER

Wenn sich die Frauenzentrale Graubünden (FG) mit Studentinnen der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Chur zusammensetzt, dann verpackt der 8. März Spanisches, das in Erinnerung bleiben wird. Vier verschiedene Events haben für den gestrigen Internationalen Tag der Frau an der HTW auf die Beine gestellt. Vor Anläufe, die ein unterschiedliches Publikum ansprechen und die – ob am frühen Morgen oder erst nach dem Einbruch der Nacht – für jede Frau «das Richtige» bieten. Seit etwa 20 Jahren sorgt die Frauenzentrale Graubünden dafür, dass der 8. März auch hierzulande Beachtung findet. «Wir machen uns jedes Jahr auf die Sache nach Partnern, mit denen sich spannende Aktionen umsetzen lassen», erklärt die FG-Geschäftsführerin und -Präsidentin Cathrin Rübe-Schleiss.

Aufschlussreiches Referat
Der Aktionstag 2016 startet bereits um 7.30 Uhr mit einem KMU-Führerstück zum Thema «Nachfolge ist weiblich». Die aus dem Kanton Argau stammende Unternehmerin Carla Kaufmann brachte den rund 30 Anwesenden die Plattform geschäftsfrau.ch näher, die Frauen die Chancen einer Unternehmensnachfolge aufzeigt. Speziell behandelt werde die familienexterne Nachfolge, denn die Zeiten, als nach 80 Prozent der Unternehmen an die Kinder weitergegeben werden seien, liegen rund 40 Jahre zurück. Heute seien es nur noch halbsow viel, «60 Prozent der Unternehmen brauchen somit andere Lösungen», rechnet die Referentin vor. Und aus eigener Erfahrung weist sie: «Frauen können einen Betrieb übernehmen und führen.» Am Anfang stehe der Glaube an sich selbst und das Wissen um den Prozess, der einer Unternehmensnachfolge vorausgehen müsse. Die Wirtschaftsprüferin Carla Kaufmann brachte den rund 30 Anwesenden die Plattform geschäftsfrau.ch näher, die Frauen die Chancen einer Unternehmensnachfolge aufzeigt. Speziell behandelt werde die familienexterne Nachfolge, denn die Zeiten, als nach 80 Prozent der Unternehmen an die Kinder weitergegeben werden seien, liegen rund 40 Jahre zurück.

Unita liest Boxerinnen «sprechen»
Auch die Gewerkschaft Unita brachte am 8. März die Anläufe der Frauen zu Gehör. Zwei überlebte-grosse Boxerinnen symbolisierten an der Ecke Bahnhof/Steinbockstrasse in Chur den Kampf der Frauen für gute Renten. Zudem sammelte die Unita Unterschriften für die Petition «Zwei Sonntagsverkäufe in Chur reichen».

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Die Teilnehmerinnen des Workshops haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert. Sie haben sich für das Thema «Wie man ein erfolgreiches Event organisiert» interessiert.

Ergründlicher 8. März: Auf das Referat von Carla Kaufmann (oben rechts) folgten auch die Organisatorinnen Ruth Nieffler, Dorisetta an der HTW, und Cathrin Rübe-Schleiss (unten von links) das Netzwerk, das auch in der Frauenwoche fortgesetzt wird (links). JESSICA OLYMPIA/STILVIA KESSLER

La Pagina da Surmeir

La Pagina da Surmeir, 25.02.2016:
Bericht Uffer

SAVOGNIN: center da cumpetenzza per biagier + energia

Codeschs plagns e visiuns anavant



Enrico Uffer vo er ve dallas visiuns cun sistem e consequenza. pb. Gievgia passada o l'unin cantunale da commers e mastrians organis ena dieta sot igli tettel «top KMU-events» ed an cooperaziun cun igli uffizi cantunals per economia e turissem e la HTW Coira a Savognin aint igli center da biagier ed energia. Chella dieta leva

tschnas e masangas, dad interesas d'immo-ghias, da bancas, d'igl uffizi cantunals, da biros d'architectura, da sieranzas etc. Ed els levan santer da James Cristallo, igli magnatschenta digl center da cumpetenzza biagier + energia e dad Enrico Uffer, dad direziun uffiz SA scu igli ena interespa masanga ainten ena regiun periferia chinta sen las agnas forzas

Bündner Tagblatt

Bündner Tagblatt, 26.04.2016:
Mitarbeiter-Sharing

Sharing als Chance für Arbeitnehmer, Unternehmen und den Staat

Mitarbeiter-Sharing im Tourismus: Die in Chur geborene Idee nimmt Fahrt auf. 2018 soll es schweizweit möglich sein, Fachkräften über die Saison hinaus Perspektiven zu bieten.

JULIAN REICH

Neu ist die Idee nicht. Im Gegenteil. Schon zu Anfang des 20. Jahrhunderts war es gang und gäbe, dass ganze Belegschaften von einem Hotel ins andere wechselten, je nach Saison: sommers im Engadin, winters in Lugano oder St. Petersburg wie es etwa Josef Giger tat, der später Erbauer des Hotels «Waldhaus» in Silvaplana. Was neu ist: das Internet und, damit eng verbunden, die sogenannte Sharing-Economy. Ob Uber, Airbnb oder – speziell in der Schweiz – die Plattform Mobility, der Trend geht weg vom Besitztum hin zur temporären Leihe. Was bei Gebrauchsgegenständen nahelegt, lässt sich auch auf Mitarbeiter übertragen. Seit September läuft ein Pilotprojekt an der HTW Chur unter dem Titel «Mitarbeiter-Sharing im Tourismus». Die Projektleitung hat Brigitte Kling von KMU-Zentrum Graubünden inne.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

htr hotelrevue

htr hotelrevue, 12.05.2016:
Mitarbeiter-Sharing

Mitarbeiter-Sharing in der Hotellerie

Vor dem Durchstart



Attraktive Jobs in attraktiver Umgebung: Das Mitarbeiter-Sharing der Kantone Tessin (links die Verzasca) und Graubünden (rechts die Rhod) macht es möglich. ANITA DINBERGER

Sharing erhält konkrete Konturen

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.



Mitarbeiter: der Saisonhotellerie kommen mit dem Sharing in den Genuss einer dauerhaften Beschäftigung. ANITA DINBERGER

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.

Das Projekt «Mitarbeiter-Sharing» der Kantone Graubünden und Tessin steht vor dem Durchstart. Die Finanzierung wurde durch die Plattform wird erarbeitet.



Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von 2010 bis 2015 an der HTW Chur als Lehrbeauftragte tätig. Sie ist auch als Beraterin für KMU-Unternehmen tätig. Sie ist die Gründerin des KMU-Zentrums Graubünden.

Brigitte Kling ist Inhaberin und Leiterin des KMU-Zentrums Graubünden. Sie war von

Persönliche Kontakte sind bei Bartholet entscheidend

Im Vordergrund steht bei der Bartholet Maschinenbau AG in Flums die Qualitätsarbeit nach schweizerischen Massstäben. Alle besonders anspruchsvollen und für die Sicherheit entscheidenden Bauteile entstehen in Flums. Beim Verkauf, wie das Beispiel Russland zeigt, braucht es den persönlichen Einsatz. Gestern hat Verwaltungsratspräsident Roland Bartholet seinen Schlüssel für erfolgreiche Geschäfte erläutert.



Von Flums nach Moskau: Roland Bartholet zeigt auf, wie seine Firma in Russland arbeitet.



Schweizer Arbeit: Präzision und Qualität bilden die Grundlage.

Bild: Axel Zimmermann

von Axel Zimmermann

Beindruckende Schweizer Industrieunternehmen waren gestern das Thema der ausserordentlichen Veranstaltung «Top KMU - Russland» des KMU-Zentrums Graubünden in Rapperswil, St. Gallen, bei der Bartholet Maschinenbau AG im Lechtal in Flums, hat Verwaltungsratspräsident Roland Bartholet über den Aufbau seiner Geschäftsbeteiligungen mit Russland referiert. Wiederholt hat er das Wort: «Die Schweiz ist zu teuer». Der Standort Flums mit seiner hochwertigen Industrieproduktion belegt, wie sich beim Rundgang gezeigt hat, dass bei Bartholet von der Schmelze über die Laserfertigung bis zur Grundbearbeitung ausgezeichnet gearbeitet wird.

Eine Stadthalb in Moskau
Die Kantine «Design by Penche» ist eine Design-Studio, die Schweizer-Design und die skandinavische Patrick King haben Roland Bartholet beim Markteintritt in Russland geholfen. Wichtig war, wie er erzählt, die Verflechtung persönlicher Kontakte. Dazu kann ein Ausflug von Moskau bis in den Fernen Osten Russlands, auf die riesige Halbinsel Kamtschatka nördlich von Japan, gehören. «Die Geschäftsleute und die Kultur der Russen gibt es zu respektieren. Am

Schluss geht es über die persönlichen Kontakte, erläutert Bartholet. An zwei Beispielen hat er gestern aufgezeigt, wie die Bartholet Maschinenbau AG Probleme nach Russland auflösen kann. Die nördlichste Sesselbahn in Kronok bei Murmansk funktioniert mit Schweizer Qualität aus Flums. In Moskau entsteht eine Stadthalb inklusive Seilbahn über den Fluss Moska und einen kleinen Berg hinauf, wo ein touristisches Skigebiet erschlossen wird. Diese Bahn dient gleichzeitig dem Tourismus wie den Stadtbewohnern. «Unsere Kantine, designed by Penche-Design-Studio, mitten in Moskau gefällt», sagt Roland Bartholet schmunzelnd.

«Die Flumser Kabinen mitten in Moskau gefallen.»
Roland Bartholet
Bartholet Maschinenbau AG

Die Fachpartnerin Irma sorgt für das Übersetzen Schweizerdeutsch Russisch. Bartholet verfügt über Büros in Moskau und Samara. Die ersten Kontakte zu Russland hergestellt hat der

Swiss Business Hub in Moskau, angesiedelt an der Schweizer Botschaft.

Alles beginnt mit der Qualität. Beim Verkauf ist das Netzwerk entscheidend», sagt Bartholet am Donnerstagmittag. Grundlage für hochwertige Seilbahnen und weitere Anlagen sind jeweils die raffinierte Technik, die ausgeklügelte Sicherheit und die beeindruckende Qualität der Flumser Arbeit und Innovation.

Von der Produktion über die Konfektionierung, das Messen und die Qualitätsicherung bis zu den fertigen Komfortseilen in VIP-Kabinen muss alles, bis auf den Transporteinfluss, stimmen. Darauf kann das Marketing, auch für Russland, aufbauen.

Optimismus für Russland
Die Bartholet Maschinenbau AG, Flums, ist eine internationale führende Unternehmung im Seilbahnbau. Seit dem Jahr 2013 ist Bartholet Seilbahnen in Russland in Betrieb. Beim Ausbau «Top KMU - Russland» war zum russischen Markt gesteuert zu erfahren. «Für das Jahr 2017 ist man sich weitgehend einig, dass sich die russische Wirtschaft wieder erholen sollte».

Der russische Markt bietet Chancen für Schweizer Exportfirmen, so auch für die Bartholet Maschinenbau AG in Flums.



Gefährdet wird bei Bartholet rund um die Uhr. Je nach Auslastung und Maschinen-einsatz gibt es bis zu Dreischichtbetrieb.

ACCESO AL CRÉDITO, FORMACIÓN EN EMPRENDERISMO Y ALTA CAPACITACIÓN GENERAL, LAS CLAVES PARA LAS MÁS CHICAS

Las Pymes y la innovación ponen en peligro a las grandes empresas

Son las que «mueven al mundo», según el especialista alemán Christian Hauser. Las Pymes, que en la gran mayoría de los países del mundo superan el 90% de las empresas, son las que generalmente lideran en innovación y emprendedurismo.

FOTO



Christian Hauser. Foto: archivo El País.

LUIS CUSTODIO - lcustodio@elpais.com.es/31 oct 2016

Gastro Graubünden, Nr 3: Crowdfunding Hotellerie & Gastronomie

20 CROWDFUNDING

Crowdfunding: Ein innovativer Weg zur Finanzierung

CROWDFUNDING IST AUCH FÜR HOTEL- UND GASTRONOMIEBETREIBERE EINE FORM DER FINANZIERUNG. WAS ES ZU RECHTEN GIBT, ERKLÄRT SEBASTIAN FRÜH, PRÄSIDENT DES KONFERENZSCHREIBERS «GASTRO GRAUBÜNDEN» AM 15. UND 16. OKTOBER 2016.

Sebastian Fröh, Präsident des Konferenzschreibers «Gastro Graubünden», erklärt, dass es sich bei Crowdfunding um eine Form der Finanzierung handelt, bei der viele kleine Beträge von einer großen Anzahl von Personen gesammelt werden. Dies kann für verschiedene Zwecke genutzt werden, wie zum Beispiel für die Finanzierung von Start-ups oder für die Finanzierung von Projekten in der Hotellerie und Gastronomie.

Ein Beispiel für ein erfolgreiches Crowdfunding-Projekt in der Hotellerie ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Lenz» in Lenzburg. Hier haben die Betreiber über Crowdfunding von über 1000 Personen Geld gesammelt, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein weiteres Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Chur», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein drittes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof St. Gallen», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein viertes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.O.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein fünftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.U.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein sechstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.S.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein siebtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.N.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein achtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.W.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein neuntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.X.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.Y.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein elftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.Z.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zwölftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.A.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein dreizehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.B.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein vierzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.C.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein fünfzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.D.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein sechzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.E.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein十七tes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.F.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein achtzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.G.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein neunzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.H.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zwanzigtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.I.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein einundzwanzigstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.J.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zweiundzwanzigstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.K.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein dreiundzwanzigstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.L.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

21

Crowdfunding: Ein innovativer Weg zur Finanzierung

Sebastian Fröh, Präsident des Konferenzschreibers «Gastro Graubünden», erklärt, dass es sich bei Crowdfunding um eine Form der Finanzierung handelt, bei der viele kleine Beträge von einer großen Anzahl von Personen gesammelt werden. Dies kann für verschiedene Zwecke genutzt werden, wie zum Beispiel für die Finanzierung von Start-ups oder für die Finanzierung von Projekten in der Hotellerie und Gastronomie.

Ein Beispiel für ein erfolgreiches Crowdfunding-Projekt in der Hotellerie ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Lenz» in Lenzburg. Hier haben die Betreiber über Crowdfunding von über 1000 Personen Geld gesammelt, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein weiteres Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Chur», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein drittes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof St. Gallen», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein viertes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.O.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein fünftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.U.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein sechstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.S.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein siebtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.N.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein achtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.W.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein neuntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.X.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.Y.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein elftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.Z.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zwölftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.A.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein dreizehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.B.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein vierzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.C.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein fünfzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.D.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein sechzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.E.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein十七tes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.F.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein achtzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.G.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein neunzehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.H.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zwanzigtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.I.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein einundzwanzigstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.J.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zweiundzwanzigstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.K.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein dreiundzwanzigstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.L.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein vierundzwanzigstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.M.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Wie fit sind die Unternehmen in der Surselva?

Am 11. Forum Surselva der Ilha hat eine hochkarätig besetzte Runde mit Professor Günter Faltnin das Thema «Entrepreneurship. Auf zu neuen Geschäftsideen» diskutiert. Dies mit besonderem Fokus auf die Surselva.

von Denise Alig

Erstmals in seiner Geschichte fand gestern das Forum Surselva der Junior Chamber International Surselva und der Regionalentwicklung Surselva im Rahmen der Ilhaer Gewerbeausstellung Ilha statt. Eine Kooperation, die nabelegt. Dient sich an der Ilha doch naturgemäss das meiste um Business, Unternehmertum, Geschäftsideen – um Wirtschaftsschicht.

Spannende Referate

Das Programm des diesjährigen Forums Surselva setzte sich zusammen aus dem Hauptreferat von Professor Günter Faltnin, Gründer der Trekmann, Unternehmensberater und Buchautor. Er sprach zum Thema «Wir sind das Kapital – Aufbruch in eine intelligente Ökonomie». Es folgten Kurzreferate von Hachar Bernet, dem Geschäftsführer der Madras Bergbahnen AG, Brigitte Küng, Projektleiterin am Schweizerischen Institut für Entrepreneurship der HTW Chur und Josef F. Gasser, Unternehmer und alt Nationalrat.

Der im letzten Jahr mit dem Pro-Informa-Kontroll ausgezeichneten Bernet sprach zum Thema «Erfahrung mit Herz» und seinem Verhalten. Madras noch behindertenfreundlicher zu machen. «Förderung von cleveren Jungunternehmern in Graubünden war das Thema von Brigitte Küng, und Gasser sprach über «Arbeitsplätze für die Regionen Graubünden». Es folgte eine von «Schweiz aktuell»-Redaktor Omar Sella moderierte Podiumsdiskussion zum Thema «Entrepreneurship. Auf zu neuen Geschäftsideen».

Gute Qualität, geringe Quantität
Erste Frage an die Runde: Wie nehmen die Referenten in der Surselva wahr? Bernet räumte ein, sich in der Surselva nicht besonders gut auszukennen. «Ich nehme insbesondere die



Regel Meinungsaustausch an der Ilha: Günter Faltnin, Josef F. Gasser, Brigitte Küng, Hachar Bernet und Omar Sella (von links).

Bild: Denise Alig

«Das offensichtlichste Potenzial der Surselva ist ihre Natur und ihre Urgeistigkeit.»

Günter Faltnin
Professor

Weisse Arena Gruppe als innovatives, nachhaltig denkendes und agierendes Unternehmen wahr», sagte er. Küng lobte die Qualität des Entrepreneurship in der Surselva. Diese sei sehr hoch, an Quantität könne die Region noch zulegen. «Bei unsern Firmen, die Geschäftsbaustein AG, in Ilanz

Arbeitsplätze geschaffen hat und einen Laden führt, bin ich viel besser mit den Unternehmen der Region vernetzt», sagte Gasser. Vorher sei es mehr der innere Zusammenhalt im Tal gewesen, der ihm aufgefalle sei.

«Positiv finde ich zudem das Herzblut, mit dem die einheimischen Gewerbetreibenden die Fussballstadion in Schilten realisiert haben.»

Potenzial der Natur nutzen
Faltnin betonte, das offensichtlichste Potenzial der Surselva sei «ihre Natur und ihre Urgeistigkeit». Dieses gelte es zu nutzen. Etwas bei Gründungen von neuen Unternehmen. Die Lebensqualität in den Bergen als Basis für eine Geschäftsidee zu nehmen, könne sich lohnen. «Dabei ist es in vielen Fällen naturnah, als Start-up-Unternehmen von Anfang an global aufzu-

stellen», so Faltnin. Unter anderem sei eine ansprechende, auch in Englisch gehaltene Website mit Web-Shops und E-Commerce, die auch humorvolle Ansätze aufweise, ratsam.

Wettlauf mit der Zeit
Aus der Sicht Faltnins läuft der Menschheit vor dem Hintergrund des globalen Klimawandels die Zeit davon. «Zurzeit sieht es so aus, als ob wir diesen Wettlauf verlieren würden». Es gelte, «aus der Spur zu treten und die alte Ökonomie aufzugeben», sagte Faltnin.

Der Professor, Unternehmer und Buchautor sieht denn die Zukunft der Menschen nicht in einer weitergehenden Urbanisierung. «Die Zukunft liegt nicht in den Städten», sagte er. Ein Satz, den das Publikum des Forums Surselva sicher nicht ungenutzt hörte.

Gastro Graubünden, Nr 4: Crowdfunding Hotellerie & Gastronomie

20 CROWDFUNDING TEIL 2

Beim Crowdfunding ist auch Experimentierlust gefragt

CROWDFUNDING IST AUCH FÜR HOTEL- UND GASTRONOMIEBETREIBERE EINE FORM DER FINANZIERUNG. WAS ES ZU RECHTEN GIBT, ERKLÄRT SEBASTIAN FRÜH, PRÄSIDENT DES KONFERENZSCHREIBERS «GASTRO GRAUBÜNDEN» AM 15. UND 16. OKTOBER 2016.

Sebastian Fröh, Präsident des Konferenzschreibers «Gastro Graubünden», erklärt, dass es sich bei Crowdfunding um eine Form der Finanzierung handelt, bei der viele kleine Beträge von einer großen Anzahl von Personen gesammelt werden. Dies kann für verschiedene Zwecke genutzt werden, wie zum Beispiel für die Finanzierung von Start-ups oder für die Finanzierung von Projekten in der Hotellerie und Gastronomie.

Ein Beispiel für ein erfolgreiches Crowdfunding-Projekt in der Hotellerie ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Lenz» in Lenzburg. Hier haben die Betreiber über Crowdfunding von über 1000 Personen Geld gesammelt, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein weiteres Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Chur», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein drittes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof St. Gallen», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein viertes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.O.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein fünftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.U.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein sechstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.S.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein siebtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.N.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein achtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.W.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein neuntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.X.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.Y.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein elftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.Z.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zwölftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.A.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

FORMEN DES CROWDFUNDING KURZ ERKLÄRT

Crowdfunding ist eine Form der Finanzierung, bei der viele kleine Beträge von einer großen Anzahl von Personen gesammelt werden. Dies kann für verschiedene Zwecke genutzt werden, wie zum Beispiel für die Finanzierung von Start-ups oder für die Finanzierung von Projekten in der Hotellerie und Gastronomie.

Ein Beispiel für ein erfolgreiches Crowdfunding-Projekt in der Hotellerie ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Lenz» in Lenzburg. Hier haben die Betreiber über Crowdfunding von über 1000 Personen Geld gesammelt, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein weiteres Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Chur», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein drittes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof St. Gallen», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein viertes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.O.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein fünftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.U.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein sechstes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.S.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein siebtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.N.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein achtes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.W.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein neuntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.X.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.Y.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein elftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.Z.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein zwölftes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.A.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

Ein dreizehntes Beispiel ist das Projekt «Hotel Schweizerhof Appenzel A.B.», bei dem die Betreiber ebenfalls über Crowdfunding Geld gesammelt haben, um die Renovierung des Hotels zu finanzieren.

AKTUELL 21

Patricia Stuppon Nachfolgerin von Georgette Dedal

Die 43-jährige Patricia Stuppon ist die Nachfolgerin von Georgette Dedal als Präsidentin des Konferenzschreibers «Gastro Graubünden». Sie wird am 15. und 16. Oktober 2016 die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» leiten.

Patricia Stuppon ist eine gebürtige Graubündnerin und hat in der Hotellerie und Gastronomie gearbeitet. Sie ist verheiratet und hat zwei Kinder. Sie ist eine sehr aktive Person und engagiert sich in verschiedenen Vereinen und Organisationen.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Die Konferenzschreiber «Gastro Graubünden» sind eine wichtige Institution in der Hotellerie und Gastronomie in Graubünden. Sie organisieren verschiedene Veranstaltungen und Konferenzen, die für die Branche von grossem Interesse sind.

Rekordspenden für gelähmten Dario

Für einen Bündner Querschnittsgelähmten und seine Familie wird derzeit kräftig Geld gesammelt. Noch nie kam auf der Crowdfunding-Plattform in so kurzer Zeit so viel zusammen.

ein aus i

5'000 Franken innerhalb von drei Tagen. Das ist absoluter Rekord auf unserer Crowdfunding-Seite», sagt Lukas Drost von 100days. «Ich denke sogar, dass dies ein schweizerweiter Rekord ist», sagt Sebastian Fröh von der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur. Die Rede ist von der Crowdfunding-Aktion für Dario Christen aus der Lenzenerheide. Seit einem tragischen Ski-Unfall im Frühling 2016 ist der 17-Jährige querschnittsgelähmt. Dario war kurz vor Ostern diesen Jahres mit Kollegen am Skifahren, als er bei einem misslungenen Sprung auf dem Genick landete. Seitdem kann er weder Arme noch Beine bewegen. Dies stellt nicht nur ihn, sondern seine gesamte Familie vor grosse Herausforderungen.

Fehler beheben!

Um der Familie unter die Arme zu greifen, hat Claudia Züllig, Gastgeberin des Hotels Schweizerhof auf der Lenzenerheide, am 15. August eine Crowdfunding-Aktion auf 100days für die Familie Christen gestartet. Im Schweizerhof arbeitet Darios Vater als Küchenchef. Bei der Aktion arbeitete Züllig eng mit der HTW Chur und Sebastian Fröh zusammen.

«Der erste Schritt ist geschafft», sagt Fröh. Mit jedem weiteren Franken trage man dazu bei, der Familie die Anzahlung für den Kauf einer rollstuhlgängigen, «Dario hat einen tragischen Unfall erlitten. Er ist jetzt in einer Rollstuhl gefangen. Er braucht einen Rollstuhl, der ihn in die Lage versetzt, wieder zu skifahren. Er braucht einen Rollstuhl, der ihn in die Lage versetzt, wieder zu arbeiten. Er braucht einen Rollstuhl, der ihn in die Lage versetzt, wieder zu leben. Er braucht einen Rollstuhl

Kontakt

Hochschule für Technik und Wirtschaft
HTW Chur
Schweizerisches Institut für Entrepreneurship
Comercialstrasse 22
7000 Chur

www.sife.ch
E-Mail: sife@htwchur.ch

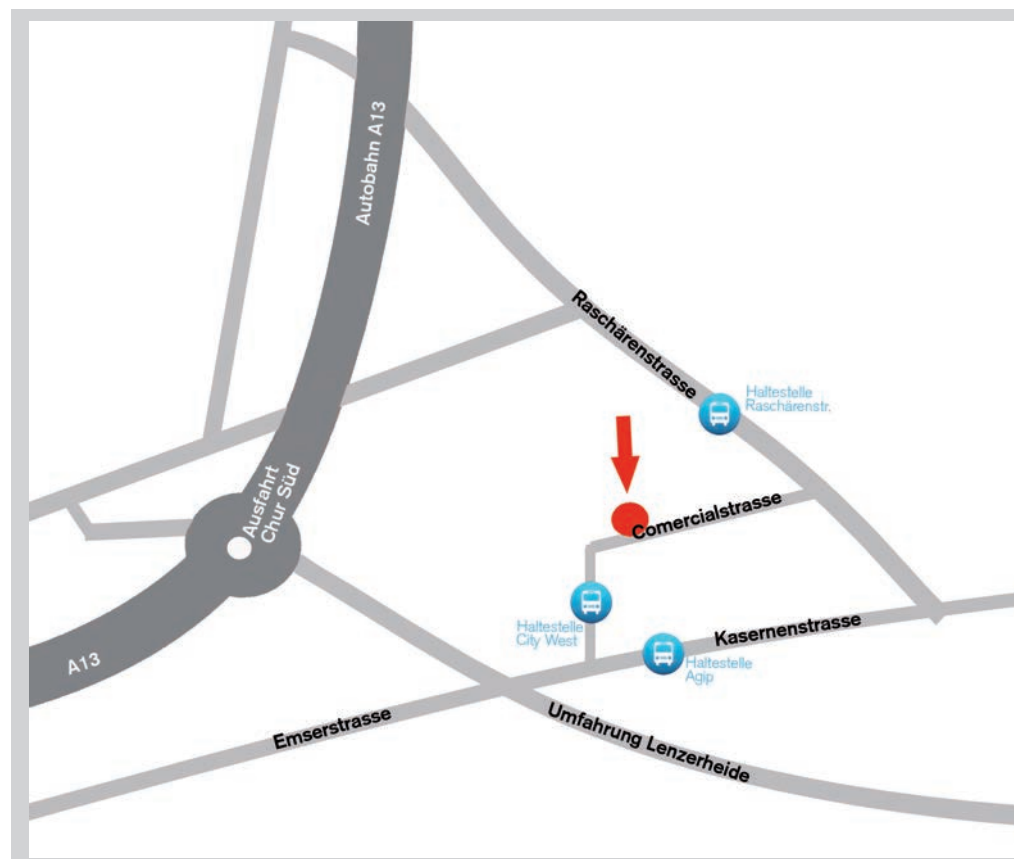
Wenden Sie sich für allgemeine Anfragen aller Art an unser Sekretariat. Catharina Feuerer freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme!

› Die direkten Kontaktangaben von Mitarbeitenden des SIFE finden Sie auf S. 8/9.



Catharina Feuerer
Tel. +41 (0)81 286 39 69
catharina.feurer@htwchur.ch

Lageplan:



HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
Schweizerisches Institut für
Entrepreneurship SIFE
Comercialstrasse 22
7000 Chur

Telefon: +41 (0)81 286 39 69
Fax: +41 (0)81 286 39 51

sife@htwchur.ch
www.sife.ch

