



HTW Chur



Schweizerisches Institut für
Entrepreneurship



Institut für Entrepreneurship SIFE Jahresbericht

Ausgabe 2018

Die innovative Fachhochschule aus Graubünden.
L'innovativa scuola universitaria professionale dei Grigioni.
L'innovativa scola universitaria professionala dal Grischun.

HTW Chur

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

Tel. +41 81 286 39 93
Fax: +41 81 286 39 51

sife@htwchur.ch
htwchur.ch/sife

Vorwort

Das Jahr 2018 war für das SIFE-Team ein intensives Jahr, in dem wir uns viel **bewegten!**

Thematisch **bewegten** wir uns wie seit mehreren Jahren in den Management-Herausforderungen Innovation, Digitalisierung und Internationalisierung. Dabei sind wir in zentralen unternehmerischen Themen wie Erschliessung von ausländischen Märkten, unternehmerische Verantwortung, Digitale Transformation, Industrie 4.0, Agile Innovationsprozesse und Geschäftsmodellinnovation mit Forschungsprojekten, auf Konferenzen und durch Publikationen präsent. Damit haben wir unsere schweizweite Position als eine der ersten Anlaufstelle für Fragen rund um das innovative Management von Veränderungsprozessen in Unternehmen weiter verstärken können. Belege dafür sind mehrere Innosuisse-Projekte, die im 2018 mit insgesamt über 15 nationalen Unternehmenspartnern durchgeführt wurden.

Wir **bewegten** uns international mit Teilnahmen an Konferenzen, Tagungen und internationalen Projekten in Tokio, Suzhou (China), San Francisco, München, Kopenhagen, Berlin, Innsbruck, Darmstadt, Köln, Mexiko City, San Pedro Garza Garcia (Mexiko), Rejkavik, Kiel und Bukarest.

Mit der gebündelten Kompetenz und Erfahrung unserer 20 Mitarbeitenden sowie deren weit gespanntem internationalen Netzwerk sind wir nicht nur ein schweizweit geschätzter Forschungspartner, sondern **bewegten** uns, als Sparring-Partner für unsere Bündner Unternehmen auch auf dem lokalen Parket. Wir haben mehrere Innovationsprojekte mit der Rhätischen Bahn (RhB) und der Graubündner Kantonalbank (GKB) durchgeführt. Der Kantonsspital Chur ist Wirtschaftspartner in einem grossen Digitalisierungsprojekt, welches durch Innosuisse mitfinanziert wird. Für den Kanton Graubünden haben wir eine Studie

zum Stand der digitalen Transformation erstellt und die Hamilton Medical AG wirkt als Wirtschaftspartner in einem Innosuisse Projekt zum Thema Internationales Beschaffungsrisiko Management mit.

Gleichzeitig **bewegten** wir uns mit Ausfallschritten in Themen der Zukunft. So weilte Prof. Dr. Andreas Ziltener in einem Forschungssemester in Japan, um sich intensiv mit Künstlicher Intelligenz und Robotertechnologie auseinander zu setzen. In einer Studie für die Schweizerische Akademie der Technischen Wissenschaften untersuchten wir die ethischen Herausforderungen beim Umgang mit Massendaten. Weitere Projekthemen waren z.B. die Rolle der sozialen Medien in ihrer Öffentlichkeitsfunktion oder Digital-Signage-Anwendungen für den Schweizer Detailhandel.

Und wir **bewegten** uns auch selber. Wir etablierten erfolgreich eine Dreier-Institutsleitung in der Prof. Dr. Patricia Deflorin als Forschungsleiterin und Prof. Dr. Ralph Lehmann als Studienleiter mit Prof. Urs Jenni zusammen das SIFE leiten. In intensiven Diskussionen haben wir zudem im SIFE-Team vier Zielbereiche entwickelt, die in den kommenden drei bis fünf Jahren für unser Institut als Leuchtbojen und Leitplanken dienen werden. Erstens werden wir die **Forschungs-Kooperationen** über die Departements- und die Hochschulgrenzen hinaus verstärken. Zweitens werden wir mehr **Ressourcen in die angewandte Forschung** und Entwicklung und damit in die Zusammenarbeit mit unseren Wirtschaftspartnern stecken.

Drittens werden wir unseren **Beitrag zur regionalen Innovationsfähigkeit** von Graubünden mit den Plattformen KMU Zentrum Graubünden, Service Innovation Lab sowie Digital Transformation Space verstärken.

Und last but not least werden wir die **Praxisorientierung des Master-Studiums** «New Business» den aktuellsten Entwicklungen anpassen und intensivieren.

Wir freuen uns auf die kommenden Herausforderungen

Die SIFE-Institutsleitung



Urs Jenni
Institutleiter



Patricia Deflorin
Forschungsleiterin



Ralph Lehmann
Studienleiter Master of Science
in BA

Inhaltsverzeichnis

1	Porträt Institut	6
2	Team	8
3	Dienstleistung und Beratung	10
4	Das KMU-Zentrum Graubünden	11
5	Das Service Innovations Labor (SIL)	12
6	Angewandte Forschung und Entwicklung	15
7	Ausgewählte Projekte aus Forschung und Entwicklung	17
8	Publikationen / Beiträge / Interviews	31
9	Konferenzen und Referate	34
10	Wissenstransfer	37
11	Lehre	41
12	Medienspiegel	50
13	Kontakt	52

1 Porträt Institut

Schweizerisches Institut für Entrepreneurship SIFE

Die Aktivitäten des SIFE sind darauf ausgerichtet, zusammen mit den Forschungspartnern zielgerichtet neue wirtschaftliche, technische, organisatorische und soziale Problemlösungen zu entwickeln und durchzusetzen. Im Zentrum steht dabei das Gründen, Verändern und Wachsen von Unternehmen. Dies wird dank praxisorientiertem Arbeiten unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Methoden erreicht.

Das SIFE ist in den Forschungsfeldern Innovation, Digitale Strategien, Internationalisierung sowie Corporate Responsibility tätig. Das KMU-Zentrum Graubünden erbringt Dienstleistungen für KMU. Als Fachhochschulinstitut bewegt sich das SIFE stets an der Schnittstelle zwischen Forschung und Praxis. Neben der angewandten Forschung führt das SIFE Dienstleistungsprojekte durch. Die Mitarbeitenden des SIFE bringen ihr Wissen in die Lehre und Weiterbildung ein.

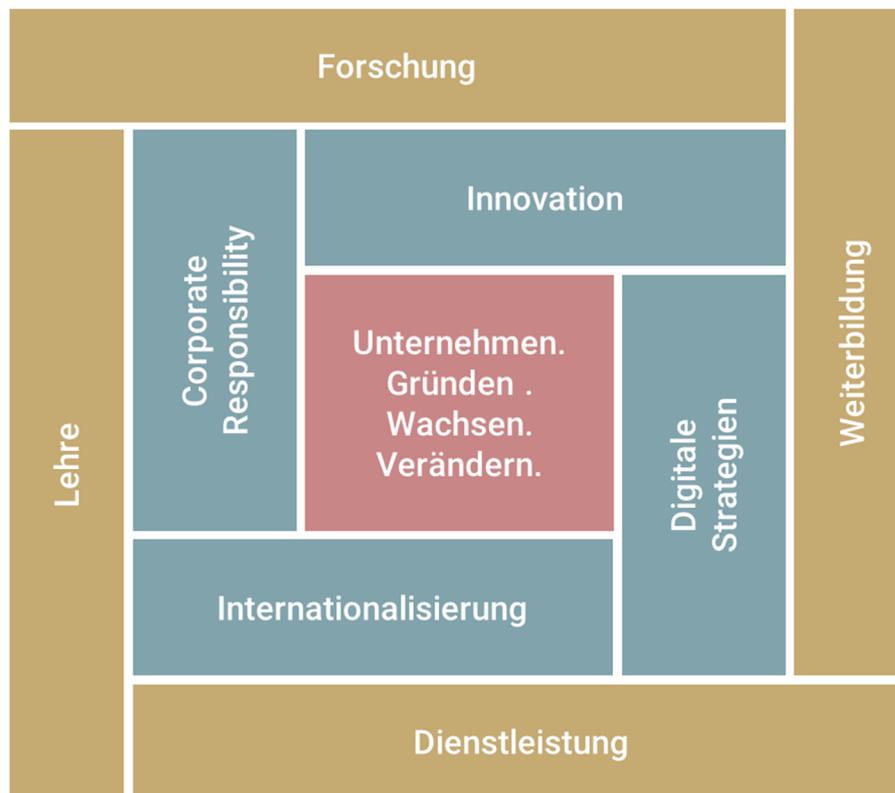


Abbildung 1: Forschungsfelder und Schwerpunkthemen des SIFE

Forschungsfeld Innovation

Im Forschungsfeld Innovation beschäftigt sich das SIFE mit den Entstehungsbedingungen, den Prozessen und dem Management von Innovationen. Thematische Schwerpunkte bilden dabei Innovationsstrategien, Innovationsprozesse, Dienstleistungsinnovationen sowie die Entwicklung und das Management von Innovationen in Netzwerken.

Forschungsfeld Internationalisierung

Im Forschungsfeld Internationalisierung befasst sich das SIFE mit dem Internationalisierungsprozess von Unternehmungen. Das SIFE untersucht, welche Motive die Internationalisierung auslösen und über welche Voraussetzung Firmen verfügen müssen, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen. Die Forscher des SIFE analysieren den Verlauf der Internationalisierung von KMU und die daraus entstehenden Herausforderungen und entwickeln Methoden zu deren Bewältigung. Unternehmen werden bei der Bewältigung dieser Herausforderungen beraten und exportfördernde Organisationen bei der Ausrichtung ihres Leistungsangebotes unterstützt.

Forschungsfeld Digitale Strategien

Das Kompetenzfeld Digitale Strategien beschäftigt sich mit Strategien für Produkte und Leistungen, die sich im Spannungsfeld von Anforderungen des Offline- und Online-Umfeld ergeben. Dabei geht es darum, Unternehmen und Organisationen in ihrer jeweiligen Situation und ihrer jeweiligen Branche zu erfassen und im Einklang mit Chancen und Herausforderungen interner und externer Digitalisierung wertschöpfende Entwicklungspfade zu erarbeiten.

Corporate Responsibility (CR)

Das Tragen von Verantwortung und das Bemühen um Nachhaltigkeit sind ebenfalls Bestandteile des unternehmerischen Handelns. Deshalb durchdringt das Forschungsfeld Corporate Responsibility die Forschungsfelder des SIFE und soll zu einer verantwortungsvollen Grundhaltung führen. Corporate Responsibility steht im engeren Sinn für eine Unternehmensphilosophie, die Transparenz, ethisches Verhalten und Respekt vor den Stakeholdern in den Mittelpunkt unternehmerischen Handelns stellt. Der Begriff „CR“ umschliesst die Themenbereiche „Corporate Social Responsibility (CSR)“, „Corporate Governance“ und „Corporate Citizenship“.

2 Team



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



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



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



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



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



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



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



Victoria Coray
Kauffrau M-Profil
Organisationsassistentz
Tel. +41 (0)81 286 39 93
victoria.coray@htwchur.ch



Anina Havelka
Bachelor of Science in BA
Wissenschaftliche
Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 27 14
anina.havelka@htwchur.ch



Nadine Hergovits
Master of Arts in Business
Innovation
Wissenschaftliche
Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 37 60
nadine.hergovits@htwchur.ch



Rohrer Eva
Bachelor of Science in
Business Hospitality
Management
Wissenschaftliche
Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 38 39
eva.rohrer@htwchur.ch



Urs Kappeler
MBA, Professor für
Entrepreneurship
Professor für Entrepreneurship
Tel. +41 (0)81 286 24 81
urs.kappeler@htwchur.ch



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



Tamara Kühne
Bachelor of Science in BA
Wissenschaftliche
Mitarbeiterin
Tel. +41 (0)81 286 37 87
Tamara.kühne@htwchur.ch



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



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



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



Ralph Lehmann
Prof. Dr. oec. publ.
Studienleiter Master of Science
in BA, Professor für
International Business,
Tel. +41 (0)81 286 39 45
ralph.lehmann@htwchur.ch



Ives Ziegler
Master of Science in BA
Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Tel. +41 (0)81 286 37 66
ives.ziegler@htwchur.ch



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



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

3 Dienstleistung und Beratung

Ausgewählte Dienstleistungen SIFE

Service Innovation Lab (SIL)

Das Service Innovation Lab (SIL) der HTW Chur hat die passenden Werkzeuge, um Unternehmen darin zu unterstützen, sich mit Produkt- und Dienstleistungsinnovationen auseinanderzusetzen und sich damit für die Zukunft zu rüsten.

Ein nutzerzentrierter Innovationsansatz (Design Thinking) sowie modernste Visualisierungs- und Prototyping-Techniken ermöglichen die zielgerichtete Entwicklung relevanter Ideen. Durch den frühzeitigen Einbezug der Kunden werden abstrakte Ideen erlebbar gemacht und fortlaufend verbessert. Dies verkürzt die Entwicklungszeit und reduziert das Markt- und Innovationsrisiko.

Direktkontakt:

Philipp Bachmann
philipp.bachmann@twchur.ch
Tel. +41 (0)81 286 39 87
<https://www.htwchur.ch/sil>

Crowdfunding: erfolgreiche Kampagnen lancieren

Crowdfunding ist ein attraktives neues Instrument für KMU, um innovative Projekte über eine breite Öffentlichkeit zu finanzieren. Neben dem finanziellen Aspekt können neue Produkte vermarktet und auf ihre Chancen am Markt getestet werden sowie Kunden frühzeitig gebunden 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 Früh 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 praxisnahe Ausbildung der Studierenden. Schon während des Studiums in Wirtschaft und Management wird das Gelernte an konkreten Fragestellungen aus der Praxis angewendet. Unternehmen haben die Möglichkeit, als Auftraggeber aufzutreten und spezifische Fragestellungen in Form von Studienprojekten bearbeiten zu lassen. Zur Auswahl stehen beispielsweise Marktforschungsprojekte, Marketingkonzepte, Businesspläne, Innovationsprojekte und Diplomarbeiten etc. Die Leistungen sind für Unternehmen kostenlos.

Direktkontakt:

Tamara Kühne
tamara.kuehne@htwchur.ch
Tel. +41 (0)81 286 37 87
<https://www.htwchur.ch/forschung-und-dienstleistung/projekte/studierendenprojekte>

Exportfitness-Check

Im Bereich Internationalisierung bietet das SIFE Angebote für KMU, welche international tätig werden möchten. Als Einstiegshilfe hat das SIFE einen Exportfitness-Check für KMU entwickelt. Dieser steht interessierten Unternehmen gratis über die Webseite www.sife.ch zur Verfügung. Mit wenigen Fragen können Unternehmen ihre Voraussetzungen für den Export in ausländische Märkte testen und damit ihre individuellen 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

4 Das KMU-Zentrum Graubünden

Das KMU-Zentrum Graubünden ist eine Kooperation zwischen dem Kanton Graubünden und dem Schweizerischen Institut für Entrepreneurship SIFE. Es stellt eine Schnittstelle zwischen Hochschule und Wirtschaft dar, fördert den Wissenstransfer und den Austausch und bietet privatwirtschaftlichen Unternehmen pragmatische, betriebswirtschaftliche Unterstützung an. Die folgenden Dienstleistungen werden vom KMU-Zentrum Graubünden angeboten, wobei Unternehmen aus dem Kanton Graubünden von einer kostenlosen Erstberatung profitieren:

Massgeschneiderte Dienstleistungen

Das KMU-Zentrum Graubünden bietet massgeschneiderte Unterstützung in allgemeinen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und in den Schwerpunktthemen 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 Fördergeldern für Innovationsprojekte
- Unterstützung im Innovationsprozess und bei der Planung von Innovationsvorhaben
- Vermittlung von Experten und Wissenspartnern
- Exportberatung

Weitere Infos:

www.kmuzentrum.ch – Info-Line: 081 286 24 13 – info@kmuzentrum.ch



Brigitte Küng

Leiterin KMU-Zentrum Graubünden
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

Vermittlung von Studienprojekten an der HTW Chur

Das KMU-Zentrum Graubünden vermittelt interessierten Unternehmen Möglichkeiten zur kostenlosen Bearbeitung von individuellen Fragestellungen durch Studierende. Zur Auswahl stehen z. B. Bachelor-Thesen oder Semesterarbeiten wie Marktforschungsprojekte, Businesspläne, Kommunikationskonzepte usw.

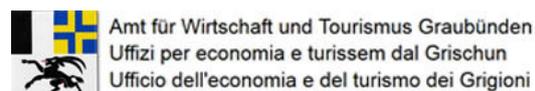
Gemeinsame Projekte der angewandten Forschung und Entwicklung

Das KMU-Zentrum Graubünden ermöglicht Unternehmen aus der Region Zugang zu laufenden oder geplanten Forschungsprojekten oder bringt interessierte Parteien zusammen, so dass ganz neue Vorhaben in Angriff genommen werden können.

Networking und Events

Mehrmals pro Jahr werden eigene Events für Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Region durchgeführt, so z. B. unsere beliebten topKMU-Expeditionen (vgl. Kapitel Wissenstransfer, S. 24). Der Blick hinter die Kulissen von spannenden Unternehmen der Region in Kombination mit Kurzreferaten zu aktuellen und relevanten Themen soll Impulse geben. Daneben bieten die Events auch immer eine Plattform für Networking, um das Beziehungsnetz zwischen Unternehmerinnen und Unternehmern, Hochschulangehörigen sowie Expertinnen und Experten aus der Region zu stärken.

Eine Kooperation von



5 Das Service Innovations Labor (SIL)

Design Thinking @ HTW Chur

Das Service Innovations Labor verfolgt den nutzerzentrierten Innovationsansatz (Design Thinking) sowie modernste Visualisierungs- und Prototyping-Techniken. Was wir darunter verstehen zeigt das folgende Beispiel.

Ausgangslage & Ziel

Den Design Thinking Ansatz an der HTW Chur nachhaltig verankern, Mitarbeitende vertieft mit der Methode vertraut machen und diesen die Möglichkeit bieten, sich international zu vernetzen. Das war das Ziel eines zweitägigen PopUp Workshops im Mai letzten Jahres. Unter Leitung von Phil Bachmann und mit der Unterstützung durch Coaches der HPI School of Design Thinking aus Potsdam (europäischer Ableger der Stanford d.school), sowie in Kooperation mit der Hochschule Luzern (Patrick Link, Ko-Autor des Design Thinking Playbook) wurden 24 Mitarbeitende der HTW Chur von Design Thinkern zu Design Doern.

Methode

Während zweier intensiver Tage im Service Innovation Lab der HTW Chur durchliefen die Mitarbeitenden alle fünf Phasen des Design Thinking Prozesses: «Verstehen, Beobachten, Sichtweise definieren, Ideen finden, Prototypen entwickeln und Testen». Gemeinsam war den fünf Teams die Design-Challenge, welche sie während dieser zwei Tage mit folgendem Ziel zu bearbeiten hatten: «Gestalte das Hochschulerlebnis für Studierende der HTW in einer Welt, in der Chur die Chancen der peripheren Lage in der Schweiz nutzt».

Neben theoretischen Inputs zu den einzelnen Phasen des Prozesses sowie unterschiedlicher Tools und Techniken, war der grosse Teil dieser zwei Tage durch die praktische Bearbeitung der Design-Challenge geprägt. In einem ersten Schritt ging es darum, die Challenge als Team genau zu verstehen. Was ist ein Hochschulerlebnis? Wer sind unsere Studierenden? Was bedeutet periphere Lage in diesem Kontext?

Auf Basis eines gemeinsamen Verständnisses der Ausgangslage ging es dann ab ins Feld mit dem Ziel, die Studierenden besser zu Verstehen. Dies geschah durch Beobachten, Interviews und teilweise auch Immersion (sich in die Studierenden hineinversetzen). Die gewonnenen Erkenntnisse wurden in einem nächsten Schritt zusammengetragen und verdichtet. Welche Erlebnisse sind für die Studierenden von Bedeutung? Wie nehmen diese die Lage von Chur wahr? Was ist ihnen wichtig? Was ist Ihnen unwichtig?

Mit diesem gemeinsamen Verständnis der einzelnen Teams machten sich diese daran, Ideen zu entwickeln, wie man das Hochschulerlebnis für Studierende in einer peripheren Lage verbessern kann. Damit war die Luft bei den Teilnehmenden für den ersten Tag auch mal raus. Mit vollem Elan machten die Teams sich am zweiten Tag daran, die besten Ideen auszuwählen und in Prototypen umzusetzen. Diese Prototypen wurden anschliessend mit zahlreichen Studierenden getestet. Die dabei gewonnenen Einsichten flossen direkt in die Verbesserung und Weiterentwicklung der Prototypen ein.

Resultat

Folgende Resultate wurden mit dem zweitägigen Workshop erreicht:

1. Mitarbeiter werden zu Promotoren des Design Thinking Ansatzes
Die 24 teilnehmenden Mitarbeiter lernten den Ansatz des Design Thinking vertieft kennen. Sie durchliefen gemeinsam den gesamten Prozess, lernten unzählige Werkzeuge kennen und erlebten vor allem, wie in kürzester Zeit durch Nutzer validierte und verbesserte Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden können.
2. Vernetzung der Mitarbeitenden
Den Teilnehmenden bot sich die Möglichkeit, sich unter gleichgesinnten zu vernetzen. Einerseits wirkt das unterstützend in der Verankerung des Ansatzes auf Ebene der Hochschule. Andererseits wurden Kontakte zu internationalen Experten geknüpft.
3. Interessante und innovative Lösungskonzepte
Last, but not least wurden während diesen zwei Tagen innovative und durch die Studierenden teilweise validierte und verbesserte Prototypen entwickelt. Diese reichten von virtuellen Studienassistenten über neugestaltete Begegnungszonen in der Mensa hin zu rollenden Co-Working Spaces zwischen Zürich und Chur sowie neuartigen Studierendenwohnheimen im Zentrum von Chur. Eine dieser Ideen wurde durch die Teilnehmenden sogar als Vorschlag in den Ideenmanagementprozess der HTW Chur eingereicht, ganz nach dem Motto:
Don't hesitate – Innovate!

Projektteam

Phil Bachmann

24 Mitarbeitende der HTW Chur

Partner

HPI D-School Potsdam (Hasso Platter Institute School of Design Thinking)
Hochschule Luzern (HSLU)

Dauer

2 Tage (Mai 2018)

Kontakt



Philipp Bachmann

Leiter Service Innovation Lab

Tel. +41 (0)81 286 39 87

philipp.bachmann@htwchur.ch



Bilder:
Design Thinking Workshop

6 Angewandte Forschung und Entwicklung

Auszug aus den Projektaktivitäten 2018

Forschungsfeld Innovation

Name	Projektleitung	Finanzierung	Partner bzw. Auftraggeber
Mitarbeiter-Sharing	Brigitte Küng	NRP	Kantone Tessin und Graubünden, 23 Hotel- und Gastronomiebetriebe, hotellerieuisse
Agile Entwicklungs-methoden (Sprint)	Phil Bachmann	Graubündner Kantonalbank	Graubündner Kantonalbank
Innovation Patterns	Phil Bachmann	Holcim	Holcim
HEALPS – Alpine Health Tourism	Dr. Katrin Schillo	ARPAF (EUSALP)	Innovations- und Technologietransfer Salzburg GmbH, Paracelsus Medizinische Privatuniversität Salzburg, Fondazione Cluster regionale lombardo delle Tecnologie per gli Ambienti di Vita
Robotik in der Geriatrie	Prof. Dr. Andy Ziltener	Forschungsfond HTW Chur	Diverse
Continuity of Traditional Enterprises in Mountain Alpine Space Areas (C-TEMAIp)	Prof. Dr. Frank Bau	Interreg Alpine Space	Diverse
InnoTren:Co-Creation	Patricia Deflorin	Forschungsfond HTW Chur	RhB, Zühlke

Forschungsfeld Internationalisierung

Name	Projektleitung	Finanzierung	Partner bzw. Auftraggeber
Scopes: Knowledge transfer to Eastern European plants	Prof. Dr. Patricia Deflorin	SNF	Babes-Bolyai University, University of Tirana, South East European University
Durchführung von Compliance-Trainings mit Planspiel HONEST	Ruth Nieffer	Staatssekretariat für Wirtschaft Seco	Staatssekretariat für Wirtschaft Seco
Big Data und Ethik	Prof. Dr. Christian Hauser	SNF	Swiss Re, Universität Zürich, SII
Evaluation Swissness	Prof. Dr. Ralph Lehmann	SECO	SECO
Talent Management China	Prof. Dr. Ralph Lehmann	Forschungsfonds HTW Chur	Diverse
Hinweisgeber-Meldestellen in Schweizer Unternehmen	Prof. Dr. Christian Hauser	Kommission für Technologie und Innovation (KTI) (neu: Innosuisse)	Integrity Line GmbH, SII
Exportkontrolle bei international tätigen Schweizer KMU	Prof. Urs Jenni	Kommission für Technologie und Innovation (KTI) (neu: Innosuisse)	Würth Logistics AG, Serconec GmbH, Acutronic Schweiz AG, Safran Vectronix AG

Forschungsfeld Digitale Strategien

Name	Projektleitung	Finanzierung	Partner bzw. Auftraggeber
CEED Bulgarien Entrepreneurship Trainingsprogramm, Start-up training	Sebastian Früh	DEZA - Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit	CEED Bulgarien
Breitband und digitale Transformation Kanton GR	Prof. Dr. Patricia Deflorin	Departement für Volkswirtschaft und Soziales (Kanton Graubünden)	Kanton Graubünden
Datenbasierte Dienstleistungen	Prof. Dr. Patricia Deflorin	Forschungsfonds HTW Chur	Diverse
Digitale(Pre-) Sales Plattform und Services für KMU	Sebastian Früh	Forschungsfonds HTW Chur	Diverse
Digital Signage Anwendungen im Schweizer Detailhandel	Dr. Michael Beier	Forschungsfonds HTW Chur	Diverse
MuKoSpi 2.0 - Integriertes SaaS-Tool zum Management Digitaler Multikanal-Kommunikation von Spitälern	Sebastian Früh	Innosuisse	08EINS AG, Kantonsspital Graubünden, Kliniken Valens
Rolle der sozialen Medien in ihrer Öffentlichkeitsfunktion	Prof. Dr. Kerstin Wagner	Bundesamt für Kommunikation, Abteilung Medien	Bundesamt für Kommunikation, Abteilung Medien

7 Ausgewählte Projekte aus Forschung und Entwicklung

Forschungsfeld Innovation

InnoTren – Ideenreich unterwegs

Ausgangslage & Ziel

Bekanntlich kommen die besten Ideen nicht am Arbeitsplatz, sondern unterwegs, beim Joggen, Spazieren; in Bewegung also. Die HTW Chur verfügt mit dem Service Innovation Lab (SIL) über einen Raum, Methoden und Ressourcen, um Ideen zu entwickeln, zu testen und zu skalieren. Obwohl der grosse und flexibel einsetzbare Raum ein wichtiger Stimulator für das Entwickeln und Testen von Ideen ist, birgt er einen Nachteil: er ist stationär. Die Bewegung ist die Kernkompetenz der Rhätischen Bahn (RhB) und die Idee, einen mobilen Innovationsraum auf Schienen zu entwickeln.

Methode

Das gemeinsame Ziel, einen mobilen Raum für Innovation und Veränderung zu schaffen wurde in einer interdisziplinären Partnerschaft, bestehend aus der RhB, der HTW Chur und Zühlke Engineering erarbeitet. Während die RhB und Zühlke die Umbau- und Engineering Arbeiten leisteten, unterstützten die Mitarbeitenden des SIFE der HTW Chur hauptsächlich mit methodischen Kompetenzen. So wurde der InnoTren entlang des Design Thinking Prozesses und durch Einbezug potenzieller Nutzer in mehreren Iterationen entwickelt und getestet. Dank der Feedbacks kann der Meeting- und Innovationsraum auf Rädern nun flexibel eingerichtet und den Bedürfnissen entsprechend stetig weiterentwickelt werden.

Resultat

Der InnoTren ist das erste rollende Sitzungszimmer der Rhätischen Bahn. Einst für den weltberühmten Glacier Express unterwegs, bringt der umgebaute Panoramawagen nun neuen Schwung in die Meetingkultur und kreative Ideen ins Rollen. Der Sitzungs- und Innovations-Bahnwagen bietet Platz für maximal 15 Personen. Er kann von Unternehmen, Vereinen, Verbänden eher klassisch mit Sitzungstisch bestuhlt oder lockerer, mit beschreibbaren Stehtischen und kreativen Freiräumen ausgestattet, gebucht werden. Das WLAN, ein grosser Bildschirm, Kaffee und gesunde Snacks sowie das nötige Equipment für kreative Gedankengänge sind immer mit an Board.

Der InnoTren hatte am World Economic Forum seinen ersten offiziellen Einsatz und kann ab Februar 2019 über die RhB reserviert werden (www.rhb.ch/innotren). Zusätzlich können Moderationsleistungen der HTW Chur dazu gebucht werden. Ergänzend zum Service Innovation Lab (SIL) der HTW Chur können dank dem InnoTren auch die Regionen besser erreicht und das Wissen sowie die Kompetenzen der HTW Chur rund um das Thema Innovation vermittelt werden.

Projektteam

Nadine Hergovits, Patricia Deflorin

Partner

RhB, Zühlke Engineering

Dauer

2018-2019

Weiterführende Veröffentlichungen/Links

www.rhb.ch/innotren

Kontakt



Nadine Hergovits

Projektleiterin

Tel. +41 (0)81 286 37 60

nadine.hergovits@htwchur.ch



Bilder:
InnoTren, Aufnahmen von innen
und aussen

Forschungsfeld Innovation

HEALPS – Alpine Health Tourism – Positioning the Alpine region as globally attractive health promoting place

Ausgangslage & Ziel

HEALPS verfolgt das Ziel, eine gemeinsame Basis für die Positionierung des Alpenraumes als attraktiven Gesundheitsstandort zu schaffen. Bislang fehlt häufig das Bewusstsein für das einzigartige, gesundheitsfördernde Potenzial der Alpenregion, oder es wird, nur punktuell beworben. HEALPS beleuchtet das Thema aus vier verschiedene Perspektiven: alpine Ressourcen, Kunden/Gäste und Anbieter, Bildung und Technologie.

Methode

Basierend auf bestehenden Studien werden zunächst Alpine Ressourcen und deren Wirkung auf die Gesundheit (evidenzbasiert) identifiziert sowie entsprechende Gesundheitsprodukte, -Services und -Aktivitäten zugeordnet.

Eine weitere Perspektive liefern die Befragungen der verschiedenen Stakeholder zu ihren Bedürfnissen in Bezug auf das Angebot. Kunden und Gäste werden mittels Fragebogen und Anbieter im Rahmen von Experteninterviews befragt. Die Stakeholder im Bereich Aus- und Weiterbildung diskutierten ihre Bedürfnisse im Rahmen eines Experten-Workshops.

In Pilotanwendungen werden Technologien getestet, die einerseits die Umsetzung gesundheitstouristischer Leistungen unterstützen, aber auch den Erfolg derselben messen und dokumentieren können.

Resultat

Die Resultate werden Anhaltspunkte geben, wie durch die bessere Nutzung alpenraumspezifischer Ressourcen der Gesundheitstourismus in den Alpen entwickelt werden kann. Einerseits für die Entwicklung neuer touristischer Angebote, andererseits auch für die Bedürfnisse nach neuen Aus- und Weiterbildungsangeboten.

Erkenntnisse für die Praxis

Der evidenzbasierte Ansatz des Gesundheitstourismus im Projekt HEALPS bietet Anbieter gesundheitstouristischer Leistungen die Möglichkeit, einzigartige Ressourcen zu nutzen und durch geeignete Serviceangebote zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen auszubauen. Dabei kann sowohl die einzelbetriebliche wie die Ebene von Regionen oder Destinationen von den Ergebnissen des Projekts profitieren.

Projektteam

Das Projektteam der HTW Chur bearbeitet unterschiedliche Themen im Rahmen des Projektes. So setzen sich Frank Bau (ZVB) und Katrin Schillo (SIFE) mit Fragen bezüglich potenzieller Aus- und Weiterbildungsangeboten spezifisch für den Gesundheitstourismus auseinander. Jan Mosedale und Christopher Jacobson (beide ITF) beleuchten die Bedürfnisse der Kunden/Gäste und Anbieter von ressourcenbasiertem Gesundheitstourismus.

Partner

Im interdisziplinären Projekt arbeiten Teams aus 3 Alpenländern zusammen: Innovations- und Technologietransfer Salzburg GmbH (Österreich), Paracelsus Medizinische Privatuniversität Salzburg (Österreich), Fondazione Cluster regionale lombardo delle Tecnologie per gli Ambienti di Vita (Italien) und die Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur.

Finanzierung

Das Projekt wird aus dem «Alpine Region Preparatory Action Fund (ARPAF)» der Europäischen Gemeinschaft gefördert. ARPAF ist eine Initiative der EUSALP, der makroregionalen Strategie für den Alpenraum.

Dauer

1. Januar 2018 bis 30. Juni 2019

Kontakt



Katrin Schillo, Dr. rer. Pol.
Projektleiterin
Tel. +41 (0)81 286 37 34
katrin.schillo@htwchur.ch



Bilder:
Quartettkarten

Forschungsfeld Digitale Strategien

MuKoSpi 2.0 - Integriertes SaaS-Tool zum Management Digitaler Multikanal-Kommunikation von Spitälern

Ausgangslage

Der Schweizer Spitalbereich ist seit einigen Jahren enormen Veränderungen ausgesetzt. Fallpauschalen nach dem DRG-Tarifsystem, Mindestfallzahlen und weitgehend freie Spitalwahl der Patienten haben den Wettbewerbsdruck unter Spitälern erhöht. Zudem zielt das gesamte Gesundheitssystem auf Einsparungen ab. Dies führt bei den Spitälern vor allem zu gesteigertem Kostendruck und Notwendigkeiten zur Spezialisierung bei gleichzeitig effektiver und effizienter Grundversorgung.

Diese Situation wird durch den digitalen Wandel nochmals verschärft, da alle Zielgruppen von Spitälern zunehmend online Informationen suchen bzw. in sozialen Medien von diesen erreicht werden. Eine Präsenz und zielorientierte Teilnahme an den neuen digitalen Medien im Sinne einer wohlkoordinierten Multikanal-Kommunikation bietet Spitälern die Chance aber auch die Erfordernis, mit ihren verschiedenen Zielgruppen sehr individuell und segmentiert zu interagieren. Allerdings sind die Anforderungen an eine effektive und effiziente digitale Multikanal-Kommunikation für Spitäler recht hoch: Umsetzung strategischer Positionierungen der Spitäler in Redaktionspläne und Kampagnen, Anbindung an alle relevanten Spital-internen und externe Organisationsprozesse, Evaluierung und Optimierung von Kommunikationsmassnahmen in einzelnen Zielgruppensegmenten sind nur einzelne Beispiele für aktuelle Herausforderung in diesem Kontext.

Ziel

Ziel ist es in Zusammenarbeit mit dem Umsetzungspartner 08EINS, eine software-technische Unterstützung und (Teil-)Automatisierung der beschriebenen Anforderungen bzw. der zugrundeliegenden Prozesse zu entwickeln, welche als spezialisierte SaaS-Lösung für Spitäler zum Management der digitalen Multikanal-Kommunikation mit ihren Kernzielgruppen dient. Diese soll Schweizer Spitäler in die Lage versetzen, effizienter und effektiver mit ihren Kernzielgruppen, vor allem Betroffene, Patienten, Zuweiser und potentielle Arbeitnehmende zu kommunizieren und im neuen Wettbewerbsumfeld besser zu bestehen.

Methode

Das Projekt basiert auf einer umfassenden Analyse der Situation und Anforderungen von unterschiedlichen Stakeholder-Segmente an eine digitale Multikanal-Kommunikation. Einerseits werden hierzu verschiedene qualitative und quantitative Erhebungen innerhalb der Organisationen der Anwendungspartner (Kantonsspital Graubünden & Kliniken Valens) sowie bei externen Stakeholdern durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Erhebungen dienen in der Zusammenarbeit mit dem Umsetzungspartner als Grundlage zur Entwicklung einer entsprechenden Software-Lösung.

Vorläufige Resultate

Im Rahmen des Projekts wurde in einem ersten Schritt eine systematische Vollerhebung aller Schweizer Spitäler zu deren Social Media Aktivitäten durchgeführt und in Form des Forschungsberichts „Nutzung von Social Media Plattformen durch Schweizer Spitäler – eigene Accounts, Nutzungsintensitäten und Reichweiten“ veröffentlicht. Hierbei wurde untersucht, inwieweit Schweizer Spitäler eigene Accounts in Social Media Plattformen betreiben, wie intensiv Spitäler in diesen kommunizieren und welche Reichweite dadurch generiert wird.

Da einige der identifizierten Social Media Profile von Spitälern relativ unvollständig eingerichtet worden sind, wurde bei der Untersuchung klassifiziert, inwieweit die erhobenen Accounts ein definiertes Minimalkriterium erfüllen. So galt das Minimalkriterium bereits als erfüllt, wenn im Profil des Accounts entweder ein zum Spital passendes Logo- oder Hintergrundbild oder ein zum Spital passender „Über uns“ Text eingestellt worden ist. Gemäss der definierten Abstufung zur Zurechnung von Social Media Accounts zu einzelnen Spitälern werden die Anteile der Plattform-Nutzung durch Spitälern in der untenstehenden Grafik (Abbildung 1) auf drei verschiedenen Niveau-Stufen abgebildet. So werden zunächst alle Anteile von Spitälern aufgezeigt, die von ihrer Homepage auf einen Account in der jeweiligen Plattform verlinkt haben. Diese Anteile spiegeln eindeutige Präsenzen von Spitälern in der jeweiligen Plattform wieder. Diesbezüglich belegen Facebook (45%), YouTube (32%) und LinkedIn (22%) die vorderen Ränge.

Darüber hinaus wurden auch Social Media Accounts ausgewertet, auf die zwar nicht von der offiziellen Homepage eines jeweiligen Spitals verlinkt wird, die aber bei Facebook als offiziell registriert wurden, oder die das definierte Minimalkriterium erfüllen. Wird dieses Kriterium bei der Zurechnung zusätzlich angewandt, so liegen die auszuweisenden Nutzungsanteile je Plattform höher, die Rangfolge der Top 3 Plattformen bleibt allerdings gleich mit Facebook (67%), YouTube (55%) und LinkedIn (53%).

Auf einer dritten, niederschweligen Ebene wurden zudem alle Spitälern eingerechnet, zu denen überhaupt ein Account in der jeweiligen Social Media-Plattform identifiziert werden konnte, der in seiner Bezeichnung dem jeweiligen Spital entspricht. Hier bleiben die Top 3 der Plattformen gleich, die Rangfolge ändert sich allerdings: Facebook (93%) liegt mit weitem Abstand vorne, gefolgt von LinkedIn (66%) und YouTube (58%).

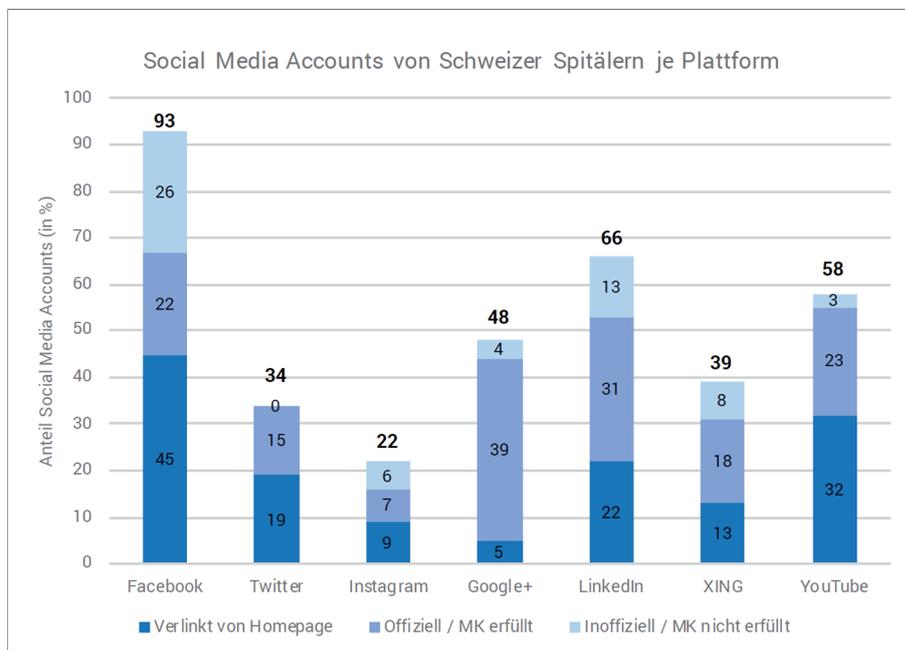


Abbildung 2: Übersichtsgrafik Forschungsbericht (Beier/Früh 2018, S. 44)

Projektteam

Sebastian Früh (Projektleitung, SIFE), Dr. Michael Beier (SIFE), Lisa Bertsch (SIFE)

Partner

08EINS AG, Kantonsspital Graubünden, Kliniken Valens

Finanzierung

Innosuisse

Dauer

2018 -2020

Weiterführende Veröffentlichungen

Projektseite MuKoSpi 2.0

<https://www.htwchur.ch/htw-chur/unternehmerisches-handeln/schweizerisches-institut-fuer-entrepreneurship-sife/projekte/mukospi-20-digitale-multikanalkommunikation-spitaeler/>

Beier, M. & Früh, S. (2018): Nutzung von Social Media Plattformen durch Schweizer Spitäler - Eigene Accounts, Nutzungsintensitäten und Reichweiten. Forschungsbericht der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur.

https://www.htwchur.ch/fileadmin/htw_chur/unternehmerisches_handeln/SIFE/publikationen/digitale_strategien/Publikationen-BeierFrueh2018_SocialMediaNutzungSchweizerSpitaeler.pdf

Kontakt



Sebastian Früh

Projektleiter

Tel. +41 (0)81 286 37 47

sebastian.frueh@htwchur.ch

Die Rolle der sozialen Medien in ihrer Öffentlichkeitsfunktion für Journalismus von Radio, TV und Presse - Nutzung, Reichweite und Interaktionen

Ausgangslage

Die Medien des Public Service haben über Jahrzehnte hinweg eine starke Rolle in der Schweiz, wie auch in vielen anderen europäischen Ländern eingenommen (Sehl et al. 2016). Diese Medien haben wesentlich dazu beigetragen, Öffentlichkeit über gesellschaftlich relevante Ereignisse und Entwicklungen herzustellen und den gesellschaftlichen Diskurs zu fördern. Diese ehemals wichtige Rolle scheint jedoch seit zwei Jahrzehnten zunehmend zu schwinden. Zum einen hat sich das Internet gesellschaftlich etabliert, zum anderen sind insbesondere die sozialen Medien in das Zentrum der Nutzung und Verbreitung von Beiträgen sowie der öffentlichen Aufmerksamkeit gerückt (Schmidt/Taddicken 2017a).

Der Journalismus generell erlebt daher bereits seit einigen Jahren einen intensiven Wandel, der sich auf die gesamte Wertschöpfungskette der Produktion journalistischer Inhalte bezieht. Das heutige Medienumfeld ist gekennzeichnet von starkem Wettbewerb, Kommerzialisierungsformen im Internet, schwindendem Vertrauen in die traditionellen Medien und wachsenden Möglichkeiten, wie sich Nutzer immer mehr einbringen können. Die Medien des öffentlich finanzierten Rundfunks stehen somit zunehmend in Konkurrenz zu neuen Anbietern des digitalen Journalismus sowie den grossen digitalen Intermediären (Google, YouTube, Facebook), die inzwischen zu weiten Teilen steuern, wo Leser News konsumieren.

Soziale Medien werden zunehmend für die Verbreitung und Vermarktung journalistischer Inhalte genutzt. Auch die traditionellen Massenmedien versuchen heute mit unterschiedlichen Strategien, Publikum auch über die Sozialen Medien zu erreichen.

Ziel

Ziel des Projekts ist es, die Funktionsweise und Öffentlichkeitswirkung sowie aktuelle Nutzung der Sozialen Medien durch klassische Medien (konzessionierte öffentliche und private Rundfunkanbieter sowie andere) zu erfassen und zu vergleichen (Wahl von journalistischen Angebotsformen, Themen, Kanäle, etc.). Ein weiterer Schwerpunkt ist die Analyse des Nutzungsverhaltens der Social-Media-Nutzer. Auf dieser Basis werden relevante Themen und Vorgehensweisen identifiziert und Implikationen abgeleitet.

Methode

Um die Projektziele zu erreichen, bedient sich das Projekt mehrerer Methoden. Auf Basis von Desk Research werden zunächst die relevanten Sozialen Medien eingegrenzt sowie die relevanten Radio- und Fernsehangebote der Deutschschweiz (SRG / andere konzessionierte private Veranstalter, nur gemeldete private Veranstalter usw.) sowie Deutschschweizer Presstitel definiert und typologisiert. Mit Hilfe des Software-Programms «R» werden die öffentlich-zugänglichen Informationen aus den Sozialen Medien der oben definierten Radio- und Fernsehangebote sowie Presstitel gesammelt, aufbereitet und deskriptiv-statistisch und inhaltsanalytisch ausgewertet und anschliessend visualisiert.

Resultate

Die Ergebnisse zeigen, dass ein Grossteil der Radio- und Fernsehangebote der Deutschschweiz (SRG / andere konzessionierte private Veranstalter, nur gemeldete private Veranstalter usw.) sowie Deutschschweizer Pressetitel die Sozialen Medien nutzen, in der Regel werden mehrere Soziale Medien bedient. Die meist genutzten Kanäle stellen dabei Facebook und Twitter dar. Dabei zeigt sich, dass für die drei Gattungen Radio, Fernsehen und Presse sehr unterschiedliche Nutzungsstrategien eingesetzt werden. Dies zeigt sich sowohl bei den Inhalten (Infotainment, journalistische Beiträge und Verweise auf Originaltitel, etc.) als auch bei den Formaten (Video, Links, Text).

Projektteam

Prof. Dr. Kerstin Wagner (SIFE), Prof. Dr. Edzard Schade (SII), Prof. Dr. Matthias Künzler (IMP)

Finanzierung

Bundesamt für Kommunikation, Abteilung Medien

Dauer

Januar 2018 bis Februar 2019

Kontakt



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

Forschungsschwerpunkt Internationalisierung

Zwischen Solidarität und Personalisierung. Ethische und juristische Herausforderungen für die Versicherungsbranche im Umgang mit Big Data

Ausgangslage

Seit Beginn der Versicherungswirtschaft sind genaue Daten entscheidend für risikobasierte Berechnungen und für den Ausgleich der gesellschaftlichen Solidarität über faire Versicherungspolice für alle. Der digitale Wandel eröffnet Versicherungsunternehmen nun die Möglichkeit, Daten aus allen Lebensbereichen zu generieren, darauf zuzugreifen und auszutauschen. Viele nutzen bereits solche Big Data-Anwendungen wie z.B. Mobility Mining bei Autoversicherungen, Personal Profiling für die Bewertung von Betrugsrisiken oder Gesundheitsapps. Solidarität ist nach wie vor die moralische Grundlage der öffentlichen und privaten Versicherungen. Diese Idee der Aufteilung der Risiken, die Einzelpersonen aufgrund ihres persönlichen Lebensstils eingehen können, wird jedoch durch die zunehmende Individualisierung dank Big Data-Anwendungen bedroht. Das Risiko, diskriminiert zu werden und gemeinschaftliche Werte in Form von Lebenspräferenzen zu verlieren, steigt. Gleichzeitig können dieselben Anwendungen genutzt werden, um individuellen und gesellschaftlichen Schaden zu verhindern. Sie tragen nicht nur zur Rentabilität der Branche bei, sondern auch zum Gemeinwohl. Die Versicherungswirtschaft erweist sich damit als paradigmatischer Testfall, um die gesellschaftliche Akzeptanz zur Nutzung grosser Datenmengen (Big Data) zu untersuchen und andererseits um die Datenschutzgesetze mit den Vorteilen der neuartigen Anwendungen in Einklang zu bringen.

Ziel dieses Projekts ist es,

- ethische und rechtliche Herausforderungen von Big Data-Anwendungen in der Versicherungswirtschaft zu identifizieren.
- zu erkennen, welche Werte Kunden und Kundinnen durch die digitale Exposition als gefährdet empfinden.
- zu beurteilen, inwieweit Entwickler von Big-Data-Anwendungen gegenüber diesen Problemen sensibel sind.
- Empfehlungen zur Bewältigung dieser Herausforderungen für die politischen Entscheidungsträger zu erarbeiten und
- einen Industriestandard für den Umgang mit ethischen und rechtlichen Big Data-Herausforderungen zu etablieren.

Methode

Im Projekt wird der Mixed Method-Ansatz verwendet, d.h. qualitative und quantitative empirische Forschungsinstrumente sowie normatives Denken. Weiter berücksichtigt die Projektkonzeption den Grenzen überschreitenden Kontext bei Big-Data-Anwendungen – am Beispiel der Länder Schweiz und USA.

Der Erkenntnisgewinn im Bereich Ethik erfolgt zum einen über eine quantitative Literaturliteraturanalyse und qualitative Experteninterviews mit z.B. Datenschutzbeauftragten. Dies ermöglicht, den aktuellen Diskurs über Big Data zu skizzieren. Weiter half eine Medieninhaltsanalyse die wichtigsten öffentlichen Anliegen in Bezug auf Big-Data zu identifizieren. Zum anderen wurden zwei quantitative Online-Befragungen in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen GfK durchgeführt. Die erste Erhebung fokussierte auf

Verbraucher und Verbraucherinnen aus der Schweiz und den USA und deren werteorientierte Einstellungen zu Big Data. Die zweite ist auf Erhebungsexperten ausgerichtet, die in der Big Data-Analytik tätig sind. Die Durchführung der Medieninhaltsanalyse sowie der zwei Befragungen oblag dem Projektteam SIFE/SII.

Der Erkenntnisgewinn im Bereich Recht beruht auf einer vergleichenden Rechtsanalyse der wichtigsten juristischen Regelwerke im Zusammenhang mit Big Data und mit mehreren Rechtsgebieten – ebenfalls in den zwei kulturellen Kontexten Schweiz und USA. In erster Linie wurden die länderspezifischen gesetzlichen Datenschutzbestimmungen beschrieben und bewertet. Weitere Forschungsaktivitäten beinhalteten auch die Erfassung und vergleichende Einordnung der vielfältigen versicherungsspezifischen Regelungen der Aufsichtsbehörden.

Resultate

Zu erwarten ist eine umfassende Informationskompilation, die einen Überblick über aktuelle und zukünftige Big Data-Anwendungen in der Versicherungswirtschaft gibt. Im Zentrum stehen dabei die Bewertung von Big Data-Anwendungen nach aktuellen Rechtsnormen sowie die Ergebnisse aus der vertieften ethischen Analyse der zugrundeliegenden Werte, die von diesen Anwendungen betroffen sein können. Die Mitglieder des Projektteams SIFE/SII sowie die Partner arbeiten zurzeit an wissenschaftlichen Artikeln, die in den themenspezifischen Zeitschriften veröffentlicht werden sollen.

Unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtslage und der grossen Unterschiede in den Rechtskulturen bei den weltweit tätigen Versicherungsgesellschaften ist ein Entwurf von Industrienormen in Arbeit. Zwei Fokusgruppen-Workshops zur Diskussion und Weiterentwicklung der Normenentwürfe sind geplant. Zu den Workshops lädt der Partner Swiss Re unter anderem Branchenvertreter aus dem bereits vorhandenen «Big Data in Insurance»-Roundtable ein.

.

Erkenntnisse für die Praxis

Die Informationskompilation sowie die ausgearbeiteten Empfehlungen helfen strategischen Planern und Entscheidungsträgern aus Industrie und Politik besser zu verstehen, welche Regulierungsmassnahmen im Umgang mit Big-Data-Anwendungen in der Versicherungswirtschaft notwendig sind.

Der Industriestandard soll die Selbstregulierungsfähigkeit von Versicherungsunternehmen stärken. Er soll zukünftig dafür sorgen, dass die Entwicklung von Software für Big-Data-Anwendungen im Einklang mit den tangierten Werten der Gesellschaft steht.

Erkenntnisse für die Wissenschaft

Die grosse Mehrheit der wissenschaftlichen Publikationen, die sich auf die Ethik zu Big Data, beziehen, betrifft den Gesundheitssektor. Es gibt deutlich weniger Veröffentlichungen dazu mit Bezug auf die Versicherungsbranche. Die geplanten Veröffentlichungen in Ethik und Recht werden dazu beitragen, diesem Ungleichgewicht entgegenzuwirken.

Das entwickelte Befragungsinstrumentarium erlaubt eine regelmässige Bewertung der Sensibilität und der Einstellungen in Bezug auf Big Data-Anwendungen sowohl in der Bevölkerung als auch in der Industrie. Es ist ein neuartiges Werkzeug für die empirische sozial-ethische Forschung.

Projektteam

Christian Hauser (Projektleitung, SIFE), Ruth Nieffer (SIFE), Yves Ziegler (SIFE), Urs Dahinden (SII), Sharon Alt (SII), Vincenzo Francolino (SII)

Partner

PD Dr. Markus Christen, Center of Responsibility in Finance (Universität Zürich, Projektleiter)
Prof. Dr. Carmen Tanner, Center of Responsibility in Finance UZH
Prof. Dr. Florent Thouvenin, Inhaber Lehrstuhl für Informations- und Kommunikationsrecht, UZH
Prof. Dr. Markus Huppenbauer, Centre for Religion, Economy and Politics UZH
Dr. Stefan Weiss, Global Data Protection Officer, Swiss Re

Finanzierung

Schweizerischer Nationalfonds (NFP 75)

Dauer

2017-2019

Kontakt



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

Forschungssemester «Research on Management of AI and Robotics»

Interview mit Prof. Dr. Andreas Ziltener

Autos und Waschmaschinen sind heute schon teil-robotisch. Letztlich lässt sich jedes Objekt und jedes System als Roboter definieren, sofern es Informationen aus seiner Umgebung aufnimmt, Outputs generiert, die sich in irgendeiner Form physikalisch manifestieren, und in diesem Prozess einen gewissen Grad an Lernfähigkeit und Autonomie an den Tag legt. (Kries, M. et al. (2017): *Hello, Robot. Design zwischen Mensch und Maschine. Vitra Design Museum*)

Die erste Station deiner Forschungsreise war Japan, warum?

Für mich war von Anfang an klar, dass ich nach Japan reisen muss. Japan ist uns Europäern in der Robotik weit voraus und ich wollte ihre Einstellung und Denkhaltung über Roboter besser verstehen. Ebenso besitzt der japanische Telekommunikations- und Medienkonzern Softbank eine grosse Anzahl von verschiedenen Roboterfirmen auf der ganzen Welt. Der japanische Ministerpräsident Shinzō Abe prägte den Begriff «Society 5.0», wobei die Automatisierung eine zentrale Rolle einnimmt. Japan erhofft sich Wertschöpfungsgewinne dank dieser Roboterfirmen.

Dein Forschungsschwerpunkt ist das Management von Robotern. Wie hat sich diese Aufgabe entwickelt und wo siehst du noch Schwierigkeiten?

Beim Versuch ein geeignetes Modell für das Management von KI und Robotik zu finden, ist mir nach ersten Gesprächen mit Forschern und Unternehmern, das Modell der lebensfähigen Systeme von Stefford Beer (1959) eingefallen. Dabei vergleicht Beer das Management einer Unternehmung mit den verschiedenen Systemen, wie sie im menschlichen Körper auftreten. Das System 1 (Operations) ist für die Leistungserbringung (Job-to-be-done) zuständig und wird durch ein eigenes Management bzw. durch teilautonome Gruppen gesteuert. Das System 2 (Tactical planning) koordiniert die verschiedenen operativen Einheiten. Das System 3 (Operational Planning & Controlling) optimiert die Abläufe im hier und jetzt. Das System 4 (strategisches Management) ist für die Zukunftsplanung verantwortlich und schliesslich verantwortet das System 5 (Normatives Management) die Vision und Mission der Unternehmung. Wichtig hierbei ist, dass wir uns vorstellen müssen, dass alle Leistungen aber auch die Führung der verschiedenen Systeme durch Maschinen oder Roboter erbracht werden. Diese Systeme können zudem unterschiedlich intelligent sein. Das bedeutet, dass tiefes Lernen sowohl in einer "operational unit" implementiert sein kann, als auch in höher gelegenen Systemen. Ebenfalls wäre denkbar, dass Systeme nur rechnen und speichern können, sprich nicht lernfähig sind. Solange Systeme "sich erinnern", "rechnen" und "lernen" können sind sie zwar intelligent, haben aber noch kein Bewusstsein. Hierzu bräuchte es noch die Fähigkeit des "Erlebens". Zum heutigen Zeitpunkt werden die meisten Führungsaufgaben ab System 2 noch von Menschen übernommen. Aufgaben im System 1 werden bereits heute oft von Maschinen und Algorithmen (rechnen und speichern) erledigt. Verfahren wie Long-Short-Term-Memory (LSTM), das bereits millionenfach in Spracherkennungssoftware oder Übersetzungsprogrammen eingesetzt wird, oder neuere Ansätze wie recurrent neural networks artificial intelligence (RNNAI) oder Learning Intelligent Distribution Agent (LIDA cognitive architecture) werden schon bald Aufgaben der Systeme 2 und 3 übernehmen können. Die AI-Forscher sind sich jedoch einig, dass es gegen oben kein Limit gibt und auch die Systeme 4 und 5 früher oder später durch künstliche Intelligenz gemanagt werden. Somit würde der durch viel schlaueren Maschinen gedemütigte Homo Sapiens (Weisheit) zu einem Homo Sentiens (Empfindungsvermögen) degradiert.

Welche Rolle spielt hierbei die Weltanschauung?

Unsere verschiedenen Weltanschauungen prägen unsere Sicht der Dinge massgebend. Yuval Noah Harari hat in seinem Buch Homo Deus diese Begriffe der verschiedenen Weltanschauungen geschichtlich erklärt. Theisten glauben an eine universelle und lenkende Macht, also eine Gottheit. Die Humanisten denken und handeln im Bewusstsein der Würde des Menschen und sehen den Mensch als sinnstiftende Instanz im Universum. Der Dataismus beschreibt die Denkweise, dass die Materie und das wie ein Code sei. Wir sind demnach keine biologischen Wesen mit Gefühlen, sondern einfach Daten, die miteinander interagieren. Den Begriff «Animismus» konnte mir Professor Minoru Asada von der Osaka University am besten erklären. Animismus beschreibt den Glauben an eine Allbeseeltheit. Der Glaube, dass alle Dinge der Natur beseelt oder Wohnsitz von Geistern sind. Bei dieser Denkweise macht es keinen Unterschied, ob es ein Roboter oder ein Mensch ist, mit dem wir interagieren, denn beide sind beseelt (vgl. die Mangaserie mit Doraemon).

Ist ein Roboter im Europäischen Verständnis eher ein Freund oder ein Feind?

Die ISO Norm (8373:2012) besagt: «A service robot is a robot that performs useful tasks for humans or equipment excluding industrial automation applications». Der «Job-to-be-done» spielt also eine zentrale Rolle bei dieser Frage. Wenn ein Roboter gebaut wurde, um uns zu foltern, dann ist er unser Feind. Wenn er jedoch dazu gebaut wurde, um zu lieben oder uns Menschen zu helfen, dann ist er unser Freund.

Was war Deine Grösste Erkenntnis?

Dass die KI-Forscher behaupten, es wird sehr schnell gehen, bis wir eine «Artificial General Intelligence» antreffen werden; die Roboterforscher hingegen sagen: «Wir wissen, dass es noch sehr lange dauern wird».

Was möchtest Du den Leserinnen und Lesern zum Schluss noch auf den Weg geben?

Roboter kaufen keine Möbel und sie haben auch keinen Anreiz, gutes Essen zu kochen, denn sie essen nicht.



Andreas Ziltener, Prof. Dr
Tel. +41 (0)81 286 39 73
andreas.ziltener@htwchur.ch

8 Publikationen / Beiträge / Interviews

Forschungsfeld Innovation

Publikationen 2018

Bau, Frank; Blumer, Helene; Sennrich, Jörg (2018): Nachfolgeregelung: Mit Netzwerken Grenzen überwinden. KMU-Magazin Nr. 1/2, Februar 2018, S. 88-91.

Deflorin, P. and Scherrer M.: The relationship between IIoT and Supply Chain Integration. European Operations Management Association (EUROMA). Budapest, 2018.

Deflorin, P., Dinner, K., Moser, P. (2019): Digitale Transformation in Graubünden. Die Volkswirtschaft, Nr.1-2, S.38-40.

Deflorin, P., Werner, M. (2018): Industrie-4.0-Initiativen erarbeiten, analysieren und umsetzen. Wissensplatz HTW Chur, September 2018.

Kappeler, U. (2018): Diverse Artikel in Zeitungen im Einzugsgebiet der prämierten Studierenden im Rahmen des Businessplan Wettbewerbs

Kappeler, U. (2018): Workshop Geschäftsmodelle Jungunternehmerforum Graubünden

Küng, B. (2018): Das Zauberwort heisst Kooperation. In: Gourmet, 11/2018

Küng, B. (2018): Die Generation Y und das Mitarbeiter-Sharing - ein erfolgversprechender Match? In: Gourmet, 10/2018

Küng, B. (2018): Die neue Online-Plattform «jobs2share» bringt Sommer- und Winterstellen zusammen. In: Gourmet, 9/2018

Küng, B. (2018): Ein pragmatischer Lösungsvorschlag. In: Gourmet, 06/2018

Küng, B. (2018): HTW Blog: Made in Graubünden. In: Südostschweiz, 27. März 2018

Küng, B. (2018): Partager et collaborer à l'ère numérique. In: Pot-au-feu. 9/2018

Küng, B. (2018): Sind Sie digital fit? In: Gourmet, 12/2018

Küng, B. (2018): Teilen und kooperieren im digitalen Zeitalter. In: Gourmet, 07/08 2018

Küng, B. (2018): Tourismus Total: A knock-out deal! in: GRheute 11/2018

Küng, B. (2018): Tourismus Total: Geld gegen Innovation. in: GRheute 03/18

Küng, B. (2018): Tourismus Total: Hüben wie drüben dringend gesucht: Koch! Servicefachangestellte! Réceptionspersonal! in: GRheute07/2018

Küng, B. (2018): Tourismus Total: Januarloch? Keine Spur! in: GRheute 02/18

Küng, B. (2018): Tourismus Total: Mitarbeiter-Sharing 2.0. in: GRheute 09/18

Küng, B. (2018): Tourismus Total: Wie stehen eigentlich die Regierungsratskandidaten zum Tourismus? in: GRheute 05/18

Küng, B. (2018): Viel Potenzial für die Branche. In: Gourmet, 05/2018

Küng, B. (2018): Was tun gegen Fachkräftemangel in der Branche?. In: Gourmet, 04/2018

Scherrer, M., Deflorin, P., Szász, L., Rácz, B.: A plant's development stage in knowledge transfer in manufacturing networks. European Operations Management Association (EUROMA). Budapest, 2018.

Ziltener, A. (2018): Animismus - und was das mit Robotik zu tun hat. Blogbeitrag: zilti.info/blog, 30.08.2018

Ziltener, A. (2018): Biosphera Innovationen in Rorschach. Energieagentur St. Gallen. Blogbeitrag: <https://www.energieagentur-sg.ch/biosphera> 18.12.2018

Ziltener, A. (2018): Human versus Machine. Blogbeitrag: zilti.info/blog, 26.04.2018

Ziltener, A. (2018): Management of Bots. Blogbeitrag: zilti.info/blog, 8.5.2018

Ziltener, A. (2018): Managing the Industrial Internet. Blogbeitrag: zilti.info/blog, 25.04.2018

Ziltener, A. (2018): Roboter werden zu Helfern mit Eigenleben. Blogbeitrag: <https://www.notch-interactive.com/de/blog/2018/12/17/interview-andreas-ziltener/> 20.12.2018

Ziltener, A. (2018): Second Halftime. Blogbeitrag: zilti.info/blog, 07.06.2018

Ziltener, A. (2018): Why Absorbive Capabilities Count. Blogbeitrag: zilti.info/blog, 18.12.2018

Ziltener, A. (2018): Zukunftsperspektiven unter unterschiedlichen Weltanschauungen. Blogbeitrag: zilti.info/blog, 12.05.2018

Forschungsfeld Digitale Strategien

Publikationen 2018

Beier, M. (2018): Digitale Strategien für Nonprofit-Organisationen Anfang des 21. Jahrhunderts. In M. Vilain, & S. Wegner (Eds.), *Crowds, Movements & Communities?! Potentiale und Herausforderungen des Managements in Netzwerken*. Reihe: Zukunftsfragen der Gesundheits- und Sozialwirtschaft, Bd. 1. Nomos Verlag, Baden-Baden, 101-118.

Beier, M. und Früh, S. (2018): Nutzung von Social Media Plattformen durch Schweizer Spitäler - Eigene Accounts, Nutzungsintensitäten und Reichweiten. Forschungsbericht der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur.

Früh, S (2018): Wie sind Schweizer Spitäler auf Social Media vertreten? In. *Clinicum* 6-18

Früh, S. (2018): Crowdfunding für Stiftungen und Nonprofit Organisationen - Chancen und Herausforderungen am Beispiel der Crowdfunding-Kampagne www.neustartdario.ch. In M. Vilain, & S. Wegner (Eds.), *Crowds, Movements & Communities?! Potentiale und Herausforderungen des Managements in Netzwerken*. Reihe: Zukunftsfragen der Gesundheits- und Sozialwirtschaft, Bd. 1. Nomos Verlag, Baden-Baden, 219-224.

Früh, S. (2018): Masterstudierende der HTW Chur zum sechsten Mal im Silicon Valley. Wissensplatz HTW Chur. 26.04.2018

Früh, S. (2018): Spitäler setzen auf Social Media. In: *Interpharma*, 29.11.2018

Schedlbauer, M. & Wagner, K. (2018): Blockchain beyond Digital Currencies - A Structured Literature Review on Blockchain Applications. SSRN Paper: 3298435.

Forschungsfeld Internationalisierung

Publikationen 2018

Hauser, C. (2018): Fighting Against Corruption: Does Anti-corruption Training Make Any Difference?, in: *Journal of Business Ethics*, <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3808-3>

Hauser, C. (2018): Meldestellen für Hinweisgeber: Unternehmen und Politik sind gefordert, in: *Compliance-Berater*, Vol. 5, No. 12 (with Dahinden, U. and Francolino, V.).

Hauser, C. (2018): Whistleblowing-Meldestellen bei Schweizer Medienhäusern, in: *Compliance-Berater*, Vol. 5, No. 12 (with Stühlinger, L.).

Hauser, C. (2018): Einfluss von Corporate Compliance auf den Kapitalmarkt wächst: Wie sich Unternehmen durch Compliance-Reporting einen Wettbewerbsvorteil verschaffen können, in: *GoingPublic Magazin*, Vol. 21, No. 8.

Hauser, C. (2018): Unternehmen profitieren von Whistleblowern, in: *Die Volkswirtschaft*, Vol. 91, No. 4 (with Blumer, H.).

Hauser, C. & Nieffer, R. (2018). Anticorruption in management training and the business game method. In A. Stachowicz-Stanusch & W. Amann (Eds.), *Fostering Sustainability by Management Education* (pp. 127-147). Charlotte, NC: Information Age.

Hauser, C. & Nieffer, R. (2018). Korruptionsprävention mittels eines computerbasierten Planspiels. In S. Wolf & P. Graeff (Hrsg.), *Korruptionsbekämpfung vermitteln* (S. 235-257). Wiesbaden: Springer VS.

Lehmann R., Herausforderung After Sales, in: *China Contact*, 9/10, 2018, S. 22

9 Konferenzen und Referate

Forschungsfeld Innovation

Konferenzen und Referate 2018

Deflorin, P.: Digitale Transformation - Eine Auslegeordnung. Kiwanis Davos, 19.06.2018.

Deflorin, P.: Digitale Transformation - Eine Auslegeordnung. KV Chur, Chur 27.09.2018.

Deflorin, P.: Digitale Transformation in Graubünden. Podiumsdiskussion am Digitaltag Chur, Chur, 25.09.2018.

Deflorin, P.: Digitale Transformation in Graubünden: Stand, Hindernisse und strategische Aktionsfelder. Top KMU Z'morga. KMU Zentrum Graubünden. Chur.

Deflorin, P.: Industrie 4.0 - Eine Auslegeordnung. Kundenanlass Zentralwäscherei, Chur, 5.6.2018.

Deflorin, P.: Industrie 4.0: Ideen erkennen, analysieren und umsetzen. Digital Davos Forum, 28.09.2018.

Deflorin, P.: Smart Services, Pay per use, Garantierte Maschinenverfügbarkeit: Voraussetzungen und notwendigen Veränderungen. F&E Konferenz zur Industrie 4.0, Windisch, 15. Januar 2018.

Deflorin, P.: What is your business model? World Web Forum, Zürich, 18. Januar 2018.

Jenni, U.: Gemeinsam Veränderung meistern: Die erfolgreiche Teamkultur. Maagtechnic Fachforum 2018, Baden, 23.10.2018

Jenni, U.: Wandel durch Innovation meistern. Festrede Preisverleihung Rheintaler Wirtschaft 2019, Säntis Packaging AG, Rüti, 16.11.2018

Küng, B. und Gruber, T.: Mitarbeiter-Sharing. Referat im Rahmen eines Workshops der RAVs Tessin, Bellinzona 3.10.2018

Küng, B.: Mitarbeiter-Sharing. Referat im Rahmen eines Workshops der RAVs Graubünden, Chur 23.8.2018

Küng, B.: Mitarbeiter-Sharing. Referat vor dem Tourismusrat Graubünden, Chur 28.3.2018

Küng, B.: Kooperationen 4.0: Mitarbeiter-Sharing im digitalen Zeitalter. HR Live 2018. Fachtagung HR und Tourismus, Hochschule München, 4. Juli 2018

Küng, B.: Mitarbeiter-Sharing. Referat im Rahmen vom Hoteliertag Oberengadin, Celerina 9.10.2018

Küng, B.: Mitarbeiter-Sharing. Referat im Rahmen von HR-Workshops von Private Selection Hotels, Weggis, 4.12.2018

O'Reilly, Ch., Schaede, U., Ziltener, A.: Worldwebforum Roundtable, Zürich, 20.06.2018

Ziltener, A.: Innovationen in einer digitalen und vernetzten Welt. Kadertagung Wälli Ingenieure AG, 7.9.2018

Forschungsfeld Digitale Strategien

Konferenzen und Referate 2018

Bau, F. (2018): Führung im digitalen Zeitalter. Keynote Speech bei Digital Summit für KMU on Tour «Digitalisierung & Leadership – Neue Arbeitswelten und Anforderungen an Führungskräfte». SKO Schweizerische Kaderorganisation. Chur, 02.10.2018.

Beier M. & Früh S. (2018): Kongress Klinikmarketing, Zürich, Schweiz. 31.10.2018

Beier M. & Früh S. (2018): Kongress Klinikmarketing, Zürich, Schweiz. 31.10.2018

Beier M. & Früh S. (2018): Social Media Teams of Hospitals as Mediators in Digital Health Ecosystems. 8th International Conference on Collaborative Innovation Networks, Suzhou, China.

Beier M. & Früh S. (2018): Social Media Teams of Hospitals as Mediators in Digital Health Ecosystems. 8th International Conference on Collaborative Innovation Networks, Suzhou, China.

Beier M. (2018): Social Talk 2018 - Management in der Expressgesellschaft – Führen und Leiten in agilen Strukturen und Arbeitswelten, Darmstadt, Deutschland 13.11.2018

Beier M.: 9th International Conference on Social Media & Society, Kopenhagen, Dänemark 18-20. July 2018

Früh, S. (2018): Crowdfunding zur Start-up Finanzierung. Mitglied des ETH Entrepreneur Club Panel, BlueLion Incubator, Zürich, 9.5.2018

Wagner, K., Schedlbauer, M.: "Blockchain beyond Digital Currencies". Referat an der Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research, 27. September, 2018, Innsbruck.

Wagner, K.: "16th IECER Conference". Eröffnungsreferat an der Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research, 26. September, 2018, Innsbruck.

Wagner, K.: "Crowdfunding: Lösung oder Illusion? Pro und Contra aus dem Schweizer Tourismus ". Referat an der 51. ordentlichen Generalversammlung der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit, 1. Juni 2018, Zürich.

Wagner, K.: "Die Arbeitswelt von Morgen – und welche Kompetenzen für Kinder und Jugendliche immer wichtiger werden". Referat Erwachsenenbildung Männedorf, 1. Februar 2018, Männedorf.

Wagner, K.: "Tech und Tourismus - eine komplizierte Symbiose". Referat am Tourismus Forum Schweiz. 15. November, 2018, Bern.

Forschungsfeld Internationalisierung (Auszug)

Konferenzen und Referate 2018

Hauser, C. (2018): ¿Porqué las empresas se comprometen (o no) a una responsabilidad social?, Presentation given at CAMEXA, 16 October 2018, Santa Fe, Mexiko City.

Hauser, C. (2018): Accepting corrupt behavior in international business: What role do Machiavellianism, on-the-job experience, and neutralization play? Paper presented at the University of Kiel, 2 July 2018, Kiel.

Hauser, C. (2018): Are internationally active companies doing good to disguise harm?, Paper presented at the 5th Responsible Management Education Research Conference, 13 November 2017, Cologne.

Hauser, C. (2018): Compliance Benchmarking and Readiness, Presentation given at Integrity Line Circle, 4 September 2018, Zürich.

Hauser, C. (2018): Ethische Herausforderungen im Umgang mit Daten, Presentation given at the Fachtagung Daten-Policy in der Energiebranche – eine Herausforderung auf verschiedenen Ebenen, 15 November 2017, Olten.

Hauser, C. (2018): Ethische Herausforderungen im Umgang mit Daten, Presentation given at the Forum für HR-Verantwortliche, 14 November 2017, Olten.

Hauser, C. (2018): Exportkontrolle, Speech given at the 7. Forschungsplenum, 06 November 2017, Chur.

Hauser, C. (2018): From preaching to behavioral change: Fostering companies' ethics and compliance training, Paper presented at the 5th Responsible Management Education Research Conference, 13 November 2017, Cologne.

Hauser, C. (2018): Herausforderung der Globalisierung und Digitalisierung, Speech given at Exportmarktplatz 2018, 24 May 2018, Schaan.

Hauser, C. (2018): Integrity dialogue within the supply chain, Presentation given at the meeting of the SwissHoldings Working Group Compliance, 28 June 2018, Bern.

Hauser, C. (2018): Internationalisation of business and corruption: Experience of Swiss SMEs and multinationals, Lecture given at the Universität Basel, 2 February 2018, Basel.

Hauser, C. (2018): Los desafíos de la implementación de la responsabilidad social empresarial en América Latina, Presentation given at EGADE Business School Monterrey, 17 October 2018, San Pedro Garza Garcia.

Hauser, C. (2018): On the Goals of Family Firms: Role of Sovereignty Goals in Explaining Stakeholder Orientation, Paper presented at the Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research (IECER), 26 September 2018, Innsbruck.

Hauser, C. (2018): On the Goals of Family Firms: Why are Family Firms More Stakeholder Oriented? Paper presented at the European Academy of Management Annual Conference (EURAM) 2018, 21 June 2018, Reykjavik.

Hauser, C. (2018): Panel: Retos de la Iniciativa Privada para la construcción de resiliencia desde la estrategia de responsabilidad social corporativa, 18 October 2018, Mexiko City.

Hauser, C. (2018): Tenure, international work experience and the acceptance of corruption, Paper presented at the 5th Responsible Management Education Research Conference, 13 November 2017, Cologne.

Hauser, C. (2018): The role of training in fighting corruption: Current research results and future work directions Speech given at the Brown Bag Lunch at Basel Institute on Governance, 13 September 2018, Basel.

Hauser, C. (2018): Whistleblowing-Meldestellen in der Schweiz: Erfahrungen des Privatsektors, Speech given at the IDAG Korruptionsbekämpfung-Atelier: Ergebnisse des OECD-Länderexamens Phase 4, 17 September 2018, Bern.

10 Wissenstransfer

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 Frühstücksevent 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.

Datum	Thema des Events	Ort
30.5.2018	topKMU Zmorga: Wie KMU ihre Verhandlungsposition stärken können; Stefan Kühn, INCS	Service Innovation Lab HTW Chur
17.5.2018	topKMU: INTEGRA Biosciences AG, Zizers. Innovation als Wachstumsmotor. Elmar Morscher, CEO; Alex Studer, VP Innovation&Marketing	Tardisstrasse 201, 7205 Zizers
11.9.2018	topKMU Input: Angriff von Aussen – So schützen Sie Ihre Daten; mit Bundesnachrichtendienst (BND), Handelskammer Graubünden, Switzerland Global Enterprise, HTW Chur	Service Innovation Lab HTW Chur
25.9.2018	topKMU Zmorga: Quickstarter in die Industrie 4.0 für KMU. Mit Bernhard Isenschmid, Industrie 2025; Prof. Dr. Patricia Deflorin, HTW Chur.	Service Innovation Lab HTW Chur
11.10.2018	topKMU Expedition: Innovativer Mechatroniker Stäubli Sargans AG; Urban Germann, CEO.	Grossfeldstrasse 71, 7320 Sargans
25.10.2018	topKMU Zmorga: Tipps und Tricks für erfolgreiche Horizon 2020 / SME – Anträge mit Euresearch; Evolution Europe, dhp technologies AG, Zizers.	Service Innovation Lab HTW Chur

Weitere Infos:

www.kmuzentrum.ch – Info-Line: 081 286 24 13 – info@kmuzentrum.ch



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

Kooperationen und Veranstaltungen

Forschungskooperationen 2017

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
- 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
- Lab der Empa

Mitwirkung in Gremien und Experten-/Gutachtentätigkeit

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

Dr. Michael Beier

Ist Mitglied der Association for Information Systems (AIS)

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)
ist Beraterin/Mitglied der SATW Themenplattform Industrie 4.0

Michael Forster

ist Prüfungsexperte der Privaten Mittelschulen Graubünden, Amt für Höhere Bildung

Prof. Dr. Christian Hauser

ist Beirat connosco e.V., Köln
ist Vertrauensdozent und Mitglied des Auswahlausschusses 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. Urs Jenni

ist Member of ECSB, European Council for Small Businesses
ist Mitglied der Expertenrunde Exportkontrolle des Vereins Netzwerke Logistics (VNL)

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

Brigitte Küng

ist Vorstandsmitglied im Verein Mitarbeiter- Sharing
ist Mitglied im Verein Sharecon

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

Ruth Nieffer

ist Mitglied des Compliance Round Table

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 Berat des Vereins Wasser für Wasser

Dario Wellinger

ist im Vorstand der FH Schweiz

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

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.
ist als Institution Mitglied im KTI F&E-Konsortium Netzwerk Holz

11 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
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	Michael Forster Prof. Urs Kappeler Dr. Katrin Schillo

Master of Science in Business Administration, HTW Chur

Lehre - Frühlingssemester 2018

Internationales Marketing	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Innovationsprozess	Prof. Urs Jenni
Organisational Development	Prof. Dr. Frank Bau
Digital Business	Prof. Dr. Kerstin Wagner Philipp Bachmann
Specific Research Methods	Prof. Dr. Ralph Lehmann

Lehre - Herbstsemester 2018/2019

Nachhaltige Geschäftsentwicklung	Prof. Dr. Frank Bau
Innovationsfinanzierung	Sebastian Früh
Innovationsmanagement	Prof. Dr. Andreas Ziltener
Neue Geschäftsmodelle	Prof. Dr. Kerstin Wagner
Internationales Umfeld	Prof. Dr. Christian Hauser
Research Design	Prof. Dr. Patricia Deflorin Prof. Dr. Kerstin Wagner
Leadership	Prof. Dr. Ralph Lehmann

Weiterbildungslehrgänge (DAS, MAS, Exekutive 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 Trends & Innovationen, digitale Innovationen: Executive MBA – Digital Transformation, Zürich, HTW Chur	Prof. Dr. Andres Ziltener Prof. Dr. Patricia Deflorin Philipp Bachmann Prof. Urs Jenni
Strategische Unternehmensführung, Business Innovation: Executive MBA – New Business Development, Zürich, HTW Chur	Prof. Dr. Andres Ziltener Prof. Urs Jenni Philipp Bachmann
Unternehmensführung II, Geschäftsmodelle / Businessplan, Marketing, Entwicklung, Produktion 2 : MAS Chur, HTW Chur	Prof. Urs Kappeler Prof. Dr. Patricia Deflorin
Innovationsmanagement, dynamisches Umfeld, technologisches Umfeld: Executive MBA – General Management, HTW Chur	Prof. Dr. Andres Ziltener Prof. Urs Jenni Philipp Bachmann
Marketing Innovation: Executive MBA – Smart Marketing	Prof. Dr. Andres Ziltener Prof. Urs Jenni Philipp Bachmann
Digitale Trends: Industrie 4.0 Executive MBA – General Management, HTW Chur	Prof. Dr. Patricia Deflorin

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, Sebastian Früh, Dario Wellinger, Nadine Hergovits
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

Betreuung von Bachelor-Thesen 2019

E-Commerce im Lebensmittelmarkt 4.0: Trends und Auswirkungen	Prof. Dr Deflorin Patricia
Personalführung in der neuen Arbeitswelt 4.0 & Anwendbarkeit in virtuellen Teams	Prof. Dr. Bau Frank
Umsetzungskonzept mit Empfehlungen zu Arbeits- und Anstellungsbedingungen bei ÖKK	Prof. Dr. Bau Frank
Zukünftiges Product Compliance Management System der Würth International	Bertsch Lisa
Employer Branding der GKB auf Social Media für die Zielgruppe Generation Z	Prof. Dr. Bau Frank
Gnue - Feinkost & Catering - Marktpositionierung und Wertschöpfungssteigerung	Prof. Kappeler Urs
Betriebs- und Finanzierungskonzept des BMX Bike Parks Weinfelden	Brigitte Küng
Entwicklung von Angeboten & Dienstleistungen für den Gast 4.0	Dr. Schillo Katrin
Internes Kommunikationskonzept	Prof. Kappeler Urs
Mobile Device - Lösungen für das Private Banking der VP Bank Gruppe	Prof. Kappeler Urs

Betreuung von studentischen Unternehmensprojekten und Businesspläne

Gemeinde Sumvigt	Prof. Urs Kappeler
Die EINE – Werbeagentur	Prof. Urs Kappeler
Verein Curvita	Prof. Urs Kappeler
ABC-Domino Sprachschule	Prof. Urs Kappeler
Eishockeymasken	Prof. Urs Kappeler
Eigenes Projekt	Prof. Urs Kappeler
Eigenes Projekt	Prof. Urs Kappeler
Goldschmied	Prof. Urs Kappeler
Bionic Reading	Prof. Urs Kappeler
Handwerker-App	Prof. Urs Kappeler
AROMANA HOLISTIC BEAUTY LOUNGE	Prof. Urs Kappeler
Seilpark Arvenbüel	Prof. Urs Kappeler

Betreuung von Master-Thesen 2018

Verhalten von potentielle Investoren im Crowdlending	Sebastian Früh
Datenbasierte Dienstleistungen: Gestaltung der Organisationsstruktur für das effiziente Anbieten von datenbasierten Dienstleistungen	Prof. Dr. Patricia Deflorin
Ideation phase in the innovation process	Prof. Urs Jenni
Initial Coin Offering	Sebastian Früh
Crowdfunding als Marketinginstrument	Sebastian Früh
Erfolgsfaktoren agiler Entwicklungsmethoden	Prof. Dr. Patricia Deflorin
Talent Management in China	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Effekte von Frauen in Führungspositionen: Ein systematisches Literatur-Review	Prof. Dr. Kerstin Wagner
Digitalisierung der Unternehmensfinanzierung	Prof. Urs Jenni
Blockchain beyond Digital Currencies	Prof. Dr. Kerstin Wagner
Lean Management und digitale Transformation	Prof. Dr. Patricia Deflorin

Betreuung von wissenschaftlichen Praxisprojekten im Master-Studiengang

Bringing swiss ideas to China	Dr. Katrin Schillo
Community-Management auf einer Sharing-Economy-Plattform	Brigitte Küng
Kommunikationsmix zur User-Akquisition bei einer Sharing-Plattform	Brigitte Küng
CSR-Konzept	Prof. Dr. Frank Bau
Swissness – Bedeutung von Branchenverordnungen	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Swissness – Durchsetzung in ausländischen Märkten	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Swissness – Einfluss der neuen Gesetzgebung auf Schweizer KMU	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Internationalization Self-Assessment Tool	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Digitale Marktplätze	Prof. Dr. Ralph Lehmann
Pricing-Strategien für Ersatzteile	Dr. Katrin Schillo
Bringing swiss ideas to China	Dr. Katrin Schillo

Studienreise Silicon Valley 2018 – Master in Business Administration, Major New Business

Ausgangslage

Die HTW Chur ermöglicht ihren Studierenden eine Reise ins Silicon Valley – seit Jahrzehnten eine der innovativsten Regionen der Welt. In der siebten Durchführung 2018 konnten weltweit aufstrebende Unternehmen wie Airbnb, etablierte Institutionen wie Google, Salesforce und Stanford sowie Kapitalgeber wie das Plug and Play Techcenter besucht werden.

Die ganze Welt schaut gerade auf das Silicon Valley. Themen wie Virtual Reality, Big Data, Artificial Intelligence, Internet of Things oder selbstfahrende Autos sind längst nicht mehr nur Begrifflichkeiten für Insider, die sich in dem kalifornischen Tal aufhalten, sondern schwappen mit ihrer ganzen Kraft und Anziehung auf den Rest der Welt über. Die HTW Chur organisiert bereits seit 2012 eine jährliche Studienreise ins Silicon Valley, um den Studierenden im Major New Business des Masterstudiengangs Business Administration (MScBA) die Möglichkeit zu geben, betriebswirtschaftliche Entwicklungen in ihrer Entstehung zu erleben, sich intensiv mit zukünftigen Technologien auseinanderzusetzen und selber eigene Geschäftsideen in einem inspirierenden als auch kompetitiven Marktumfeld zu entwickeln.

Durchführungsjahr 2018

2018 ergab sich dabei die einmalige Möglichkeit, am Pitch-Day des renommierten Seed-Accelerators und Venture Fonds «Plug and Play Techcenter» teilzunehmen. 30 Start-up Pitches in zwei Stunden – eine solche Menge neuer Ideen in dieser Zeit veranschaulicht eindrücklich die Dichte an Innovationen, die im Silicon Valley vorherrscht. Der Besuch des Homesharing-Marktplatzes Airbnb beeindruckte durch die offenen Büroräumlichkeiten, die mehr an eine Kreativ-Studio der Filmbranche erinnern als an jene eines profitorientierten Unternehmens. Diese Offenheit und Kreativität wurde auch während einer ca. halbstündigen Fragerunde im firmeneigenen Kinosaal durch die Mitarbeitenden gelebt und auf die Teilnehmenden übertragen.

Einen weiteren bleibenden Eindruck haben die Firmenbesuche bei den etablierten Unternehmen Salesforce und Google hinterlassen. Salesforce mit seiner nicht einmal zwanzigjährigen Unternehmensgeschichte und dem frisch fertiggestellten und 61 Stockwerk umfassenden «Salesforce-Tower» mitten in San Francisco, symbolisiert die Geschwindigkeit mit welcher sich Geschäftsideen im Silicon Valley zu marktdominierenden Geschäftsmodellen entwickeln lassen. Der Besuch bei Google beeindruckte ebenfalls. Während des Schlenderns über den gut 200'000 Quadratmeter grossen Googleplex, gab der HR-Verantwortliche einen Einblick in seinen Berufsalltag. Er erzählte über die Kriterien, die Google an seine Bewerber stellt, die Vorzüge die man erhält, wenn man bei der Firma anfängt und ermutigte schlussendlich alle Teilnehmenden, sich zu bewerben.

Der alljährliche Höhepunkt für die Studierenden stellt der Besuch der Universität von Stanford dar. Für den Durchschnittseuropäer kaum vorstellbar, macht die Universität mit ihrer Weitläufigkeit und den unterschiedlichen Gebäuden eher den Eindruck einer Kleinstadt als einer Universität. Mit einer eigenen Kirche, 20 Bibliotheken, dutzende Lebensmittelläden und unzähligen Wohn- und Studentenhäusern ist Stanford eine Oase der Ruhe und Kreativität mitten im vom Stress dominierten Silicon Valley.

Auswirkungen

Durch die gemachten Erfahrungen und Begegnungen ist alljährlich eine Veränderung der Sichtweise bei den teilnehmenden Studierenden zum Thema «New Business Development» zu beobachten. Die Studienreise inspiriert die Teilnehmenden dazu, eigene Ideen und

Herangehensweisen zu entwickeln und die Erfahrungen und Eindrücke mit zurück in die Schweiz zu bringen.

Dauer

14. – 19. Oktober 2018

Kontakt



Sebastian Fröh

Projektleiter

Tel. +41 (0)81 286 37 47

sebastian.frueh@htwchur.ch



Bilder:
Studienreise Silicon
Valley 2018

Kick-off Veranstaltung der Masterstudiengänge 2018 - River Rafting

Gelungener Kick-Off Event der neuen Masterstudierenden MSc BA

Wie jedes Jahr erkämpften sich die neuen Masterstudierenden der Studienrichtungen «New Business», «Information and Data Management» und «Tourismus» den Weg auf dem Vorderrhein durch die Ruinaulta von Ilanz nach Reichenau. Dabei lernten sich die Studierenden bei ihrem zweiten Kick-Off Tag während einer wilden River Rafting Tour besser kennen. Nebst viel Action auf und im Wasser konnte auch die wunderschöne Natur bewundert werden. Der Vorderrhein hat sich während ca. 10'000 Jahren durch einen der grössten Bergstürze Europas gearbeitet. Dadurch entstanden atemberaubende Felsformen, beeindruckende «Steinpilze» und höhlendurchsetzten Steilwände wie das sogenannte «Black Hole».



Bilder:
Kick-off Veranstaltung
Masterstudiengänge 2018

12 Medienspiegel

2018 wurden SIFE-Mitarbeitende im Zusammenhang mit eigenen Forschungsprojekten, Veranstaltungen, Dienstleistungsmandaten oder Lehrveranstaltungen gemäss Argus Media Monitoring mehr als 163 Mal in verschiedenen

regionalen und nationalen Publikumszeitschriften und Zeitungen, in Online-Medien, im Radio oder TV erwähnt. Einige Impressionen aus der Medienlandschaft 2018 sind hier zusammengestellt.



SRF, 10 vor 10, 05.07.2018
 Christian Hauser, Interview zu Whistleblower



KMU-Magazin, 22.02.2018
 Nachfolgeregelung



Frankfurter Allgemeine, 09.06.2018
 Rüstzeug für die Whistle-Blower

Datum: 30.08.2018
montagna
 Zukunft Tourismus im Berggebiet
 HTW Chur
 Fachhochschule für Technik und Wirtschaft
 University of Applied Sciences
 Medienart: Print
 Medientyp: Zeitschrift und Zeitschriften
 Auflage: 1000
 Erscheinungsweg: unregelmäßig
 Seite: 12
 Fläche: 1 604 x 140 mm
 Auftrag: 1071495
 Themen-Nr.: 375.025
 Referenz: 7156651
 Auswert-Nr.: 1/5

Die 12 Thesen

1) Kooperationen: Ohne Kooperationen sind die Tourismusdestinationen im Berggebiet nicht überlebensfähig

Die Kleinstrukturiertheit der Tourismuswirtschaft ist kontraproduktiv. Die kleinstrukturierten, zersplitterten Angebotsstrukturen, die in der Tourismuswirtschaft sehr oft vorzufinden sind, machen es für Unternehmer, sei es Hoteliers, Gastrosomen, Bahnbetreiber oder andere, äusserst schwierig, rentabel Geschäfte zu tätigen. Zahlreiche kleine und kleinste konkurrierende Hotelbetriebe, Seilbahnen und lokale Verkehrevereine hohlen um die Gunst der Kunden auf verschiedenen Märkten, oft ohne klare Positionierung und ohne professionelles Marketing. Die sinkende Nachfrage der letzten Jahre hat dazu geführt, dass sich ein Grossteil dieser Betriebe und Destinationen finanziell nur knapp über Wasser halten kann oder dass sogar die öffentliche Hand oder private Mäzene finanzielle Unterstützung bieten müssen, damit der Betrieb nicht eingestellt werden muss. In anderen Branchen würde nach einem massiven langjährigen Nachfragebruch ein bedeutender Strukturwandel einsetzen, der die Kapazitäten bereinigt, woraus die überlebenden Anbieter letztlich gestärkt hervorgehen. Viele Tourismusdestinationen sind aber finanziell abhängig von einzelnen Hotelbetreibern oder Bahnbetrieben und daher auf die zusätzlichen Finanzströme angewiesen. Solche Eingriffe mögen diese Destinationen zwar vorübergehend retten und aus lokaler Perspektive unauweichlich sein, sind aber längerfristig nicht nachhaltig. Um diesem Problem entgegenzuwirken, ist es nötig, dass vermehrt Kooperationen eingegangen werden. Die Mehrheit der bestehenden Kooperationen entwickeln sich aufgrund mangelnder finanzieller Ressourcen und somit aus einer Notlage heraus. Eine erwünschte Zusammenarbeit dieser Art ist oftmals längerfristig gesehen zum Scheitern verurteilt, da es für eine erfolgreiche Kooperation ein gutes Geschäftskonzept und eine zukunftsorientierte Entwicklungsstrategie braucht, die unter einer kompetenten Führung steht. Die Kooperationsbereitschaft der einzelnen Akteure ist oftmals schlicht nicht vorhanden, da sie sich als Einzelkämpfer in einem Konkurrenzkampf und nicht als Teil einer touristischen Servicekette innerhalb einer Region sehen.

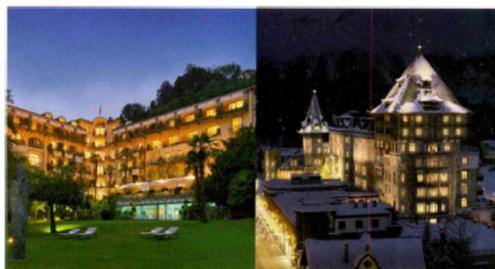
Ohne Kooperationen sind die Tourismusdestinationen im Berggebiet nicht überlebensfähig.

Auch der Bundesrat sieht die Kleinstrukturiertheit in der Tourismusbranche als problematisch an und hat daher die Koordination und Kooperation und die Förderung des Unternehmensplans in seiner neuen Tourismusstrategie zu zentralen Handlungsfeldern erklärt. Neue und bestehende Betriebe können durch Kooperationen (horizontal und vertikal) wirtschaftliche Chancen und Produktivitätsgewinne realisieren. Gerade auch in strukturschwächeren Gebieten ist die Bündelung der Betriebe von grosser Bedeutung, um entsprechende wirtschaftliche Effekte zu erzielen. Die so gewonnenen finanziellen Ressourcen können wiederum in gut ausgebildete Fachkräfte investiert werden. Vor allem in der Unternehmensleitung und im Marketing sind solche zentral, um auf dem Markt wettbewerbsfähig zu sein. Damit Kooperationen in Zukunft nicht mehr aus einer Notlage heraus, sondern proaktiv entstehen, muss dringend die Kooperationsbereitschaft erhöht werden. Dazu braucht es einerseits eine Sensibilisierung der Akteure und andererseits ein allgemeines Umdenken in der Branche. Erfolgreiche Kooperationen sind langwierige Prozesse, die ein sehr gut durchdachtes Konzept bedingten, das schrittweise umgesetzt werden sollte. Ein zentraler Aspekt in diesem Prozess ist eine gute und vor allem transparente Kommunikation unter den Akteuren. Die Erarbeitung und Umsetzung einer erfolgsversprechenden Entwicklungsstrategie und die Koordination aller Beteiligten sollte am besten unter der Führung einer kompetenten und

Montagna, 30.08.2018
 Zukunft Tourismus im Berggebiet, Die 12 Thesen

Datum: 13.11.2018
gourmet
 HTW Chur
 Fachhochschule für Technik und Wirtschaft
 University of Applied Sciences
 Medienart: Print
 Medientyp: Zeitschrift
 Auflage: 1000
 Erscheinungsweg: 12x jährlich
 Seite: 60
 Fläche: 242 x 164 mm
 Auftrag: 1071495
 Themen-Nr.: 375.025
 Referenz: 7156651
 Auswert-Nr.: 1/5

Chefsache



Das Zauberwort heisst Kooperation

Kooperation ist ein Modewort geworden, und im Prinzip ist jedem klar, dass man durch geschickte Allianzen und Kooperationsverbünde – sei das im Einkauf, im Marketing oder eben auch in Sachen Personalarbeit – als Unternehmen profitieren kann. Doch einfacher gesagt als getan. Einige Faktoren müssen gegeben sein, damit Kooperationen gewinnbringend sind. Ein Beispiel aus der Praxis zeigt, wie alle involvierten Parteien von Kooperationen profitieren können.

Von Brigitte Kling, Master of Science in Business Administration, HTW Chur, Projektleiterin & Vorstandsmitglied des Vereins Mitarbeiter-Sharing
 Foto: Verein Mitarbeiter-Sharing

gourmet, 13.11.2018
 Das Zauberwort heisst Kooperation, Mitarbeiter-Sharing

Datum: 09.05.2018
gourmet
 HTW Chur
 Fachhochschule für Technik und Wirtschaft
 University of Applied Sciences
 Medienart: Print
 Medientyp: Zeitschrift
 Auflage: 1000
 Erscheinungsweg: 12x jährlich
 Seite: 47
 Fläche: 242 x 164 mm
 Auftrag: 1071495
 Themen-Nr.: 375.025
 Referenz: 6665013
 Auswert-Nr.: 1/5



Mitarbeiter-Sharing:
Viel Potenzial für die Branche

Dass Betriebe zusammenarbeiten, um saisonal Arbeitskräfte auszutauschen, ist nicht neu. Dass dazu die Digitalisierung genutzt wird, um nach dem Vorbild der Sharing Economy eine breitangelegte Zusammenarbeit einer Vielzahl von Arbeitgebern zu ermöglichen, ist allerdings ein neues Phänomen, das wir «Mitarbeiter-Sharings» nennen. Es ist eine Chance für die Branche, mit den Herausforderungen der Saisonalität und dem Fachkräftemangel umzugehen.

Von Brigitte Kling, Master of Science in Business Administration, HTW Chur, Projektleiterin & Vorstandsmitglied des Vereins Mitarbeiter-Sharing
 Foto: Verein Mitarbeiter-Sharing und zvg

gourmet, 09.05.2018
 Viel Potenzial für die Branche, Mitarbeiter-Sharing

Datum: 18.12.2018
clinicum
 HTW Chur
 Fachhochschule für Technik und Wirtschaft
 University of Applied Sciences
 Medienart: Print
 Medientyp: Zeitschrift
 Auflage: 1000
 Erscheinungsweg: 6x jährlich
 Seite: 49
 Fläche: 242 x 164 mm
 Auftrag: 1071495
 Themen-Nr.: 375.025
 Referenz: 7156651
 Auswert-Nr.: 1/5

Erste Vollerhebung zur Nutzung von Social Media Plattformen durch Schweizer Spitäler

Wie sind Schweizer Spitäler auf Social Media vertreten?

Der Dialog mittels Social Media Plattformen ist gesellschaftlich etabliert. Auch im sensiblen Kontext von Spitätern ermöglichen Social Media unterschiedliche Zielgruppen zielgerichtet anzusprechen und mit diesen direkt zu interagieren. Um eine aktuelle Übersicht zur Nutzung von Social Media Plattformen durch Schweizer Spitäler zu erhalten, wurde eine systematische Vollerhebung zu deren Social Media Aktivitäten durchgeführt und in einem Forschungsbericht ausgewertet. Bei einer vom Team des Forschungsfelds «Digitale Strategien» der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur durchgeführten Untersuchung zeichnet sich ab, dass der Grossteil der Schweizer Spitäler auf Social Media präsent sind. Die meisten Schweizer Spitäler sind auf den Plattformen Facebook (93%), LinkedIn (66%) und YouTube (58%) vertreten.

Der systematische, zielgruppenorientierte Einsatz von Social Media Plattformen ist in vielen Bereichen und zahlreichen Unternehmen und öffentlichen Institutionen etabliert. Zunehmend werden die Technologien auch in sensiblen Kontexten wie dem Gesundheitssektor eingesetzt. Es gibt viele Gründe für Schweizer Spitäler, sich mit der eigenen Präsenz in Social Media Plattformen zu befassen. Einerseits gelten Social Media als umfassendes Medium für Organisationen, um mit einem Grossteil der Bevölkerung in direktem Kontakt zu treten. Andererseits nimmt der Anteil der Schweizer Bevölkerung, der in Plattformen wie Facebook, Twitter und Instagram aktiv ist, weiter zu. Vor dem Hintergrund, dass ein Grossteil der Schweizer Bevölkerung seine Informationen zu Analyse und Vergleich genutzt

Social Media Plattformen

Gesundheitsthemen aus dem Internet und via Social Media bezieht, gewinnt das Thema bei Spitätern zunehmend an Bedeutung.

Forschungsbericht trägt zur Schliessung einer Lücke bei

Zwar gibt es bereits Best-Practice-Untersuchungen und Gestaltungsempfehlungen aus dem Bereich Social Media Marketing zum Einsatz von Social Media durch Spitäler. Eine systematische Vollerhebung aller Schweizer Spitäler zu deren Social Media Aktivitäten lag allerdings bislang noch nicht vor. Der Forschungsbericht «Nutzung von Social Media Plattformen durch Schweizer Spitäler – eigene Accounts, Nutzungsintensitäten und Reichweiten» soll dazu beitragen, diese Lücke zu schliessen. Hierzu wurde untersucht, inwieweit Schweizer Spitäler eigene Accounts in Social Media Plattformen betreiben, wie intensiv Schweizer Bevölkerung, der in Plattformen wie Facebook, Twitter und Instagram aktiv ist, weiter zu. Vor dem Hintergrund, dass ein Grossteil der Schweizer Bevölkerung seine Informationen zu

Da einige der identifizierten Social Media Profile von Spitätern relativ unvollständig eingerichtet worden sind, wurde bei der Untersuchung klassifiziert, inwieweit die erhobenen Accounts ein definiertes Minimalerfordernis (MQ) erfüllen, sodass mit höherer Wahrscheinlichkeit davon ausgegangen werden kann, dass ein jeweiliger Kanal offi-

clinicum, 18.12.2018
 Wie sind Schweizer Spitäler auf Social Media vertreten?

13 Kontakt

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

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

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

Lageplan:

Standorte der HTW Chur

- A Pulvermühlestrasse 57
- B Ringstrasse 34
- C Pulvermühlestrasse 80
- D Comercialstrasse 20
- E Comercialstrasse 22
- F Comercialstrasse 24
- H Comercialstrasse 19
- I Sommeraustrasse 32
- Fussweg

