

Bachelorarbeiten Sport Management 2020



Inhalt

4	Sandra Andres
4	Jonas Baumann
5	Yannick Bernhard
5	Joel Bieri
6	Tim Braillard
6	Elena Buchli
7	Jacqueline Degen
7	Antonio Dragusin
8	Dennis Ehinger
8	Cristiana Fiacco
9	Lorelei Fröhlich Albiez
9	Julian Grobauer
10	Marco Helbling
10	Fadri Holinger
11	Nicole Hrgovcic
11	Philippe Häusler
12	Sebastian Jost
12	Lara Jud
13	Tamara Leemann
13	Dennis Linsi
14	Flurina Maier
14	Marco Meili
15	David Metzger
15	Andrea Meyer
16	Jasmin Oberholzer
16	Deborah Pleisch
17	Michael Senn
17	Manuel Simonet
18	Stefani Stajic
18	Fabio Tuor
19	Fabian Weber
19	Jan Zimmerli

Bachelorstudium Sport Management
Studienleitung: Gian Andri Hässig
Die Kurzbeschreibungen wurden von den
jeweiligen Diplomierten selbst verfasst.

Liebe Diplomandinnen und Diplomanden

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrem Bachelorabschluss. Sie gehören zum ersten Jahrgang, welcher Diplome der Fachhochschule Graubünden erhält! Freuen Sie sich über das erreichte Ziel, Sie dürfen mit Recht stolz auf sich sein. Ein Studium erfolgreich zu absolvieren erfordert einen grossen Einsatz. Sie haben es geschafft, haben Ihr Ziel nie aus den Augen verloren, und dies hat sich gelohnt.

Nun dürfen Sie aufatmen und Ihren Erfolg geniessen. In diesen Stunden des persönlichen Erfolgs werden Sie bestimmt an die Menschen denken, die mitgeholfen haben, diesen Erfolg zu erreichen. Ihren Familien, Freundinnen und Freunden sowie Bekannten, deren Unterstützung Ihnen sicher war, gehört darum ebenfalls ein grosses Dankeschön.

Sie haben Begabung und Disziplin unter Beweis gestellt und sich selber eine gute Ausgangslage für Ihre weitere Karriere verschafft. Und trotzdem heisst es: Nicht stehen bleiben, gerade auch im weiteren dynamisierten Umfeld. Denn das Wissen wird nicht für den gesamten Berufsweg ausreichen. Halten Sie also die Augen offen und beobachten Sie, was in Ihrem Fachgebiet weiter passiert. Nehmen Sie regelmässig an Weiterbildungen teil – möglicherweise an der Fachhochschule Graubünden – und bauen Sie Ihr Netzwerk weiter aus. Denn mit Menschen, die Sie schon kennen, werden Sie leichter zusammenarbeiten. Sie werden sich dabei gegebenenfalls an Ihre Mitstudentinnen und Mitstudenten erinnern, die Sie an der FH Graubünden kennen gelernt haben, mit denen Sie heitere und anstrengende Stunden geteilt haben.

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

Fachhochschule Graubünden



Prof. Jürg Kessler
Rektor

Vermarktungskonzept in der Sportnahrungsindustrie – Das Fallbeispiel «Hammer Nutrition Switzerland – c/o Sportbenzin GmbH»

Diplomand/in **Sandra Andres**
Referent/in Prof. Jon Andrea Schocher
Korreferent/in Remo Thöny
Auftraggeber/in Hammer Nutrition Switzerland – c/o Sportbenzin GmbH

Die herkömmliche Form des Individualsponsoring im Sport wurde durch die digitale Entwicklung in den letzten Jahren stark geprägt. Gesponserte Athletinnen und Athleten lassen sich immer umfangreicher in die Kommunikation einbauen. Hammer Nutrition Switzerland verwendet primär in ihrer Unternehmenskommunikation Ambassadors, die im persönlichen Umfeld und auf Social Media als Markenbotschafter agieren.

Um eine möglichst effiziente Umsetzung dieser Form zu betreiben, bedarf es einer konzeptionellen Umsetzung, was zugleich Ziel dieser Arbeit ist. Hierfür wurden die aktuellen Kommunikationsansätze analysiert, neue/alternative Ansätze definiert sowie, unter Berücksichtigung der aktuellen Marktsituation und strategischen Ausrichtung, Massnahmen und Empfehlungen für das weitere Vorgehen im Individualsponsoring erläutert. Die Analyse und Beurteilung der Ist-Situation basiert auf vier Leitfadeninterviews und der behandelten Theorie.

Initiierung eines überregionalen Mehretappen-Trails im Kanton Graubünden

Diplomand/in **Jonas Baumann**
Referent/in Walter Burk
Korreferent/in Thomas Häusermann
Auftraggeber/in Zenit.run GmbH

Bei dieser Arbeit handelt es sich um ein Pilotprojekt im Bereich Trailrunning. Die Arbeit befasst sich mit der Erarbeitung der Grundlagen für die Umsetzung eines überregionalen Trails, dem Rhein-Trail, welcher von der Vorderrheinquelle bis zur Hinterrheinquelle führt. Wie der Name bereits verrät, hat der Trail eine Verbindung mit dem Rhein. Es soll ein buchbares, mehrtägiges Trailerlebnis entstehen, das über eine zentrale Buchungsplattform gebucht werden kann. Inhaltliche Schwerpunkte sind eine betriebswirtschaftliche Analyse mit verschiedenen Modellen (Porter's Five Forces, SWOT, Canvas, Benchmarking) sowie die Grundlagen zur Entwicklung von Pauschalangeboten. Die Arbeit soll als Handbuch bei der Umsetzung des Projektes dienen, damit an alle relevanten Punkte gedacht wird. Die Zusammenarbeit mit den Tourismusdestinationen (Disentis – Sedrun, Surselva, Viama) und deren Leistungsträger ist ein wichtiger Punkt bei der Umsetzung des Projektes.

Erstellung eines Konzepts zur Nachwuchsförderung und -gewinnung für Artistic Swimming

Diplomand/in **Yannick Bernhard**
Referent/in Dario Wellinger
Korreferent/in Priscilla Crisante
Auftraggeber/in Swiss Swimming

Heutzutage reden alle nur über die «grossen» Sportarten. Fussball, Tennis oder Ski Alpin prägen die Diskussionen an den Tischen. Doch wie sieht es mit «kleineren» Sportarten aus. Artistic Swimming ist eine der spannendsten Randsportarten der Schweiz. Diese faszinierende Sportart ist das Thema dieser Bachelor Thesis.

Die Arbeit befasst sich mit diversen Problemen der Nachwuchsarbeit. Zum einen wäre dies die tiefe Nachwuchsquote und zum anderen die hohe Drop-out-Quote. Neben diesen beiden Problematiken wird auch die Rekrutierung und Förderung von Männern im Artistic Swimming analysiert. In der Arbeit werden Daten aus einer Online-Umfrage erhoben und zusätzlich Nationaltrainerinnen und eine Sportchefin interviewt. Das Ziel der Arbeit ist es Massnahmen herauszuarbeiten, um den angesprochenen Problemen entgegenzuwirken. Es wird ein Konzept präsentiert, dass dem Verband Swiss Artistic Swimming helfen wird, die Strukturen der Nachwuchsförderung zu verbessern.

Massnahmen zur Verbesserung der Angebotsgestaltung und der online buchbaren Angebote in der Mountainbike-Region Lenzerheide

Diplomand/in **Joel Bieri**
Referent/in Roland Anderegg
Korreferent/in Pascal Krieger
Auftraggeber/in Lenzerheide Marketing & Support AG

Diese Bachelor Thesis verfolgt das Ziel, anhand verschiedener Massnahmen Empfehlungen für die Verbesserung der online buchbaren Angebote und der Angebotsgestaltung in der Mountainbike-Region Lenzerheide abzugeben. Neben einem kurzen Überblick über den Mountainbike-Sport werden als zentrale Teile der Arbeit eine Ist-Analyse, eine Bedürfnisanalyse und eine Markt- und Konkurrenzanalyse durchgeführt. Für diese Analysen werden Ist-Daten der Lenzerheide Marketing & Support AG und der Lenzerheide Bergbahnen AG und bestehende Umfragen und Studien zum Mountainbike-Sport analysiert. Weiter werden verschiedene Interviews mit Expertinnen und Experten geführt sowie Umfragen bei den lokalen Leistungsträgern durchgeführt und ausgewertet. Aus den gewonnenen Erkenntnissen des Analyseteils der Bachelor Thesis werden schliesslich konkrete Handlungsempfehlungen für die Lenzerheide Marketing & Support AG abgegeben.

Was sind die strukturellen Folgen für das Schweizer Unihockey aufgrund einer Anpassung des Spielformats?

Diplomand/in **Tim Braillard**
Referent/in Walter Burk
Korreferent/in Michael Zoss
Auftraggeber/in swiss unihockey

Der internationale Unihockeyverband IFF ist an einer Anpassung des Spielformats für internationale Wettkämpfe interessiert. Falls der Formatwechsel Tatsache werden sollte, muss der nationale Verband swiss unihockey entscheiden, ob in der Schweiz auch auf das neue Format gewechselt oder am Bestehenden festgehalten werden soll. Dabei untersucht die vorliegende Bachelor Thesis einerseits die Auswirkungen, die ein Wechsel im Schweizer Unihockey zur Folge hätte, und andererseits soll herausgefunden werden, ob das vorgeschlagene Spielformat in der Schweizer Unihockeygemeinschaft überhaupt gewünscht ist und akzeptiert würde. Damit alle relevanten Anspruchsgruppen ihre Meinung zu dieser Thematik äussern konnten, wurden drei quantitative Umfragen sowie sieben Experteninterviews durchgeführt. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen sowohl swiss unihockey als auch dem IFF helfen, die richtige Entscheidung zu treffen.

Entwicklung eines Umsetzungskonzepts zum Thema Fan Experience für den HC Davos und den Spengler Cup

Diplomand/in **Elena Buchli**
Referent/in Roland Anderegg
Korreferent/in Jacqueline Kühne
Auftraggeber/in Hockey Club Davos / ATIZO

Durch die steigenden Erwartungen der Fans und die allgegenwärtige Kommerzialisierung der Sportclubs sind eben diese bestrebt, das Fanerlebnis stetig zu optimieren. Dies vor allem mit dem Ziel, mehr wiederkehrende Kunden zu generieren sowie neue Zielgruppen zu erreichen. Auch beim Hockey Club Davos und dem Spengler Cup ist die sogenannte Fan Experience mittlerweile ein zentrales Thema und neben dem sportlichen Aspekt eine der wichtigsten Komponenten für einen nachhaltigen Erfolg. Um den heutigen Anforderungen gerecht zu werden, wird ein Crowdsourcing-Projekt durchgeführt und so Ideen für einzigartige Erlebnisse im Eisstadion Davos zu sammeln. Diese Vorschläge werden clubintern und von den verschiedenen Anspruchsgruppen weiterentwickelt, bewertet und in der Arbeit als Umsetzungsvorschläge ausgearbeitet. Zusätzlich wird für den Spengler Cup sowie den HC Davos eine Fan Journey mit Resultaten des Crowdsourcings, bestehenden Elementen und eigenen Ideen entwickelt.

Unternehmenskonzept für das Fitness- und Squashcenter Body Boost

Diplomand/in **Jacqueline Degen**
Referent/in Walter Burk
Korreferent/in Clau Buchmeier
Auftraggeber/in Body Boost Wülflingen

Das Fitness- und Squashcenter Body Boost in Wülflingen kämpft mit grundlegenden Problemen.

Diese Bachelor Thesis soll der Leitung des Fitnesscenters anhand konkreter, umsetzbarer Massnahmen aufzeigen, was sie an ihrer Strategie und ihrem allgemeinen Konzept ändern kann, damit sie mehr Mitglieder akquirieren und diese auch langfristig binden.

Die Datenanalyse der Kundschaft, des Unternehmens und des Marktes ergänzen die empirischen Untersuchungen der Meinungen von Mitarbeitenden, Mitgliedern und der Geschäftsleitung. Anhand des Modells des Strategischen Managements von Lombriser und Abplanalp (2018) wird die strategische Analyse, Strategieentwicklung und -umsetzung mit geeigneten Instrumenten durchgeführt.

Diese Bachelor Thesis hilft dem Unternehmen nicht nur aufgrund der vollumfänglichen Analyse, sondern auch bezüglich der genutzten Instrumente, die weiterhin als Unterstützung verwendet werden können.

Das Anwenden des Design Thinking zur Verbesserung des Patientenerlebnisses bei der arcus physio AG

Diplomand/in **Antonio Dragusin**
Referent/in Philipp Bachmann
Korreferent/in Julian Ellermann
Auftraggeber/in arcus physio AG

Die vorliegende Arbeit ist eine praktische Anwendung des Design Thinkings beim Unternehmen arcus physio AG. Die Bachelorarbeit ist in zwei Teile gegliedert. Der erste Teil besteht aus einer Literaturanalyse und der zweite Teil konzentriert sich auf die Anwendung des Design-Thinking-Ansatzes bei der arcus physio AG. Ziel der Arbeit ist es mittels einer empirischen Eigenanwendung des Design Thinkings mögliche Wege aufzuzeigen, wie das Patientenerlebnis in der Physiotherapie arcus physio AG verbessert werden könnte. Zuerst wird eruiert, wie die Patienten sich allgemein verhalten und welche Lebenseinstellungen oder Bedürfnisse sie haben. Dann wird aus den gewonnenen Erkenntnissen über die Patienten und Informationen zum allgemeinen Kontext eine Problemstellung formuliert. Darauf basierend werden in einem nächsten Schritt möglichst viele Lösungsansätze formuliert, die die Verbesserung des Patientenerlebnisses zum Ziel haben. Aus den Lösungsvorschlägen werden Prototypen gebaut.

Sponsoring-, Marketing- sowie Kommunikationskonzept für den EHC Lenzerheide-Valbella

Diplomand/in **Dennis Ehinger**
Referent/in André Langenegger
Korreferent/in Piotr Caviezel
Auftraggeber/in EHC Lenzerheide-Valbella

Der Eishockeyclub Lenzerheide kann auf eine lange Tradition im Dorf zurückschauen und feiert im Jahr 2030 sein 100-Jahr-Jubiläum. Da der Verein sich aktuell in einem Umbruch befindet und über eine so grosse Nachwuchabteilung wie noch nie verfügt, ist es das Ziel dieser Thesis den Verein im Verlaufe der nächsten Jahre finanziell abzusichern. Damit die finanzielle Sicherheit eines Vereins gewährleistet werden kann, sind Sponsoren essenziell. Aufgrund dessen, wurden in dieser Thesis die aktuelle Situation im Sponsoring, Marketing sowie der Kommunikation analysiert und Massnahmen ausgearbeitet, wie diese Bereiche optimiert werden können. Damit eine grösstmögliche Praxisnähe gegeben und eine Umsetzung der Massnahmen auch realistisch ist, wurden Interviews mit Experten geführt, welche Erfahrungen in Vereinen mit ähnlichen Rahmenbedingungen gesammelt haben und diese auch in eine finanziell gesicherte Position führen konnten.

Short Track an der Winteruniversiade in Luzern – Anstoss für ein Talent Transfer Projekt?

Diplomand/in **Cristiana Fiacco**
Referent/in Olivia Stoffel
Korreferent/in Jan Caflisch
Auftraggeber/in Swiss Ice Skating

Short Track hat grosses Potenzial, um auch in der Schweiz zum Publikumsmagnet zu werden. Noch ist die Sportart den meisten Schweizerinnen und Schweizern unbekannt und sie verfügt über wenig Trainingsangebote und kaum Athletinnen und Athleten. Einen Anstoss dies zu ändern, bietet die Winteruniversiade 2021 in Luzern, bei der Short Track im Programm steht.

Short Track weist ein spätes Hochleistungsalter auf und die Ausübung wäre deswegen auch auf einem zweiten Karriereweg denkbar. Als mögliche Sportarten, von denen Athletinnen und Athleten zu Short Track transferiert werden könnten, werden Eiskunslaufen und Eishockey betrachtet. Welche Voraussetzungen von Swiss Ice Skating für zukünftige Transfers geschaffen werden müssten und welchen Beitrag die Winteruniversiade dazu leisten kann, sind die zentralen Fragestellungen der Arbeit.

Leitfaden zur Einführung einer Projektmanagement-Software am Beispiel der Biathlon Arena Lenzerheide

Diplomand/in **Lorelei Fröhlich Albiez**
Referent/in Roland Anderegg
Korreferent/in Silvio Baselgia
Auftraggeber/in Biathlon Arena Lenzerheide AG

Die Biathlon Arena Lenzerheide ist seit dem Jahr 2013 in Betrieb und wächst in ihrer Infrastruktur und Organisation kontinuierlich. Das Ziel der Unternehmensleitung ist es, sich langfristig als Topstandort zu etablieren und internationale Biathlon Wettkämpfe auszutragen. Auf dem Weg zur Professionalisierung fehlt jedoch eine Software, mit der Grossprojekte sinnvoll aufgelegt und dokumentiert, sowie gesamtheitlich geplant, geleitet und kontrolliert werden können. Da die Projekte mit vielen freiwilligen Projektmitarbeitenden mit unterschiedlichem Computerwissen geplant und durchgeführt werden, ist eine wichtige Voraussetzung, dass die neue Software einfach handzuhaben ist und somit keinen Mehraufwand, sondern eine Unterstützung bietet. Mit den Grundlagen des Projektmanagements, der Analyse der bestehenden Prozesse sowie der Gegenüberstellung von theoretischen und praktischen Anforderungen soll eine Projektmanagement-Software gefunden und mit einem Umsetzungskonzept eingeführt werden.

Sponsoring-Aktivierung in der FIA Formula E am Beispiel Julius Bär

Diplomand/in **Julian Grobauer**
Referent/in Dominik Schwizer
Korreferent/in Pascale Ritz
Auftraggeber/in Julius Bär & Co. AG

Die führende Schweizer Privatbank Julius Bär & Co. AG ist Gründungspartner und Anteilhaber an der vollelektronischen Rennserie ABB FIA Formula E. Die Rennen werden in den Stadtzentren der grössten Metropolen der Welt ausgetragen und bietet mit ihrem zukunftsorientierten Ansatz eine interessante Plattform für ein Sponsoring-Engagement.

Die Bachelorarbeit befasst sich mit der Weiterentwicklung der Sponsoring-Aktivierungen im Rahmen der ABB FIA Formula E. Das Ziel ist es, das Potenzial des Sponsoring-Engagements weiter auszubauen und für noch mehr potenzielle Kundinnen und Kunden sichtbar zu werden. Um die aktuelle Entwicklung im Bereich Sponsoring und zukünftige Trends der Aktivierungen bestmöglich zu berücksichtigen, wurden eine Literaturanalyse und Experteninterviews durchgeführt. Daraus wurden zwei konkrete Aktivierungsvorschläge formuliert und aufgezeigt, welche Chancen sich dadurch für den Auftraggeber ergeben.

Vermarktungskonzept VeloClub Eschenbach

Diplomand/in **Marco Helbling**
Referent/in Prof. Jon Andrea Schocher
Korreferent/in Andreas Helbling
Auftraggeber/in VeloClub Eschenbach

Der VeloClub Eschenbach (VCE) hat seit der Gründung 1899 eine optimale Breitensport-Basis erarbeitet, um Nachwuchs-Rennfahrende so zu fördern, dass diese sportliche Erfolge feiern können und sich so für professionell organisierte Radrennteams zu empfehlen. Getreu dem Motto: «Tue Gutes und rede darüber» nach dem gleich benannten Buch von Zedtwitz-Arnim (1981) ist es am VCE, in Zukunft nicht nur wertvolle Angebote zu schaffen, sondern diese auch mindestens kostendeckend zu vermarkten. Der Fokus dieser Arbeit liegt somit auf der Optimierung der Vermarktungsarbeit eines nicht-professionellen Sportvereins anhand ausgewählter Kanäle.

Nach einer detaillierten Literaturanalyse wurde dazu der Verein sowie dessen Umfeld untersucht, was schlussendlich den Ausgangspunkt für optimierte Wertangebote sowie Vermarktungsmassnahmen bildet. Damit wird gewährleistet, dass der VCE auch in Zukunft die konstruktive Arbeit weiterführen und die Gemeinde Eschenbach SG sportlich sowie gesellschaftlich bewegen kann.

Weiterentwicklungskonzept der «Champions Hockey League» und deren Stärkung im Europäischen Eishockeymarkt

Diplomand/in **Fadri Holinger**
Referent/in Prof. Jon Andrea Schocher
Korreferent/in Philip Schuler
Auftraggeber/in Champions Hockey League AG

Die Champions Hockey League kämpft auch nach der 6. Spielzeit noch um die Gunst der Eishockeysympathisanten. Um dieser Problematik auf den Grund zu gehen, führte die Champions Hockey League AG europaweite Fan-Umfragen durch. Die Resultate zeigten, dass ein komplexer Zusammenhang zwischen der Zuschauernachfrage, der Atmosphäre in den Stadien und der Wahrnehmung des Wettbewerbes bei den Fans besteht. Basierend auf diesen Erkenntnissen verfolgt diese Bachelor Thesis das Ziel einer Gesamtkonzeptionierung zur Weiterentwicklung der Champions Hockey League und deren Stärkung im Europäischen Eishockeymarkt. Als Grundlage dient eine identitätsbasierte Markenanalyse basierend auf qualitativen Experteninterviews und der Sichtung des vorhandenen quantitativen Datenmaterials der Fan Survey 2019, sowie eine Best Practice-Analyse, woraus anschliessend Handlungsempfehlungen und konkrete Massnahmen für den Veranstalter sowie für die teilnehmenden Clubs formuliert werden.

Wie kann der Karateclub Ken Wa Kai Goju-Ryu Karate-Do Albis seine Social-Media-Präsenz verbessern?

Diplomand/in **Nicole Hrgovic**
Referent/in Brigitte Kueng
Korreferent/in Jure Batur
Auftraggeber/in Karateclub – Ken Wa Kai Goju-Ryu

Diese Studie verfolgt das Ziel, aufzuzeigen, wie die Karateschule ihre Social-Media-Präsenz verbessern kann. Neben einer fundierten theoretischen Literaturrecherche wurde mit Social Media Expertinnen und Experten ein strukturiertes Interview durchgeführt. Die Resultate identifizieren relevante Erfolgsfaktoren und liefern wertvolle Erkenntnisse für die Erarbeitung eines Social-Media-Konzepts. Es wird aufgezeigt, dass für einen professionellen Social-Media-Auftritt ein Konzept unerlässlich ist.

Aktivierung der Sponsoringpartnerschaft von Emmi mit Wendy Holdener

Diplomand/in **Philippe Häusler**
Referent/in Dominik Schwizer
Korreferent/in Pascal Mühlheim
Auftraggeber/in Emmi / Emmi CAFFÈ LATTE AG

Die Emmi CAFFÈ LATTE AG hat sich für ein grosses Engagement im Schneesport entschieden und hat auf die Skisaison 2019/2020 hin das Hauptponsoring von Wendy Holdener übernommen.

Als Bachelor Thesis werden nun Vorschläge zu Aktivierungsmassnahmen erstellt, mithilfe dessen die Wirksamkeit der Zusammenarbeit mit Wendy Holdener weiter verbessert werden kann. Aufgebaut werden die Aktivierungen auf einer umfassenden Analyse der bereits getätigten Massnahmen und den Rahmenbedingungen der Sponsoringvereinbarung. Es gilt das Engagement mit Wendy Holdener vernetzt zu aktivieren und mithilfe des Sports positive Emotionen zu wecken, die mit der Emmi CAFFÈ LATTE AG in Verbindung gebracht werden können. Via Benchmarking oder gänzlich eigenen Ideen sollen so Möglichkeiten ausgearbeitet werden, die das Sponsorship in seiner Effektivität verbessern und im Optimalfall sogar eine Verkaufsrelevanz für die Emmi mit sich ziehen.

Infrastrukturkonzept für das Nationale Leistungszentrum Biathlon in der Region Andermatt-Uri-Region

Diplomand/in **Sebastian Jost**
Referent/in Prof. Jon Andrea Schocher
Korreferent/in Markus Segessenmann
Auftraggeber/in Chef Biathlon bei Swiss-Ski

Die Bachelor-Thesis befasst sich mit der Infrastruktur in der Sportart Biathlon für das Nationale Leistungszentrum (NLZ) in Andermatt/Realp. Im Jahre 2002 wurde die Rollskibahn sowie der Schiessstand durch das Eidgenössische Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport gebaut und eröffnet. Der Biathlon hat sich in der Schweiz seither stark entwickelt, die Infrastruktur wurde aber kaum ausgebaut. So muss den Anlagen im Urserntal dringend ein Upgrade verpasst werden. Das Ziel dieser Bachelor-Thesis ist es, die Bedürfnisse der relevantesten Stakeholder mittels Experteninterviews zu eruieren, die aktuelle Infrastruktur zu analysieren und mit der Marktanalyse einen Benchmark zu setzen. Anhand dieser Auswertung werden für Swiss-Ski Handlungsempfehlungen abgeleitet, welche als Grundlage für die weitere Planung des NLZ Andermatt/Realp dienen, um die Attraktivität des Standortes auch für internationale Teams zu gewährleisten.

Integration von Social Media in die Kommunikationsstrategie – Ausarbeitung eines Social Media-Konzepts für die NPO sportaktiv

Diplomand/in **Lara Jud**
Referent/in Brigitte Küng-Reber
Korreferent/in Dominique Hausmann
Brigitte Ganz
Auftraggeber/in Verein sportaktiv

sportaktiv ist als Sportkursanbieter ein wichtiger Breitensportförderer in der Stadt Zürich und weiss Social Media als Marketinginstrument zu schätzen. Allerdings wurde die Kommunikation über Facebook und Instagram bisher weder strategisch noch in den Kommunikationsmix integriert vorgenommen. Da jedoch immer mehr Organisationen auf Social Media-Marketing setzen, sehen sich Nutzerinnen und Nutzer einer Informationsflut gegenüber, weshalb ein solch strategisches Vorgehen immer wichtiger wird. Deswegen ist Ziel dieser Bachelor Thesis, ein Konzept zu erarbeiten und dem Verein sportaktiv mittels Social Media-Strategie aufzuzeigen, wie die integrierte Kommunikation gelingt. Angelehnt an die Literaturanalyse sowie den Ergebnissen aus Experteninterviews werden dem Auftraggeber Empfehlungen unterbreitet, wie er die Social Media-Kommunikation künftig vornehmen kann. Damit soll es dem Verein sportaktiv gelingen, seine Markenbekanntheit zu steigern und die Marketingziele zu erreichen.

Corporate Events in der neuen Swiss Life Arena

Diplomand/in **Tamara Leemann**
Referent/in Prof. Jon Andrea Schocher
Korreferent/in Stefan Wälchli
Auftraggeber/in ZSC Lions Eishockey AG

Um Sportstätten finanziell erfolgreich zu betreiben, werden diese vermehrt multifunktional und insbesondere für Corporate Events genutzt. Aktuell bauen die ZSC Lions mit der Swiss Life Arena eine neue Heimstätte. Mit vielfältigen Räumlichkeiten und topmoderner digitaler Ausstattung eignet sich die Arena ideal für Corporate Events. Das Ziel dieser Arbeit ist es, das Geschäftsfeld Corporate Events in der Swiss Life Arena strategisch zu positionieren und Gestaltungsvorschläge zu erarbeiten. Dazu wird der aktuelle Stand der Wissenschaften im Bereich der Corporate Events und des Sportstättenmanagements aufgezeigt. Die Theorie wird ergänzt durch praktisches Wissen von sechs Experten. Der Vergleich der Erfolgsindikatoren der Swiss Life Arena mit dem EVZ, den BSCYB und der Samsung Hall legt den Grundstein für die strategische Positionierung. Abschliessend werden drei konkrete Angebotsmöglichkeiten präsentiert sowie Tipps für die Angebotsgestaltung und weitere Handlungsempfehlungen formuliert.

Analyse der Gönnerstrukturen beim FC Vaduz

Diplomand/in **Dennis Linsi**
Referent/in André Langenegger
Korreferent/in Pascal Foser
Auftraggeber/in FC Vaduz

In Bezug auf die Einnahmestruktur bei Schweizer Profifussballclubs spielen Gönnervereinigungen eine gewichtige Rolle. Der FC Vaduz verfügt über zwei derartige Gönnervereinigungen, die den Verein seit vielen Jahren (finanziell) unterstützen.

Ziel dieser Bachelorarbeit ist es herauszufinden, inwiefern das Angebot in den jeweiligen Gönnervereinigungen des FC Vaduz durch Zusatzmodule attraktiver gestaltet werden kann. Mittels quantitativer Untersuchung wird unter anderem evaluiert, wie es um die aktuelle Zufriedenheit der Mitgliederinnen und Mitglieder steht, welche Zusatzmodule für sie einen Mehrwert bieten und ob sie für hinzukommende Module eine erhöhte Zahlungsbereitschaft aufbringen. Die Umfrage gemeinsam mit zwei Experteninterviews mit den Gönnervereinigungspräsidenten dient als Grundlage zur Erarbeitung von konkreten Handlungsempfehlungen, welche zur Attraktivitätssteigerung der Gönnervereinigungen beitragen sollen.

Erhöhung der Attraktivität des Engadin Skimarathons mit der Erweiterung des Angebots

Diplomand/in **Flurina Maier**
Referent/in Olivia Stoffel
Korreferent/in Menduri Kasper
Auftraggeber/in Engadin Skimarathon

Der Fokus dieser Bachelorarbeit liegt in der Angebotserweiterung des Engadin Skimarathons. Mit der Erweiterung des Angebots sollen zusätzliche Logiernächte generiert werden. Zu Beginn wird der aktuelle Stellenwert und die Wertschöpfung des «Engadiners» deutlich aufgezeigt. Mittels quantitativer und qualitativer Datenerhebung wird das Potenzial einer zusätzlichen Veranstaltung eruiert und bewertet. Anhand der Forschungsergebnisse wird ein Konzept für eine zusätzliche Veranstaltung zur Steigerung der Attraktivität in der Engadin Skimarathonwoche erstellt.

Auswirkungen der Veränderungen im digitalen Mediennutzungsverhalten auf das Sportsponsoring

Diplomand/in **Marco Meili**
Referent/in Dominik Schwizer
Korreferent/in Pascal Mühlheim
Auftraggeber/in Emmi AG

Sport kann jederzeit, überall und auf einer Vielzahl von verschiedenen Plattformen und Geräten passiv konsumiert werden. Technische Fortschritte, aber auch gesellschaftliche Entwicklungen und Veränderungen der Sportformate beeinflussen die Nutzung der digitalen Medien. Davon betroffen sind verschiedene Stakeholder des Sports, auch das Sponsoring. Das Ziel der Bachelor Thesis ist die Analyse der Veränderungen in der digitalen Mediennutzung und das Eruiern der daraus entstehenden Herausforderungen für das Sportsponsoring.

Neben einer Literaturrecherche werden Interviews mit zwei Experten von Schweizer Broadcastern und einer Expertin aus dem Bereich Sportökonomie geführt. Ergänzt werden diese Informationen durch die Einschätzungen der Veranstaltenden der SwissTopSport-Events, welche in einer Umfrage erhoben werden. Auf dieser Basis werden sowohl Veränderungen für den Sportsponsoring-Markt eruiert, wie auch konkrete Handlungsvorschläge für den Auftraggeber erarbeitet.

Machbarkeitsstudie: Digitaler Sponsoring Marktplatz im Schweizer Sponsoringmarkt – sportsemotion als Betreiber dieser Plattform?

Diplomand/in **David Metzger**
Referent/in Urs Kappeler
Korreferent/in Jens Keel
Auftraggeber/in sportsemotion ag

Ziel der Bachelor Thesis ist es, zu eruieren, ob hinsichtlich eines digitalen Sponsoring Marktplatzes im Schweizer Sponsoringmarkt ein Bedürfnis existiert. Hintergrund ist, dass sich der Schweizer Sponsoringmarkt in den letzten Jahren stark gewandelt hat und der Handel mit Sponsoringrechten immer schwieriger geworden ist.

Die digitale Transformation wird als Chance erachtet, um die Wertschöpfung wieder voranzutreiben und über eine zentral gesteuerte Plattform künftigen Mehrwert für alle Marktteilnehmenden zu generieren. Mittels Experteninterviews und den theoretischen Ansätzen des Business Model Lean Canvas, wird ein Geschäftsmodell entwickelt, welches aufzeigt, wie Kundennutzen gestiftet, Effizienzgewinne realisiert und bestehende Wechselkosten gemindert werden können.

Auch prüft die Machbarkeitsstudie in diesem Kontext, ob sportsemotion ag als Betreiber der Plattform in Frage kommt und inwieweit Synergieeffekte mit bereits bestehenden Geschäftsbereichen erzielt werden können.

Konzept zur Karriere-Entwicklung junger Athleten

Diplomand/in **Andrea Meyer**
Referent/in Ivan Nikitin
Korreferent/in Sarah Rappold
Auftraggeber/in Nationale Elitensportschule Thurgau

Der sportliche Erfolg und die Verfügbarkeit von ausreichend finanziellen Mitteln sind eng miteinander verbunden. Deshalb stellt die Finanzierung der Sportlerkarriere für junge Athletinnen und Athleten eine Herausforderung dar.

Mit dieser Problematik werden die jungen Athletinnen und Athleten der Nationalen Elitensportschule Thurgau konfrontiert. Ihnen soll deshalb ein Hilfsmittel geboten werden, um finanziellen Schwierigkeiten entgegenwirken zu können. Dazu wird in dieser Bachelor-Thesis untersucht, wie junge Athletinnen und Athleten Sponsoren gewinnen und die dazu notwendigen sozialen Netzwerke langfristig aufbauen können. Um diese Frage beantworten zu können, werden Erkenntnisse aus der Literatur beigezogen sowie Experteninterviews durchgeführt. Im Rahmen der Interviews werden dabei Athletinnen und Athleten aus den Einzelsportarten Karate, Leichtathletik und Tennis sowie aus den Mannschaftssportarten Eishockey, Handball und Wasserball befragt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse werden anschliessend gegenübergestellt und Empfehlungen gesprochen.

Sponsoringkonzept für den Regionalverband Ostschweiz Athletics und das integrierte nationale Leistungszentrum Ostschweiz

Diplomand/in **Jasmin Oberholzer**
Referent/in Prof. Jon Andrea Schocher
Korreferent/in Yves Zellweger
Auftraggeber/in Nationales Leistungszentrum Ostschweiz Leichtathletik

Der Regionalverband Ostschweiz Athletics und das dazugehörige nationale Leistungszentrum fördern den Breiten-, Nachwuchs- und Leistungssport in der Leichtathletik. Um ihren Zweck erfüllen und den Betrieb gewährleisten zu können, ist der Verband auf Einnahmen angewiesen. Dafür eignet sich das Instrument des Sponsorings. Allerdings verfolgen zahlreiche andere Organisationen dasselbe Ziel. Dementsprechend steht der Sportverband vor der Herausforderung, sich von seinen Mitbewerbern bemerkenswert abheben zu können. Neben den Erkenntnissen aus der Literaturanalyse, bilden Experteninterviews mit Sponsoringverantwortlichen aus Unternehmen sowie mit Vertretern aus anderen Sportorganisationen das Fundament für die Handlungsempfehlungen. Diese abschliessenden Empfehlungen in Bezug auf die Sponsoringakquise zeigen auf, mittels welcher Massnahmen sich der Sportverband im beliebten Sponsoringmarkt durchsetzen kann.

Geschlechtsspezifische Gleichstellung in der Schweizer Sportbranche durch Frauenquoten?

Diplomand/in **Deborah Pleisch**
Referent/in Paul Ruschetti
Korreferent/in Rainer Gilg
Auftraggeber/in BPM Sports GmbH

Sei es im gesellschaftlichen Alltag, im Berufsleben oder in Sportverbänden - die Frauen sind unterlegen. Dies widerspiegelt die Sportszene in den Anfangsjahren mit dem Ausschluss der Frauen an Wettkämpfen oder Olympischen Spielen. In Sportverbänden nahm die Zahl der weiblichen aktiven Mitgliederinnen und Mitglieder in den letzten Jahren stetig zu, jedoch ist dies im strategischen und operativen Bereich der Sportverbände nicht der Fall. Obwohl der Weltfussballverband Fifa eine weibliche Person für den Posten des CEOs gewählt hat, sind in den meisten Sportverbänden wenige bis gar keine Frauen im Verwaltungsrat oder in der Geschäftsleitung vertreten. In einigen Ländern Europas sind gesetzliche Frauenquoten vorgeschrieben, um den Frauenanteil zu erhöhen. Ob dies auch eine Möglichkeit für die Schweizer Sportbranche ist, wird in dieser Bachelorthesis recherchiert. Durch gezielte Befragungen der Sportverbände wurden aktuelle Daten und Fakten erhoben und analysiert.

Handlungsempfehlungen für ein Sponsoringkonzept zur Steigerung des kommerziellen Potenzials der EEvent Veranstaltungen

Diplomand/in **Michael Senn**
Referent/in Dominik Schwizer
Korreferent/in Manuel Oberholzer
Auftraggeber/in MYI Entertainment GmbH

Der eSport wird zu einer immer wichtigeren Branche für die Sponsoren, Medien und für den Sport. Mit dem Wachstum der Zuschauerzahlen gehen steigende Sponsoringsummen einher. Diese beziehen sich jedoch auf den professionellen Teil des digitalen Sports, wodurch der digitale Breitensport nicht vom Aufstieg profitieren kann.

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, am Beispiel der EEvents, Handlungsempfehlungen für den Aufbau eines Sponsoringkonzepts zu geben. Durch eine quantitative Teilnehmerbefragung wird die Teilnehmerstruktur des Events aufgezeigt, um für Sponsorships die relevante Zielgruppe aufzuzeigen. Durch das Benchmarking bei anderen LAN-Partys sowie professionellen Organisationen werden die Opportunitäten für eine Kommerzialisierung des Sponsoringobjekts erläutert. Zusätzlich werden die Chancen und Risiken in der Gaming Branche mit den Stärken und Schwächen des Events durch eine SWOT-Analyse analysiert, um daraus ableitend die Handlungsempfehlungen für den Veranstalter zu geben.

Sponsoringkonzept für den Bündner Fussballverband (BFV)

Diplomand/in **Manuel Simonet**
Referent/in André Langenegger
Korreferent/in Claus Caluori
Auftraggeber/in Bündner Fussballverband

Die Bachelorarbeit wird für den Bündner Fussballverband geschrieben. Dieser betreibt mehrere Junioren-Spitzenfussball Teams mit dem Ziel, die besten sportlichen Nachwuchshoffnungen in der Südostschweiz im Bereich des Junioren-Spitzenfussballs gezielt zu fördern. Weiter wird der GKB Cup im Bereich des Kinderbreitenfussballs organisiert. Schliesslich soll mit der Organisation des Bündner Cups der Bereich des Breitenfussballs der Aktiven Männer und Frauen gefördert werden.

Der Bündner Fussballverband beabsichtigt aufgrund ständig steigender Kosten die bestehenden Sponsoringmassnahmen zu verbessern und auszubauen. Um das Sponsoring des Bündner Fussballverbandes zu unterstützen, befasst sich diese Arbeit mit der Erstellung eines Sponsoringkonzeptes. Mittels qualitativer Befragungen wird erforscht, was für Ziele potenzielle Sponsoren verfolgen und welche Massnahmen zur Erreichung dieser Ziele nützlich sein können. Das Sponsoringkonzept soll als Ratgeber für den Bündner Fussballverband dienen.

Wie kann die Sportart Tennis für Jugendliche attraktiver und zugänglicher gemacht werden?

Diplomand/in **Stefani Stajic**
Referent/in Gian Andri Hässig
Korreferent/in Gregor Hauser
Auftraggeber/in Swiss Tennis

Der Schweizer Tennissport verliert am meisten Jugendliche in der Altersgruppe 14 bis 18-jährige. Vorliegende Bachelorarbeit konzentriert sich aus diesem Grund mit dem Thema : «Wie kann die Sportart Tennis für Jugendliche attraktiver und zugänglicher gemacht werden?» Mittels einer Situationsanalyse, in der die Drop-Out-Quote ermittelt wird, einer Zielgruppenanalyse anhand einer Onlineumfrage und praktischen Sichtweisen durch Experteninterviews sind Analysen vorgenommen worden, um anschliessend durch gewonnene Erkenntnisse Gestaltungsempfehlungen aufzustellen. Durch die Gestaltungsempfehlungen sollen gezielt, die Drop-Out-Quote gesenkt und mehr Jugendliche für den Tennissport begeistert sowie gebunden werden.

Massnahmen zur Optimierung der Erlösquellen für den Unihockeyverein UHC Waldkirch – St. Gallen

Diplomand/in **Fabio Tuor**
Referent/in Walter Burk
Korreferent/in Natalie Brägger
Auftraggeber/in UHC Waldkirch - St. Gallen

Um den Vereinsbetrieb finanzieren zu können, sind Sportvereine jeglicher Leistungsniveaus auf verschiedene finanzielle Erlösquellen angewiesen. So auch der Unihockeyverein UHC Waldkirch – St. Gallen, welcher neben den beiden Leistungsteams bei den Frauen und Männern eine erfolgreiche Nachwuchsabteilung mit knapp 200 Juniorinnen und Junioren führt.

Für die Definierung der Massnahmen stehen sowohl die Optimierung bestehender als auch die Eruiierung neuer Einnahmequellen auf dem Prüfstand. Zu diesem Zweck wurde mittels Methoden der Literaturrecherche, der Experteninterviews und des Benchmarkings verschiedene Analysen durchgeführt. Neben dem Experteninterview mit dem Finanzchef des UHC Waldkirch – St. Gallen wurden Vertreterinnen und Vertreter aus sechs vergleichbaren Unihockey-, Handball und Volleyball-Vereinen sowie der Präsident des Zentralvorstands von Swiss Unihockey zum Thema Erlösquellen befragt.

Kommunikationskonzept für das Aargauer Kantonturnfest 2022

Diplomand/in **Fabian Weber**
Referent/in Roland Anderegg
Korreferent/in Jörg Sennrich
Auftraggeber/in Aargauer Turnverband

2017 hat das letzte Kantonturnfest in Muri im Bereich der digitalen Kommunikation neue Massstäbe gesetzt und im Schweizer Turnsport erstmals einen digitalen Festführer als App lanciert. 13'000 Turnende haben die Startzeiten und Resultate per Pushbenachrichtigung auf das Smartphone erhalten. Auch das Eidgenössische Turnfest 2019 in Aarau mit 70'000 Teilnehmenden hat grossen Wert auf die digitale Kommunikation gelegt, die App weiterentwickelt und die Onlineberichterstattung mit einem Newsroom erheblich ausgebaut. Ist eine reine Digitalstrategie der nächste logische Schritt oder fordern die Turnenden den physischen Festführer anstelle der App zurück? Im Auftrag des Aargauer Turnverbandes wurde im Hinblick auf die Organisation des Aargauer Kantonturnfest 2022 in Wettingen ein Kommunikationskonzept erarbeitet. Das Konzept soll die Erfahrungen aus den vergangenen Turnfesten sowie die Bedürfnisse der Stakeholder und gleichzeitig die Möglichkeiten der Digitalisierung berücksichtigen.

Jugendmarketingkonzept – Gewinnung von Nachwuchs für den Schweizerischen Sportverband öffentlicher Verkehr (SVSE)

Diplomand/in **Jan Zimmerli**
Referent/in André Langenegger
Korreferent/in Ivo Stierli
Auftraggeber/in Schweizerischer Sportverband öffentlicher Verkehr

Der Schweizerische Verband öffentlicher Verkehr (SVSE) steht bei der Gewinnung von Nachwuchsmitgliedern vor einer schwierigen Herausforderung. Es treten neue Werte wie die Individualisierung und die Unabhängigkeit in den Mittelpunkt, welche besonders von Jugendlichen vorangetrieben und gelebt werden. Die Jugendlichen wollen unabhängig und flexibel bleiben, was sie häufig zu Individualsportlern/innen macht und einen Vereinsbeitritt unattraktiv wirken lässt. Das Angebot des SVSE wurde jedoch genau für diese Bedürfnisse geschaffen und wird den Lernenden und Praktikanten/innen der login Berufsbildung AG kostenlos zur Verfügung gestellt. In dieser Bachelorthesis wurde diese Zielgruppe analysiert und ein Marketingkonzept erarbeitet, das speziell auf «Lernende und Praktikanten/innen» der login Berufsbildung AG ausgerichtet ist. Mit den definierten Massnahmen sollen die Jugendlichen künftig zielgerichteter angesprochen und für das Sportangebot des SVSE begeistert werden können.

Fachhochschule Graubünden

Pulvermühlestrasse 57

7000 Chur

Schweiz

T +41 81 286 24 24

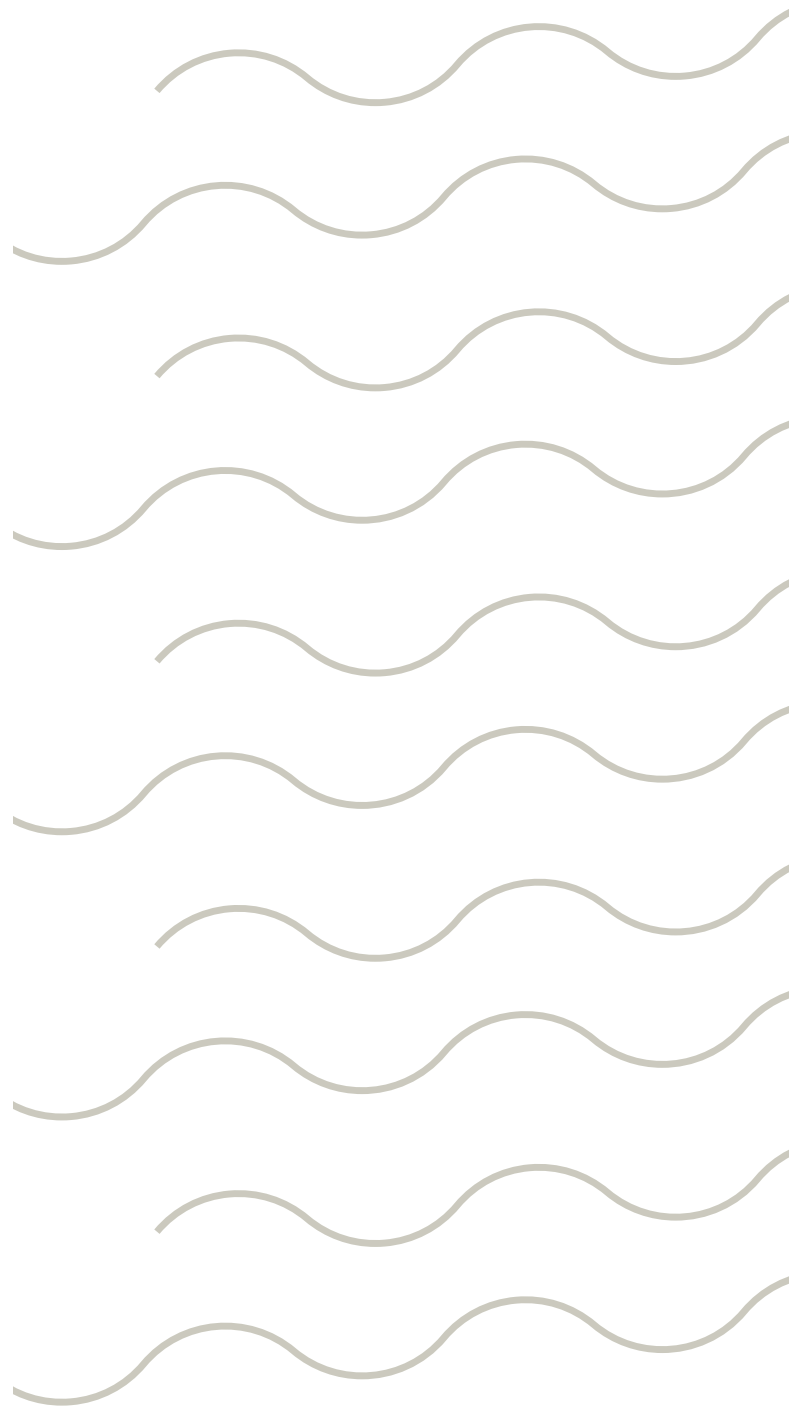
info@fhgr.ch



fhgr.ch

Fachhochschule Graubünden
Scola auta spezialisada dal Grischun
Scuola universitaria professionale dei Grigioni
University of Applied Sciences of the Grisons

© FH Graubünden, September 2020



swissuniversities

