



FHO Fachhochschule Ostschweiz

Bachelor-Studium
Business Administration und Wirtschaftsinformatik
Praxisprojekte 2019

 **FHS St.Gallen**
 Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

 WTT
YOUNG
LEADER
AWARD



Prof. Peter Müller
Leiter Wissenstransferstelle WTT-FHS

«Es ist wichtig, dass unser Bildungswesen, unsere Studierenden und unsere Wirtschaft frühzeitig die Chancen neuer Megatrends wie künstlicher Intelligenz erkennen und schnell lernen, diese für Unternehmen konkret und erfolgreich zu adaptieren.»



Wissen und Verantwortung in einer neuen Welt

Liebe Leserinnen und Leser

Es geht gleich weiter! Der technologische Fortschritt wird noch exponentieller. 2.0 war gestern, 4.0 ist heute, künstliche Intelligenz ist morgen. Innovation genügt nicht mehr, auch Disruption muss her. 3D-Printer werden alltags-tauglich, selbstfahrende Autos bald. Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) eröffnen neue Realitätsperspektiven. Intelligenzquotient (IQ) trifft auf künstliche Intelligenz (KI).

Es trifft nicht alle sofort, aber auf der Zeitachse alle irgendwann – und zwar schneller als man denken könnte. Die Taktfrequenz der technologischen Entwicklung ist im Vergleich zur Vergangenheit massiv erhöht. Teils davon beeinflusst verändern sich gleichzeitig die Haltungen und Ansprüche unserer Gesellschaft, die auch als Megatrends bezeichnet werden können: New Work (gelungene Symbiose von Leben und Arbeiten), Wissenskultur (kollaborative Formen der Wissensaneignung, lebenslanges Lernen, Vermittlung von Methoden, Soft Skills) und Neo-Ökologie (Energiewende, Bio-Märkte, Plastikverordnungen).

Das stellt uns alle vor Herausforderungen, die nicht einfach so im «Courant normal» abgehandelt werden können. Auflage dabei ist noch, den Spagat zu schaffen, gleichzeitig die bisherige und die neue Welt zu bedienen. Ein in vielen Unternehmen gelebter Ansatz ist, ganz bewusst neben dem operativen Geschäftsbetrieb zusätzlich umfassende oder partiell greifende Transformationsprogramme umzusetzen – und so all die anbrausenden neuen Möglichkeiten und Ansprüche frühzeitig als Chance zu erkennen und für die nahe und weite Zukunft zu adaptieren.

Die Themen der diesjährigen Praxisprojektkundschaft (ab Seite 37) zeigen, wie weit sie

bereits in die Zukunft hineindenken. Unsere Studierenden waren in der Projektumsetzung besonders gefordert, denn das Grundlagenwissen der neuen Entwicklungen mussten sie sich selber verschaffen.

Ich gratuliere und danke unseren Studierenden und Praxisprojektcoachs für die Annahme der gegebenen Herausforderungen, für den gelebten entwicklungsorientierten Spirit und für die exzellenten Leistungen in den diesjährigen Praxisprojekten. Es ist eine Freude, dass je drei Praxisprojektteams in den Kategorien Marktforschung und Managementkonzeption am WTT YOUNG LEADER AWARD für besonders hohe Qualität ausgezeichnet werden (ab Seite 15). Ich danke der Jury mit Wirtschaftsführern, Wirtschaftsexperten sowie Bildungs- und Lehr-Experten für die Evaluation (Seite 12).

Eine grosse Knacknuss der nächsten Jahre wird sein, künstliche Intelligenz, das Leitthema des WTT YOUNG LEADER AWARD 2019, in Unternehmen und Organisationen ins Geschäftsmodell zu überführen. Auf Seite 10 und 11 sinnieren unsere Partner des WTT YOUNG LEADER AWARD mit Blick auf ihre Unternehmen und Organisationen, wie KI wertschöpfend und kundenorientiert wirken kann.

Wir danken allen Partnern des WTT YOUNG LEADER AWARD, den Auftraggebern der Praxisprojekte, den Dozierenden der FHS St.Gallen und den Studierendenteams für die Zusammenarbeit und den gegenseitigen Wissenstransfer für die Wirtschaft der Zukunft.

Ihr Peter Müller
Leiter Wissenstransferstelle WTT-FHS



Inhalt

WTT YOUNG LEADER AWARD 2019	6
Die Sponsoren	8
Der Beirat	10
Die Jury	12
Nominierte Praxisprojekt-Teams in Marktforschung	15
Nominierte Praxisprojekt-Teams in Managementkonzeption	23
Die Praxisprojekte	31
Angebot und Ablauf	32
Internationale Praxisprojekte	33
Die Kundschaft 2019	37
Die Wissenstransferstelle WTT-FHS	42
Kontakt/Impressum	43



WTT YOUNG LEADER AWARD 2019

Montag, 16. September 2019, ab 17 Uhr in der Tonhalle St.Gallen

Seit vielen Jahren feiert die Wissenstransferstelle WTT-FHS ihre Talente. Auch dieses Jahr nominierte die hochkarätige Jury aus 45 Praxisprojekten die drei besten Teams in Marktforschung und Managementkonzeption. Für diesen Anlass rollt die WTT-FHS in der Tonhalle glamourös den Teppich aus – über 650 geladene Gäste aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft sowie die Studierenden begehen ihn. Mit der alles entscheidenden Frage im Hinterkopf: Wer gewinnt dieses Jahr den WTT YOUNG LEADER AWARD?

Gewinnsumme von CHF 22 000.–

Die Sponsoren Bühler AG und Leica Geosystems AG überreichen den beiden Gewinnerteams je CHF 6000.–. Die Bauwerk Parkett AG und die Genossenschaft Migros Ostschweiz übergeben den Zweitplatzierten je CHF 3000.– und den Drittplatzierten je CHF 2000.–.

Die Rangierung der Teams ist bis zur Award-Verleihung streng geheim. So bleibt es wiederum spannend. Die Entscheide, Infos und Impressionen zum WTT YOUNG LEADER AWARD: www.fhsg.ch/wttyla

Die Verleihung des WTT YOUNG LEADER AWARD

Programm am 16. September 2019

Moderiert durch Prof. Peter Müller, Leiter Wissenstransferstelle WTT-FHS, FHS St.Gallen

- 17.00 **Eintreffen auf dem Green Carpet**
Mit der [St.Galler Kantonalbank](#)
- 17.45 **Auftakt**
[Prof. Dr. Sebastian Wörwag](#), Rektor, FHS St.Gallen
[Regierungsrat Dr. Jakob Stark](#), Kanton Thurgau
- 18.00 **Award-Referat**
«Künstliche Intelligenz - Chancen und Ansätze für die Ostschweizer Wirtschaft»
[Andreas Göldi](#), Partner bei btov Partners, KI-Experte, Serien-Unternehmer
- 18.30 **Award-Verleihung**
WTT YOUNG LEADER AWARD 2019
in Marktforschung und Managementkonzeption mit
[Christof Oswald](#), Head of Human Resources, Bühler AG
[Thomas Haring](#), COO/CFO, Leica Geosystems AG
[Klaus Brammert](#), CEO, Bauwerk Boen Group
[René Frei](#), Leiter Direktion Personelles, Genossenschaft Migros Ostschweiz
- 19.30 **Ausklang**
[Stadtrat Peter Jans](#), St.Gallen
- 19.40 **Award-Bufferet und Networking**
Mit den [St.Galler Stadtwerken](#) und den Gästen



Das Award-Referat

[Andreas Göldi](#), Partner bei btov Partners, KI-Experte, Serien-Unternehmer

«Künstliche Intelligenz – Chancen und Ansätze für die Ostschweizer Wirtschaft»

Mit rasantem Tempo dringt derzeit die Technologie der künstlichen Intelligenz in die Wirtschaft – als nächste Stufe der Digitalisierung. Milliarden an Forschungsgeldern und Beteiligungskapital sowie unzählige Startup-Unternehmen treiben diese Entwicklung weltweit voran: Es entstehen neue Jobs, Funktionen, Dienstleistungen und Produkte. Sie machen Unternehmen aller Branchen effizienter und effektiver. Wertschöpfung und Wettbewerbsfähigkeit werden gesteigert.

Was bedeutet dies für unsere Ostschweizer Unternehmen? [Andreas Göldi](#) zeigt in seinem Award-Referat Chancen, Ansätze, Beispiele und Vorgehensprinzipien auf.

Sie leisten einen wertvollen Beitrag – weil ihnen der Nachwuchs wichtig ist.

Dank seiner Sponsoren hat der WTT YOUNG LEADER AWARD an Mehrwert gewonnen und in der Wirtschaft einen wichtigen Platz eingenommen. Es ist ein wertvolles Geben und Nehmen: Die Beiträge bringen den Nachwuchs nach vorne und stärken die Unternehmen.



Welcome Sponsor



Networking Sponsor



Preissponsor 1. Rang



Preissponsor 1. Rang



Preissponsor 2./3. Rang



Preissponsor 2./3. Rang



Celebration Sponsor



Nachhaltigkeitspartner



Technikpartner



Invitation Sponsor



Invitation Sponsor



Community Sponsor



Community Sponsor



Community Sponsor



First TV Sponsor



Medienpartner



Medienpartner



Young Entrepreneur Sponsor



Internationalisierungspartner



Kategoriensponsor



Kategoriensponsor



Patronatspartner



Patronatspartner



Patronatspartner



Patronatspartner

10 **Sie stehen hinter der WTT-FHS**

Was sagen Führungspersönlichkeiten zu den Chancen von künstlicher Intelligenz?

Als engagierte Ostschweizer Wirtschafts- und Meinungsführer sowie Partner des WTT YOUNG LEADER AWARD leben sie den Wissenstransfer zwischen Hochschule und Unternehmen. Welche Zukunftspotenziale bietet künstliche Intelligenz ihrem Unternehmen bzw. ihrer Organisation?



St.Galler Kantonalbank
 Roland Ledergerber, CEO
 «St.Galler Kantonalbank, wie stehen meine Aktien? Künstliche Intelligenz revolutioniert den Kundenkontakt. Sprachassistenten und personalisierte Websites verbessern den Dialog.»



St.Galler Stadtwerke
 Peter Jans, Stadtrat Direktion Technische Betriebe
 «Ob Energieabrechnung oder Heizungsberatung: KI beantwortet 24/7 Fragen. Energie- und Wasserverbrauch werden per Smartphone dargestellt, optimiert und umweltschonend gesteuert.»



Solenthaler Recycling AG
 Christoph Solenthaler, Inhaber, CEO
 «Bald werden sich bei uns Sortierroboter rund um die Uhr selber optimieren und maximale Trennschärfe sowie maximalen Durchsatz garantieren. Dies behält uns wettbewerbsfähig.»



scandola light audio media GmbH
 Marco Scandola, Inhaber, Geschäftsführer
 «KI wird uns erlauben, Stimmungen im Publikum blitzschnell zu erfassen, um dessen Aufmerksamkeit mit adäquaten Licht-, Ton- und Medieninszenierungen zu beeinflussen.»



Abraxas Informatik AG
 Peter Baumberger, Stellvertretender CEO
 «Unsere Security-Lösungen nutzen «Machine Learning», um IT-Infrastrukturen von Kunden vor Cyberattacken zu schützen. Abraxas bringt so Sicherheit in die digitale Schweiz.»



Schmid-Fehr AG
 Matthias Schmid, Inhaber, Geschäftsführer
 «KI-Lösungen optimieren die Kundenbindung. Gezielt eingesetzte Medien mit Kostenmanagement erhöhen Rentabilität und Kundenzufriedenheit unserer Geschäftspartner.»



Arbonia AG
 Jelena Wüst, Head of Group HR
 «KI errechnet automatisch den Energiebedarf und verfügbare Wärmequellen. So liefern wir unseren Kunden die besten Heizsysteme in Sachen Wirtschaftlichkeit, Ökologie und Komfort.»



Hof Weissbad AG
 Christian Lienhard-Züger, Direktor
 «KI hilft, uns auf besondere Bedürfnisse und Pläne der Gäste vorzubereiten. Sie geniessen während des Aufenthalts das individuell beste Erlebnis – inklusive der Vorfreude darauf.»



Huber + Suhner AG
 Corinne Wehrli, Personalleiterin
 «KI wird helfen, unsere Prozesse entlang der Wertschöpfungskette zu optimieren. Dies beinhaltet KI in der Datenanalyse für eine dynamische und vorausschauende Kapazitätsplanung.»



Amt für Wirtschaft und Arbeit TG
 Daniel Wessner, Amtsleiter
 «KI erschliesst Chancen für die Zukunft und sichert so langfristig den Firmenerfolg mit Nutzen im täglichen Leben aller. So wird nachhaltige Wertschöpfung in der Region generiert.»



MetroComm AG/LEADER
 Natal Schnetzer, Inhaber, Geschäftsleiter
 «Einfache administrative Aufgaben werden zukünftig durch KI erledigt. Dies gibt uns noch mehr Zeit für persönliche Kontakte und qualitative Wirtschaftsnews aus der Ostschweiz.»



St.Galler Tagblatt AG
 Christine Bolt, Stellvertretende Leiterin
 «KI ermöglicht, Inhalte auf individuelles Leseverhalten auszurichten. Maschinen machen Sport- oder Wetternews. Werbenden wird effizientester Mitteleinsatz garantiert.»



nisago GmbH
 Stefan Niederer, Inhaber, Geschäftsführer
 «KI-Kameras beschenken unseren Kunden perfekt gekleidete Auftritte – dank ihrem gesammelten Wissen über Menschentypen und passende Outfits.»



Switzerland Global Enterprise
 Daniel Bont, Senior Consultant
 «KI kann Unternehmen stets automatisierte und individuelle Infos über Exportmärkte bieten. Das reduziert Investitionsrisiken und steigert die Rentabilität der Schweizer Unternehmen.»



Amt für Wirtschaft und Arbeit AR
 Daniel Lehmann, Amtsleiter
 «Die Vernetzung von Unternehmen ist zentrale Aufgabe unserer Bestandespflege. Devise ist: mit KI Potentiale verbinden und multiplizieren – zum nachhaltigen Mehrwert aller.»



Amt für Wirtschaft und Arbeit SG
 Karin Jung, Amtsleiterin
 «KI automatisiert künftig Prozesse, was unsere Effizienz steigert – etwa bei der Umsetzung der flankierenden Massnahmen oder bei der Personalvermittlung im RAV.»



IHK St.Gallen-Appenzell
 Markus Bänziger, Direktor
 «KI ermöglicht uns, sozioökonomische Entwicklung in der Bevölkerung vorauszuahnen und diese bei Bedarf zu adressieren. Damit eilen Lösungen allfälligen Problemen beinahe voraus.»



IHK Thurgau
 Jérôme Müggler, Direktor
 «KI kann den IHK-Mitgliedern künftig helfen, über professionelle Social-Media- oder Job-Plattformen effizient und kostengünstig passende Fachkräfte zu finden.»



WISG Wirtschaft Region St.Gallen
 David Ganz, Präsident
 «Künstliche Intelligenz wird uns «Fleissaufgaben» und Routinejobs abnehmen. So werden unsere Köpfe frei für innovatives und kreatives Denken.»



Gewerbe Stadt St.Gallen
 Gian Bazzi, Präsident
 «KI birgt als Schlüsseltechnologie enormes volkswirtschaftliches Potenzial – so vielfältig wie das Stadt-St.Galler-Gewerbe. Es ist gespannt auf den Wissenstransfer in die Praxis.»

12 Die Jury – Sie küren die Siegerteams.

Einmal mehr stellte sich die Jury der Herausforderung und wählte die besten Praxisprojekte aus. Anspruchsvoll war auch die Frage an die Jury zum diesjährigen Leitthema: Welche Zukunftspotenziale bietet künstliche Intelligenz ihrem Unternehmen bzw. ihrer Organisation?



Christof Oswald
Head of Human Resources
Bühler AG

«Im Innovationscampus verbessern wir mit KI Wertschöpfungsketten, die Sicherheit von Lebensmitteln, die Effizienz von Batterien oder die Ausbeute von Nahrungsmittelanlagen.»



Thomas Harring
COO/CFO Leica Geosystems AG

«Schatten in Luftbildern entfernen oder Objekte bei Gebäudeaufnahmen erkennen: KI ist bei uns Bestandteil digitaler Lösungen und wird viele komplexe Probleme von Kunden lösen.»



Klaus Brammertz
CEO Bauwerk Boen Group

«KI wird es ermöglichen Wohnräume virtuell zu gestalten, zu optimieren und dem Gemütszustand anzupassen. Der Holzboden wird auch dabei eine wichtige Rolle spielen.»



René Frei
Leiter Direktion Personelles
Genossenschaft Migros Ostschweiz

«Mit KI können wir Kunden zum richtigen Zeitpunkt situationsgerechte Einkaufszettel bereitstellen – mit integrierten Lieferoptionen. Jeder Haushalt hat immer, was er braucht.»



Bruno Räss
Partner PwC St.Gallen

«PwC ist überzeugt, dass durch verantwortungsvollen Umgang mit KI Menschen gemeinsam mit Maschinen bessere Leistungen erbringen. Wir empfehlen, sich dieser Technologie zu öffnen.»



Prof. Dr. Sebastian Wörwag
Rektor FHS St.Gallen

«KI wird Wissensarbeitende beim Verarbeiten von «Datenmeeren» unterstützen – aber nie die praktische Intelligenz des Menschen ersetzen. Dafür stehen wir in der Ausbildung ein.»



Prof. Dr. Sibylle Minder Hochreutener
Leiterin Fachbereich Wirtschaft,
Prorektorin FHS St.Gallen

«KI wird uns im Unterricht und in der Forschung mit passenden, dynamischen Simulationen unterstützen. Das setzt voraus, Involvierte zu reflektiertem Umgang mit KI zu befähigen.»

Die Beurteilungskriterien der Jury

- 1. Projektzielerreichung**
alle Projektziele gemäss Auftrag qualitativ bestens erfüllt
- 2. Analytische und konzeptionelle Fundierung**
wissenschaftlich wie methodisch geeignet, belastbar und präzise
- 3. Anwendbarkeit und Wirksamkeit**
adäquate Tiefe und Reife für Anwendung und nachhaltige Wirkung in der Praxis
- 4. Innovation und Raffinesse**
intelligente, raffinierte Denkweisen mit neuen Erkenntnissen und Ansätzen
- 5. Management Summary**
Gesamtergebnis in den relevanten Zusammenhängen auf den Punkt gebracht

Das gesamte Jury-Reglement ist einsehbar auf: www.fhsg.ch/wttypa



«The International Consulting Project enabled us to be creative and implement theory into practice. This project has enriched our social competence whilst cooperating with people from various countries.»

Michael Dörig, student FHS St.Gallen, **Lucie Příbylová**, student VŠB Technical University of Ostrava, Czech Republic, project members Consulting Projects International

Nominierte Praxisprojekt-Teams in Marktforschung

Team Energieagentur St.Gallen GmbH

Analyse der Energiemassnahme
Gebäudemodernisierungskonzept
Energieagentur St.Gallen GmbH, St.Gallen
Lorenz Neher, Leiter Energieförderung

FHS St.Gallen

Pllumbardh Kryeziu, Rebstein, Projektleiter
Hajriz Dilaveri, Zuoz
Arian Gagica, Netstal
Amar Redzeqi, Heiden
Avni Sulajmani, Rorschach
Ceylan Toptas, Rorschacherberg
FHS-Coach: Michael Czarniecki, M.A. HSG

Team Leica Geosystems AG

Detecting Opportunities:
Constructing a Market Entry
Strategy in the U.S.
Leica Geosystems AG, Heerbrugg
Sarah Fiorina, Product Manager
Construction Tools

FHS St.Gallen and Robert Morris University, USA

Thomas Schöb, FHS St.Gallen, Switzerland,
Project Coordinator
Austin Hampe, Robert Morris University, USA,
Project Coordinator
Franziska Fitz, FHS St.Gallen, Switzerland
Vanessa Meyer, FHS St.Gallen, Switzerland
Julie Powell, Robert Morris University, USA
Kaitlyn Shipton, Robert Morris University, USA
FHS-Coach: Prof. Dr. Franziska Weis
RMU-Coach: Jill K. Maher, Ph.D.

Team St.Galler Kantonalbank

Auswirkungen auf das Bankwesen
bei einer Abschaffung
der Eigenmietwertbesteuerung
St.Galler Kantonalbank AG, St.Gallen
Manuela Inauen, Leiterin Kreditprodukte

FHS St.Gallen

Pascal Koller, St.Gallen, Projektleiter
Matthias Bleiker, Kriessern
Adel Fazlic, Altstätten
Yves Grundlehner, St.Margrethen
Benjamin Hasler, Altstätten
FHS-Coach: Judith Scherzinger,
M.A. Management

Geforscht und gewonnen

Wir gratulieren den drei nominierten Teams in Marktforschung. Sie haben akribisch gesucht, erhoben, analysiert, abgewogen und dabei Erkenntnisse wie auch Anerkennung gewonnen.



Praxisprojekt Marktforschung für die Energieagentur St.Gallen GmbH

Projektteam (v. l. n. r.) hinten Arian Gagica, Netstal; Hajriz Dilaveri, Zuoz; Pllumbardh Kryeziu, Rebstein, Projektleiter; **vorne** Avni Sulajmani, Rorschach; Ceylan Toptas, Rorschacherberg; Amar Redzepi, Heiden

Analyse der Energiemassnahme Gebäudemodernisierungskonzept

Der Kanton St.Gallen bietet die Fördermassnahme «energetisches Gebäudemodernisierungskonzept» an. Externe Energieberatende sind die Schnittstelle zu den Immobilieneigentümerinnen und -eigentümern. Für diese werden Konzepte erstellt. Drei Jahre nach Einführung dieser Massnahme soll ein umfassendes Marktfeedback eingeholt werden.

Methodik

Das Team hat eine Vollerhebung bei bestehenden Kunden und Energieberatenden durchgeführt. Zusätzlich ist eine Teilerhebung der potenziellen Kunden umgesetzt worden. Der Umfang sämtlicher Befragungen betrug ca. 1100 Personen. Die bestehende und potenzielle Kundschaft erhielt eine schriftliche Umfrage. Parallel dazu erfolgte eine Online Umfrage der Energieberatenden sowie 13 persönliche und telefonische Interviews. Um die aktuelle Situation besser zu verstehen, hat das Team an einer Schulung für Energieberatende teilgenommen. Nach sämtlichen Auswertungen der Befragungen hat ein Workshop zur Ideenfindung mit der Kundschaft stattgefunden.

Ergebnisse

Bei der Befragung der 589 bestehenden Kundinnen und Kunden zeigten sich folgende Erkenntnisse: Auf einer Skala von 1 bis 10 wurde die Gesamtzufriedenheit mit dem Energieberatenden mit 7.86 Punkten bewertet. Bei der Zufriedenheit mit dem Konzept betrug der Wert 8. Zudem haben 74% der Befragten Massnahmen aus dem für sie erstellten Konzept umgesetzt.

Als häufigste Argumente sind Ersparnisse in Kosten und Energieverbrauch genannt worden. Der grösste Teil der restlichen 26% haben aufgrund zu hoher Kosten keine Massnahmen umgesetzt. Zusätzlich sind Unterschiede im Informationsverhalten der bestehenden und potenziellen Kundschaft analysiert worden: Bestehende Kundinnen und Kunden besuchen Informationsveranstaltungen und Messen, potenzielle Kunden stützen sich vermehrt auf die Artikelserie HEV und auf Gemeinden. Die Gesamtzufriedenheit der Energieberatenden ist gut und die Projektgruppe schlägt vor, die vorhandene Haltung und Werte gegenüber den Energieberatenden beizubehalten, da sich diese stark mit der Leitidee des Konzeptes und der Energieagentur identifizieren. Aufgrund der priorisierten Ideen aus dem Workshop ist eine Matrix von Empfehlungen entstanden. Die abgeleiteten Empfehlungen tragen dazu bei, ein umfassendes Feedback des Marktes sicherzustellen.

www.fhsg.ch/praxisprojekte



Kundenbeziehung der Energieagentur St.Gallen
Quelle: eigene Darstellung

Energieagentur St.Gallen GmbH

Die Energieagentur unterstützt Regionen, Gemeinden, Unternehmen und Private in den Themen Energieeffizienz und erneuerbare Energien. Das Unternehmen wurde im Jahr 2012 gegründet. Zurzeit beschäftigt die Agentur 17 Mitarbeitende. Zu ihren Aufgaben gehören das Abwickeln von Konzepten und Sensibilisieren der Bevölkerung für Energiethemen.

Kundschaft

Energieagentur St.Gallen GmbH, St.Gallen
Lorenz Neher, Leiter Energieförderung
www.energieagentur-sg.ch



Uns hat die Herangehensweise der Studierenden ohne Berührungängste an eine für sie neue Materie beeindruckt. Da unser Produkt «nur» ein Konzept ist, wurden die Studierenden zusätzlich herausgefordert. Sie untersuchten die unterschiedlichen Kundengruppen minutiös, sodass wir Aha-Erlebnisse gleichermassen mit vermuteten Learnings hatten. Die Empfehlungen werden wir in unsere Marktaktivitäten einfließen lassen.

Coach

FHS St.Gallen
Michael Czarniecki, M.A. HSG



Dieses Konzept zeigt auf, wie der CO₂-Ausstoss bei Immobilien reduziert werden kann. Hierfür wurden durch eine Marktforschung relevante Hebel identifiziert und in einem Implementierungsworkshop in Handlungsempfehlungen überführt. In der Erfüllung des Auftrages bediente sich die Gruppe innovativer Incentivierungen, fortgeschrittener statistischer Auswertungsmethoden und Elementen aus dem Design Thinking.

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Consulting Project USA Market Research for Leica Geosystems AG

Project Team (f. l. t. r.) behind Vanessa Meyer, FHS St.Gallen, Switzerland; Austin Hampe, Robert Morris University, USA, Project Coordinator; Franziska Fitzi, FHS St.Gallen, Switzerland; **in front** Kaitlyn Shipton, Robert Morris University, USA; Thomas Schöb, FHS St.Gallen, Switzerland, Project Coordinator; Julie Powell, Robert Morris University, USA (not pictured)

Detecting Opportunities: Constructing a Market Entry Strategy in the U.S.

Leica Geosystems wants to enter the U.S. market with a solution kit that includes detection equipment combined with software and various services. As a first step, the market must be analyzed and important factors determined to create a comprehensive marketing plan.

Proceeding

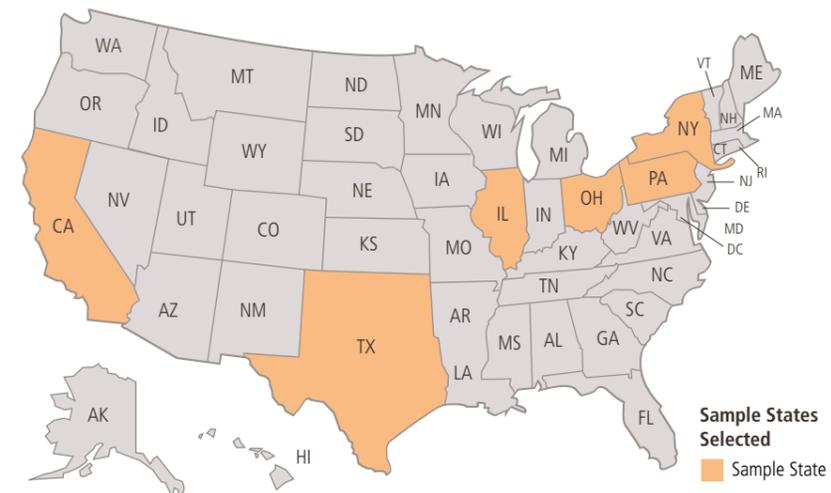
The first step in the four-phase market research included defining the project objectives. Afterwards, the project team examined which U.S. states have the highest potential need for the solution. 74 interviews in 16 different states were conducted. The main focus was the 12 potential customer groups. Additionally, legal requirements were revealed through interviews with representatives of associations and secondary research. Based on all these findings, 13 recommendations were proposed and prioritized.

Results

Based on the primary research, the 12 customer groups were divided into three categories according to their potential to buy the solution kit

from Leica. The favorable group with the highest potential consisted out of three different customer groups. Those clients use similar products compared to Leica's solution. A market entry strategy to approach those three groups was then created by establishing the marketing mix. For product and price, the solution kit was assembled in three bundles and priced according to the benefits for each customer group. Regarding promotion, alignment with industry standards but also innovative ideas were proposed. For place, a new distribution set-up was recommended.

www.fhsg.ch/praxisprojekte



Top seven States depicted on a map
Source: own illustration

Leica Geosystems AG

Leica Geosystems was founded in 1921 by Heinrich Wild. In 2005, the company was acquired by Hexagon, located in Sweden. Within the Hexagon Group, Leica operates in the geosystems landscape. The company is comprised of various industries, such as surveillance, laser distance measurements, and airborne cameras. 4500 employees in 33 countries create high quality products and innovative solutions.

Client

Leica Geosystems AG, Heerbrugg
Sarah Fiorina, Product Manager
Construction Tools
www.leica-geosystems.com



The team clearly exceeded our expectations by providing us with highly valuable results that we can use for future projects. The recommendations are directly applicable and include a variety of great and fresh ideas. We highly appreciated the student's engagement for the topic and it was a pleasure to work with them.

FHS coach

Prof. Dr. Franziska Weis



RMU coach

Jill K. Maher, Ph.D.



We were delighted to support the team throughout the whole project as they were extremely engaged and motivated to go the extra mile at all times in achieving the best results for the client. Based on extensive primary market research they came up with innovative ideas for a comprehensive marketing plan to enter the U.S. market.

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz

St.Galler
Kantonalbank



Praxisprojekt Unternehmensanalyse und Marktforschung für die St.Galler Kantonalbank AG

Projektteam (v. l. n. r.) Pascal Koller, St.Gallen, Projektleiter; Adel Fazlic, Altstätten; Yves Grundlehner, St.Margrethen; Matthias Bleiker, Kriessern; Benjamin Hasler, Altstätten

Auswirkungen auf das Bankwesen bei einer Abschaffung der Eigenmietwertbesteuerung

Wie reagieren Hypothekarnnehmerinnen und -nehmer bei einer allfälligen Abschaffung der Eigenmietwertbesteuerung? Was erwartet die Kundschaft von ihrer Bank? Im Auftrag der St.Galler Kantonalbank untersuchte das Projektteam die Auswirkungen einer Abschaffung der Eigenmietwertbesteuerung. Im Zuge dessen entwarf das Projektteam drei Massnahmenpakete zur optimalen Beratung der Kundinnen und Kunden im Falle einer Abschaffung der Eigenmietwertbesteuerung.

Methodik

Die Projektgruppe führte eine quantitative Kundenbefragung und eine qualitative Expertenbefragung durch. An der Online Umfrage der Kundschaft nahmen 512 von 1257 angeschriebenen Kundinnen und Kunden teil. Mit Hilfe der Kundenberaterinnen und -berater der SGKB erreichte die Umfrage eine Rücklaufquote von beachtlichen 41%. In der qualitativen Marktforschung erläuterten fünf Experten von unterschiedlichen Interessensgruppen in telefonischen Interviews ihre Sichtweise zum Eigenmietwert.

Ergebnisse

Die Befragung der Kundschaft zeigte, dass 46% bis 54% aller Wohneigentümerinnen und -eigentümer bei einem Systemwechsel eine Rückzahlung der Hypothek in Betracht ziehen. Daraus würden beträchtliche Rückgänge der Hypothekarvolumen und jährliche Margenausfälle im Aktiv- und Passivgeschäft resultieren.

Allerdings würde ungefähr die Hälfte der Hypothekarkundschaft nach einer Abschaffung der Eigenmietwertbesteuerung Kontakt mit der SGKB aufnehmen. Bei der Beratung wünschen sich die Kundinnen und Kunden Informationen hinsichtlich ihrer Situation im Alter sowie der Steueroptimierung. Aus diesen Erkenntnissen entwickelte die Projektgruppe drei Massnahmenpakete: eine Sofortmassnahme, die sich mit der Überarbeitung der Renovations-Hypothek befasst und zwei Massnahmen, welche die SGKB nach Annahme der Initiative aktivieren kann. Dank diesen Massnahmen kann sich die SGKB auch im geänderten Marktumfeld optimal positionieren.

www.fhsg.ch/praxisprojekte

Sofortmassnahme

Massnahmenpaket 1:
Überarbeitung der
Renovations-Hypothek



Massnahmen nach Annahme der Initiative

Massnahmenpaket 2:
Ausbau des persönlichen
Beratungsangebots



Massnahmenpaket 3:
Aufschaltung eines
Online-Rechners



Massnahmenpakete
Quelle: eigene Darstellung

St.Galler Kantonalbank

«Gemeinsam wachsen» ist der Leitsatz der St.Galler Kantonalbank. Getreu diesem Leitsatz baut die Bank seit über 150 Jahren ihr regionales Vertriebs- und Niederlassungsnetz stetig aus. Zurzeit ist die Bank mit 38 Niederlassungen und über tausend Mitarbeitenden in der Ostschweiz vertreten. Als hybride Universalbank bietet die SGKB laufend neue Online-Services für ihre Kundschaft an.

Kundschaft

St.Galler Kantonalbank AG, St.Gallen
Manuela Inauen, Leiterin Kreditprodukte
www.sgkb.ch



Die Ergebnisse der Kundenbefragung zeigen uns die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden bei einer Abschaffung des Eigenmietwerts auf und unterstützen uns in den Beratungsaktivitäten optimal. Das Projektteam hat den Auftrag mit sehr hohem Engagement bearbeitet, was die hervorragenden Ergebnisse sichtlich widerspiegeln.

Coach

FHS St.Gallen
Judith Scherzinger, M.A. Management



Die ausgezeichnete Vorbereitung und die Hartnäckigkeit bei der Marktforschung haben sich ausgezahlt. Die Umfrageresultate geben konkrete Hinweise auf die Handlungsabsichten der Kundinnen und Kunden. Die St.Galler Kantonalbank kann sich nun optimal auf einen allfälligen Systemwechsel vorbereiten.

Nominierte Praxisprojekt-Teams in Managementkonzeption

Team Fehr Braunwalder AG

holzbaudirekt.de –
Schweizer Qualität für den
deutschen Holzbauer
Fehr Braunwalder AG, St.Gallen
Thomas Braunwalder, Inhaber

FHS St.Gallen

Christoph Wyss, St.Gallen, Projektleiter
Saskia Bhend, Thundorf
Carlo Calzavara, St.Gallen
Letizia Cicia, Goldach
Dennis Huber, Engelburg
Valentin Paurevic, Trogen
FHS-Coach: Dr. Christian Heumann

Team Mediterre International SA

From Production to Sales –
Optimization of the Value Chain
Mediterre International SA, Zug
Valerie S. Kuenzi, Senior Consultant and
Member of the Board

FHS St.Gallen

Manuella Lopes, FHS St.Gallen, Switzerland,
Project Leader
Andrea Barboza, Lead University, Costa Rica
Marta Gonçalves, Nova University of Lisbon,
Portugal
Joel Müntener, FHS St.Gallen, Switzerland
Ana Lucic, FHS St.Gallen, Switzerland
Rawisara Udomsri, Mae Fah Luang University,
Thailand
FHS-Coach: Dr. Ronald Ivancic

Team Swisslog (Shanghai) Co., Ltd.

Business Opportunities
for Pharmaceutical Logistics
in Chinese Hospitals
Swisslog (Shanghai) Co., Ltd., Shanghai
Stefan Hasenfratz, Executive Vice President
Healthcare Solutions Asia Pacific

FHS St.Gallen and Shanghai University, China

Marco Casagrande, FHS St.Gallen, Switzerland,
Project Leader
Bettina Baur, FHS St.Gallen, Switzerland
Bingqing Luo (Stella), Shanghai University,
China, Project Leader
Chuanzhi Hu (Leo), Shanghai University, China
Yaqun Liu (Deborah), Shanghai University,
China
Philipp Sturzenegger, FHS St.Gallen, Switzerland
FHS-Coach: Prof. Andreas Löhner
SHU-Coach: Dr. Heidi Hui Yan

Konzipiert und gewonnen

Wir gratulieren den drei nominierten Teams in Managementkonzeption.
Sie haben evaluiert, konzipiert, berechnet, visualisiert und dabei Erkenntnisse
wie auch Anerkennung gewonnen.

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Managementkonzeption für die Fehr Braunwalder AG

Projektteam (v. l. n. r.) Saskia Bhend, Thundorf; Carlo Calzavara, St.Gallen; Christoph Wyss, St.Gallen, Projektleiter; Letizia Cicia, Goldach; Dennis Huber, Engelburg; Valentin Paurevic, Trogen

holzbaudirekt.de – Schweizer Qualität für den deutschen Holzbauer

Die Fehr Braunwalder AG sieht in der Bearbeitung des deutschen Holzbaumarktes grosses Wachstumspotenzial. Die Projektgruppe wurde damit beauftragt, ein Geschäftskonzept zu erarbeiten, das der Fehr Braunwalder AG einen erfolgreichen Markteintritt mittels Onlineshop in Deutschland ermöglicht.

Methodik

Zu Beginn wurde mittels Desk Research der deutsche Markt analysiert und das Potenzial abgeschätzt. Anschliessend führte die Projektgruppe 14 Interviews durch, davon 12 mit potenziellen Kunden und zwei mit Experten aus der Branche. Weiter wurden sechs direkte Mitbewerber mittels Warenkorb- und Web Traffic-Analysen im Detail untersucht. Zudem erstellte das Team Investitionsrechnungen und Break-even-Szenario-Analysen. Gestützt auf die Erkenntnisse wurde ein Geschäftskonzept inklusive Zeit-, Ressourcen-, und Massnahmenplanung erarbeitet und Wege zur Bekanntmachung des Onlineshops in Deutschland aufgezeigt.

Ergebnisse

Das gesamte Marktpotenzial des deutschen Holzbaumarkts liegt im dreistelligen Millionenbereich. Die potenzielle Kundschaft ist hauptsächlich in Süd- und Westdeutschland angesiedelt. Die Projektgruppe leitete aus der Kundenanalyse die folgenden drei Top-Kriterien für die Kaufentscheidung ab: wettbewerbsfähiger Preis, direkter Ansprechpartner, hohe Produktqualität.

Das Geschäftskonzept stützt sich auf die Säulen Logistikstrategie, operative Strategie und Kommunikationsstrategie. Zu Beginn soll mit dem Lieferantenpartner eine Zusammenarbeit zu Konsignationsbedingungen begonnen werden. Sämtliche Prozesse der Lagerverwaltung bis zur Distribution werden von einem Fulfillment-Anbieter übernommen. Die operative Strategie beinhaltet neben der Zusammenarbeit mit deutschen Partnern den stufenweisen Aufbau eines Verkaufsaussendienstes in Deutschland, um die Kundenbedürfnisse abzudecken. Durch Suchmaschinenoptimierung und Auftritte an Messen soll der Onlineshop der Fehr Braunwalder AG bekannt gemacht werden.

www.fhsg.ch/praxisprojekte

Fehr Braunwalder AG

Das Unternehmen ist eine der führenden Anbieterinnen im Bereich Befestigungstechnik und Werkzeuge für den Holzbauer und Zimmermann in der Schweiz. Die Produkte werden über einen Onlineshop sowie in der eigenen Filiale in St.Gallen Winkeln verkauft. Es sind ca. 100 Mitarbeitende beschäftigt, die durch ihre hohe Fachkompetenz einen ausgezeichneten Kundenservice gewährleisten.

Kundschaft

Fehr Braunwalder AG, St.Gallen
Thomas Braunwalder, Inhaber
www.fehrbraunwalder.ch



Mit grossem Einsatz hat das Projektteam ein umfassendes Managementkonzept für die Fehr Braunwalder AG entwickelt. Mit den Lösungsansätzen verfügen wir über ein ausgezeichnet abgestimmtes und praxisbezogenes Konzept. Vielen Dank für die grossartige Arbeit.

Coach

FHS St.Gallen
Dr. Christian Heumann



Das Projektteam schaffte durch die Quantifizierung und Lokalisierung des Marktpotenzials sowie durch die Analyse der Kunden- und Wettbewerbssituation eine wertvolle, entscheidungsrelevante Ausgangsbasis und entwickelte davon ausgehend passgenaue Strategien für Lagerhaltung, Logistik und Marktbearbeitung. Das Geschäftskonzept überzeugt und ist nun Basis für den Markteintritt in Deutschland.



Managementkonzeption zum erfolgreichen Markteintritt
Quelle: eigene Darstellung

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Consulting Project International Management Design for Mediterre International SA

Project Team (f. l. t. r.) behind [Andrea Barboza](#), Lead University, Costa Rica; [Joel Müntener](#), FHS St.Gallen, Switzerland; [Ana Lucic](#), FHS St.Gallen, Switzerland; [Manuella Lopes](#), FHS St.Gallen, Switzerland, Project Leader; **in front** [Marta Gonçalves](#), Nova University of Lisbon, Portugal; [Rawisara Udomsri](#), Mae Fah Luang University, Thailand

From Production to Sales – Optimization of the Value Chain

Mediterre International SA, which is active in the food and beverages sector, was seeking to improve its value chain. This project aimed at developing a model of an optimized value chain, taking into consideration product traceability as well as potential reseller markets for an international expansion.

Proceeding

In a first step, secondary research on the topics of value chains, food industry, traceability, digitalization as well as on Austrian, German and Danish markets was carried out. Within the market research, qualitative interviews with value chain partners, experts, and potential resellers were conducted. To gather information about end-consumers, a quantitative online survey was undertaken. Based on all findings, the value chain as well as trends within the fields of food, traceability, and digitalization were described, and a model of an optimized value chain was developed. A description of the next steps towards implementation concluded the project.

Results

In order to optimize the value chain, the consulting team developed a company-specific approach, which was constructed upon three dimensions: main and supporting activities, technological dimensions, and potential markets. The first dimension relied on a cooperation

SWOT analysis with value chain partners in order to determine areas of improvement and was concluded by elaborating an optimized process for each value chain stage. Conducted research revealed blockchain to be the most promising traceability solution. Thus, the focus of the second dimension was placed upon determining the most suitable solution provider for Mediterre International SA. The conducted utility analysis revealed IBM Food Trust to be an auspicious alternative. The last dimension was built upon a detailed description as well as an evaluation of the markets in Austria, Germany and Denmark. Austria shows great promise as the first international expansion market, and was, therefore, rated as priority number one. Hotel Schloss Mönchstein as well as Geinberg5 Private SPA Villas were suggested as potential sales partners.

www.fhsg.ch/praxisprojekte

Mediterre International SA

Mediterre was founded in 2018 as a subsidiary of Akreum, a sub-company of the holding Wealthyard Group SA. Mediterre itself is family run and focuses on the production and sales of healthy, organic and high-quality comestibles of Greek and Italian origin, such as olive oils and fruit juices. Presently, the company is operating in Switzerland, relying on indirect sales channels to sell its products.

Client

Mediterre International SA, Zug
[Valerie S. Kuenzi](#), Senior Consultant and Member of the Board
www.mediterre.com



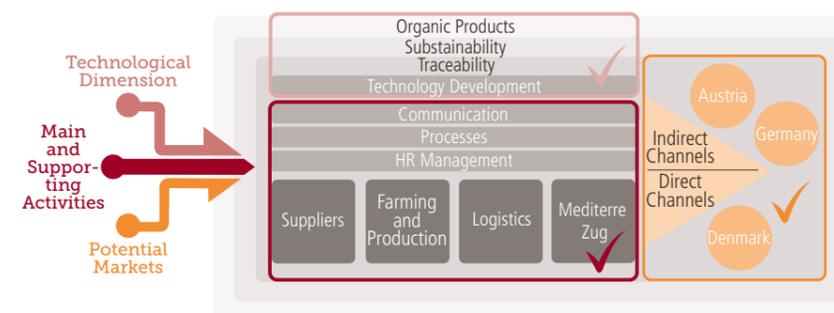
We were impressed by the students' flexibility in capturing and meaningfully analyzing a transnational supply chain. This task challenged the students to think beyond constrained and standardized models. The results have exceeded our expectations and allow us to include an additional, independent perspective, when formulating our distribution strategy.

Coach

FHS St.Gallen
[Dr. Ronald Ivancic](#)



The consulting team combined complex qualitative and quantitative researches, challenging analyzes in fields of digitalization and blockchain as well as investigations on the current situation in order to optimize the client's value chain. Therefore main and supporting activities were improved, a solution to trace the product throughout all processes was integrated and recommendations for market expansions were provided.



Optimization of Mediterre's Value Chain
Source: own illustration



Consulting Project China Management Design for Swisslog Healthcare (Shanghai) Co., Ltd

Project Team (f. l. t. r.) behind Philipp Sturzenegger, FHS St.Gallen; Yaqun Liu (Deborah), Shanghai University; Marco Casagrande, FHS St.Gallen, Project Leader; **in front** Bingqing Luo (Stella), Shanghai University, Project Leader; Chuanzhi Hu (Leo), Shanghai University; Bettina Baur, FHS St.Gallen

Business Opportunities for Pharmaceutical Logistics in Chinese Hospitals

Most of the installed solutions in Chinese hospitals are stand-alone and not yet integrated products. Swisslog's strengths on a global scale lie in its ability to offer integrated products and services. The project aimed to identify business opportunities for integrated pharmaceutical logistics solutions and to further develop their scope in China.

Proceeding

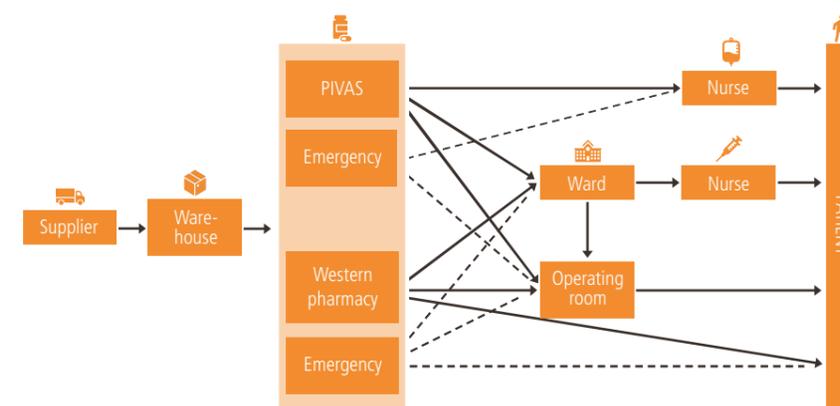
In a first phase, the project team gathered information on the relevant topics through desk research in combination with observations and interviews with various experts in the healthcare environment. During the fieldwork in Shanghai, further interviews and investigations were conducted in two hospitals. Based on these findings, risks and requirements concerning the defined target process and Mobile Robotics were identified. The evaluation of the determined risks led to the description of business opportunities which were depicted in an adapted «Strategy Map».

Results

The project team analysed the current process of pharmaceutical transportation in Chinese hospitals. Thereby, risks in the current situation, with regard to data flow and manual interfaces,

were assessed. Based on these findings, a target process was defined that ensures patient safety and increases efficiency. A possible transportation method, the use of Mobile Robotics, was evaluated in detail. Thus, the risks for the transport of different types of pharmaceuticals were weighted and requirements for the specific pharmaceuticals identified. The analysis of all determined risks and requirements set the foundation upon which to create a benefit analysis model. This model was used to develop business opportunities for hospital software, pharmaceutical logistics hardware (e.g. Mobile Robotics) and services. In order to define a more specific approach for a market penetration in the Chinese healthcare environment, an adapted 'Strategy Map', with an integrated priority schedule, was created.

www.fhsg.ch/praxisprojekte



Target Process in an existing hospital
Source: own illustration

Swisslog Healthcare (Shanghai) Co., Ltd.

Swisslog is a subsidiary of the German robotic company KUKA, which is part of the Chinese Midea Group. Swisslog is subdivided into the two divisions: healthcare solutions and logistics automation systems. Together, both divisions employ more than 2,700 people worldwide. This project was conducted for the healthcare division with a focus on the identification of business opportunities for logistics solutions in Chinese hospitals.

Client

Swisslog Healthcare (Shanghai) Co., Ltd., Shanghai
Stefan Hasenfratz, Executive Vice President
Healthcare Solutions Asia Pacific



www.swisslog.com
This project was clearly a continuation of the last year's project. It deepens and extends the analysis and, obviously, defines and prioritizes business opportunities of products, services, and integrated solutions for pharmaceutical logistics. Perfect! We can immediately use the results profitably. Additionally, we have received confirmation that we are on the right track with our strategy.

FHS coach



Prof. Andreas Löhner

SHU coach



Dr. Heidi Hui Yan

It was surprising how professional the students handled the complexity of the pharmaceutical logistics process in Chinese hospitals. The analyses and conclusions were systematically translated into recommendations. The results are very business-related and take the client further regarding strategy development and implementation.

Die Praxisprojekte

Ein schweizweit einzigartiges Lehr- und Lernmodell

Praxisprojekte sind umfangreiche, reale und entgeltliche Consulting-Aufträge von Unternehmen und Organisationen, die Wirtschaftsstudierende im Team umsetzen:

- integriert in ihrem Vollzeit- oder berufsbegleitenden Studium;
- in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden;
- in Begleitung eines FHS-Dozierenden.

In gewissen Programmen arbeiten die Teams in internationalen Märkten und mit internationalen Studierenden zusammen. Zentral ist jedoch für alle, die erlernte Theorie des Kontaktunterrichts in der Wirtschaft direkt anzuwenden und auf die Unternehmen zu adaptieren.

Die Ansprüche an die Praxisprojekte sind:

- wissenschaftlich fundiert
- methodisch basiert
- direkt und praktisch umsetzbar
- kooperativ und motiviert mit der Kundschaft erarbeitet

Von den Praxisprojekten profitieren alle Seiten: die Studierenden von erfahrenen Managern, die Unternehmensleitung von frischen Ideen der Studierenden – und beide sind froh um das Fachwissen der Dozierenden. Das stärkt die Studierenden für den Arbeitsmarkt, die Unternehmen für den Wettbewerb und die Dozierenden für die Lehre und Forschung.

Praxisorientierte	Echte
80% Theorie Klassenunterricht	20% Praxis Praxisprojekte
<ul style="list-style-type: none"> • Theorie-Vermittlung und Case Studies • im Klassenzimmer • Vorgaben der Hochschule • gelehrt von Dozierenden • reservierte Zeit im Lehrplan • Notenanteil 	<ul style="list-style-type: none"> • bedürfnisorientierte Praxisanwendung • im Markt als Team • Vorgaben vom Markt • gecoacht von Dozierenden • reservierte Zeit im Lehrplan • Notenanteil

Grundlegende Elemente der Praxisprojekte

3 Typen von Praxisprojekten

- Unternehmensanalyse
- Marktforschung
- Managementkonzeption

Aufträge:
von Unternehmen/Organisationen nach realen Bedürfnissen

Entgelt:
CHF 800.– bis CHF 25 000.–

Input:
• Team mit 4 bis 6 Studierenden
• ca. 800 Std. innerhalb 4 bis 5 Monaten

Output:
60- resp. 90-seitiger Schlussbericht; Präsentation

Dozierende:
Fachcoaching mit 50 bis 120 Stunden

Kundenseitige Projektleitungen:
ca. 6 Meetings für Wissensaustausch, Diskussion, Projektkontrolle

Fixe Startzeiten:
jährlich im Januar und September

«Wir fokussieren auf eine erfolgreiche interdisziplinäre Zusammenarbeit in den Praxisprojekten. Kundenziele zu erreichen und eine gute Lernsituation für die Studierenden zu schaffen, stehen im Zentrum unseres Coachings»

Prof. Stefan Ribler, Projektcoach Soziale Arbeit
Prof. Dr. Marco Steiner, Projektcoach Wirtschaft

Vom Auftrag zum Ergebnis

Kundenspezifisch und direkt anwendbar

Die Praxisprojekte stehen allen Unternehmen und Organisationen im In- und Ausland offen – unabhängig von deren Grösse oder Branche.

Das Angebot im Überblick

Praxisprojekt-Angebot WTT-FHS					
Programme	Teamgrösse	Termine	Arbeitseinsatz	Semester*	Kosten für Unternehmen
Unternehmensanalyse					
PPR1 – Ostschweiz	4–6 Studierende	September – Januar	ca. 800 Stunden 50 Stunden Coach	3. VZ	CHF 800.– + Spesen ca. CHF 500.–
Marktforschung					
PPBB – Schweiz*	4–6 Studierende	Februar – Dezember	ca. 1000 Stunden 50 Stunden Coach	4. & 5. BB	CHF 8500.– + Spesen ca. CHF 1500.–
PPR2 – Schweiz*	4–6 Studierende	Januar – Juni	ca. 800 Stunden 50 Stunden Coach	4. VZ	CHF 8500.– + Spesen ca. CHF 1500.–
Managementkonzeption					
PPR3 – Schweiz*	4–6 Studierende	Januar – Juni	ca. 800 Stunden 50 Stunden Coach	6. VZ 8. BB	CHF 8500.– + Spesen ca. CHF 1500.–
International Market Research and Management Design					
CPIM – International	4–6 Studierende ca. 3 FHS, 3 Exchange	Februar – Juni September – Januar	ca. 800 Stunden 80 Stunden Coach	5./6. VZ	CHF 7500.– + Spesen ca. CHF 1500.–
JUSP – USA	6 Studierende 3 USA, 3 Schweiz/FHS	Januar – April	ca. 1000 Stunden 120 Stunden Coach	6. VZ 8. BB	ca. CHF 20 000.– gemäss Spesenbudget
JCSP – China	6 Studierende 3 China, 3 Schweiz/FHS	März – August	ca. 1000 Stunden 120 Stunden Coach	6. VZ 8. BB	ca. CHF 25 000.– gemäss Spesenbudget

VZ: Vollzeit; BB: Berufsbegleitend

Zudem können Einzelarbeiten als «Bachelor-Thesis» in Auftrag gegeben werden. Diese kosten CHF 800 plus rund CHF 200 für Spesen der Studierenden.

Die wichtigsten Projektschritte

Projektinitiierung	<ul style="list-style-type: none"> • Persönliches Vorgespräch zwischen WTT-FHS und interessiertem Unternehmen • Gemeinsame Festlegung von Projektzielen und Vorgehen (als Auftragsvereinbarung)
Projektumsetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Rund 6 Meetings für Wissensaustausch, Diskussion und Projektkontrolle zwischen Studierenden-Team und Kundschaft • Fachliche Begleitung des Studierenden-Teams durch FHS-Dozierende in wöchentlichen Coachings
Abschluss	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftlicher Schlussbericht mit ca. 60 bzw. 90 Seiten (Eigentum der Kundschaft) • Präsentation der Ergebnisse durch Studierenden-Team, in der Regel bei der Kundschaft
Evaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenseitiger Beitrag zur Benotung des Studierenden-Teams (bis zu 25% der Benotung) • Nomination der besten Praxisprojekte für den WTT YOUNG LEADER AWARD durch eine Jury

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne lernen wir Ihre Bedürfnisse kennen. Bitte kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Gespräch! Mehr Infos finden Sie auf www.fhsg.ch/praxisprojekte.

Auf internationalen Märkten

Die Praxisarbeit im internationalen und interkulturellen Kontext

Die Internationalität gewinnt weiter an Bedeutung und damit an interkulturellen Herausforderungen. Entsprechend will die WTT-FHS ihre Wirtschaftsstudenten darauf vorbereiten. Mit «Consulting Projects» werden sie auf interkulturelles Verhalten sensibilisiert und eignen sich Wissen von ausländischen Märkten an. Die Unternehmen profitieren, weil dieses Know-how auch für sie wichtig ist, sie es nachfragen oder entwickeln.

Schon seit vielen Jahren führt die WTT-FHS «International Student Consulting Projects» durch, in denen FHS-Studierende in Teams mit Austauschstudenten aus aller Welt oder mit Studierenden von Partneruniversitäten in China oder den USA zusammenarbeiten (Joint Programs). Immer mit dem Ziel, dass FHS-Studierende in einem internationalen Kontext arbeiten, in fremde Länder einblicken und produktive Resultate für Unternehmen mit internationaler Tätigkeit liefern.

International Consulting (CPIM)

During the International Consulting Projects (CPIM), FHS students work with exchange students from all over the world - from countries such as Japan, South Korea, Russia, Finland, Poland, the Czech Republic, France, Spain, Mexico and Chile.

Typical project subjects are:

- Market information and market potential analysis for product developments and/or market launches
- Market and competitor analysis for specific market segments
- Marketing or sales concepts

International Consulting (CPIM)

Size of team 6 students
 • 3 Exchange
 • 3 Switzerland/FHS

Workload approx. 800 hours by student team, approx. 80 hours by advisor

Field work exclusively from Switzerland, no travel

Dates February – June
 September – January

Costs for customer CHF 7,500 + expenses
 approx. CHF 1,500

10 Benefits for Companies

Well-balanced results are

- 1) based on a joint view of international and Swiss thinking
- 2) reflected with intercultural understanding
- 3) directly applicable – no general abstract work
- 4) analytically and methodically derived
- 5) neutrally evaluated and creatively elaborated
- 6) affordable

Knowledge transfer for

- 7) Access to methodological skills and scientific knowledge
- 8) Access to dialog with universities

Recruitment and image

- 9) Access to future qualified personnel

Image

- 10) Positioning in the context of the university, faculty, R&D, students

Dr. Heidi Hui Yan, Vice Director of Competition Ecology Research Center, Shanghai University (SHU), School of Management and Program Director JCSP



Joint Chinese Swiss Program (JCSP)

The Joint Chinese Swiss Program (JCSP) is a co-operation between the Shanghai University (SHU) in Shanghai, China, and the University of Applied Sciences, FHS St.Gallen in St.Gallen, Switzerland. For 6 months, three students from each university join to build a project team, doing analytical and conceptual work in China and/or Switzerland based on a Swiss or Chinese company. The results are presented to the customer in a project paper, as well as in a final oral presentation. Moreover, the results are based on a joint view of Chinese and Swiss thinking and directly applicable - no general abstract work.

Ten days of project work take place in China and ten days in Switzerland. During this time, the students are in direct contact with customers and markets and, during the remaining project time, they work together as well as with customers, markets and advisors in regular meetings by WeChat.

Shanghai University and FHS St.Gallen first meet interested companies and institutions to define the order draft in a manner that is amicable and able to meet the needs of all parties. Both universities then conclude contracts with the customers and secure the definitive project implementation for the team projects.

Joint Chinese Swiss Program (JCSP)

Size of team 6 students
 • 3 from China/SHU
 • 3 from Switzerland/FHS

Workload approx. 1,000 hours by students/approx. 120 hours by each advisor

Dates March–August

Costs for customer approx. CHF 25,000 or RMB 170,000 according to budget expenses

Typical project subjects are:

- Market information and market potential analysis for product developments and/or market launches
- Market and competitor analysis for specific market segments
- Marketing or sales concepts

Shanghai University SHU

Shanghai University is a public research university located in Shanghai, China, with about 40,000 students and 3,000 academics. Shanghai University is one of the nation's leading research universities.

中国瑞士合作项目

中国瑞士联合计划 (JCSP) 是中国上海的海上海大学 (SHU) 与瑞士圣加伦应用科技大学 (FHS St.) 之间的合作。加伦, 在瑞士圣加伦。为期6个月, 每所大学的三名学生加入组建项目团队, 基于中国和/或欧洲的公司开展分析和概念工作。结果将在项目文件以及最终的口头报告中呈现给客户。此外, 结果是基于中西思维的联合视角, 直接适用的——没有一般的抽象工作。瑞士应用科技大学和上海大学的讲师作为顾问在项目实现过程中积极支持项目团队, 以提高学生的技术, 方法, 自信和社交技能以及跨文化能力。他们的贡献也确保提交的项目结果具有尽可能高的质量并且在范围函内。项目工作在中国开展10天, 在瑞士进行10天。在那段时间里, 学生都是直接接触客户和市场。剩余的项目时间里, 学生团队与客户, 市场和顾问在微信的定期会议中共同进行合作。

圣加伦应用科技大学

圣加伦应用科技大学是瑞士东部地区的一所公立大学, 为经济、技术和社会的发展提供了新的思路。创新, 质量和活力塑造了大学, 使其在瑞士教育领域中脱颖而出。圣加伦应用科技大学及其知识转移单位WTT-FHS, 都是由教授领导。彼得·穆勒以其面向商业的方法, 每年为瑞士和海外公司的学生提供250个咨询项目而闻名。

Joint US Swiss Program (JUSP)

The Joint US Swiss Program (JUSP) is a cooperation between the Robert Morris University (RMU) in Pittsburgh, USA, and the University of Applied Sciences, FHS St.Gallen in St.Gallen, Switzerland. For 4 months, three students from each university join to build a project team, doing analytical and conceptual work in the USA and Switzerland based on a Swiss or American company. The results are presented to the customer in a project paper, as well as in a final oral presentation. Moreover, the results are based on a joint view of American and Swiss thinking and directly applicable – no general abstract work.

RMU and FHS lecturers support the project teams actively as advisors during the project realisation in order to expand the students' technical, methodological and intercultural competences as well as self-confidence and social skills. Their contribution also ensures that the project results submitted are of the highest possible quality and within the boundaries of the letter of scope.

Ten days of project work take place in Pittsburgh and ten days in Switzerland. During this time, the students are in direct contact with customers and markets and during the remaining project time, they work together as well as with customers, markets and advisors in regular meetings by Skype and other modern IT infrastructure.

FHS St.Gallen first meets interested companies and institutions to define the order draft in a manner that is amicable and able to meet the needs of all parties. In the order draft, brief descriptions of the client, the initial situation, the objectives and the project tasks are noted. FHS St.Gallen then concludes contracts with the customers and secures the definitive project implementation for team projects.

Typical project subjects are:

- Market information and market potential analysis for product developments and/or market launches

- Market and competitor analysis for specific market segments
- Image or attractiveness study, analysis of advertising effectiveness
- Evaluation of location or partner
- Marketing or sales concepts
- Analyses and concepts for procurement

Joint US Swiss Program (JUSP)

Size of team 6 students
 • 3 from USA/RMU
 • 3 from Switzerland/FHS

Workload approx. 1,000 hours by student team
 approx. 120 hours by each advisor

Dates January–April

Costs for customer approx. CHF/USD 20,000 according to budget expenses

Robert Morris University (RMU)

Robert Morris University is a private, doctoral university located in Moon, a suburb of Pittsburgh, Pennsylvania, USA, with more than 5,000 students. The university consists of five academic schools. The School of Business offers undergraduate and graduate degree programs which are AACSB accredited.

University of Applied Sciences St.Gallen, FHS St.Gallen

FHS St.Gallen is a public University in Eastern Switzerland, providing new ideas for economic, technological and social development. Innovation, quality and dynamism shape the university, elevating it to an outstanding position in the Swiss education landscape. FHS St.Gallen and its Knowledge Transfer Unit WTT-FHS are well known for their business oriented approach of 250 yearly consulting projects by students for companies in Switzerland and abroad.

Jill K. Maher, Ph.D., University Professor of Marketing, Department Head Marketing Robert Morris University (RMU) and Program Director JUSP



Die Unternehmensanalyse – für die fundierte Gesamtsicht.

Diese Unternehmen haben 2019 von der WTT-FHS ein Gutachten angefordert, um zu erfahren, wie fit sie sind. Nach sorgfältiger Analyse haben die Projektteams aufgezeigt, wie strategische Stossrichtungen operativ umgesetzt werden können.

A-Z Montagen und Kaminbau AG,
Oberriet



Brühwiler Sägewerk und
Fensterholz AG, Wiezikon



Der Lüftungsreiniger Schweiz GmbH,
St.Gallen



Dreamtime Travel Service
St.Gallen GmbH, St.Gallen



Hugener Möbelbau AG, Stein



ImmoYou AG, Zürich



Koster AG Holzwelten, Arnegg



Schönau Garage, Urnäsch



Siegfried Wohnbauten GmbH,
Eschlikon TG



Stiftung Zukunft Thurgau, Weinfelden



Typotron AG, St.Gallen



Vettiger Stahlbau AG, Eschlikon TG



W. Dieziger AG, St.Gallen



Zeix AG, Zürich



«Die Praxisprojekte ergeben fundierte und real umsetzbare Resultate, die unsere Unternehmensposition für die Zukunft stärken. Die Zusammenarbeit und die innovativen Ideen erlebten wir als sehr bereichernd.»

Stefan Müller, Inhaber und Geschäftsführer S. Müller Holzbau AG, Wil SG

Die Marktforschung – für die umfangreiche Analyse von Markt und Wettbewerb.

Diese Unternehmen haben 2019 erfahren, wie ihre bestehenden und potenziellen Kunden ihre Produkte oder Dienstleistungen beurteilen und welche Bedürfnisse bestehen. Daraus abgeleitet lieferten die Projektteams spezifische Handlungsempfehlungen.

Adesso Mode AG, Arbon

Modefachhandel im Umbruch – ein Schweizer KMU stellt sich der Herausforderung



Energieagentur St.Gallen GmbH, St.Gallen

Analyse der Energiemassnahme Gebäude-modernisierungskonzept



Energieagentur St.Gallen GmbH, St.Gallen

Mobilitätsmanagement in Gemeinden und privaten Unternehmen des Kantons St.Gallen



FHS St.Gallen im Auftrag von Olma Messen St.Gallen, St.Gallen

Evaluation digitaler Angebote für Publikumsmessen



Gemeindeverwaltung Flawil, Flawil

Gründe für die hohe Sozialhilfequote in Flawil



Hänseler AG, Herisau

Kundenfokus als Erfolgsrezept – und was die richtige Mischung ausmacht



Historisches und Völkerkundemuseum, St.Gallen

Analyse und Massnahmenvorschläge zur Besucherentwicklung eines Museums



IT swissnet AG, Appenzell

Marktanalyse für swissretail Softwarelösungen im textilen Detailfachhandel



Leica Geosystems AG, Heerbrugg

Digitalisierung von Gebäudeplänen



Leica Geosystems AG, Heerbrugg

Zukunftsblick für neue Geschäftsmodelle von Baulasern



mobil Werke AG, Berneck

Bekanntheit, heutige und zukünftige Anforderungen im Bereich der Lernwelten



Reformierte Kirche Kanton Zürich, Zürich

Zukunftsfähige Aus- und Weiterbildung von Katechetinnen und Katecheten

reformierte kirche kanton zürich

SelectLine Software AG, St.Gallen

Bekanntheitsanalyse – Ein wichtiger Schritt zum Erfolg



SFS Group, Heerbrugg

Trends in der Cutting Tool Industrie morgen und übermorgen



St.Galler Kantonalbank AG, St.Gallen

Junge Kundschaft – das Potenzial von heute und der Erfolg von morgen



St.Galler Kantonalbank AG, St.Gallen

Auswirkungen auf das Bankwesen bei einer Abschaffung der Eigenmietwertbesteuerung



St.Galler Kantonalbank Zürich, Zürich

Potenzial des Crossborder Bankings in Deutschland



Verein St.Galler Rheintal, Rebstein

St. Galler Rheintal – Freizeit, Familie und Karriere innerhalb der Region?

VEREIN ST.GALLER RHEINTAL

Die Managementkonzeption – für konkrete Zukunftsmodelle.

Diese Unternehmen wünschten sich 2019 konkrete Entwicklungsvorschläge für bestimmte Geschäftsbereiche. Bekommen haben sie von den Teams erfolgsorientierte und umsetzbare Konzepte.

AGV - Arbeitgeber-Verband des Rheintals, St.Margrethen

Konzept zur Eindämmung des Fachkräftemangels im St.Galler Rheintal



Bodan AG Druckerei & Verlag, Kreuzlingen

Neue Produkte und Dienstleistungen für die Druck-industrie in der digitalen Welt



Bühler + Scherler AG, St.Gallen

Building Automation as a Service – Konzeption eines neuen Dienstleistungsangebots



Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren

Entwicklung eines profitablen Geschäfts im Bereich bezahlter Fernwartung bei Heim PC-Nutzern



Fehr Braunwalder AG, St.Gallen

holzbaudirekt.de – Schweizer Qualität für den deutschen Holzbauer



Genossenschaft Migros Ostschweiz, Gossau

Führungspersönlichkeit von morgen – Welche Kompetenzen braucht es künftig?



Högg Liftsysteme AG, Lichtensteig

Social Media Konzept unter Berücksichtigung einer kurz-, mittel- und langfristigen Sicht



Post CH AG Asendia Switzerland, Bern

Konzept und Dokumentation eines Planspiels



Ribel- und Maisspezialitäten AG, St.Margrethen

Marketingkonzept für Ribelmals-Tortilla-Chips



S. Müller Holzbau AG, Wil SG

Holzbau 4.0: Digitale Prozessketten im Holzbau



Schweizerische Bundesbahnen SBB, Bern

MaaS – Digitale Evolution des Verkehrs



Spitalverbund Appenzell Ausserrhodens, Herisau

Qualitätsmanagementkonzept für die Ermittlung der Patientenzufriedenheit im Gesundheitswesen



Stiftung Schönhalde, Neuhausen am Rheinfall

Unternehmensstrategie 2025



St.Galler Kantonalbank AG, St.Gallen

Strategieberatung für Kleinunternehmen



Technische Betriebe Wil, Wil SG

Entgieregion Ostschweiz – Realistisch oder Illusion?



VAT Vakuumventile AG, Haag

Innovative Formen der Zusammenarbeit



Verein St.Galler Rheintal, Rebstein

Entwicklung eines Karriere-Freizeit-Dashboards für die Region St.Galler Rheintal



Die internationalen Märkte – für die Expansion im Ausland.

Diese Unternehmen interessierten sich im 2019 für internationale Märkte. Deshalb haben FHS- und ausländische Studierende zusammengespant und weltweite Analysen erstellt sowie Konzepte erarbeitet.

Bühler AG, Uzwil

How to Optimize Customer Relationship on myBühler eCommerce Platform



FHS St.Gallen International Office, St.Gallen

Best Practice in International Faculty Exchange



Leica Geosystems AG, Heerbrugg

Scanning for Opportunities: Constructing a Market Entry Strategy in the U.S.



Mediterre International SA, Zug

From Production to Sales – Optimization of the Value Chain



Mibelle Group, Buchs AG

Market and Competitor Analysis in the Beauty & Personal Care Sector within Western Europe



Mifa AG, Frenkendorf

Market and Competitor Analysis of the Home Care Sector in Western Europe



MycoSolutions, St.Gallen

Instruments to Play the First Fiddle in China



Plaston AG, Widnau

Entering the Electromobility Market



Regloplas AG, St.Gallen

Conquering an Evolving Market: Analysis of the U.S. Die Casting Industry



Swisslog Healthcare (Shanghai) Co., Ltd., Shanghai

Business Opportunities for Pharmaceutical Logistics in Chinese Hospitals



Wissenstransfer mit Social Media

Wir verbinden ein einzigartiges Netzwerk von Studierenden, Wirtschaft sowie Wissenschaft und halten dieses im Sinne des Wissenstransfers zusammen. Nicht nur an der jährlichen Verleihung des WTT YOUNG LEADER AWARD, sondern das ganze Jahr hindurch in den sozialen Medien. Unsere Angebote auf Facebook, Instagram, XING und LinkedIn fördern den aktiven Austausch in unserem Netzwerk. Wir sind aktiv präsent in folgenden Kanälen:



Facebook und Instagram: offers news and emotions

- aktuelle Einblicke, Infos und Berichte zu Praxisprojekten und ihren Akteuren
- aktuelle Berichte rund um den krönenden WTT YOUNG LEADER AWARD



XING und LinkedIn bieten Wissenstransfer und Marktplatz

- Kontakte und Talente, die Sie weiterbringen
- Experten für Fragen und Anliegen
- Marktplatz für News und Angebote
- internationale Kontakte in LinkedIn

Wettbewerbe mit attraktiven Preisen

Auf unseren Social Media-Kanälen finden regelmässig spannende Wettbewerbe mit attraktiven Preisen statt. Wir verlosen über das Jahr verteilt zwölf Gutscheine für das Hotel Hof Weissbad im Wert von insgesamt über CHF 10 000.–.

Werden auch Sie Teil unseres Netzwerkes und tauschen Sie sich mit Wirtschaft, Wissenschaft und Studierenden aus! Unsere Gruppe heisst auf Facebook und XING «WTT YOUNG LEADER AWARD» und auf Instagram und LinkedIn «WTT-FHS».

Die Links zu unseren Netzwerken finden Sie auf der Einstiegsseite unserer Website: www.fhsg.ch/praxisprojekte

Wir freuen uns auf Sie.

Wir danken den Community Sponsoren für die Unterstützung.



Die Drahtzieher in der WTT-FHS

Ein Team zwischen Auftraggebern, Coachs und Studierenden

Die Wissenstransferstelle WTT-FHS sorgt jedes Jahr für die Akquisition von etwa 100 Team-Praxisprojekten sowie 150 Einzelarbeiten (Bachelor-Thesen), insgesamt für rund 600 Studierende. Jeweils neun Praxisprojekt-Programme werden pro Jahr mit den Studierenden, Dozierenden und Unternehmen oder Organisationen unter WTT-Ägide durchgeführt. Die WTT-FHS finanziert sich teils selbst und schnuppert stets

«Marktluft». Sie ist das Bindeglied zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Dabei greift sie auf die Kompetenz und Erfahrung der rund fünfzig Dozierenden zurück, die sich als Coachs in den Praxisprojekten engagieren. Letztlich mündet die Aufgabe der WTT-FHS in der Organisation des WTT YOUNG LEADER AWARD, der die besten Praxisprojekt-Teams ehrt.

Das Team:

Prof. Peter Müller
lic. rer. publ. HSG, Leiter WTT-FHS
peter.mueller@fhsg.ch

Claudia Brönimann
MSc in Business Administration
Stv. Leiterin WTT-FHS, Dozentin
claudia.broenimann@fhsg.ch

Dr. Ronald Ivancic, Mag. mult.
Projektleiter für Praxisprojekte, Dozent
ronald.ivancic@fhsg.ch

Martina Bechter, Mag. rer. soc. oec.
Projektleiterin für Praxisprojekte
martina.bechter@fhsg.ch

Melissa De Carlo
Assistenz für Marketing und Internationales
melissa.decarlo@fhsg.ch

Mikela Frey
Programm-Assistenz
mikela.frey@fhsg.ch

Sandra Bischof
Programm-Assistenz
sandra.bischof@fhsg.ch



v. l. n. r.:
Sandra Bischof, Martina Bechter,
Claudia Brönimann, Peter Müller,
Mikela Frey, Melissa De Carlo, Ronald Ivancic

Kontakt/Impressum

FHS St.Gallen

Wissenstransferstelle WTT-FHS
Rosenbergstrasse 59, Postfach
9001 St.Gallen, Switzerland

Tel. +41 71 226 17 30

wtt@fhsg.ch
www.fhsg.ch/praxisprojekte

Herausgeberin

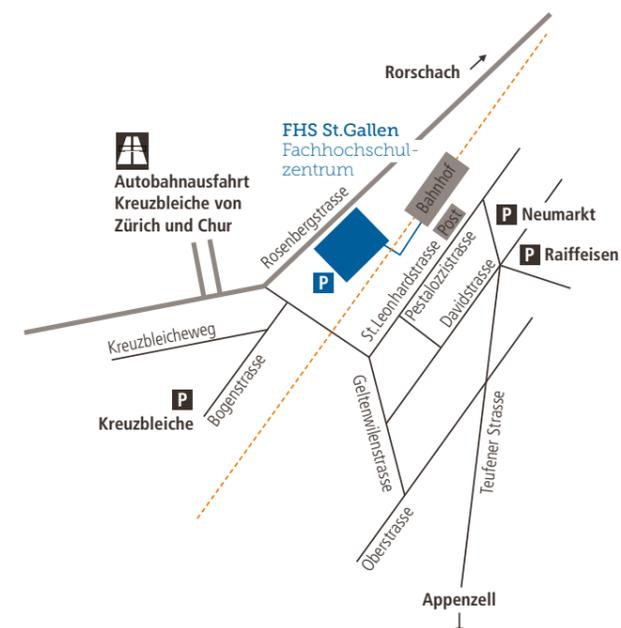
FHS St.Gallen
Wissenstransferstelle WTT-FHS
Rosenbergstrasse 59
9001 St.Gallen, Switzerland

Bilder

Im Historischen und Völkerkundemuseum in St.Gallen, www.hvmsg.ch, wurden das Titelbild sowie weitere Bilder mit den Studierenden realisiert. Herzlichen Dank.

Druck

Schmid-Fehr AG
9403 Goldach, Switzerland





Wir vernetzen Talente,
Wirtschaft und Wissenschaft –
und dies das ganze Jahr:

 likes news and emotions

 bietet Wissenstransfer und Marktplatz

 connects and exchanges internationally

 **FHS St.Gallen**
Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

FHS St.Gallen
Wissenstransferstelle WTT-FHS
Rosenbergstrasse 59, Postfach
9001 St.Gallen, Switzerland
Tel. +41 71 226 17 30

wt@fhsg.ch
www.fhsg.ch/praxisprojekte