



FHO Fachhochschule Ostschweiz



Bachelor-Studium in Business Administration
Praxisprojekte 2016

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



No. 01-15-655963 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership



Recognised for excellence
4 star - 2016

Geschätzte Leserin, geschätzter Leser

Technologisierung, Globalisierung, Preiskampf, Kostendruck – der Wettbewerb tobt. Die Möglichkeiten von Internet und Informationstechnologien befeuern diesen Zustand mit zunehmender Intensität. Die Wirtschaft ist transparenter, schneller, globaler denn je. Binnenmärkte werden durchbrochen, die Konkurrenz lauert von vielen Seiten, das Wirtschaftsklima ist anhaltend herausfordernd. Die Unternehmen pushen sich gegenseitig hoch, rennen und formen sich stetig neu. Immer transparenter liegen sie und ihre Leistungen auf dem offenen Tisch des Markts, der von lokal bis global reicht. Auf dem wird gnadenlos verglichen, gewertet und zugegriffen.

Ein Erfolgsfaktor in diesem international umkämpften Umfeld ist, einzigartig zu sein. Nach der Losung: «Ähnlich dem Besten, anders als jeder Wettbewerber, vom Kunden honoriert» (Das einzigartige Unternehmen, Michael Kohlgrüber, Hans-Georg Schnauffer, Dorit Jaeger – 2013 – Springer). Das bedingt alle Elemente der unternehmenseigenen Wertschöpfungskette fortlaufend nach neuen Potentialen zu erforschen, sie zu optimieren, sie gar neu zu erfinden oder neu zu konfigurieren. Dabei gilt es grundsätzlich, mit den Besten mitzuhalten, sich mit spezifischen Eigenschaften abzuheben und Kunden zu finden und zu verblüffen. Eine nimmer endende Knochenarbeit bis in die tiefsten Gründe von Strategie, Organisation, IT, Rechnungswesen, Marketing, Produktion usw.

In diesen Entwicklungsprozessen zur **Einzigartigkeit** helfen auch die Praxisprojekte mit, die wir an der WTT-FHS Jahr für Jahr durchführen. Dies mit Unternehmen, die echte spezifische und entgeltliche Aufträge vertrauensvoll an unsere Studierenden übergeben. Auch dieses Jahr wieder untersuchten über 80 Studierendenteams in den Praxisprojekttypen «Unternehmensanalyse», «Marktforschung», «Managementkonzeption» und «International Markets» zusammen mit dem Management der Unternehmen und in Begleitung der Dozierenden systematisch Abläufe, Effizienz und Wirkung von Unternehmen, die Weiterentwicklung be-

stimmter Produktlinien oder die Bedienung neuer Märkte und Absatzkanäle im In- und Ausland.

Die Ostschweiz darf stolz darauf sein, mit diesem schweizweit einzigartigen Praxisprojekt-Modell gleichzeitig die Studierenden für den Arbeitsmarkt, die Unternehmen für den Wettbewerb und die Dozierenden für die Lehre stärken zu können. Die WTT-FHS dankt herzlich allen diesjährigen Praxisprojekt-Unternehmen. Sie sind alle ab Seite 34 aufgeführt. Und wir danken ebenso herzlich allen Studierenden und Dozierenden für die grosse Einsatzbereitschaft und Leidenschaft.

Am WTT YOUNG LEADER AWARD wollen wir die besten Teams in den Kategorien Marktforschung und Managementkonzeption auszeichnen und kräftig feiern – nach Abschluss eines Praxisprojektjahrs ist auch dies Teil unseres kompetitiven Praxisprojektmodells. Eine hochkarätige Jury von Spitzenmanagern der Ostschweizer Wirtschaft und Wissenschaft hat auch dieses Jahr je drei Teams pro Kategorie evaluiert und nominiert. Diese sechs Teams präsentieren sich mit ihren PR-Berichten ab Seite 15.

Der WTT YOUNG LEADER AWARD wird von 23 Unternehmen und Organisationen ideell und finanziell getragen – einzigartig! Wir von der WTT-FHS sind glücklich über diese wertvolle Unterstützung und danken allen Jury-Mitgliedern und allen Exponenten unserer Partnern von ganzem Herzen. Erblicken Sie alle ab Seite 8.

Wir im Bildungswesen müssen auch einzigartig sein. In der WTT-FHS arbeiten wir fortlaufend daran. Wir danken Ihnen herzlich für die mannigfache Unterstützung in der Vergangenheit und in Zukunft.




Ihr Peter Müller
Leiter Wissenstransferstelle WTT-FHS



2.13.

Inhalt

WTT YOUNG LEADER AWARD	6
Celebration	7
Jury	8
Sponsoringpartner	10
Nominierte Praxisprojektteams Marktforschung	15
Team De Martin AG	16
Team Oertli Instrumente AG	18
Team SFS intec Inc.	20
Nominierte Praxisprojektteams Managementkonzeption	23
Team Büchler Reinli + Spitzli AG	24
Team Leica Geosystems AG	26
Team PLASTON AG	28
Die Praxisprojekte	30
Ansprechpartner Wissenstransferstelle WTT-FHS	31
Angebot	32
Ablauf	33
Kundschaft und Themen 2016	34
Unternehmensanalyse	34
Marktforschung	36
Managementkonzeption	38
International Markets	40
Wissenstransfer mit Social Media	54



**Leitthema 2016:
einzigartig**

WTT YOUNG LEADER AWARD 2016

**Montag, 26. September 2016, ab
17.00 Uhr, in der Tonhalle St.Gallen**

Immer im September feiert die Wissenstransferstelle WTT-FHS ihre Talente. Dann heisst es: Wer gewinnt den WTT YOUNG LEADER AWARD? Eine hochkarätige Jury nominierte 2016 aus 60 Praxisprojekten in Marktforschung und Managementkonzeption die besten. Ein Team pro Kategorie gewinnt den begehrten WTT YOUNG LEADER AWARD. Für diesen Anlass in glamouröser Atmosphäre rollt die WTT-FHS in der Tonhalle St. Gallen für Wirtschaft, Wissenschaft und Studierende den grünen Teppich aus.

Gewinnsumme von 22'000 Franken

Bühler AG und Leica Geosystems AG überreichen aus ihren Sponsoringbeträgen für die beiden Gewinnerteams je 6'000 Franken. Bauwerk Parkett AG und die Genossenschaft Migros Ostschweiz übergeben für die Zweitrangierten je 3'000 und die Drittrangierten je 2'000 Franken.

Die Rangierung der nominierten Teams gibt die Jury erst am WTT YOUNG LEADER AWARD während der Celebration vor über 500 geladenen Gästen bekannt.

Der Anlass ist multimedial aufgezeichnet:
www.fhsg.ch/praxisprojekte

Die Celebration des WTT YOUNG LEADER AWARD



Das Award-Referat

Klauspeter Nüesch, Dipl. Arch. ETH, Verwaltungsratspräsident, Nüesch Development

«Ein einzigartiges Unternehmer- und Lebensdesign»

Wie wird ein vielfältiger Werdegang zur Chance? Welche Rolle spielen dabei Kopf und Bauch? Der Ostschweizer Architekt und Unternehmer Klauspeter Nüesch entschied oft unkonventionell – sei es im Studium, im Beruf oder privat. Nüesch Development erstellt imposante und komplexe Immobilien bis in den dreistelligen Millionenbereich. Mit seinen 18 Mitarbeitenden ist die Firma in 15 Ländern aktiv – mit Mitarbeitenden, die nicht dem Mainstream entsprechen und dafür sorgen, dass einzigartige Immobilienprojekte entstehen.

In seiner eigenen Firma sieht sich Klauspeter Nüesch als Inspirator. Daneben will er in spannenden Verwaltungsratsmandaten vor allem kreativ Einfluss nehmen. Dazu gehören etwa Schindler Aufzüge, Cham Paper Group, Rapid oder die Grossbäckerei Groba. Klauspeter Nüesch ist mit einer chinesischen Journalistin verheiratet und lebt mit seiner jungen Familie in Hongkong.

Programm am 26. September 2016

- 17.00 **Eintreffen auf dem Green Carpet**
Mit der [St.Galler Kantonalbank AG](#)
- 17.45 **Auftakt**
[Prof. Dr. Sebastian Wörwag](#), Rektor, FHS St.Gallen
[Regierungsrat Stefan Kölliker](#), St.Gallen
- Award-Referat**
[Klauspeter Nüesch](#), Nüesch Development
«Ein einzigartiges Unternehmer- und Lebensdesign»
- 18.35 **Verleihung**
WTT YOUNG LEADER AWARD 2016
in Marktforschung und Managementkonzeption mit
[Christof Oswald](#), Head of Human Resources, Bühler AG;
[Thomas Haring](#), COO/CFO, Leica Geosystems AG;
[Klaus Brammertz](#), CEO, Bauwerk Boen Group;
[René Frei](#), Leiter Direktion Personelles, Genossenschaft Migros Ostschweiz.
- 19.35 **Ausklang**
[Regierungsrätin Carmen Haag](#), Thurgau
[Stadtrat Peter Jans](#), St.Gallen
- 19.45 **Award-Bufferet und Networking**
Mit den [Sankt Galler Stadtwerken](#) und [DJ Max Power](#)



Was macht Sie einzigartig? Unsere Jury antwortet.



Christof Oswald, Head of Human Resources
Bühler AG, Uzwil
Preissponsor 1. Rang Marktforschung

«Eine Kombination von Mitarbeitenden, die aus unserer eigenen und einzigartigen Berufsbildung stammen sowie exzellenten rekrutierten Fach- und Führungskräften, bildet die starke Basis, um unsere Konkurrenzfähigkeit sicherzustellen. Vielseitige, einzigartige Entwicklungsmöglichkeiten in der «Bühler-Welt» und eine hervorragende Aus- und Weiterbildung sind für uns zentrale Erfolgsfaktoren.»



Thomas Harring, Dipl. kfm. techn.
COO/CFO Leica Geosystems AG, Heerbrugg
Preissponsor 1. Rang Managementkonzeption

«Einzigartig sind wir dort, wo wir kontinuierlich aussergewöhnliche Leistungen erbringen. Unsere Lösungen sind in Funktionalität und Qualität unverwechselbar, unsere Arbeitsweise ist ausgesprochen leidenschaftlich, unser technologisches Know-how in höchstem Masse fundiert. Was aber nachhaltig den Unterschied ausmacht, sind unsere einzigartigen Mitarbeitenden mit vielfältigen Kompetenzen. So bleiben wir für unsere Kunden die beste Wahl.»



René Frei, Leiter Direktion Personelles
Genossenschaft Migros Ostschweiz, Gossau
Preissponsor 2./3. Rang Managementkonzeption

«Als weltweit einziges Unternehmen überhaupt kennt die Migros das Kulturprozent – das macht sie noch einzigartiger als sie es ohnehin schon ist.»



Bruno Räss, lic. oec. HSG
Partner PwC, St.Gallen
Celebration Sponsor

«Bei PwC gehen wir gezielt auf die speziellen Anforderungen unserer Kunden ein, sei es in der Wirtschaftsprüfung, Steuer- oder Wirtschaftsberatung. Das Zusammenspiel von globalem Know-how und grosser Innovationskraft mit der starken regionalen Präsenz und dem persönlichen Kundenkontakt ist es, was uns einzigartig macht. Dabei setze ich ganz persönlich auch auf die Fachprofis der FHS St. Gallen als Mitarbeitende.»



Klaus Brammertz, Dipl. kfm.
CEO Bauwerk Boen Group, St.Margrethen
Preissponsor 2./3. Rang Marktforschung

«Uns nimmt man über die Marken Bauwerk Parkett und BOEN wahr. Bauwerk ist die einzige bekannte Parkettmarke der Schweiz. Die Nähe zu Endkunden dank Shop-in-Shop-Partnermodell und die Werks-Schauräume sind einzigartig. Zudem erfand Bauwerk das wohngesunde 2-Schicht-Parkett. BOEN ist einzigartig dank einrichtungsstilorientierter Beratung. Endkunden finden schnell und treffsicher ihr Wunschparkett – in skandinavischer Leichtigkeit.»



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

«Das Betriebsökonomiestudium an der FHS St. Gallen ist einzigartig, weil unsere Studierenden in mehreren Praxisprojekten für reale Unternehmen Lösungen erarbeiten. Das ist die beste Möglichkeit, neben dem Fachwissen den Praxisalltag ins Studium zu bringen. Sie zeigen dabei ein hohes Leistungsbewusstsein, schärfen gleichzeitig ihre methodischen und sozialen Fähigkeiten und reifen zu jungen Leaders. So sind sie bereit für die Wirtschaft.»



Prof. Dr. Sebastian Wörwag,
Rektor FHS St.Gallen

«Jeder Mensch ist einzigartig. Doch wo sich Einzigartigkeit mit Kompetenz und Erfahrung verbindet, dort entsteht Überraschendes, Neues, Herausragendes. Das zu fördern, ist unsere Aufgabe.»

Juryreglement des WTT YOUNG LEADER AWARD

Die siebenköpfige Jury evaluiert die besten Praxisprojekte aus den Kategorien Marktforschung und Managementkonzeption.

Die Jury zur Evaluation der Nominierten und der Gewinner des WTT YOUNG LEADER AWARD setzt sich aus Wirtschaftsführern, Wirtschaftsexperten sowie Bildungs- und Lehrexperten zusammen. Die Wirtschaftsführer sind mit ihren Unternehmen zugleich Preissponsoren. Die Wirtschaftsexperten zeichnen sich durch besondere Fachkompetenz, Erfahrung und Honorationen in Leadership und/oder in der Wirtschaftsberatung aus. Die Bildungs- und Lehrexperten zeichnen sich durch besondere Fachkompetenzen, Erfahrungen und Honorationen im Bildungssektor aus und/oder sind tragende Wissensträger des Praxisprojekt-Modells der FHS St.Gallen.

Die Mitglieder der Jury entscheiden unabhängig und neutral nach zwei vordefinierten Beurteilungskriterien.

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

Die Beurteilungskriterien der Jury

1. Analytische und konzeptionelle Substanz:

- a) Ist-Analyse: methodisch, exakt, fundiert, auftragsgerecht;
- b) Interpretation der Ist-Analyse: logisch, nachvollziehbar, argumentiert;
- c) Konzeptentwicklung: zielorientiert, aus Ist-Analyse abgeleitet, methodisch basiert, argumentiert;
- d) Schlussfolgerungen und Umsetzungsplanung: fundiert, in auftragsadäquater Breite und Tiefe, plausibel geplant.

2. Werthaltigkeit und Erfolgspotenzial für die Praxis:

- a) Gewinnung neuer und gehaltvoller Ergebnisse;
- b) Grad der direkten Anwendbarkeit in der Praxis;
- c) Budgetorientierte Lösungen;
- d) Zielerreichungsgrad mit Blick auf die Projektziele.

Sponsoringpartner



St. Galler
Kantonalbank

Welcome Sponsor



Preissponsor 1. Rang

MIGROS

Genossenschaft Migros Ostschweiz

Preissponsor 2./3. Rang



Celebration Sponsor



Vertrauen verbindet.

Invitation Sponsor



Community Sponsor



Technik Sponsor



Young Entrepreneur Sponsor



Internationalisierungspartner



Kategoriensponsor



Patronatspartner



Patronatspartner



Preissponsor 1. Rang



Preissponsor 2./3. Rang



Networking Sponsor



Invitation Sponsor



Community Sponsor



Community Sponsor



Medienpartner



Medienpartner



Kategoriensponsor



Patronatspartner



Patronatspartner



Was macht Sie einzigartig? Unsere Partner antworten.



St.Galler Kantonalbank

Roland Ledergerber, CEO

«Die SGKB setzt sich mit nachhaltigem Wachstum für die Wirtschaft und Gesellschaft ein. Wir sind eine attraktive Arbeitgeberin, vorbildliche Ausbildungsbank und engagieren uns für das wirtschaftliche, kulturelle, gesellschaftliche und sportliche Leben im Heimmarkt.»



Stadt St.Gallen

Peter Jans, Stadtrat

«Die Stadt St.Gallen ist eine bedeutende Bildungsstadt mit überregionaler Ausstrahlung. Sie bringt unserer Wirtschaft etwas vom Wichtigsten: Innovation und gut ausgebildete Menschen. Einzigartig wird dies durch die FHS bewusst gepflegt und gefördert.»



Schmid-Fehr AG

Matthias Schmid, Geschäftsführer

«Schmid-Fehr AG bietet umfassende Leistungen im Print-Publishing: von Datenerstellung und Druck bis Versand. Als multimediale Druckerei gehören auch elektronische Medien dazu. Einzigartig sind Prozesslösungen wie der B2B-Shop oder cloudbasierte Redaktionssysteme.»



VRSG Verwaltungsrechenzentrum AG St.Gallen, **Peter Baumberger**,

Vorsitzender der Geschäftsleitung

«Die VRSG erbringt IT-Dienstleistungen speziell für die öffentliche Hand. Basis des einzigartigen Angebots bilden das interdisziplinäre Know-how und die breite Erfahrung der rund 330 Mitarbeitenden aus IT, Verwaltung und dem kaufmännischen Bereich.»



AFG Arbonia-Forster-Holding AG

Felix Bodmer, Chief Financial Officer

«Als fokussierter Gebäudezulieferer ist die AFG in Europa die Experte in den Bereichen Gebäudetechnik, Gebäudehülle und Gebäudesicherheit.»



Hotel Hof Weissbad

Christian Lienhard-Züger, Direktor

«Dank unserer klaren Positionierung mit dem Label «Appenzell und Gesundheit» sichern wir uns Einzigartigkeit und schaffen Barrieren gegen die Austauschbarkeit der Dienstleistungen und Angebote.»



Huber + Suhner AG

Corinne Wehrli, Personalleiterin

«Der Schlüssel zum Erfolg sind unsere Mitarbeitenden. Talente rund um den Globus bringen ihre Ideen zusammen, um führende Innovationen zu entwickeln und unseren Kunden hervorragende Verbindungslösungen anzubieten.»



scandola light audio media gmbh

Marco Scandola, Geschäftsführer

«Einzigartig sein in allem, was wir tun. Das ist unser Bestreben. Sei es bei der Planung, der Umsetzung von Lichtdesigns oder beim Umgang miteinander. Denn wer nach Einzigartigkeit strebt, der erfindet sich stets neu und bleibt nicht stehen.»



nisago GmbH

Stefan Niederer, Inhaber & Geschäftsführer

«Wir ermöglichen unseren Kunden, ihre Mode selber zu gestalten. Massanzüge, Masshemden und als Weltneuheit auch die online designbaren und in der Schweiz hergestellten Leder-gürtel: nisago-Modeprodukte sind Unikate – alle einzigartig wie unsere Kunden.»



MetroComm AG/LEADER

Natal Schnetzer, Geschäftsführer/Inhaber

«Der LEADER ist das einzige Ostschweizer Printmedium, das nicht von einem Medienkonzern geleitet wird. Einzigartig sind wir auch in unserer Ausrichtung: Statt dem Mainstream sind wir dem Besonderen, statt dem Jammern der Anerkennung verpflichtet.»



St. Galler Tagblatt AG

Christine Bolt, Stv. Leitung St. Galler Tagblatt AG

«Wir bieten der Ostschweiz ihre mediale Heimat. Das Tagblatt informiert fundiert und hintergründig über alle relevanten Ereignisse, die die Ostschweiz bewegen. Dank Glaubwürdigkeit und Lesernähe sind wir in der Ostschweiz das Medium erster Wahl.»



Switzerland Global Enterprise

Dr. Christoph Peter, Leiter Export Development

«Die Schweiz ist ein einzigartiges Land: schön, erfolgreich, international. Die Herausforderung ist, diese Pole-Position auch in Zukunft zu halten. Dazu braucht es Young Leaders, die Mut haben, auch einzigartig zu sein und ihren eigenen Weg zu gehen.»



Amt für Wirtschaft und Arbeit AR

Karin Jung, Amtsleiterin

«Das Appenzellerland ist einzigartig: Ein Dialekt, der schweizweit als sympathisch gilt. Der Witz, der viele zum Lachen bringt. Unternehmen, die weltweit Einzigartiges verkaufen und nicht zuletzt die hügelige Landschaft am Fusse des Säntis, die einzigartige Lebensqualität bietet.»



Amt für Wirtschaft und Arbeit SG

Beat Ulrich, Leiter Standortförderung

«Wir positionieren den Wirtschaftsraum St.Gallen Bodensee als die Region mit starker Ausprägung in der Präzisionsindustrie und grosser ICT-Kompetenz – eine einzigartige Ausgangslage als Digitalisierungsstandort und für die Industrie 4.0.»



IHK St. Gallen-Appenzell

Dr. Kurt Weigelt, Direktor

«Die digitale Zukunft ist dezentral und vernetzt. Pluralität und damit die Einzigartigkeit des einzelnen Menschen treten in den Vordergrund. Eine Zukunft voller Chancen liegt vor uns.»



IHK Thurgau

Peter Maag, Direktor

«Die Chance <Expo2027> hat die Ostschweiz unbeschreiblich verpasst. Tragen wir dazu bei, dass unsere Unternehmen einzigartige Chancen erkennen und nutzen, die sich auf den Märkten bieten.»



WISG Wirtschaft Region St.Gallen

David Ganz, Präsident

«Unsere Geschäfte geschehen zwischen Menschen – deshalb sind wir einzigartig.»



Gewerbe Stadt St.Gallen

Gian Bazzi, Präsident

«Leidenschaft und Ehrgeiz: Inbegriffe, die Gewöhnliches einzigartig machen. FHS-Absolventinnen und -Absolventen, sowie Gewerblernen und Gewerbler leben das Tag für Tag und kreieren aus ihren Angeboten und ihrem Wissen ausgezeichnete Produkte und Ideen.»



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

www.fhsg.ch/praxisprojekte

WTT YOUNG LEADER AWARD 2016

Nominierte Praxisprojekt-Teams

in Marktforschung

Team De Martin AG

Schicht um Schicht erfolgreich wachsen

De Martin AG Surface Technology, Wängi

Thomas De Martin, CEO

FHS St.Gallen

Nicole Bischof, Wittenbach, Projektleiterin

Philipp Gemperle, Waldkirch

Lorena Lütscher, Domat/Ems

Ramona Sigrön, Chur

Marco Solenthaler, Heiden

FHS-Coach: Dr. Christian Heumann

Team Oertli Instrumente AG

Kundennutzen im Fokus

Oertli Instrumente AG, Berneck

Fabienne Kast, Product Manager Anterior

FHS St.Gallen

Marco Otti, St.Gallen, Projektleiter

Manuel Bayer, Degersheim

Ramon Beerli, St.Gallen

Matthias Nideröst, St.Gallen

Raffaele Vignacastrisi, Abtwil

FHS-Coach: Dr. Benjamin von Walter

Team SFS intec Inc.

Market Analysis for Novel TDBL

Fasteners in the U.S.

SFS intec Inc., Wyomissing/USA

Andy Lee, Product and Key Account Manager

FHS St.Gallen and Babson College Boston, USA

Aryan Jain, Babson College, USA, Project Leader

Selina Steiger, FHS St.Gallen, Switzerland,

Project Leader

Yana Bliznakova, Babson College, USA

Lana Le, Babson College, USA

Rafael Manetsch, FHS St.Gallen, Switzerland

Christian Schiegg, FHS St.Gallen, Switzerland

FHS-Coach: Dr. Franziska Weis

Babson-Coach: George Lee, PhD

Auf den nächsten Seiten folgen die
PR-Berichte der Nominierten in Marktforschung

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Marktforschung
für die De Martin AG Surface Technology

PRAXISPROJEKT 2

Marktforschung 2016

Schicht um Schicht erfolgreich wachsen

Die Akquisition eines neuen Werks in Neustadt a. d. Aisch im Bundesland Bayern erleichtert der De Martin AG den Zugang zum europäischen Markt und eröffnet dem Unternehmen Wachstumsmöglichkeiten in Deutschland. Die Marktpotenzial- und die Mitbewerberanalyse des süddeutschen Marktes liefern die Grundlage für zukünftige strategische Entscheide.

De Martin AG Surface Technology

Die De Martin AG mit Sitz in Wängi (TG) tritt als Dienstleistungsunternehmen im Bereich der funktionellen, physikalischen, chemischen und galvanischen Beschichtungen auf. Zu ihrem Kundenkreis zählen Unternehmen aus den Branchen Automobil- und Maschinenindustrie, Formen- und Werkzeugbau, Elektro- und Medizinaltechnik, Anlagen- und Apparatebau sowie Luft- und Raumfahrt. Seit September 2015 ist das Unternehmen mit der De Martin GmbH Surface Technology in Deutschland vertreten.

Methodik

Potenzielle Kundschaft und Mitbewerber, die im Umkreis von 200 Kilometern um das neue Werk in Neustadt ansässig sind, identifizierte und grenzte das Projektteam mittels Branchencodes in einem Firmenverzeichnis ein. Über eine Onlinenumfrage wurden die Bedarfe mittels Vollerhebung ermittelt. Interviews mit Experten der Oberflächenveredelungs- und Wärmebehandlungsbranche dienen der Berücksichtigung von Marktentwicklungs- und Technologietrends. Die quantitativen und qualitativen Auswertungen flossen in die Berechnung des mittelfristigen

Marktpotenzials mit ein. Die Mitbewerberliste wurde mittels Internet-Recherche qualifiziert.

Ergebnisse

Die generierte Stichprobe umfasste 286 Unternehmen mit Bedarf an funktionellen Oberflächenbeschichtungen, die im süddeutschen Raum ansässig sind. Weiter ermittelte das Projektteam 175 Mitbewerber. Beide Analysen weisen eine geografisch ähnliche Verteilung auf. Die Mehrheit der potenziellen Kundschaft befindet sich im Raum Frankfurt am Main und Stuttgart. Zudem zeigt die Marktpotenzialanalyse, dass ein signifikanter Beschichtungsbedarf bei den Beschichtungsarten Chemisch Nickel, Hartchrom und PVD vorhanden ist. Auch Experten äuserten ein positives Nachfragewachstum in den nächsten drei bis fünf Jahren für einzelne Beschichtungen. Basierend auf diesen Analysen leitete das Projektteam operative und strategische Handlungsempfehlungen für die De Martin GmbH ab, welche die Distribution, den Verkauf, die Kommunikation und das Leistungsangebot betreffen. Darüber hinaus entstand eine Liste mit Ansprechpersonen, die der Akquirierung von Neukunden dient.

Projektteam (v. l. n. r.)

Philipp Gemperle, Waldkirch
 Ramona Sigron, Chur
 Nicole Bischof, Wittenbach, Projektleiterin
 Lorena Lütscher, Domat/Ems
 Marco Solenthaler, Heiden

Kundschaft

De Martin AG Surface Technology, Wängi
 Thomas De Martin, CEO
www.demartin.com



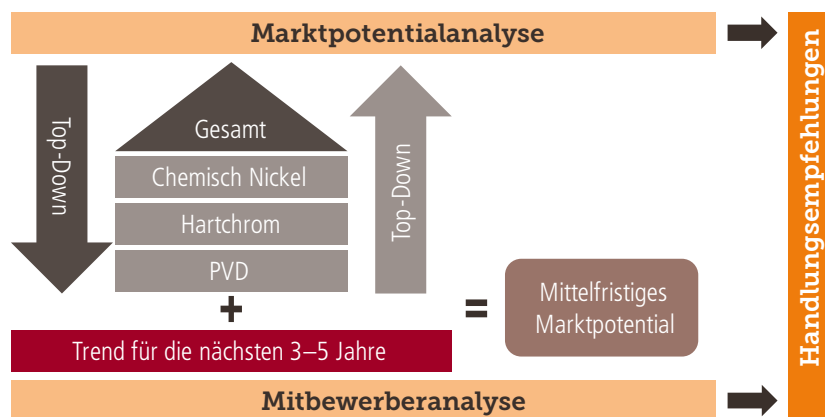
Wir sind begeistert von der professionellen Zusammenarbeit mit den Studierenden der FHS. Sie hat gute Resultate für unseren Marktaufbau in Süddeutschland generiert. Darauf basierend können wir mögliche Investitionen identifizieren und unsere Position strategisch ausbauen. Insgesamt hat das Projekt konkrete Arbeitsgrundlagen für die Expansion der De Martin AG geschaffen.

Coach

FHS St.Gallen
 Dr. Christian Heumann



Das hervorragend organisierte Projektteam liefert mittels umfassender quantitativer und qualitativer Erhebungen schwer zugängliche, wertvolle Informationen zur Entscheidungsunterstützung: Die Quantifizierung des Marktpotenzials und der Wettbewerbsintensität pro Segment und Region sowie die Lokalisierung von spezifischen Bedarfen und potenziellen Neukunden bilden eine exzellente Basis zur Strategieentwicklung für den Eintritt in den neuen Markt!



Aufbau der Marktforschung für die De Martin AG.
 Quelle: eigene Darstellung.

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Marktforschung
für die Oertli Instrumente AG

PRAXISPROJEKT 2

Marktforschung 2016

Kundennutzen im Fokus

Ihren Kunden den höchstmöglichen Nutzen bieten – um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat die Oertli Instrumente AG die FHS St. Gallen mit einem Praxisprojekt beauftragt. Dabei prüfte das Projektteam im Rahmen einer Kundennutzenanalyse, wie Oertli, ihre Vertriebspartner und ihre Kunden bestimmte nutzenstiftende Kriterien wahrnehmen.

Oertli Instrumente AG

Seit mehr als 60 Jahren entwickelt, produziert und vertreibt Oertli erfolgreich Produkte für die Augen-chirurgie, mit denen medizinisches Personal sicherer, einfacher und effizienter operieren kann. Das mit dem «Preis der Rheintaler Wirtschaft 2016» ausgezeichnete international ausgerichtete Familienunternehmen beschäftigt an seinem Standort in Berneck rund 150 Mitarbeitende. Oertli konzentriert sich in ihrer Tätigkeit auf die chirurgischen Bereiche Katarakt (Grauer Star), Vitrektomie (Netzhaut) und Glaukom (Grüner Star).

Methodik

Als Vorbereitung auf die quantitative Marktforschung hat sich das Projektteam intensiv mit dem Marktumfeld von Oertli befasst. Anschliessend wurden nutzenstiftende Kriterien definiert, die in einer breit angelegten internationalen Befragung hinsichtlich ihres Erfüllungsgrades und ihrer Wichtigkeit beurteilt wurden. Aufgrund der Umfrageergebnisse hat das Projekt-

team das Fremd- und Selbstbild ermittelt sowie verschiedene Handlungsfelder für Oertli abgeleitet.

Ergebnisse

Die befragten Ärztinnen und Ärzte sowie Vertriebspartner sind massgeblich am Kaufentscheid beteiligt, was die Aussagekraft der Ergebnisse erhöht. Oertli erfüllt gemäss den Angaben der Ärztinnen und Ärzte die nutzenstiftenden Kriterien im Vergleich zum Wettbewerb überdurchschnittlich gut. Unterschiede zwischen dem Fremd- und Selbstbild zeigen sich vor allem bei der Einschätzung von Qualität und Preis. Die Gesamtzufriedenheit mit Oertli ist in beiden Zielgruppen sehr hoch. Um die Marke Oertli und ihre Merkmale noch klarer am Markt zu positionieren, sieht das Projektteam Handlungsfelder in den Bereichen Markenpositionierung, Markenkommunikation und Marketingcontrolling.

Projektteam (v. l. n. r.)

Ramon Beerli, St.Gallen
 Manuel Bayer, Degersheim
 Matthias Nideröst, St.Gallen
 Marco Otti, St.Gallen, Projektleiter
 Raffaele Vignacastrisi, Abtwil

Kundschaft

Oertli Instrumente AG, Berneck
 Fabienne Kast, Product Manager Anterior
www.oertli-instruments.com



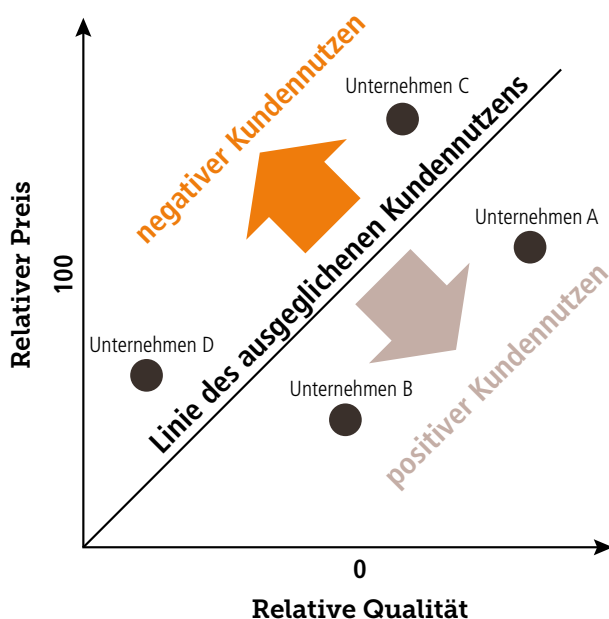
Welche nutzenstiftenden Kriterien sind für unsere Kunden wichtig und wie erfüllen wir diese im Vergleich zum Wettbewerb? Diese Fragestellungen hat das Projektteam überzeugend beantwortet. Dank den professionell ausgewerteten Ergebnissen kennen wir die Bedürfnisse unserer Kunden noch besser. Die erarbeiteten Resultate gehören zudem zu den Grundlagen für unsere weitere Strategieentwicklung.

Coach

FHS St.Gallen
 Dr. Benjamin von Walter



Durch die Arbeit der Studierenden konnte erstmals ermittelt werden, was den Kunden und Vertriebspartnern von Oertli wirklich Nutzen stiftet. Es war beeindruckend zu sehen, wie professionell die Studierenden bei der Befragung und der statistischen Analyse vorgegangen sind. Das Ergebnis ist aus meiner Sicht besser als vieles, was hauptberufliche Berater in diesem Bereich anbieten.



Value Map: Darstellung des relativen Kundennutzens.
 Quelle: eigene Darstellung.

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Consulting Project USA Market Research
for SFS intec Inc.

Market Analysis for Novel TDBL Fasteners in the U.S.

SFS intec Inc. is looking for the most promising U.S. markets to introduce its new product, a self-tapping fastener called TDBL. This research project focused on gathering information about a variety of market segments and their opportunities and restrictions for SFS intec’s TDBL, as well as the main competing products.

SFS intec Inc.

As part of the SFS group, headquartered in Heerbrugg (Switzerland), SFS intec is a global manufacturer and supplier of precision cold-formed components, special fasteners and mechanical fastening systems for applications in numerous markets. Having more than fifty sites in Europe, North America and Asia ensures close collaboration with its customers. Approximately 8'300 employees generated almost CHF 1.4 billion sales for the SFS group in 2015.

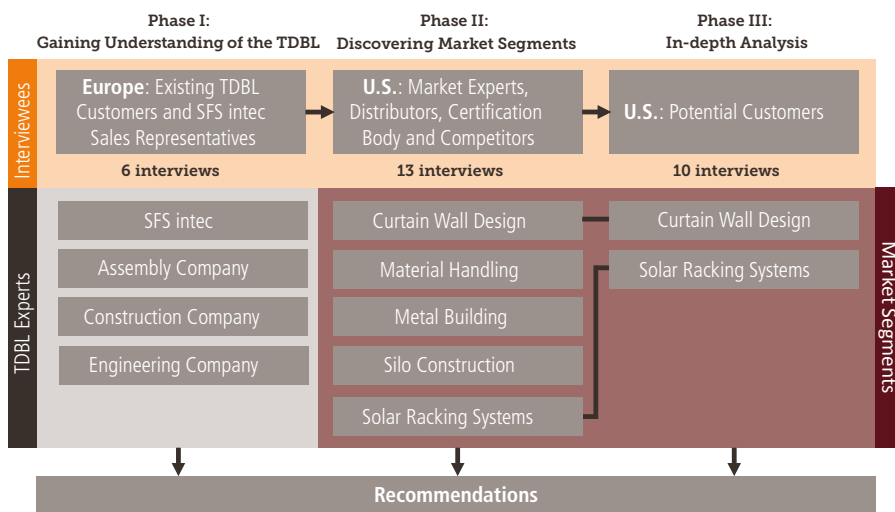
Proceeding

The project consisted of three phases. First, TDBL customers in Europe were interviewed to gain an understanding of the product and its applications. Next, research in the U.S. was conducted to analyze the potential of various market segments, including interviews with knowledgeable market experts. Based on the findings, the team performed an in-depth investigation of the two most promising markets by consulting potential customers. Interviews with

29 industry experts and extensive secondary research led to a comprehensive understanding of the U.S. market for specialty fasteners.

Results

The interviews conducted discovered significant potential for the TDBL within two market segments. Both markets have a need for specialty products that display high-quality corrosion resistance. Several additional markets offering long-term potential were identified. Moreover, an analysis of the two main competitors uncovered similar fastening solutions in the market. Thus SFS intec is advised to position the TDBL as a superior fastener used primarily in blind-fastening applications. As emphasized repeatedly by the interviewees, this requires product certification from a U.S. certification body. The team therefore identified the process and characteristics of the certifications required. All information gathered supports SFS intec’s entry with this innovative fastener in the U.S. market.



Methodology of the Research Project. Source: own illustration.

USA (JMCFE) CONSULTING PROJECT Market Research & Management Design 2016

Project team (f. l. t. r.)

- Lana Le, Babson College, USA
- Christian Schiegg, FHS St.Gallen, Switzerland
- Selina Steiger, FHS St.Gallen, Switzerland, Project Leader
- Aryan Jain, Babson College, USA, Project Leader
- Rafael Manetsch, FHS St.Gallen, Switzerland
- Yana Bliznakova, Babson College, USA

Client

- SFS intec Inc., Wyomissing/USA
- Andy Lee, Product and Key Account Manager
- www.sfsintecusa.com



My colleagues and I were amazed with the results from this team. All meetings were led with professionalism and precise direction. With very little coaching they performed high-level market research which helped our company define the market segments that will maximize our sales efforts as we launch TDBL in the U.S. market.

FHS-Coach
Dr. Franziska Weis



Babson-Coach
George Lee, PhD



We were delighted with how our team developed a market analysis for a technical product. They did an awesome job in convincing industry experts and potential customers to contribute their insights to the project. The in-depth analysis and the recommendations are comprehensible and prepare the ground for entering the market.



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

www.fhsg.ch/praxisprojekte

WTT YOUNG LEADER AWARD 2016

Nominierte Praxisprojekt-Teams

in Managementkonzeption

Team Bächler Reinli + Spitzli AG

Betriebsspezifisch, Reaktions-
schnell, Systematisch – den Kosten
auf der Spur

Bächler Reinli + Spitzli AG, Flawil

Andreas Scherrer, Inhaber/Geschäftsführer

FHS St.Gallen

Johannes Grob, Herisau, Projektleiter

Nicolas Gorlero, Uerikon

Luca Pieli, Stein

Fabian Ritter, Gais

Philipp Sutter, Sonntal

FHS-Coach: Prof. Andreas Löhner

Team Leica Geosystems AG

Wachstum durch innovativen
Vertrieb von Investitionsgütern

Leica Geosystems AG, Heerbrugg

Katherine Broder, Vice President Tools

FHS St.Gallen

Daniel Bänziger, Trogen, Projektleiter

Roman Bächler, Hauptwil

Timo Koller, Herisau

Lino Schindler, Heiden

Simon Stoffel, Sitterdorf

FHS-Coach: Dr. Pius Küng

Team PLASTON AG

Kennzahlen-Koffer – Aufbau
eines KPI-Dashboards für das
Produktionscontrolling

PLASTON AG, Widnau

Martin Schegg, Head of Global Operations

FHS St.Gallen

Ramon Hilber, Gossau SG, Projektleiter

Leoni Bleisch, St.Gallen

Lia Canal, Buchs SG

Nico Heiniger, St.Gallen

FHS-Coach: Dr. Lothar Natau

Auf den nächsten Seiten folgen die PR-Berichte
der Nominierten in Managementkonzeption

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



**Praxisprojekt Managementkonzeption
für die Bächler Reinli + Spitzli AG**

Betriebspezifisch, Reaktionsschnell, Systematisch – den Kosten auf der Spur

Eine aussagekräftige Kostenrechnung ist die wesentliche Grundlage für die Steuerung und den Erfolg eines Unternehmens. Mit diesem Ziel arbeitete sich das Projektteam der FHS St.Gallen durch den Datenschwungel und die betriebliche Software. Das Ergebnis ist eines an wichtigen Stellen erneuertes und auf die Kundschaft abgestimmtes Rechnungs- und Berichtswesen.

Büchler Reinli + Spitzli AG

Das Flawiler Unternehmen Büchler Reinli + Spitzli AG (BRS) ist ein Garant für Innovation, höchste Qualität und absolute Präzision. Die rund 80 Mitarbeitenden und Auszubildenden verfügen über ein enormes Fachwissen in den drei Bereichen Werkzeug- und Formenbau, Service und Revisionen sowie Präzisionsfertigung. Zusammen mit der modernen Infrastruktur gelingt es BRS, die kundenspezifischen Aufträge effizient und kompetent zu erfüllen.

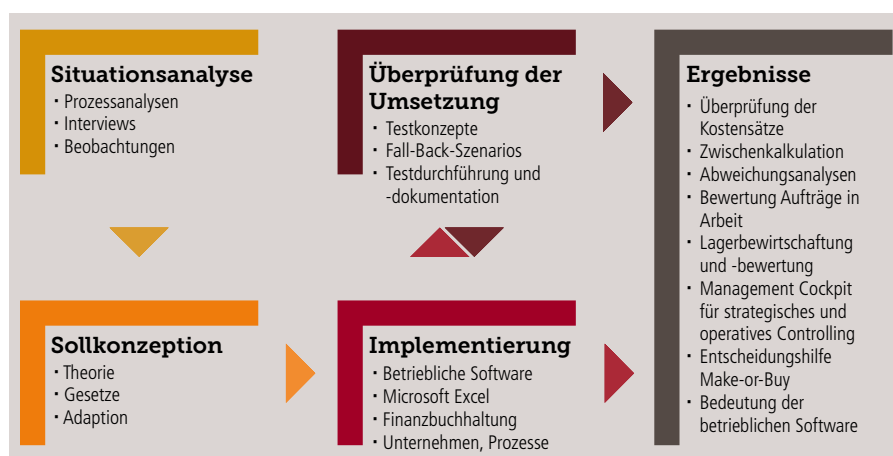
Methodik

Zu Beginn wurden acht verschiedene Handlungsfelder definiert. Bei jedem Arbeitsfeld analysierte das Projektteam die Ist-Situation und erarbeitete auf Basis des festgestellten Verbesserungspotenzials ein Sollkonzept. Zusätzlich wurden notwendige Veränderungen in den Geschäftsprozessen sowie der Betriebs- und Finanzbuchhaltung festgestellt und Empfehlungen abgegeben. Die vorgeschlagenen Optimierungen der betrieblichen Software wur-

den in enger Zusammenarbeit mit dem externen Softwareentwickler implementiert und vom Projektteam in mehreren Durchläufen getestet.

Ergebnisse

Das Rechnungs- und Berichtswesen von BRS wurde in wesentlichen Bereichen verfeinert. Die Projektgruppe integrierte verschiedene bisher unabhängige Hilfsmittel in die betriebliche Software. Dies umfasst beispielsweise die konzeptionierte Lagerproduktion, -bewirtschaftung und -bewertung. Ausserdem wurden mehrere Auswertungen, wie eine detaillierte Abweichungsanalyse oder die handelsrechtliche Bewertung der Aufträge in Arbeit, konzeptioniert und implementiert. Unabhängig von der IT-Lösung erstellte das Projektteam ein neues Excel-Cockpit zur Auswertung von operativen und strategischen Kennzahlen. Darüber hinaus wurden die Kostensätze und das aktuelle Vorgehen bei Make-or-Buy-Entscheiden analysiert und verschiedene Empfehlungen abgegeben.



Methodik und Ergebnisse des Projekts.
Quelle: eigene Darstellung.

PRAXISPROJEKT 3 Managementkonzeption 2016

Projektteam (v. l. n. r.)

Johannes Grob, Herisau, Projektleiter
Fabian Ritter, Gais
Nicolas Gorlero, Uerikon
Philipp Sutter, Sonnental
Luca Pieli, Stein

Kundschaft

Büchler Reinli + Spitzli AG, Flawil
Andreas Scherrer, Inhaber/Geschäftsführer
www.brsflawil.ch



Das Praxisprojekt führt unmittelbar zu erheblichen Verbesserungen bei der Unternehmenssteuerung und -lenkung sowie der finanziellen Berichterstattung. Gleichzeitig nimmt der zeitliche Aufwand für die Datenaufbereitung stark ab. Die neu eingeführten Führungsmittel sind zusammen mit der gestiegenen Transparenz im Unternehmen eine ideale Hilfestellung für zukünftige Prozessoptimierungen.

Coach

FHS St.Gallen
Prof. Andreas Löhner



Das Projektteam hat sich erstaunlich schnell notwendiges Expertenwissen angeeignet. Die Handlungsfelder wurden dediziert und präzise erfasst. Das Team ist diese strukturiert, fokussiert und stets zielorientiert angegangen und hat auf hohem Niveau Lösungen vorgelegt. Die sehr guten Ergebnisse können in der Betriebsführung unmittelbar und sofort gewinnbringend angewendet werden – Eine echt starke Leistung!

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Managementkonzeption
für die Leica Geosystems AG

PRAXISPROJEKT 3
Managementkonzeption 2016

Wachstum durch innovativen Vertrieb von Investitionsgütern

Beschränktes Wachstum im Vertrieb verlangt nach einer Differenzierung über Service und Support. Ein Netzwerk von franchisenehmenden Experten soll zum zukünftigen Fortschritt von Leica Geosystems beitragen.

Leica Geosystems AG

Die Leica Geosystems AG mit Hauptsitz in Heerbrugg prägt seit 197 Jahren die Vermessungstechnologie. Weltweit sind in 46 Ländern mehr als 3'800 Mitarbeitende tätig. Die Herstellerin ist in sieben Divisionen aufgeteilt und gehört zum schwedischen Mutterkonzern Hexagon AB. Das Praxisprojekt bezieht sich auf die Tools Division von Leica Geosystems, die Vermessungsgeräte für den Bau entwickelt, produziert und vermarktet.

Methodik

Mit Hilfe von 17 Experteninterviews und umfassender Sekundärrecherche eignete sich das Team Wissen im Bereich Franchising und Miete an. Die Gruppe untersuchte bestehende Best Practices in diesen Bereichen und prüfte deren Übertragbarkeit auf Leica Geosystems. Das bestehende Grobkonzept wurde mit Fokus auf vier Anspruchsgruppen und Trends im Marktumfeld des Herstellers analysiert und die Erkenntnisse in einer SWOT-Matrix dargestellt. Zum Schluss erarbeitete die Gruppe vier Massnahmenpakete zur Optimierung des bestehenden Grobkonzepts und programmierte zwei Auswertungsinstrumente zu deren erfolgreichen Umsetzung.

Ergebnisse

Die Haltung der befragten Anspruchsgruppen gegenüber dem Grobkonzept ist skeptisch. Handlungsfelder erkannte die Projektgruppe in den Bereichen Miete, Franchising, Rekrutierung der Experten und der Zusammenarbeit mit bestehenden Absatzmittlern. Die Miete von Rotationslasern ist aufgrund tiefer Preise nicht attraktiv. Bezüglich Franchising ist zur Optimierung ein Proof of Concept durchzuführen. Weiter muss die Attraktivität der Franchise-Existenz durch Aufzeigen des Potenzials sowie einem attraktiven Ertragsmodell erhöht werden. Zur Auswahl potenzieller Franchisenehmer hat die Gruppe ein Rekrutierungstool konzipiert. Von besonderer Relevanz ist die künftige Zusammenarbeit mit bestehenden Absatzmittlern. Je nach Wichtigkeit müssen diese unterschiedlich in das Vertriebskonzept miteinbezogen werden. Zur Kategorisierung erstellte die Projektgruppe ein Portfolio-Tool.

Projektteam (v. l. n. r.)

- Roman Büchler, Hauptwil
- Timo Koller, Herisau
- Daniel Bänziger, Trogen, Projektleiter
- Lino Schindler, Heiden
- Simon Stoffel, Sitterdorf

Kundschaft

Leica Geosystems AG, Heerbrugg
Katherine Broder, Vice President Tools
www.leica-geosystems.com



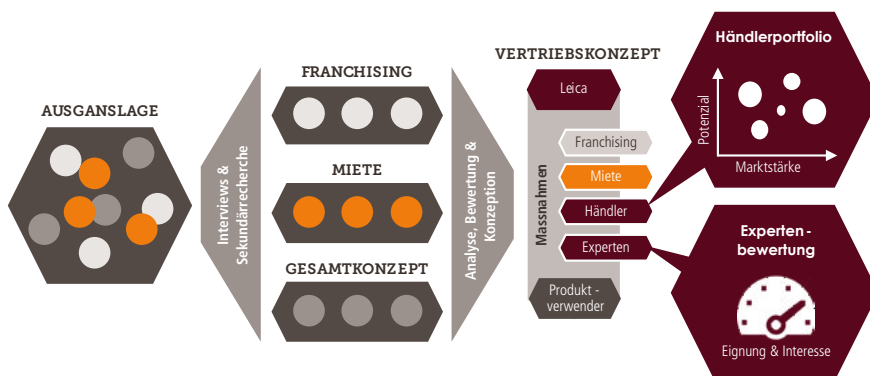
Die Herausforderung, nicht nur auf der Produktseite kontinuierlich Innovation zu liefern, sondern auch im Vertriebs- und Businessmodell den Mut zu haben, neue Wege zu gehen, stellte die Projektaufgabe für das Team der FHS dar. Die fundierte Untersuchung und die praxisnahen Lösungsvorschläge des Projektteams waren hervorragend und werden uns in der erfolgreichen Umsetzung stark unterstützen.

Coach

FHS St.Gallen
Dr. Pius Küng



Es ist gelungen, ein sehr anspruchsvolles Thema so zu bearbeiten, damit Leica neben sauberen Grundlagen über Erfolgsbeispiele zu Franchise- und Mietmodellen verfügt. Eine systematische Analyse der Möglichkeiten und Grenzen, konkrete Massnahmenvorschläge sowie pragmatische Praxis-Instrumente zeichnen dieses Projekt aus.



Ablauf des Praxisprojektes Managementkonzeption für die Leica Geosystems AG.
Quelle: eigene Darstellung.

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Managementkonzeption
für die PLASTON AG

Kennzahlen-Koffer – Aufbau eines KPI-Dashboards für das Produktionscontrolling

Key Performance Indicators (KPI) nehmen im Produktionscontrolling einen zentralen Stellenwert ein. Damit auch Plaston für die Zukunft in der globalen Spritzgussbranche gewappnet ist, muss dieser Bereich ausgebaut werden. Deshalb hat Plaston das Projektteam beauftragt, ein Dashboard mit den wichtigsten KPI zu entwickeln.

PLASTON AG

Das Familienunternehmen Plaston ist ein weltweit tätiger Kunststoffexperte mit Werken in der Schweiz, Tschechien und China. Das auf Kunststoffverarbeitung spezialisierte Unternehmen ist in den letzten Jahren stark gewachsen und erzielt heute einen Umsatz von knapp 100 Millionen Franken. Um die Profitabilität zu erhöhen, möchte das Unternehmen sein Produktionscontrolling ausbauen.

Methodik

Nach einer vertieften Analyse der Zusammenhänge und Abhängigkeiten der bestehenden KPI befasste sich das Projektteam intensiv mit der Entwicklung einer geeigneten Kennzahl für die Erhebung der Mitarbeiterproduktivität. Zahlreiche Experteninterviews und eine breite Literaturrecherche halfen, die Ergebnisse zu validieren. Diese Erkenntnisse dienten als Basis für den Aufbau des Dashboards. Nach Abschluss verschiedener Entwicklungsstufen resultierte ein KPI-Dashboard für das Produktionscontrolling, das optimal auf die Strategie von Plaston zugeschnitten ist.

Ergebnisse

Die Analyse der bestehenden KPI brachte relevante Einflussfaktoren hervor, die eine zentrale Rolle im Produktionscontrolling einnehmen sollten. Konkrete Handlungsempfehlungen zu den aktuell im Einsatz stehenden KPI dienen als Entscheidungshilfe bei der definitiven Auswahl der Kennzahlen für das KPI-Dashboard. Der optimierte Ansatz zur Messung der Mitarbeiterproduktivität sowie ergänzende KPI mit weichen Faktoren bilden in Zukunft ein ganzheitliches Bild aus monetärer, zeitlicher und humanitärer Perspektive.

In Ergänzung dazu hat das Projektteam neue KPI vertieft analysiert. Schliesslich werden rund 20 KPI für das KPI-Dashboard vorgeschlagen, die sich passgenau mit der Strategie von Plaston decken. Mit den abschliessend konzipierten Visualisierungsvorschlägen ist Plaston optimal für den Ausbau des Produktionscontrollings vorbereitet. Nun ist der Kennzahlen-Koffer nur noch zu packen.

Projektteam (v. l. n. r.)

Leoni Bleisch, St.Gallen

Ramon Hilber, Gossau SG, Projektleiter

Lia Canal, Buchs SG

Nico Heiniger, St.Gallen

Kundschaft

PLASTON AG, Widnau

Martin Schegg, Head of Global Operations

www.plaston.com



Das komplexe Thema wurde vom Projektteam sehr strukturiert, professionell und umfassend bearbeitet. Die gewonnenen Erkenntnisse sind aussagekräftig und bilden nun die Grundlage für den Aufbau eines globalen KPI-Dashboards. Vielen Dank dem Projektteam für das Engagement und die Ausdauer.

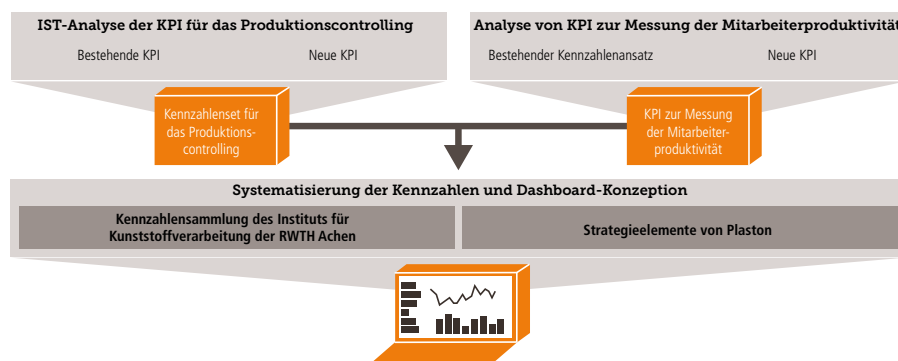
Coach

FHS St.Gallen

Dr. Lothar Natau



Das ist Produktionscontrolling vom Feinsten! Die Komplexität der Aufgabenstellung und die Lösungen des Teams können sich das Wasser reichen.



Zusammenfassung des Vorgehens zur Konzeption des Kennzahlen-Koffers.

Quelle: eigene Darstellung.

Die Praxisprojekte

Ein schweizweit einzigartiges Lehr- und Lernumfeld

Der Fachbereich Wirtschaft der FHS St.Gallen ist im Bachelor-Studium schweizweit einzigartig mit seinem in dieser Konsequenz geführten Praxisprojekt-Modell. Alle Studierenden wenden während der Praxisprojekte direkt in der Wirtschaft an, was sie in der Theorie des Kontaktunterrichtes lernen.

Die Studierenden realisieren die Praxisprojekte integriert im Vollzeit- oder berufsbegleitenden Studium parallel zum Kontaktunterricht auf allen Semesterstufen. In gewissen Programmen arbeiten sie in internationalen Märkten und mit internationalen Studierenden zusammen.

Ansprüche an die Praxisprojektergebnisse sind:

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

Im feingliedrigen Zusammenspiel von

- praxiserfahrenen Unternehmensmanagern,
 - den jungen – auch unkonventionellen – Ideen der Studierenden
 - und dem Fachwissen der Dozierenden
- wird vereint, was alle gleichsam einzigartiger und kompetitiver macht – ein erklärtes Ziel der Praxisprojekte: Dieses Modell stärkt gleichzeitig die Studierenden für den Arbeitsmarkt, die Unternehmen für den Wettbewerb und die Dozierenden für die Lehre und Forschung.

80% Theorie Kontaktunterricht

- Theorie-Vermittlung
- im Klassenzimmer
- gelehrt von Dozierenden
- reservierte Zeiten
- Notenanteil

20% Praxis Projekte im Markt = Praxisprojekte

- bedürfnisorientierte Praxisanwendung
- Teamwork (Einzelarbeit in BATH)
- gecoacht von Dozierenden (referiert in BATH)
- reservierte Zeiten
- Notenanteil

Praxisprojekte sind umfangreiche, reale und entgeltliche Consulting-Aufträge von Unternehmen und Organisationen, die Wirtschaftsstudierende im Team oder in Einzelarbeit mit fachlicher Begleitung von FHS-Dozierenden und in enger Zusammenarbeit mit dem auftraggebenden Management umsetzen.

Grundlegende Elemente der Praxisprojekte

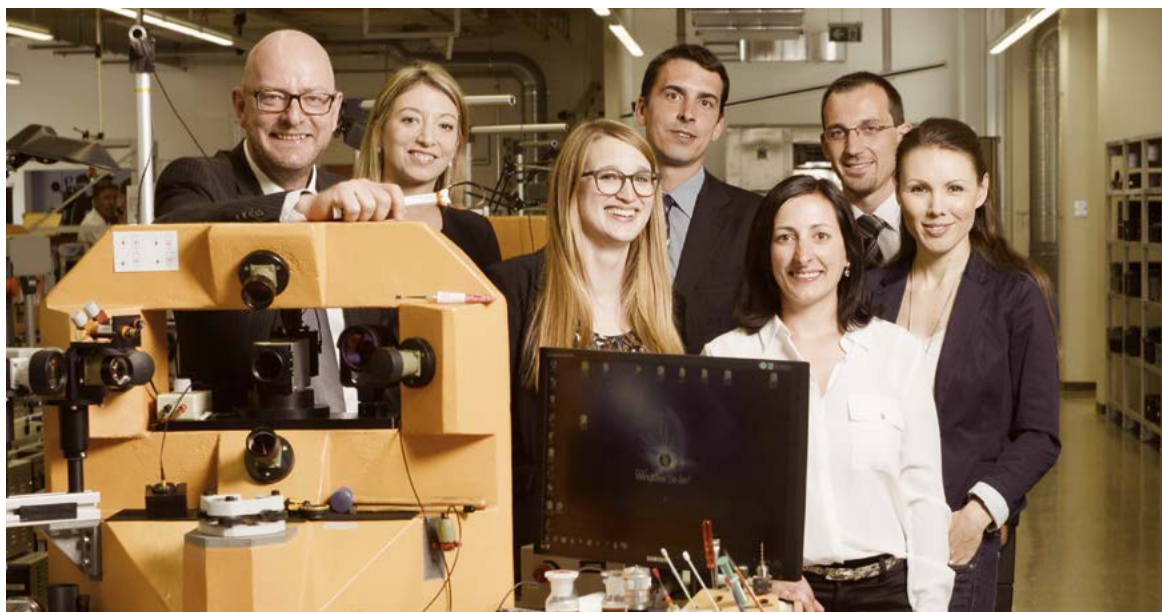
3 Typen von Praxisprojekten

- Unternehmensanalyse
- Marktforschung
- Managementkonzeption

- **AUFTRÄGE:** von Unternehmen/Organisationen nach realen Bedürfnissen
- **ENTGELT:** CHF 500 bis CHF 25'000
- **INPUT:** – Team mit 4 bis 6 Studierenden
– ca. 800 Std. innerhalb 4–5 Monaten
- **OUTPUT:** 50- resp. 90-seitiger Schlussbericht; Präsentation
- **DOZIERENDE:** Fachcoaching mit 50–120 Stunden
- **KUNDENSEITIGE PROJEKTL EITUNGEN:** ca. 6 Meetings für Wissensaustausch, Diskussion, Projektkontrolle
- **FIXE STARTZEITEN:** jedes Jahr zur gleichen Zeit im September und Januar

Ansprechpartner

Wissenstransferstelle WTT-FHS



V.l.n.r. Prof. Peter Müller, Claudia Brönimann, Anita Zellweger, Dr. Ronald Ivancic, Michèle Wittwer, Roman Huber, Mikela Frey

Die Wissenstransferstelle WTT-FHS ist für alle Praxisprojekte im Fachbereich Wirtschaft der FHS St.Gallen verantwortlich – also für rund 20 Prozent des Bachelor-Studiums. Sie kümmert sich um Marketing, Akquisition, Steuerung der Projektumsetzung und Debriefing der Praxisprojekte.

Das heisst, dass die WTT-FHS jährlich

- für die Akquisition von etwa 130 Praxisprojekten als Teamarbeiten sowie 160 Einzelarbeiten (Bachelor-Thesen) aus der Wirtschaft und der Öffentlichkeit sorgt,
- neun unterschiedliche Praxisprojektprogramme mit den Studierenden, Dozierenden und Unternehmen oder Organisationen durchführt,
- rund 600 Studierende in Teams oder einzeln in diesen arbeiten lässt,
- die Kompetenz und Erfahrung von rund 70 FHS-Dozierenden als Coaches oder Referierenden in den Projekten nutzt,
- mit dem WTT YOUNG LEADER AWARD die Ehrung der besten Praxisprojekt-Teams in Marktforschung und Managementkonzeption organisiert,

- sich als «Unternehmen in der Fachhochschule» teils selbst finanziert und stets «Marktluft» atmet,
- als Bindeglied zwischen Fachhochschule und Wirtschaft sich aktiv im Wissens- und Bedürfnistransfer für ein praxisorientiertes Hochschulstudium einsetzt.

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, ronald.ivancic@fhsg.ch
- **Roman Huber**, MSc in Business Administration, Projektleiter für Praxisprojekte, roman.huber@fhsg.ch
- **Anita Zellweger**, Assistenz, Projektmanagerin WTT YLA, anita.zellweger@fhsg.ch
- **Mikela Frey**, Assistenz, mikela.frey@fhsg.ch
- **Michèle Wittwer**, Assistenz, michele.wittwer@fhsg.ch

Angebot Praxisprojekte

Das Praxisprojekt-Angebot mit verschiedenen Programmen steht allen Unternehmen und Organisationen aller Grössen und aller Branchen im In- und Ausland offen. Die Praxisprojekt-Aufträge müssen auf realen Bedürfnissen abgestützt sein und werden von der WTT-FHS angenommen. Sie organisiert und überwacht die Umsetzungsphase.

Interesse an einem Praxisprojekt?

Gerne lernen wir Ihre Bedürfnisse kennen. Bitte kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Gespräch!

Die WTT-FHS definiert gemeinsam mit Ihnen im Voraus Ihren Auftrag bedarfsgerecht und kundenspezifisch. Hierfür halten wir bei Ihnen ein Meeting ab und umreissen den anvisierten Praxisprojektauftrag in Form eines Auftragsentwurfs. Dieser beschreibt die Punkte «Auftragsunternehmen/-organisation», «Ausgangslage», «Ziele» und «Vorgehen». Mit der Vertragsun-

terzeichnung wird der definierte Praxisprojekt-Auftrag beidseitig verbindlich umgesetzt. Der Vertrag hierfür muss rund drei Monate vor Projektbeginn mit der WTT-FHS vereinbart sein.

Die untenstehende Übersicht enthält die Eckdaten zu den einzelnen Programmen. Details ersehen Sie auf www.fhsg.ch/praxisprojekte. Dort ist zudem die Einzelarbeit «Bachelor-Thesis» aufgelistet, bei der Administrationsgebühren von 500 Franken und die Studierenden-Projektspesen in der Grössenordnung von nochmals 500 Franken anfallen.

Uns ist wichtig, dass der vereinbarte Projektauftrag eine reale Herausforderung Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation ist und sich Kosten und Nutzen für Sie die Waage halten. So ist für die Studierenden sichergestellt, dass sie bereits im Studium effektiv reale Praxis erleben und aus dieser für ihre Zukunft lernen.

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 500 + Spesen ca. CHF 500
Unternehmensanalyse & Marktforschung					
PPBB – Schweiz ⁺	4–6 Studierende	Februar – Dezember	ca. 1'000 Stunden 50 Stunden Coach	4. & 5. BB	CHF 7'500 + Spesen ca. CHF 2'500
Marktforschung					
PPR2 – Schweiz ⁺	4–6 Studierende	Januar – Juni	ca. 800 Stunden 50 Stunden Coach	4. VZ	CHF 7'500 + Spesen ca. CHF 2'500
Managementkonzeption					
PPR3 – Schweiz ⁺	4–6 Studierende	Januar – Juni	ca. 800 Stunden 50 Stunden Coach	6. VZ 8. BB	CHF 7'500 + Spesen ca. CHF 2'500
International Market Research & Management Design					
CPIM – Europa ⁺	4–6 Studierende ca. 3 FHS, 3 Exchange	Februar – Juni September – Januar	ca. 800 Stunden 80 Stunden Coach	5./6. VZ	CHF 3'500 + Spesen ca. CHF 2'500
JMCFE – USA	6 Studierende 3 USA, 3 Schweiz/FHS	Januar – April	ca. 1'000 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. 1'000 Stunden 120 Stunden Coach	6. VZ 8. BB	ca. CHF 25'000 gemäss Spesenbudget

Ablauf Praxisprojekte

Die WTT-FHS stellt ein Praxisprojekt-Team zur Verfügung, mit dem die Unternehmen und Organisationen in gleicher Weise arbeiten, wie sie ihre Projekte sonst unternehmensintern oder extern mit einem Beratungsunternehmen umsetzen. Die seitens FHS involvierten Projekt- und Fachcoachs unterstützen die Teams fachlich und in regelmässigen Coachings beim autodidaktischen Lernen. Die notwendige IT-Infrastruktur stellt die WTT-FHS allen Teams zur Verfügung. Die Projektorganisation und der Projektablauf

für alle involvierten Projektteilnehmer ist im «Handbuch für Praxisprojekte» verbindlich geregelt. Die Wahrung der Vertraulichkeit ist technisch und über Vertraulichkeitserklärungen sichergestellt. Die Teams arbeiten während der Projektumsetzung in der Fachhochschule und halten sich einzig für Meetings und «Feldeinsätze» auf dem Gelände der Auftraggeber auf.

So läuft ein Praxisprojekt ab

1. Start	Projektleitung	<ul style="list-style-type: none"> → Studentisches Projektmitglied führt Studierenden-Team und alle Projektbeteiligten. → Kundenseitige Projektleitung koordiniert unternehmensintern.
	Kickoffs	<ul style="list-style-type: none"> → Auftragsbriefings finden zwischen WTT-FHS, FHS-Coachs, Studierenden-Teams und Kundschaft statt.
2. Umsetzung	Meetings	<ul style="list-style-type: none"> → Studierenden-Team und kundenseitige Projektleitung halten rund sechs Meetings verteilt über die Projektlaufzeit für Wissensaustausch, Diskussion und Projektkontrolle ab.
	Coachings	<ul style="list-style-type: none"> → FHS-Dozierende begleiten als fachliches Rückgrat die Studierenden-Teams in vorzugsweise wöchentlichen Coachings. → Coach-Typen: Projektcoach und je nach Projekt Statistik-, Informatik-, Sprach- und/oder Intercultural Coach.
	Kontrolle	<ul style="list-style-type: none"> → WTT-FHS kontrolliert Projektqualität mit zwei Reportings der Studierenden-Teams zu Auftragsdefinition und Projektstatus.
3. Abschluss	Schlussbericht	<ul style="list-style-type: none"> → Studierenden-Teams übergeben Schlussbericht im Umfang von 50 bzw. 90 Seiten plus Anhang als Eigentum der Kundschaft. → Typische Inhaltsstruktur: Management Summary, Vorgehen, Analyse und/oder Konzeption, Ableitungen und Empfehlungen.
	Präsentation	<ul style="list-style-type: none"> → Studierenden-Team präsentiert Ergebnisse in der Regel vor Ort bei der Kundschaft und vor Publikum gemäss Kundenwunsch.
	PR-Report	<ul style="list-style-type: none"> → Studierenden-Team erstellt öffentlichkeitsorientierte Projektzusammenfassung mit Statements von kundenseitiger Projektleitung und Projektcoach.
4. Evaluation	Notengebung	<ul style="list-style-type: none"> → Kundenseitige Projektleitung steuert bis 25% zur strukturierten Benotung seitens Coachs bei.
	360°-Debriefing	<ul style="list-style-type: none"> → Studierenden-Teammitglieder, Coachs und kundenseitige Projektleitung geben 360°-Feedback an WTT-FHS für Weiterentwicklung.
	Ehrung	<ul style="list-style-type: none"> → Jury nominiert je drei Teams für WTT YOUNG LEADER AWARD in Marktforschung und Managementkonzeption.

Alle Informationen rund um Praxisprojekte: www.fhsg.ch/praxisprojekte

Kundschaft Unternehmensanalyse

Alducto AG, Arbon



ANGEHRN Elektro + Telecom
GmbH, Herisau



ASA-Service AG, St.Gallen



ASA-Service AG
Abwasser- und Umwelttechnik

Bénédict-Schule St.Gallen,
St.Gallen

Bénédict

Café Stalder AG, Uzwil



Domus Leuchten und Möbel AG,
St.Gallen



Fachgeschäfte Gossau und
Umgebung, Gossau SG



Hauseigentümerverband Goldach
und Umgebung, Untereggen



Hauseigentümerverband
Rorschach und Umgebung,
Rorschach



Hautle Metallbau AG, Bernhardzell

HAUTLE

INSET AG, Oberriet

inset 

Kaufmännischer Verband Ost,
St.Gallen

**kaufmännischer
verband**
*mehr wirtschaft. für mich.
in der ostschweiz.*

KYBURZ Switzerland AG,
Freienstein ZH

KYBURZ
SWITZERLAND

Leomat AG, Tübach

LEOMAT
automatisch gut gepflegt

Marketingworld AG, St.Gallen

 **marketing.ch**
DAS SCHWEIZER MARKETING-PORTAL

Mirabit GmbH, Güttingen

 **mirabit**
WEB & IT SOLUTIONS

Reklame-Technik AG, Wil SG

reklametechnik.ch **WE
MAKE
YOUR
BRAND
VISIBLE**
REKLAME-TECHNIK AG | 9500 Wil SG | T 071 929 70 90

Ronner AG, Wallisellen

RONNER AG.ch 
Schadlingsprävention und Fassadenschutz gegen
Tauben und Spinnen nach ISO 9001/14001/18001

Geerenstrasse 1
CH-8304 Wallisellen

Tel. 044 839 70 30
Fax 044 839 70 40
info@ronnerag.ch
www.ronnerag.ch

scandola light audio media
gmbh, St.Gallen

 **scandola**
light audio media

signvision gmbh, Gossau SG

signvision
hierisch starke beschriftung

THE ROKKER COMPANY AG,
Widnau


ROKKER
THE ROKKER COMPANY®

visions.ch gmbh, Bischofszell

VISIONS

Volkshochschule Rorschach,
Rorschach

VHR
ERWACHSENEN-
BILDUNG

zeintra AG, Wil SG

zeintra®

Kundschaft und Themen Marktforschung

Benevol St.Gallen, St.Gallen

Monitoring und Evaluation von benevol-jobs.ch
2016

benevol jobs .ch

Bodenschatz AG, Allschwil

Innovation aus einer Hand

Bodenschatz

Bratschi, Wiederkehr & Buob AG, Zürich

Make-or-Buy: Bedeutung im Bereich
Compliance für Schweizer KMU

**bratschi
wiederkehr
& buob**

Carmignac Schweiz AG, Zürich

Altersvorsorge – Quo vadis?

CARMIGNAC
RISK MANAGERS

De Martin AG

Surface Technology, Wängi

DE MARTIN
Quality first

Schicht um Schicht erfolgreich wachsen

ERNi Druck und Media AG, Kaltbrunn

Frischer Wind in der Druckbranche –
Kundenbedürfnisse der Zukunft

ERNi

Federtechnik Kaltbrunn AG, Kaltbrunn

Gespannt auf die Medizinaltechnik

federtechnik
GROUP

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

Bekanntheits- und Imageanalyse 2016

Karrierevorsprung durch bedürfnisorientierte
Beratung

FHS St.Gallen
Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Hofmann Malerei AG, St.Gallen

Handwerk im Wandel: Spannungsfeld
zwischen Tradition und Fortschritt

HOFMANN
MALEREI

K+D AG, St.Gallen

Innovationen als Schlüssel zu Wettbewerbsstär-
ke im Sekundärverpackungsmarkt

Pharma cartons –
our passion
K+D

Kafi Dörig, Zuzwil SG

Verankert in der Region – was bringt die
Zukunft?

Kafi Dörig
Bäckerei, Konditorei, Bistr. 9524 Zuzwil

Lungenliga Thurgau, Weinfelden

Projekt- und Kampagnenanalyse zur
Innenluftqualität

LUNGENLIGA THURGAU

Mineral- und Heilbad

Unterrechstein AG, Grub AR

Entspannen, Wohlfühlen, Erholen

HEILBAD
UNTERRECHSTEIN
9410 HEIDEN
071 898 33 88
WWW.HEILBAD.CH

Oertli Instrumente AG, Berneck

Kundennutzen im Fokus

**Plica AG, Frauenfeld**

How to go from small to big

**r+n transporte ag, Herisau**

Hop on, hop off: Ökoeffizientes Gütertransportkonzept für das Appenzellerland?

**Raiffeisenbank Flawil, Flawil**

RAIF für den nächsten Schritt im Firmenkundengeschäft

RAIFFEISEN**SAQ Swiss Association for Quality, Bern**

Mitgliederbindung – Der Weg zum Erfolg

**SCHMOLZ + BICKENBACH****Stahlcenter AG, Wil SG**

Marktforschung für eine überlegene Spieltaktik

**Schweizerische Mobiliar Versicherungsgesellschaft, Generalagentur Wil, Wil SG**

Lebensversicherungen – ein Markt mit Potenzial?

**Sonnenhalde St. Gallen**

Zentrum für behindertengerechte Lebensgestaltung, St. Gallen

Sonnige Aussichten auf neue Arbeitsplätze?

**Spital Linth, Uznach**

Analyse der zuweisenden Ärzte und Ärztinnen im Linthgebiet

**Sulzer Mixpac AG, Haag**

Analyse des Potenzials im Pet-Markt für die Sulzer Mixpac AG

SULZER**SwissPrimePack AG, Altstätten SG**

Potenzialanalyse eines E-Shops für Verpackungsprodukte aus Kunststoff



Kundschaft und Themen Managementkonzeption

Büchler Reinli + Spitzli AG, Flawil
Betriebsspezifisch, Reaktionsschnell, Systematisch – den Kosten auf der Spur



**Coltène/Whaledent AG,
Altstätten SG**

Konzept zur Straffung und Bewirtschaftung des Lieferantenportfolios



Confiserie Sprüngli AG, Zürich

Vertrieb im Raum Zürich – Innovative Lösungen für eine renommierte Confiserie



**Gemeinde Lichtensteig,
Lichtensteig**

Lichtensteig auf dem Weg zur Mini.Stadt



Gruner Wepf AG, St.Gallen

Analyse der Erfolgsfaktoren und Konzept für deren nachhaltige Verankerung



**HASTAG St.Gallen Bau AG,
St.Gallen**

Wo Marketing beginnt. Marketingkonzept der HASTAG St.Gallen Bau AG



Joya Schuhe AG, Roggwil TG

Prozessanalyse als Basis für eine erfolgreiche ERP-Einführung



**KlangWelt Toggenburg,
Alt St.Johann**

KlangWelt gibt den Ton an – bahnbrechende Angebotserweiterung für die Klangkurse



Kömedia AG, St.Gallen

Marktplatz für die Community – Innovierung eines Oldtimer-Portals



**Konsumgenossenschaft Reute,
Reute AR**

Konzeptioneller Vergleich des Status Quo mit einer Standortverlegung

Leica Geosystems AG, Heerbrugg

Wachstum durch innovativen Vertrieb von Investitionsgütern



newhome.ch AG, Zürich

Medien- und Kundeninteresse durch Innovation

**Orbium AG, Zürich**

Evaluation einer zukunftsorientierten ERP-Lösung für ein globales Unternehmen

**OSSV Ostschweizer Skiverband, Bassersdorf**

Strategische Analyse und Zukunftsstrategie für den Ostschweizer Schneesport

**Ostschweizer Kinderspital St.Gallen, St.Gallen**

Ostschweizer Kinderspital – Re-Evaluation des Qualitätmanagementsystems 2016



Ostschweizer Kinderspital

PLASTON AG, Widnau

Kennzahlen-Koffer – Aufbau eines KPI-Dashboards für das Produktionscontrolling

**prodartis AG, Appenzell**

Grenzenloses Produktdesign: Ein Kundenbindungskonzept für die additive Fertigung

**Sana Fürstenland AG, St.Gallen**

IT-Szenarien und Pflichtenheft für neues Alterszentrum

**Spitalregion Fürstenland****Toggenburg SRFT, Wil SG**

Effizienter Ressourceneinsatz durch die Analyse patientenunabhängiger Leistungen

**Stadtverwaltung St.Gallen –
Direktion Schule und Sport,
St.Gallen**

Shared Service Center – Effiziente Bereitstellung von Infrastruktur

**swisswindows AG, Mörschwil**

Evaluation einer Auftragsüberwachungs-Software mit Fokus Disposition

**Voigt AG, Romanshorn**

Dienstleistungssortiment für Lieferanten - Wachstum mit strategischem Dienstleistungsmanagement

**xilobis AG, Zürich**

Durch innovative Kommunikation zum Marktdurchbruch



Kundschaft und Themen

International Markets

BeeUp GmbH, St.Gallen

The BeeUp Method – Consulting Worldwide by Means of Swarm Intelligence



Coltène/Whaledent AG, Altstätten SG

Design of a Simplified and Fair Travel and Expenses Process



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

From Contacts to Leads for JMCFE



HakaGerodur AG, Gossau SG

Business Expansion to South Korea



Joya Schuhe AG, Roggwil TG

Market Entry Research for France



Kuldip Virdee, St.Gallen

Recruiting in International Companies Operating in Switzerland

Kuli-Muli AG, Wohlen AG

Expanding Baby Products to Russia for a Wonderful Infancy

**RP World Switzerland GmbH, Au SG**

Competitor and Potential Customer Analysis

**S.A.C. Silent AG, Kleinandelfingen**

Swiss Acoustics in Foreign Markets

**SFS intec Inc., Wyomissing / USA**

Market Analysis for Novel TDBL Fasteners in the U.S.

**SFS intec, Heerbrugg**

Analysis of Standards and Labels for the Construction Industry

**WEBA Weberei Appenzell AG, Appenzell**

Client Satisfaction Survey in Europe



Wissenstransfer mit Social Media

Wir verbinden das einzigartige Netzwerk von Studierenden, Wirtschaft und 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. Mit unseren Angeboten in Facebook, XING und LinkedIn findet ein aktiver Austausch zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Studierenden in effektiver und effizienter Form statt. Wir sind aktiv präsent in folgenden Kanälen:



Facebook likes news and emotions

- aktuelle Informationen und Berichte rund um die Praxisprojekte und die beteiligten Akteure
- aktuelle Berichte rund um den krönenden WTT YOUNG LEADER AWARD
- Live-Einblick in die Welt der Praxisprojekte mittels Bildreportagen und Videos.



XING und



LinkedIn

bieten Wissenstransfer und Marktplatz

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

Wettbewerb auf Facebook und XING

Auf unseren Social-Media-Kanälen finden regelmässig spannende Wettbewerbe mit attraktiven Preisen statt. Wir verlosen verteilt über das Jahr zwölf Wellness-Kurzaufenthalte im Hotel Hof Weissbad, Halbpension, mit 16 Gault-Millau-Punkten, 1 Nacht für 2 Personen, im Wert von insgesamt über 10'000 Franken.

Werden auch Sie Teil unseres Netzwerkes und tauschen Sie sich mit Wirtschaft, Wissenschaft und Studierenden aus!

Die Links zu unseren Netzwerken finden Sie direkt auf der Einstiegsseite unserer Website

www.fhsg.ch/praxisprojekte

Wir freuen uns auf Sie.

Kontakt/Impressum

FHS St.Gallen

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

Tel. +41 71 226 17 30

wtt@fhsg.ch

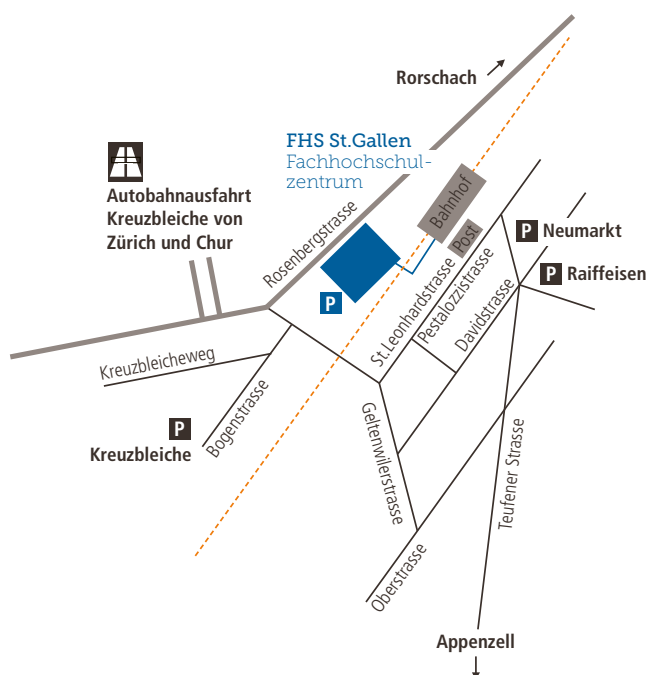
www.fhsg.ch/praxisprojekte

Herausgeberin

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

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

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