



Business Administration
und Wirtschaftsinformatik

Praxisprojekte 2020



«Voranschreiten und zeigen, was mit dem Transfer neuer Technologien und Modelle in der Wirtschaft möglich ist – das ist unser Ziel.»

Prof. Peter Müller
Leiter WTT Wissenstransferstelle

Editorial

Starke Zeichen für die Praxisprojekte

Liebe Leserinnen und Leser

Wie erlebten Sie die erzwungene Beschleunigung der Digitalisierung in der Corona-Zeit? An der OST – Ostschweizer Fachhochschule stand die technische Infrastruktur bereit: Rund 300 Studierende und 70 Dozierende setzten im Lockdown erfolgreich rund 200 Praxisprojekte mit ebenso vielen Auftraggebern und unzähligen Interviewpartnern für Marktforschungen um. Doch die konsequente Nutzung digitaler Kommunikationstechnologien warf neue Fragen auf – zum Beispiel: Wie führt man online komplexe Forschungsgespräche, ohne an Qualität einzubüssen? Hier lernen wir noch dazu.

Viele hilfreiche Technologien existieren bereits und ziehen nun temporeich in den Arbeitsalltag. Neue Fragen tauchen überall auf. Da hilft Vertrauen in digitale Werkzeuge. Und es braucht gerade auch bei deren Anwendung Wegbereiter, die Experimente wagen, technische Möglichkeiten forcieren: Was geht? Was geht nicht? Auch dies ist die Rolle einer Fachhochschule. Deshalb haben wir uns entschieden, mit einem neuartigen Eventmodell für den WTT YOUNG LEADER AWARD Inspirationen zu geben. Wir begrüßen unsere Gäste am 8. Dezember in der Tonhalle online oder offline und verbinden sie interaktiv. Wir wollen zeigen, was möglich ist. Auch wenn vielleicht nicht alles wunschgemäß funktionieren wird – so lernen wir daraus.

In dieser Broschüre lesen Sie, wie wir – ungeachtet der pandemischen Entwicklung – versuchen, flexibel zu bleiben und Ihnen auch in diesem Jahr einen unvergesslichen WTT YOUNG LEADER AWARD gönnen wollen. Denn unsere Studierenden erbrachten Höchstleistungen trotz ausserordentlicher Herausforderungen. Das formt. Alle porträtierten Projektteams in dieser Publikation sind für den WTT YOUNG LEADER AWARD nominiert. Arbeitgeber offenbart sich dieses Jahr akzentuiert: Wer kann reagieren? Wer ist flexibel? Wer hat das Zeug zum Leader?

Auch unsere Auftraggeber und Partner standen unter gewaltigem Druck. Umso mehr freut uns deren Bekenntnis zur anwendungsorientierten Ausbildung des Wirtschaftsnachwuchses. Trotz der Umstände liessen sie unsere Studierenden an Aufgaben feilen, neue Märkte erforschen oder Konzepte erstellen.

Ein starkes Zeichen setzten auch die Partner und Sponsoren des WTT YOUNG LEADER AWARD, wo diese Leistungen geehrt werden. Wir konnten nämlich neue dazugewinnen: den Audio- und Videotechniker Gallus Media, den Full-Service-Provider Thurcom und die Weinhandlung Martel. Das spornt uns an, zu beweisen, dass sich die Nähe zur OST gerade in Krisenzeiten lohnt.

Was darf die Wirtschaft sonst von der neuen OST erwarten? Am 1. September haben sich die drei Fachhochschulen in St.Gallen, Buchs und Rapperswil offiziell zusammengeschlossen – unter gemeinsamem Dach und mit neuer Führung. Am WTT YOUNG LEADER AWARD erfahren Sie von unserem neuen Rektor und Award-Referenten Prof. Dr. Daniel Seelhofer: Welchen Mehrwert hat die Wirtschaft davon? Wir freuen uns auf Sie – ob online oder offline.

Bis dahin wollen wir Ihnen unseren grössten Dank übermitteln. Uns bereitet gerade dieses Jahr Zuversicht, dass wir mit unserem schweizweit einzigartigen Lehr- und Lernmodell und den Praxisprojekten auf dem richtigen Weg sind. Gemeinsam werden wir weiterhin für Fach- und Führungskräfte in der Ostschweiz sorgen, die diesen Geist ebenso weitertragen werden, wie Sie das heute tun. Danke!

Ihr Peter Müller
Leiter WTT Wissenstransferstelle

Inhalt

Alles auf einen Blick

- 6 WTT YOUNG LEADER AWARD 2020
- 8 Die Sponsoren
- 10 Der Beirat
- 12 Die Jury
- 14 Die nominierten Praxisprojekt-Teams
in Marktforschung
- 22 Die nominierten Praxisprojekt-Teams
in Managementkonzeption
- 31 Die Praxisprojekte
 - 32 Angebot und Ablauf
 - 33 Internationale Praxisprojekte
- 37 Die Kundschaft 2020
- 42 Die WTT Wissenstransferstelle
- 43 Kontakt/Impressum





WTT YOUNG LEADER AWARD 2020

Die Wissenstransferstelle feiert ihre Talente. Dieses Jahr nominierte die hochkarätige Jury aus 42 Praxisprojekten die drei besten Teams in Marktforschung und Managementkonzeption. Für den Anlass in der Tonhalle St.Gallen rollt die WTT den roten Teppich aus. Gäste aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft sowie die Studierenden begehen ihn – oder gehören via Livestream zur exklusiven Community mit Networking-Plattform und interaktiver Teilhabe. Zum ersten Mal wählen wir auch ein Publikumssiegerteam. Wer gewinnt den WTT YOUNG LEADER AWARD 2020?

Gewinnsumme von 22 000 Franken

Die Sponsoren Bühler AG und Leica Geosystems AG überreichen den Siegerteams in Marktforschung und Managementkonzeption je 6000 Franken. Bauwerk Parkett AG und die Genossenschaft Migros Ostschweiz übergeben für Platz zwei je 3000 und für Platz drei je 2000 Franken.

Die Jury-Entscheidung bleiben bis zur Award-Verleihung streng geheim.

ost.ch/wttypa

Die Verleihung des WTT YOUNG LEADER AWARD

Programm am 8. Dezember 2020

Moderation: Prof. Peter Müller, Leiter
WTT Wissenstransferstelle, OST – Ostschweizer
Fachhochschule

17.00 **Eintreffen auf dem Red Carpet**
Mit Livestream und Interviews – powered
by St.Galler Stadtwerke, Gallus Media AG,
Thurcom und scandola light audio media
GmbH

17.45 **Auftakt**
Regierungsrat Stefan Kölliker,
Bildungsdepartement Kanton St.Gallen

Vorstellung der nominierten Praxispro-
jektteams für E-Voting und Publikum-
Award

18.00 **Award-Referat**
Prof. Dr. Daniel Seelhofer, Rektor,
OST – Ostschweizer Fachhochschule
GO OST – was ist der Mehrwert für
die Wirtschaft?

18.30 **Award-Verleihung**
Award in Marktforschung mit
Christof Oswald, Head of Human
Resources, Bühler AG
Klaus Brammertz, CEO, Bauwerk Group

Award in Managementkonzeption mit
Thomas Harring, CEO, Leica Geosystems
AG
Heidi Bösch, Leiterin Direktion Personel-
les und Klubschule, Genossenschaft
Migros Ostschweiz

Publikum-Award mit
Marco Letta, Unternehmensleiter,
St.Galler Stadtwerke

19.30 Uhr **Award-Dinner und Networking**
Mit Livestream, Interviews und Wettbe-
werb – powered by Networking Sponsor
St.Galler Stadtwerke und Weinpartner
Martel



Das Award-Referat

Prof. Dr. Daniel Seelhofer, Rektor,
OST – Ostschweizer Fachhochschule

«GO OST – was ist der Mehrwert für die Wirtschaft?»

GO OST heisst es neu für die Fachhochschulen in
St.Gallen, Rapperswil und Buchs – unter gemein-
samem Dach mit neuer Führung. Was will die OST?
Welchen Mehrwert hat die Wirtschaft? OST-Rektor
Daniel Seelhofer zeigt auf: Wohin geht die gemein-
same Reise?

Der wertvolle Beitrag zur Nachwuchsförderung

Die Sponsoren sorgen für einen Mehrwert am WTT YOUNG LEADER AWARD. Er nimmt dank ihnen einen wichtigen Platz in der Ostschweizer Wirtschaft ein. Es ist ein wertvolles Geben und Nehmen: Die Beiträge bringen den Nachwuchs nach vorne und stärken die Unternehmen.



Networking Sponsor



Preissponsor 1. Rang



Preissponsor 1. Rang



Preissponsor 2./3. Rang



Preissponsor 2./3. Rang



Celebration Sponsor



Nachhaltigkeitspartner



Digital Partner



Live Broadcast Partner



First TV Sponsor



Technikpartner



Invitation Sponsor



Invitation Sponsor



Weinsponsor



Community Sponsor



Community Sponsor



Community Sponsor



Medienpartner



Medienpartner



Young Entrepreneur Sponsor



Supporting Partner



Supporting Partner



Internationalisierungspartner



Patronatspartner



Patronatspartner



Patronatspartner



Patronatspartner

Sie stehen hinter den Praxisprojekten

Was erwarten Führungskräfte von der neuen OST – Ostschweizer Fachhochschule?

Als engagierte Ostschweizer Wirtschafts- und Meinungsführer sowie Partner des WTT YOUNG LEADER AWARD leben sie den Wissenstransfer zwischen Hochschule und Unternehmen. Was erwarten sie vom Zusammenschluss der drei Ostschweizer Fachhochschulen zur OST?



Stadt St.Gallen
Peter Jans, Stadtrat Direktion Technische Betriebe

«Eine Stärkung des Bildungsstandorts St.Gallen – auch dank dem Ausbau des Angebots der OST.»



Solenthaler Recycling AG
Christoph Solenthaler, Geschäftsführer

«Mittelfristig einen Ausbau der technischen Fakultäten am Standort St.Gallen.»



Technische Betriebe Wil / Thurcom
Marco Huwiler, Geschäftsleiter

«Gezielte Ausrichtung des Studienangebots im Bereich Digitalisierung mit Praxisbezug – gegen den Fachkräftemangel.»



Hof Weissbad AG
Christian Lienhard, Direktion und GL-Mitglied

«Höhere Aufmerksamkeit, grössere Präsenz und mehr gebündelte Kompetenz für die ganze Ostschweiz.»



HUBER+SUHNER AG
Corinne Wehrli, Personalleiterin

«Die Nutzung von Synergien – aber die Beibehaltung agiler Fachdisziplinen.»



CH Media / TAGBLATT
Nadine Knecht, Leiterin Regionales Marketing Ostschweiz

«Im Endresultat: Ostschweizer Fach- und Führungspersönlichkeiten mit Visionen, Agilität und ganzheitlichem Denken – gewappnet für die Zukunft.»



MetroComm AG / LEADER
Natal Schnetzer, Geschäftsführer

«Synergien und Koordination unter Standorten, um den Fachkräftemangel in der Ostschweiz noch besser aufzufangen.»



GALLUS MEDIA AG
Johannes Widmer, Geschäftsleiter

«Gemeinsam koordinierte Kräfte beschleunigen wirkungsvoller als die Summe der einzelnen Antriebe.»



scandola light audio media GmbH
Marco Scandola, Inhaber, Geschäftsführer

«Einen fach- und disziplinenübergreifenden Innovationsschub mit neuen Impulsen für die Wirtschaft.»



Abraxas Informatik AG
Peter Baumberger, Leiter Digital Government & Fachlösungen, Stv. CEO

«Eine Fusion, welche die Hochschule stärkt – und damit den Wirtschaftsstandort.»



nisago GmbH
Stefan Niederer, Inhaber, Geschäftsführer

«Eine Bündelung der Kräfte und mehr Gewicht der Ostschweiz in der nationalen Bildungslandschaft.»



Amt für Wirtschaft und Arbeit AR
Daniel Lehmann, Amtsleiter

«Eine vertiefte und effizientere interdisziplinäre Zusammenarbeit und damit verbunden eine Stärkung des Bildungsplatzes Ostschweiz.»



Amt für Wirtschaft und Arbeit SG
Karin Jung, Amtsleiterin

«Höhere nationale Bedeutung und Wahrnehmung der OST – mit Nutzen für uns alle.»



Switzerland Global Enterprise
Daniel Bont, Senior Consultant China/HK/Taiwan

«Einen Schub für die Zusammenarbeit mit Ostschweizer KMU – und eine Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit.»



Schmid-Fehr AG
Matthias Schmid, Geschäftsführer

«Eine Stärkung der Ostschweiz als Bildungsstandort und verstärkte Zusammenarbeit mit der Wirtschaft in der Praxis.»



Martel AG St. Gallen
Jan Martel, Geschäftsführer

«Stärkere Synergien zwischen den Departementen und Standorten – mit Mehrwert für die Wirtschaft.»



Arbonia AG
Jelena Wüst, Head of Group HR

«Einen Standortvorteil und dadurch der Ostschweizer Wirtschaft mehr professionell ausgebildete Nachwuchskräfte.»



IHK St.Gallen-Appenzell
Markus Bänziger, Direktor

«Einen Gewinn für die Ostschweiz: mit praxisorientierter Ausbildung auf höchstem Niveau für die Absolventinnen und Absolventen – und somit ausgezeichneten Mitarbeitenden für Unternehmen.»



IHK Thurgau
Jérôme Müggler, Direktor

«Die Stärkung des Bildungsraums in allen beteiligten Kantonen und mehr Strahlkraft über die Ostschweiz hinaus.»



WISG Wirtschaft Region St.Gallen
David Ganz, Präsident

«Einen Brand «OST», der die Wahrnehmung des Bildungs- und Wirtschaftsstandorts Ostschweiz in der ganzen Schweiz stärkt.»



Gewerbe Stadt St.Gallen
Gian Bazzi, Präsident

«Praxisnahe Ausbildungen, schlanke Strukturen – und dank der Synergien ausgezeichnete Fachkräfte, die das Gewerbe dringend benötigt.»

Die Jury

Sie küren die Siegerteams

Als engagierte Ostschweizer Wirtschafts- und Meinungsführer sowie Partner des WTT YOUNG LEADER AWARD leben sie den Wissenstransfer zwischen Hochschule und Unternehmen. Was erwarten sie von der neuen OST?



Christof Oswald
Head of Human Resources,
Bühler AG

«Eine klare Differenzierung durch den Praxisbezug – als Nährboden für die Entwicklung resilienter und agiler Führungskräfte.»



Thomas Haring
CEO, Leica Geosystems AG

«Die Fortführung der bewährten Zusammenarbeit und des Austauschs mit den Unternehmen.»



Klaus Brammert
President and CEO, Bauwerk Group

«Noch mehr internationale Zusammenarbeit, noch interessantere Lerninhalte und noch bessere Absolvierende.»



Heidi Bösch
Leiterin Personelles/Klubschule,
Genossenschaft Migros Ostschweiz

«Gebündeltes Know-how und ein starkes Angebot für mehr Leader und Fachexperten mit hohem Praxisverständnis aus der und für die Ostschweiz.»



Bruno Räss
Partner, PwC St.Gallen

«Neue Schwerpunkte in der interdisziplinären und praxisnahen Ausrichtung verbunden mit einer Stärkung der Wirtschaftsregion Ostschweiz.»



Daniel Wessner
Amtsleiter, Amt für Wirtschaft und Arbeit Thurgau

«Schlanke Strukturen und maximalen Einsatz für die Ausbildung der Studierenden – die OST qualifiziert die Fachkräfte der Zukunft.»



Prof. Dr. Daniel Seelhofer
Rektor, OST – Ostschweizer Fachhochschule

«Die transferorientierteste Fachhochschule der Schweiz, von der die ganze Ostschweiz profitiert.»



Prof. Dr. Marion Pester
Departementsleiterin Wirtschaft,
OST – Ostschweizer Fachhochschule

«Eine Stärkung der Aus- und Weiterbildung sowie der Forschung und Dienstleistung zum Nutzen für Gesellschaft und Wirtschaft.»

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: ost.ch/wttypa



«Als Wirtschaftsinformatikstudent profitiere ich in den Praxisprojekten vom Einblick in Unternehmen und bin so am Puls des digitalen Wandels der Wirtschaft.»

**Rico Schmid, Student Wirtschaftsinformatik,
OST – Ostschweizer Fachhochschule**

Nominierte Praxisprojekt-Teams in Marktforschung

Team Geberit North America

«Flushing out» the Opportunities:
A North American Market Entry
Strategy

Geberit North America, Des Plaines, USA
Ronn W. Jefferson, Product Manager

OST – Eastern Switzerland University of Applied
Sciences and Robert Morris University, USA

Dalton Faith, Robert Morris University, USA,
Project Leader

Jan Wiggenhauser, OST, Switzerland, Project Leader

Nadine Mächler, OST, Switzerland

Kristina Parsons, Robert Morris University, USA

Abigail Watkins, Robert Morris University, USA

Gian Wyss, OST, Switzerland

OST-Coach: **Prof. Dr. Franziska Weis**

RMU-Coach: **Jill A. Kurp, Ph.D**

Team Geberit Vertriebs AG

Geberit AquaClean Dusch-WC:
Das neue Selbstverständnis im
Badezimmer

Geberit Vertriebs AG, Jona
Beat Aebi, Leiter Marketing und Produkt-
management

OST – Ostschweizer Fachhochschule

Dogus Akdoganbulut, St.Gallen, Projektleiter

Lea Bischofberger, Herisau

Larissa Keel, Montlingen

Nando Lüchinger, Montlingen

Melissa Weibel, Gossau SG

OST-Coach: **Rosella Toscano-Ruffilli, lic.oec.,**

dipl. Hdl. HSG

Team Mikrop AG

Business Case for «Polymer Micro Optics»

Mikrop AG, Wittenbach
Chris Jung, Development Engineer Optical
Systems (Project Manager)

OST – Eastern Switzerland University of Applied
Sciences

Jessica Parrinello, Robert Morris University, USA,
Project Leader

Susan Stark, OST, Switzerland, Project Leader

Luc Cavelti, OST, Switzerland

Théo Joonneekindt, BBA Inseec, Lyon, France

Florentine Kootstra, Hanze University
of Applied Sciences, The Netherlands

Jonas Spiess, OST, Switzerland

Man Lin (Ella) Wang, Jiangxi University of Finance
and Economics, China

OST-Coach: **Claudia Brönimann, MSc in Business
Administration**

Geforscht und gewonnen

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



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

Consulting Project USA Market Research
for Geberit North America

Project Team (f. l. t. r.) in front **Dalton Faith**, Robert Morris University, USA, Project Leader; **Kristina Parsons**, Robert Morris University, USA; **Abigail Watkins**, Robert Morris University, USA; behind **Nadine Mächler**, OST, Switzerland; **Gian Wyss**, OST, Switzerland; **Jan Wiggenhauser**, OST, Switzerland, Project Leader

«Flushing out» the Opportunities: A North American Market Entry Strategy

Geberit North America wants to enter the rapidly growing North American factory-built construction market with its concealed installation systems for wall-hung toilets. In order to create an extensive marketing plan, the factory-built construction market and its key elements had to be thoroughly analyzed.

Proceeding

The first phase of the four-phase project plan revolved around defining objectives. Phase two was dedicated to examining the target markets and customer segments in the top U.S. states & Canadian provinces for concealed installation systems. The team conducted a total of 36 expert interviews and received 325 consumer survey responses. Phase three was devoted to scanning the environment of Geberit and the factory-built market. In phase four, the team created recommendations based on the previous findings of all prior phases.

Results

Based on primary research, the team identified three target markets within the factory-built industry. Afterwards, a marketing plan was established to target these markets. For product, the team proposed implementing a new brand to target certain markets individually and differentiate Geberit's variety of concealed installation systems. For price, the team proposed to establish new pricing strategies for both brands. For place, the team recommended adding new distribution channels to existing ones. Finally, for promotion, the team proposed a variety of new promotional tools to target the key decision makers in the relevant customer segments within the factory-built industry.

ost.ch/praxisprojekte-wi

Geberit North America, Chicago

Geberit was founded in Rapperswil, St. Gallen, in 1874 by Caspar Melchior Geberit. Geberit successfully operates in the market for installation & flushing systems, piping systems as well as bathroom systems. The North American presence was established over 40 years ago. In 2002, Geberit acquired the Chicago Faucets Company, thus increasing its presence in the North American market for sanitary products.



Client
**Geberit North America,
Des Plaines, USA**
Ronn W. Jefferson,
Product Manager
www.geberit.us

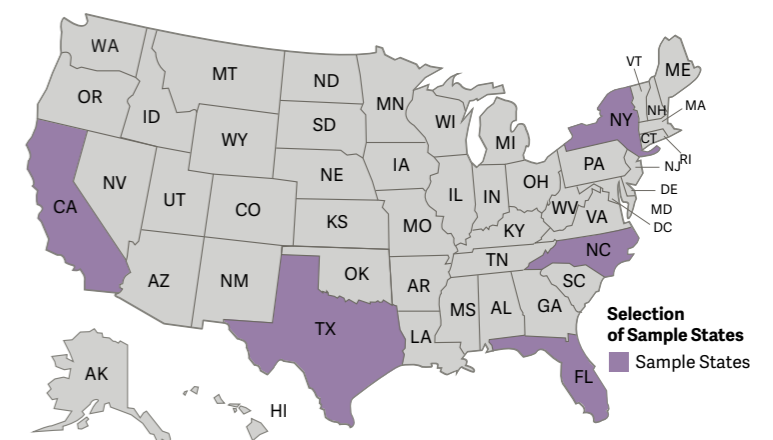
From the first introductory meeting until the delivery of recommendations, the students treated this opportunity as carefully as if it were their own business. In the end, they gave our team much to think about – by introducing new possibilities and perhaps more importantly by forcing us to reevaluate existing beliefs. This is exactly what market research should do! I look forward to sharing the progress of the market approach with the students in a few months from now.



OST-Coach: **Prof. Dr. Franziska Weis**
RMU-Coach: **Jill A. Kurp, Ph.D.**



We very much enjoyed working with the team as they were going the extra mile to come up with sound recommendations for the client. Based on extensive primary research from expert interviews as well as from a consumer survey they created a well-grounded data-driven marketing plan for a North American market entry strategy.



Top US States
Source: own illustration



Geberit AquaClean Dusch-WC: Das neue Selbstverständnis im Badezimmer

Die Marktdurchdringung mit installierten Dusch-WCs ist in der Schweiz noch relativ tief. Für das Projektteam galt es zu evaluieren, warum sich die hohe Bekanntheit des Dusch-WCs nicht in den Verkaufszahlen niederschlägt und welche Massnahmen zu ergreifen sind, damit das Dusch-WC in der Schweiz zum Standardprodukt wird, wie dies in Japan der Fall ist.

Methodik

Die Projektgruppe führte sowohl qualitative Experteninterviews als auch quantitative Umfragen bei verschiedenen Zielgruppen durch. Insgesamt befragte die Projektgruppe telefonisch 214 potenzielle Kundinnen und Kunden. Zusätzlich wurden rund 80 externe Beeinflusser wie Sanitärfachleute, Architekturbüros und Hotelfachleute telefonisch interviewt. Um Unterschiede im Nutzungs- und Kaufverhalten für Dusch-WCs im Vergleich zu Japan zu ermitteln, befragte die Projektgruppe zwei Experten der Japanologie und sieben japanische Studierende. Anschliessend wurden die Antworten mittels statistischer Verfahren analysiert. Die Ergebnisse der Marktforschung bildeten die Grundlage für die Entwicklung von Massnahmenideen.

Ergebnisse

Die Projektgruppe wertete die Ergebnisse entlang der Customer Journey aus (siehe Abbildung). Obwohl die Firma Geberit eine sehr hohe Bekanntheit genießt, stellte sich heraus, dass diese für das Produkt AquaClean eher bescheiden ausfällt. Im zweiten Themenbereich der Customer Journey (Information & Wissen) wurde ersichtlich, dass vor allem bei der Altersklasse der 20- bis 45-Jährigen eine Informationslücke bezüglich Dusch-WCs besteht. Auf die Frage, was der Grund sein könnte, warum das Dusch-WC in der Schweiz noch nicht Standard ist, wurde von sämtlichen befragten Zielgruppen der hohe Preis genannt. Die Massnahmenideen wurden nach Absprache mit der Kundschaft in den Themenbereichen Bekanntheit sowie Information und Wissen angesetzt. Massnahme eins empfiehlt der Kundschaft, die Marketingbotschaft zu präzisieren, um die Bekanntheit des Produktes zu steigern. Die zweite Massnahme ist die Vermeidung des Luxus-Touches, um das Dusch-WC als Standardprodukt etablieren zu können. Als dritten Ansatz empfiehlt die Projektgruppe, die Social-Media-Werbung unter Berücksichtigung der Massnahme zwei zu verstärken, um die jüngeren Zielgruppen zu erreichen.

ost.ch/praxisprojekte-wi

Geberit Vertriebs AG, Jona

Die Geberit Gruppe ist europäischer Marktführer für Sanitärprodukte, beschäftigt rund 12'000 Mitarbeitende in 50 Ländern und hat weltweit 29 Produktionswerke. Die Geberit Vertriebs AG hat ihren Hauptsitz in Jona. Das Unternehmen ist seit über 40 Jahren auf dem Markt für Dusch-WCs tätig. Im Jahr 2009 erweiterte Geberit diese Produktlinie neu mit dem Namen Geberit AquaClean.



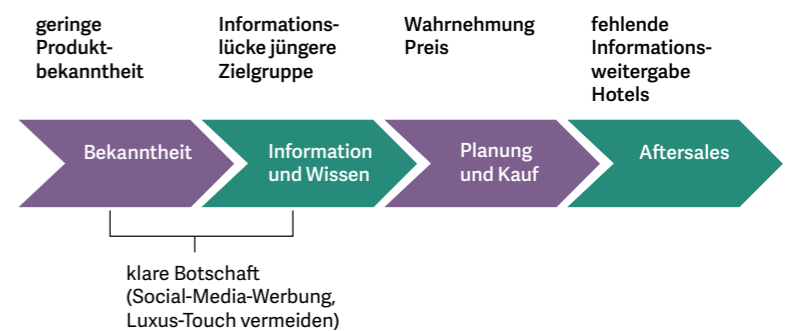
Kundschaft
Geberit Vertriebs AG, Jona
Beat Aebi, Leiter Marketing und Produktmanagement
www.geberit.ch

Mit dem Praxisprojekt konnten viele Annahmen und Vermutungen bestätigt werden. Es ist wichtig, dass man ausgetretene Pfade verlässt und sich auf neue Ansätze und Denkmuster einlässt. Diesbezüglich ging das Projektteam völlig vorurteilsfrei an die Arbeit. Die Zusammenarbeit war sehr erfrischend und inspirierend. Das Projektteam hat uns realistische und praxisnahe Ideen aufgezeigt, die sich auch umsetzen lassen.



Coach
OST – Ostschweizer Fachhochschule
Rosella Toscano-Ruffilli, lic.oec., dipl. Hdl. HSG

Motiviert, engagiert und kreativ ist die Gruppe der Frage nachgegangen, weshalb das Dusch-WC in der Schweiz noch kein Standard ist. Alle relevanten Zielgruppen, vom Sanitärinstallateur über den Architekten bis zum potentiellen Benutzer, wurden in die umfangreiche Marktforschung einbezogen, um eine ganzheitliche Sicht auf die Fragestellung zu erhalten. Die entwickelten Massnahmen sind zielführend und direkt umsetzbar.



Ergebnisse entlang der Customer Journey
Quelle: eigene Darstellung

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

Praxisprojekt Marktforschung
für die Geberit Vertriebs AG

Projektteam (v. l. n. r.) hinten **Lea Bischofberger**, Herisau; **Nando Lüchinger**, Montlingen;
Melissa Weibel, Gossau SG; **Dogus Akdoganbulut**, St.Gallen, Projektleiter; vorne **Larissa Keel**,
Montlingen



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

Consulting Project International Market Research
for Mikrop AG

Project Team (f. l. t. r.) in front **Théo Joonekindt**, BBA Insec Lyon, France; **Susan Stark**, OST, Switzerland, Project Leader; behind **Florentine Kootstra**, Hanze University of Applied Sciences, The Netherlands; **Jonas Spiess**, OST, Switzerland; **Luc Cavelti**, OST, Switzerland, **Jessica Parrinello**, Robert Morris University, USA, Project Leader (not pictured); **Man Lin (Ella) Wang**, Jiangxi University of Finance and Economics, China (not pictured)

Business Case for «Polymer Micro Optics»

Due to the disposable endoscope trend, Mikrop AG is investigating the global polymer micro optic market. Therefore, they assigned an international project team of students from the USA, China and Europe to elaborate a business case for this new market idea as a base for an upcoming management decision.

Proceeding

To evaluate the new market, the team started by using the business case methodology, including product benefits, market analysis, financial case as well as a risk analysis. The project team gathered relevant information through primary and secondary research. Primary research was conducted through 14 expert interviews with manufacturers of micro optics and endoscopes, users of disposable endoscopes (hospitals) and researchers of well known institutes. The secondary research is based on a vast collection from research papers, market reports and official websites. Based on the findings, strategic recommendations were aggregated.

Results

The product comparison of single-use and disposable endoscope shows that in some field of applications the benefits of single use endoscopes are superior to the benefits of reusable endoscopes (scores 7.7 vs 7.35). One main criterion for this comparison is the amount of procedures. That means, from a certain number on, the reusable applications are financially more advantageous. In addition, the market analysis reveals that the market share of single use is in the single digits today, but shows a higher growth rate compared to the reusable endoscopes. As an on the top goal the team identified three additional and promising market segments outside the medical field for polymer micro optics. The illustration below demonstrates some components of the business case. Based on that broad analysis the team elaborated concrete recommendations for Mikrop AG how to deal with this new market.

ost.ch/praxisprojekte-wi

Mikrop AG, Wittenbach

Mikrop AG is a leading producer of high-quality glass micro optics. The company sells spherical lenses, optical assemblies, and micro-objectives to customer specification. Products range from 0.3 mm to 15 mm in size and are used in automotive, industrial solutions, and endoscopy, both medical and technical. Mikrop was founded in 1981 and became a subsidiary of INDUS Holding AG, in 2000.



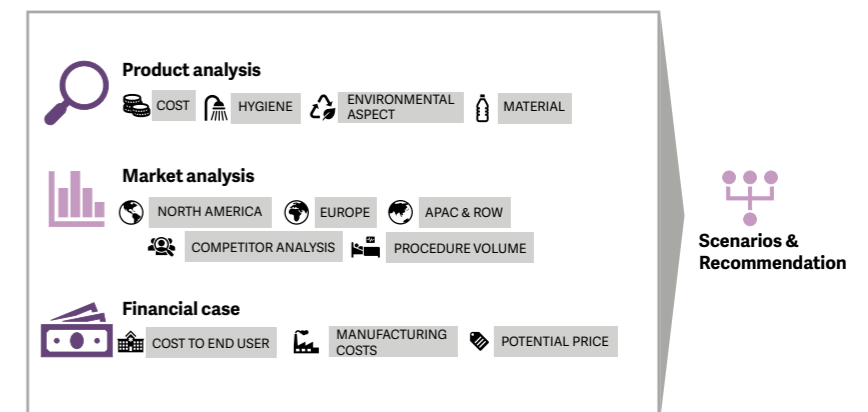
Client
Mikrop AG, Wittenbach
Chris Jung, Development Engineer
Optical Systems (Project Manager)
www.mikrop.ch

Despite the coronavirus situation in 2020 working with the team was a real success for Mikrop AG. The students became acquainted with the topic really fast and delivered high quality results. The information supplied by the team provides the basis for a continuous development of our business. We thank them for the excellent cooperation and wish them all the best for the future.



Coach
OST – Eastern Switzerland University of Applied Sciences
Claudia Brönimann,
MSc in Business Administration

It has been a pleasure to support this international and highly motivated team on its way to growth and gain beneficial results for the customer. The team provided valuable insights into a new market. The well founded analysis and the meaningful recommendations support the client's business decision. The task at hand was demanding, the client very supportive and the result simply relevant.



Business Case Components
Source: own illustration

Nominierte Praxisprojekt-Teams in Managementkonzeption



Konzipiert und gewonnen

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

Team Bühler AG

Vision 2025 – (Re-)Positioning the
Milling Solution Training Centre
Bühler AG, Uzwil
Georg Schafler, Head of WR Technology

OST – Eastern Switzerland University of Applied
Sciences

Joel Untersander, OST, Switzerland, Project Leader
Michelle Alpert, OST, Switzerland
Pascal Bont, OST, Switzerland
Sarina Büsser, OST, Switzerland
Tiago Douwens de Paula, Nova SBE, Portugal
Maria Sequeira Taborda Freixa, Nova SBE, Portugal
OST-Coach: **Dr. Ronald Ivancic**

Team Fensterinform GmbH

Planung einer nachhaltigen Unternehmensnachfolge
mit Fokus auf die Unternehmensbewertung
Fensterinform GmbH, Siegershausen
Josef Knill, Inhaber und Geschäftsführer

OST – Ostschweizer Fachhochschule

Eva Fasel, Vaduz FL, Projektleiterin
Luisa Oppmann, Gossau SG
Ines Schuler, Diepoldsau
Kay Schwägler, St.Gallen
Sarah Weibel, Bischofszell
OST-Coach: **Pascal Bechtiger, M.A. HSG**

Team prodartis AG

Entwicklung eines neuen Geschäftsmodells
für die additive Fertigung
prodartis AG, Appenzell
Ralf Schindel, Geschäftsführer

OST – Ostschweizer Fachhochschule

Ivan Mihajlovic, Wittenbach, Projektleiter
Dominic Günthert, St.Gallen
Andjela Jovanovic, Wil
Bojan Pancika, Salmsach
Sereina Tobler, Wittenbach
OST-Coach: **Dr. Karl Neumüller**



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
nominated

Consulting Project International Management Design
for Bühler AG

Project Team (f. l. t. r.) in front **Maria Sequeira Taborda Freixa**, Nova SBE, Portugal;
Tiago Douwens de Paula, Nova SBE, Portugal; **Michelle Alpert**, OST, Switzerland; behind
Joel Untersander, OST, Switzerland, Project Leader; **Pascal Bont**, OST, Switzerland;
Sarina Büsser, OST, Switzerland

Vision 2025 – (Re-)Positioning the Milling Solution Training Centre

The project aimed to align the Milling Solutions Training Center (MSTC) with the African Milling School (AMS). New possibilities such as blended learning should be examined more closely and checked for their suitability to be introduced in the courses. The main goal was to develop a Vision 2025 to (Re-)Position MSTC so as to better serve customers.

Proceeding

To become familiar with the milling industry, the project team gained a fundamental know-ledge of it through secondary research. In order to establish an ideal positioning, the current positioning of AMS and MSTC were analysed. Therefore, 62 interviews, amongst which were employees, customers and experts, were conducted. Moreover, benchmarking analyses were carried out in order to find out how partners or competitors run their courses.

Results

Resulting from the analysis, it is recommended that Bühler establish an umbrella company: Bühler Milling Solution Academy (BMSA). This would enable Bühler to efficiently manage the collaboration between all Bühler milling training centers. Furthermore, based on the findings, a Vision 2025 was created, and a new training concept was developed. The new training concept is based on a blended-learning approach and includes various teaching methods in order to offer added value to customers. The preparation, execution and follow-up phase, and new recommended technologies such as adaptive e-learning and live-online-training, will support customers in their learning process. In addition, a new promotional strategy and pricing system were created. The «proposed discount system and customer loyalty program, called «Wheat Kernel», is designed to increase the number of new customers and the rate of returning customers who attend further courses at the BMSA.

ost.ch/praxisprojekte-wi

Bühler Milling Solutions Training Center, Uzwil
MSTC is committed to educating millers in order for them to use their milling machines in the most efficient way. Only well-trained staff will get the maximum out of their equipment. In 2018, four instructors trained approximately 500 customers on weekly courses. Courses take place at the training center, at customer's mills, or in seminar hotels.



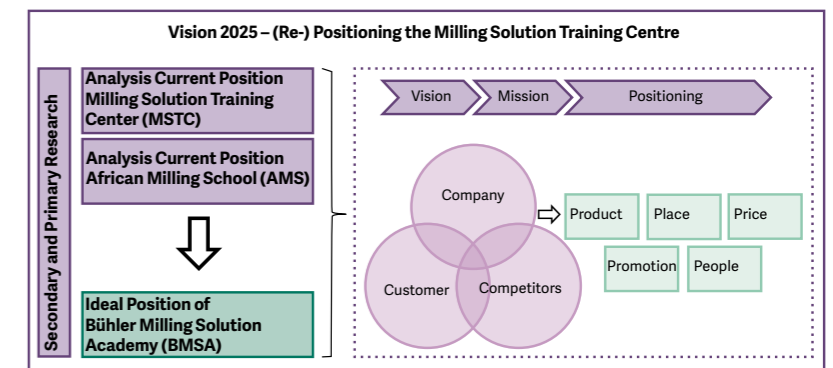
Client
Bühler AG, Uzwil
Georg Schafler,
Head of WR Technology
www.buhlergroup.com

With the student consulting project for the Training Center in Uzwil, the next developmental steps for the upcoming five years were elaborated upon. The survey and evaluation of the current situation have clearly shown areas of potential for improving our services. Besides, the advantages and use of new teaching methods were highlighted. The proposals and conclusions of the project group have exceeded our expectations.



Coach
OST – Eastern Switzerland University of Applied Sciences
Dr. Ronald Ivancic

On the basis of well-founded analyses, the project team has succeeded in developing a target-oriented Vision 2025, including a promising repositioning of the MSTC/BMSA. The further developed training concept, as well as the marketing mix, seem to be suitable to ensure further success.



Approach to analyse the MSTC and AMS
Source: own illustration

Planung einer nachhaltigen Unternehmensnachfolge mit Fokus auf die Unternehmensbewertung

Josef Knill ist Alleininhaber und Geschäftsführer der Fensterinform GmbH. Da keine familiäre Übergabe möglich ist, wurde die Projektgruppe beauftragt, unterschiedliche Gestaltungsdimensionen der Unternehmensnachfolge zu prüfen und die Transaktionskosten anhand von verschiedenen Bewertungsmethoden zu ermitteln.

Fensterinform GmbH, Siegershausen
Die Fensterinform GmbH wurde 2004 von Josef Knill gegründet, beschäftigt acht Mitarbeitende und ist schweizweit im Dienstleistungssektor Bau mit Fachgebiet Fenster und Fassaden tätig. Das Unternehmen unterstützt seine Kundschaft in den Bereichen Beratung, Planung, Gutachten und Ausbildung.



Kundschaft
Fensterinform GmbH,
Siegershausen
Josef Knill, Inhaber und
Geschäftsführer
www.fensterinform.ch

Dem Projektteam ist es gelungen, die komplizierte Aufgabenstellung präzise und differenziert zu bearbeiten. Die Analyse sowie die Erkenntnisse und Schlussfolgerungen sind in hoher Qualität vorliegend und zeugen von grossem Engagement. Die sorgfältig erzeugten Dokumente zeigen allen Beteiligten eine vertiefte Darstellung der Gesamtsituation auf und bilden das Fundament für differenzierte Beteiligungs- und Führungsszenarien. Herzlichen Dank!



Coach
OST – Ostschweizer Fachhochschule
Pascal Bechtiger, M.A. HSG

Dem leistungsstarken Projektteam ist es gelungen, Struktur in die komplexe und vielschichtige Welt der Unternehmensnachfolge zu bringen. Objektivierete Szenarioanalysen, ein eigens entwickeltes Simulationstool, fundierte Handlungsempfehlungen und ein konkreter Umsetzungsplan bieten einen substanziellen Beitrag für eine erfolgreiche Nachfolgeregelung.

Methodik

Grundlage dieses Projekts bildet das Themenrad des St. Galler Nachfolgemodells nach Halter & Schröder. In einem ersten Schritt wird der Klärungsbedarf in den einzelnen Gestaltungsdimensionen aufgezeigt und die Nachfolgeoptionen sowie das Übertragungsobjekt festgestellt. Anschliessend hat die Projektgruppe die Transaktionskosten anhand verschiedener Unternehmensbewertungsmethoden ermittelt. Zur Objektivierung dieser Werte wurden eine Szenario- und Sensitivitätsanalyse durchgeführt. Die Erkenntnisse sind in Form von Handlungsempfehlungen aufgezeigt und in einem Umsetzungsplan festgehalten.

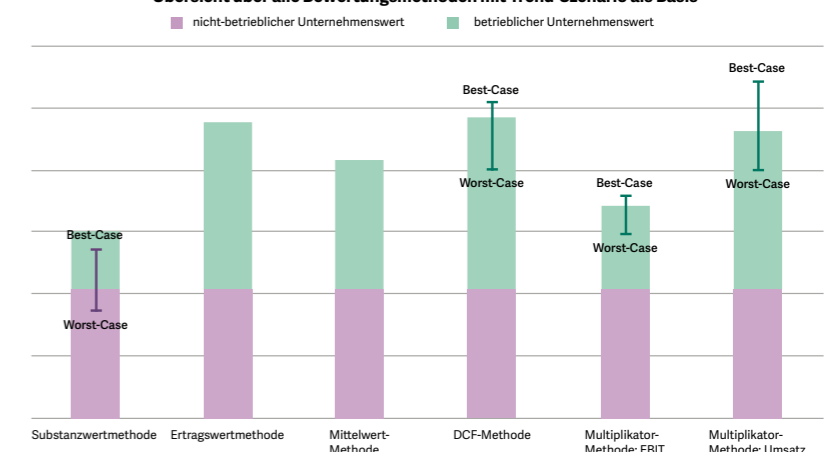
Ergebnisse

Innerhalb der Gestaltungsdimensionen ergibt sich Klärungsbedarf zwischen Käufer- und Verkäuferseite. Es sollte definiert werden, ob das Unternehmen mit oder ohne nicht-betrieblicher Vermögenswerte übernommen wird und ob die strategische, operative und finanzielle Übergabe gleichzeitig oder zeitversetzt erfolgt. Die Szenario- und Sensitivitätsanalyse verdeutlichen, dass sich die Unternehmenswerte in einer grossen Bandbreite bewegen. Daher ist es wichtig, dass beide Parteien im Nachfolgeprozess das von der Projektgruppe erstellte automatisierte Excel-Simulationstool verwenden, um zusammen einen objektiven und realitätsnahen Kaufpreis zu bestimmen.

Die Projektgruppe empfiehlt, die GmbH in Form eines Management-Buy-Outs mit kombinierter Finanzierung in einem Zeithorizont von fünf Jahren schrittweise zu übergeben. Darüber hinaus sind eine professionelle Liegenschaftsbewertung, das Beiziehen eines Steuerexperten und das Einholen eines Steuerrulings empfehlenswert.

ost.ch/praxisprojekte-mi

Übersicht über alle Bewertungsmethoden mit Trend-Szenario als Basis



Darstellung der Unternehmenswertbandbreiten mit dem Trend-Szenario als Basis. Quelle: eigene Darstellung



Praxisprojekt Managementkonzeption
für die Fensterinform GmbH

Projektteam (v. l. n. r.) hinten Sarah Weibel, Bischofszell; Kay Schwägler, St.Gallen; Eva Fasel, Vaduz FL, Projektleiterin; vorne Luisa Oppmann, Gossau SG; Ines Schuler, Diepoldsau



Praxisprojekt Managementkonzeption
für die prodartis AG

Projektteam (v. l. n. r.) hinten **Dominic Günthert**, St.Gallen; **Sereina Tobler**, Wittenbach; **Andjela Jovanovic**, Wil; vorne **Bojan Pancika**, Salsmach; **Ivan Mihajlovic**, Wittenbach, Projektleiter

Entwicklung eines neuen Geschäftsmodells für die additive Fertigung

Die prodartis AG stellt verschiedenste Bauteile mithilfe der additiven Fertigung her. Die Aufgabe der Projektgruppe war es, neue potenzielle Geschäftsfelder für die additive Fertigung zu identifizieren. Für das erfolversprechendste Geschäftsfeld wurde ein Geschäftsmodell entwickelt, um die Produkt- und Dienstleistungspalette der prodartis AG zu erweitern.

Methodik

In einem ersten Schritt erarbeitete die Projektgruppe eine Übersicht über die Marktsituation sowie eine Trendanalyse im Bereich additiver Fertigung von Kunststoffbauteilen. Im Anschluss eruierte das Projektteam potenzielle Geschäftsfelder. Die möglichen Geschäftsfelder wurden mittels Grobkriterien auf diejenigen drei Geschäftsfelder eingegrenzt, die das grösste Erfolgspotenzial aufwiesen. Für diese drei Geschäftsfelder wurde jeweils eine detaillierte Markt- und Wettbewerbssituation erstellt, um das Erfolgspotenzial mittels einer Nutzwertanalyse zu quantifizieren. Für das erfolversprechendste Geschäftsfeld wurde ein ausführliches Geschäftsmodell anhand des Business Model Canvas entwickelt.

Ergebnisse

Mit der Trendanalyse wurde klar, dass der industrielle 3D-Druck ein Wachstumsmarkt mit riesigem Potenzial ist (siehe Grafik) und dies branchenübergreifend. Dementsprechend wurden diverse Branchen analysiert, wie z.B. Aerospace, Automotive, Architektur, Automation und Robotik, Defense, Elektronik, Möbel, Spielzeug, Health mit z.B. Bioprinting und andere. Aus der Analyse der 13 identifizierten Geschäftsfelder wurden über eine Nutzwertanalyse die drei für prodartis erfolversprechendsten Geschäftsfelder in Bezug auf das Marktpotential, die Umsetzbarkeit und die Finanzierung definiert. Aus Geheimhaltungsgründen können diese drei Geschäftsfelder nicht näher beschrieben werden – dazu sagt Ralf Schindel nur soviel: «Es war toll mitzuerleben, wie strukturiert vorgegangen, aber auch über den Hag geschaut wurde, dabei aber nie die Bodenhaftung verloren ging und dass das Resultat heute die Basis für unsere weitere Entscheidungsarbeit bildet.»

ost.ch/praxisprojekte-wj

prodartis AG, Appenzell

Die prodartis AG fertigt Kunststoffbauteile in kleinen bis mittelgrossen Serien in spritzgussnaher Qualität und ist führender Hersteller in der additiven Fertigung. Die einzelnen Bauteile werden mittels der additiven Fertigungstechnologien Selective Laser Sintering und Multi Jet Fusions hergestellt, was production-on-demand mit komplexer Formkonstruktion in kurzer Zeit erlaubt.



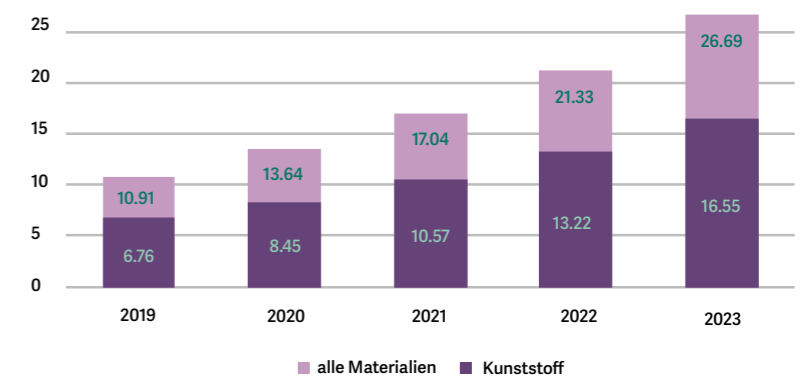
Kundschaft
prodartis AG, Appenzell
Ralf Schindel, Geschäftsführer
www.prodartis.ch

Das sehr dynamische und diverse Marktumfeld der additiven Fertigung war eine grosse Herausforderung. Das Team verstand es aber, den Ist-Zustand der prodartis AG richtig zu analysieren und lieferte mit den Resultaten eine direkt verwendbare Basis für weitere strategische Überlegungen und Geschäftsfeldentwicklungen. Merci für die intensive und frische Zusammenarbeit mit Mehrwert!



Coach
OST – Ostschweizer Fachhochschule
Dr. Karl Neumüller

Der Werkplatz Schweiz hat Zukunft. Innovativer 3D-Druck leistet einen wertvollen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Schweiz. Mit der Projektarbeit hat das Team zielgerichtet neue Geschäftsfelder für die prodartis AG identifiziert, analysiert und bewertet. Anschliessend wurde für das erfolversprechendste Geschäftsfeld das korrespondierende Geschäftsmodell erarbeitet. Das ausserordentliche Engagement der Studierenden führte zu diesem überzeugenden Ergebnis.



Prognostizierter weltweiter Umsatz im AM-Markt 2019 – 2023 in Mia. CHF.
Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an EY, 2019, S. 58.



«In Praxisprojekten lernen die Studierenden Herangehensweisen und Methoden, wie wir sie im Unterricht nie vermitteln könnten. Meine Rolle als Coach begreife ich als Wegbereiterin.»

Dr. Nicole Bischof, Dozentin und Projektcoach,
OST – Ostschweizer Fachhochschule

Die Praxisprojekte

Ein schweizweit einzigartiges Lehr- und Lernmodell

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

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

Die Praxisprojekte sind:

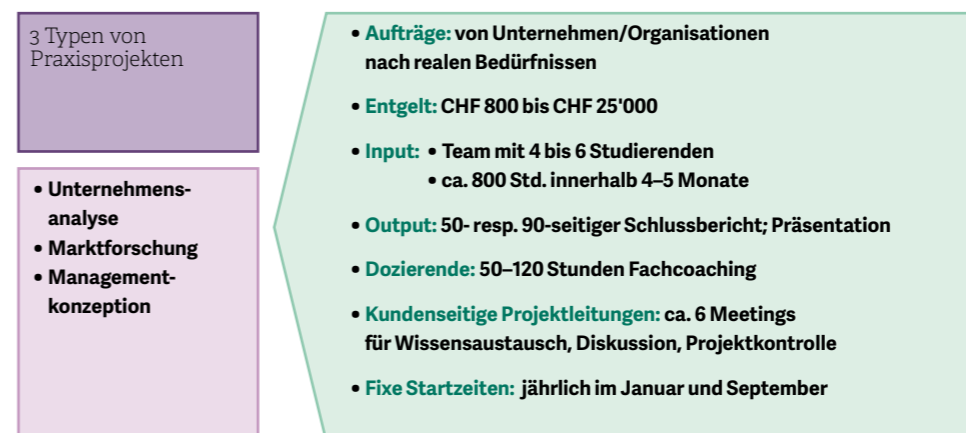
- wissenschaftlich fundiert
- methodisch basiert
- direkt und praktisch umsetzbar
- kooperativ und motiviert mit der Kundschaft erarbeitet

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.

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



Grundlegende Elemente der Praxisprojekte



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.

Praxisprojekt-Angebot					
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					
PPR2 DACH	4-6 Studierende	Januar – Juni	ca. 800 Stunden 50 Stunden Coach	4. VZ	CHF 8'500 + Spesen ca. CHF 1'500
PPBB DACH	4-6 Studierende	Februar – Dezember	ca. 1000 Stunden 60 Stunden Coach	4. & 5. BB	CHF 8'500 + Spesen ca. CHF 1'500
Managementkonzeption					
PPR3 DACH	4-6 Studierende	Januar – Juni	ca. 800 Stunden 50 Stunden Coach	6. VZ 8. BB	CHF 8'500 + Spesen ca. CHF 1'500
Internationale Märkte – Marktforschung und/oder Managementkonzeption					
CPIM International	4-6 Studierende ca. 3 OST, 3 Exchange	Februar – Juni und September – Januar	ca. 800 Stunden 70 Stunden Coach	5./6. VZ	CHF 7'500 + Spesen ca. CHF 1'500
JUSP USA	6 Studierende 3 USA, 3 OST	Januar – April	ca. 1000 Stunden 120 Stunden Coach	6. VZ 8. BB	ca. CHF 20'000 inkl. Spesen gemäss Budget
JCSP China	6 Studierende 3 China, 3 OST	Februar – August	ca. 1000 Stunden 120 Stunden Coach	6. VZ 8. BB	CHF 25'000 inkl. Spe- sen gemäss Budget
Bachelor Thesis					
BATH	1 Studierende/r	Oktober – Juli (gemäss flexiblerer Zeitplanung)	ca. 270 Stunden 22 Stunden Referent	6. VZ 8. BB	CHF 800 + Spesen ca. CHF 200

BB = berufsbegleitende Studierende, VZ = Vollzeit Studierende

Die wichtigsten Projektschritte

Projektinitiierung	<ul style="list-style-type: none"> • Persönliches Vorgespräch zwischen WTT 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 OST-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 ost.ch/praxisprojekte-wi

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 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 «International Student Consulting Projects» durch, in denen OST-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 OST-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), OST 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/OST
Workload	approx. 800 hours by student team, approx. 70 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

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 OST Eastern Switzerland University of Applied Sciences. 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 OST 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.

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

Joint Chinese Swiss Program (JCSP)	
Size of team	6 students • 3 from China/SHU • 3 from Switzerland/OST
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



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

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, 直接适用的一一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。

OST是瑞士东部的一所公立大学, 为经济、技术和社会发展提供新的理念。创新、质量和活力塑造了这所大学, 使其在瑞士教育领域中处于杰出地位。OST及其WTT知识转移中心以其业务导向的方法而闻名, 每年由学生为瑞士和国外的公司提供250个咨询项目。

Joint US Swiss Program (JUSP)

The Joint US Swiss Program (JUSP) is a cooperation between the Robert Morris University (RMU) in Pittsburgh, USA, and OST Eastern Switzerland University of Applied Sciences. 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 OST 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.

OST 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. OST 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



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

Joint US Swiss Program (JUSP)	
Size of team	6 students • 3 from USA/RMU • 3 from Switzerland/OST
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 academe schools. The School of Business offers undergraduate and graduate degree programs which are AACSB accredited.

OST – Eastern Switzerland University of Applied Sciences

OST – Eastern Switzerland is a public University 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. OST and its Knowledge Transfer Unit WTT are well known for their business oriented approach of 250 yearly consulting projects by students for companies in Switzerland and abroad.



«Durchdacht, interaktiv und professionell: Das Praxisprojekt ist ein Benefit für die strategische Unternehmensplanung – ein Win-Win für uns und die klugen Köpfe an der OST.»

Josef Knill, Inhaber und Geschäftsführer,
Fensterinform GmbH, Siegershausen

Die Unternehmensanalyse

Eine fundierte Gesamtsicht

Diese Unternehmen forderten 2020 ein Gutachten an, um zu erfahren, wie fit sie sind. Nach sorgfältiger Analyse zeigten die Projektteams auf, wie strategische Stossrichtungen operativ umgesetzt werden können.

ADAG  PRINT

ADAG Copy + Druck AG,
St.Gallen

Bénédict
Erfolg ist lernbar

Bénédict Schule, St.Gallen

contoweb

contoweb AG, Tübach

echt.

Echt AG, St.Gallen

fensterinform.ch
planung, expertisen, beratung, ausbildung, brandschutz

Fensterinform GmbH,
Siegershausen

HSP  CONSULTING

HSP Consulting AG, St.Gallen

KEMPTER+PARTNER
Ingenieurbüro für Energie- und Gebäudetechnik

Kempter & Partner AG, St.Gallen



LIECHTENSTEINISCHES ROTES KREUZ
Menschen. Retten. Leben.

Liechtensteinisches
Rotes Kreuz, Vaduz FL

Max Schetter AG
für Wasser und Wärme 

Max Schetter AG, Wittenbach

RE/MAX

RE/MAX Elite, Wil SG

saccus

Saccus GmbH, Gossau SG

Ihr Comestibles-Spezialist
Zahner
Fischhandel AG 

Zahner Fischhandel AG,
Gommiswald

Die Marktforschung

Umfangreiche Analysen

Diese Unternehmen erhielten 2020 fundierte Analysen über ihre Produkte, Dienstleistungen, Trends und Kunden.



Alpha Solutions AG, St.Gallen
Kundenorientiertes Website-Marketing



Gasversorgung Romanshorn AG, Romanshorn
Kundenbedürfnisse von morgen als Erfolgsfaktor im liberalen Gasmarkt



Geberit Vertriebs AG, Jona
Geberit AquaClean Dusch-WC: Das neue Selbstverständnis im Badezimmer



Alpinamed AG, Freidorf TG
Online Kommunikationskonzept



altrimo treuhand group ag, Appenzell
Digitalisierung von Geschäftsprozessen im Treuhandbereich



Büchler Reinli + Spitzli AG, Flawil
Evaluation einer ERP-Lösung



Grundbuch- und Notariatsinspektorat des Kantons Thurgau, Frauenfeld
Mit neuen Erkenntnissen in eine kundenorientierte Zukunft



IHK St.Gallen-Appenzel, St.Gallen
Innovation durch Wissenstransfer



Inauen & Inauen AG, Steckborn
Kommunale Umsetzung der Behindertengleichstellung im öffentlichen Nahverkehr



Energieagentur St.Gallen GmbH, St.Gallen
Optimierung und Verbreitung des Wärmepumpen-Cockpits



Federtechnik Kaltbrunn AG, Kaltbrunn
Analyse und Optimierung der innerbetrieblichen Logistikprozesse



Fensterinform GmbH, Siegershausen
Planung einer nachhaltigen Unternehmensnachfolge mit Fokus auf die Unternehmensbewertung



InvaTrans GmbH, St.Gallen
Die Übersetzungsbranche im digitalen Zeitalter



Leica Geosystems AG, Heerbrugg
Employer of Choice: Erfolgsfaktoren für die Gewinnung von Fachkräften



obvita Marketing und Fundraising, St.Gallen
Bekanntheits- & Imageanalyse im Mehrjahresvergleich



OST – Ostschweizer Fachhochschule, St.Gallen
Vermarktungskonzept für Autorinnen und Autoren im Hochschulumfang



Finanz-Logistik AG, St.Gallen
Konzeption einer innovativen Mobile Payment-App mit Schwerpunkt digitale Gemeinschaftskasse



Gemeindeverwaltung Flawil, Flawil
Konzept zur Reduktion der Sozialhilfequote



RT Verwaltungs AG, Lüchingen
Digitalisierung in der Immobilienbranche – Eine Notwendigkeit zur Wettbewerbssicherung?



Stadtverwaltung Romanshorn, Romanshorn
Analyse der Bedürfnisse potenzieller neuer Einwohner



Verein Forum Kultur, Zürich
Usability und Relevanz von www.kulturzürich.ch



Genossenschaft Migros Ostschweiz, Gossau
Bedürfnisgerechter Parkingprozess im Lebensmitteleinzelhandel



Glariform AG, Näfels
Einführung von Prozessmanagement



Lungenliga Thurgau, Weinfelden
Wie innovative Dienstleistungen zu neuen Einnahmequellen führen



Volksschulgemeinde Amriswil, Amriswil
ICT Neuorganisation



Volksschulgemeinde Amriswil, Amriswil
ICT Neuorganisation



Verein Forum Kultur, Zürich
Usability und Relevanz von www.kulturzürich.ch



phytofox ag, Landschlacht TG
Markteintritt mit natürlichen Pflanzenstärkungsmitteln



prodartis AG, Appenzell
Entwicklung eines neuen Geschäftsmodells für die additive Fertigung



Raiffeisenbank Wil und Umgebung, Wil SG
Optimaler Mittel- und Ressourceneinsatz im Marketing einer Regionalbank



ServiceOcean AG, St.Gallen
Mehrwert von intelligenten Rückrufmanagementsystemen für Unternehmen



Smart Streaming Solutions Voicetra GmbH, Potsdam DE
Markteintrittsstrategie des digitalen Voice-Transmitters für Konferenzen/Kongresse



Spitalverbund Appenzell Ausserrhodan, Herisau
Zukünftige Patientenversorgung im Kanton Appenzell Ausserrhodan – Visionen!

Die internationalen Märkte

Expansion im Ausland

Diese Unternehmen interessierten sich im 2020 für internationale Märkte. Deshalb spannten OST- und ausländische Studierende zusammen.

BAUWERK® Parkett

Bauwerk Group, St. Margrethen
Flooring the right Footprint and Reclaiming Growth Prospects for BBG in China



F. Hoffmann-La Roche AG, Basel
The Future of Financial Insight Teams in a Millennial World



Leica Geosystems AG, Heerbrugg
Market Analysis «Digital Templating» in the Stone Industry



Varioprint AG, Heiden
Social Media Concept – Interacting with crucial Stakeholders in B2B



Bioforce AG, Roggwil TG
News solutions to convert Homepage Visitors to Consumers



Geberit North America, Des Plaines, USA
«Flushing out» the Opportunities: A North American Market Entry Strategy



Mikrop AG, Widnau
Business Case for Polymer Micro Optics



Wolf HVAC Systems (Shanghai) Co. Ltd., Shanghai, China
Improving the Air in China – A Market Analysis for Air Handling Units.



Bühler AG, Uzwil
Vision 2025 – (Re-)Positioning the Milling Solution Training Centre



Herrmann AG, Walzenhausen
Identifying New Customers and Building up a Sales Strategy



Varioprint AG, Heiden
Employer Branding Concept – from Attraction to Retention

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: bieten News und Emotionen

- 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 10'000 Franken.

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 Wissenstransferstelle.

Die Links zu unseren Netzwerken finden Sie auf der Einstiegsseite unserer Website: ost.ch/praxisprojekte-wi

Wir freuen uns auf Sie.

Wir danken den Community Sponsoren für die Unterstützung.



Die Drahtzieher in der WTT

Ein Team zwischen Auftraggebern, Coachs und Studierenden

Die Wissenstransferstelle sorgt jedes Jahr für die Akquisition von etwa 100 Team-Praxisprojekten und 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 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. Jährlich organisiert die WTT den WTT YOUNG LEADER AWARD, der die besten Praxisprojekt-Teams ehrt.

Das Team

Prof. Peter Müller
lic. rer. publ. HSG, Leiter WTT
peter.mueller@ost.ch

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

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

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

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

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

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



Kontakt

OST – Ostschweizer Fachhochschule
WTT Wissenstransferstelle
Rosenbergstrasse 59, Postfach
9001 St.Gallen, Switzerland

T +41 58 257 17 30

wtt-wi@ost.ch
ost.ch/praxisprojekte-wi

Impressum

Herausgeberin
OST
Ostschweizer Fachhochschule

Konzept und Layout
Marketing OST

Bilder
Roger Oberholzer, Fotografie Manufaktur,
fotografie-manufaktur.ch.

Lokalität
Startfeld in St.Gallen, startfeld.ch. Vielen Dank.

Druck
Schmid-Fehr AG, 9403 Goldach

Auflage
8000 Exemplare

Version
2020 | 01

Klimaneutraler Druck



OST
Ostschweizer Fachhochschule
Rosenbergstrasse 59, Postfach
9001 St.Gallen, Switzerland

T +41 58 257 14 00
info@ost.ch
ost.ch

