

Übersicht abgeschlossene Forschungsprojekte 2017-2022

(sortiert nach Endjahr)

Jahr bis Jahr	Name, Vorname	Titel Projekt <i>Kurzbeschreibung</i>	Publikationen
2021 – 2022	Möllene, Matthias; Ramseyer, Lorenz; Bethke, Pamela	Remote Work Konzepte <i>Die Kernidee des Projektes war es, Unternehmen, die bereits erfolgreich hybrid oder remote arbeiten, bezüglich Erfolgsfaktoren sowie Skills ihrer Mitarbeitenden zu untersuchen. Daraus wurden mit Hilfe von psychologischen Methoden und der Unterstützung von Machine Learning grundsätzlich zwei unterschiedliche Remote Work Readiness Assessment Sets entwickelt.</i>	HWZ Working Paper Serie
2021 – 2022	Savic, Aleksandar Sasha	Langlebigkeit als einflussreicher Faktor im stetigen Wandel der Arbeitswelt <i>Dieses Projekt hatte zum Ziel zu untersuchen, welches die möglichen Auswirkungen der Langlebigkeit auf die Gesellschaft, soziale Einrichtungen und die Arbeitswelt sind, und die damit verbundenen Entwicklungen und neuen Anforderungen an Arbeitnehmende zu eruieren.</i>	HWZ Working Paper Serie
2021 – 2022	Meier, Claude Xevelonakis, Evangelos	Automatization of the Sustainability Assessment Phase in Investment Funds through Text Mining <i>In diesem Projekt wurde mit einem Text Mining Ansatz geprüft, ob Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen automatisiert in adäquater Qualität beurteilt werden können. Im auftraggebenden Unternehmen wurde diese Arbeit aktuell von Hand, resp. auf rein qualitativer Basis vorgenommen. Der Text Mining Ansatz wurde entlang des sogenannten CRISP-Frameworks strukturiert. Das Projekt wurde abgeschlossen mit einem rudimentären Proof of Concept (PoC), wobei gezeigt werden konnte, das die angestrebte Automatisierung prinzipiell möglich ist.</i>	
2021 – 2022	Albrecht, Felix; Staudacher, Jörg; Loeb: externer Kooperationspartner	Digitalisierung persönlicher Verkauf <i>Die explorative Studie „Digitalisierung persönlicher Verkaufs“ hatte das Ziel, Klarheit darüber zu schaffen, ob Kunden; welche Art von Informationen; selbstständig, bei welchem Angebot; zu welchem Beratungszeitpunkt; in einem digitalen Device angeben, oder nicht. Darüber hinaus war es das Ziel zu verstehen, welche Infrastruktur im Schweizer Handel besteht bzw. welche Herausforderung die Anbindung einer möglichen zukünftigen technischen Lösung bedeutet. In Zusammenarbeit mit Loeb wurde eine quantitative Kundenbefragung durchgeführt sowie die IT-Landschaft im Bereich ERP, CRM, E-Commerce und Content-Management-System analysiert.</i>	

2021 – 2022	Xevelonakis, Evangelos	Cognitive Process Mining & Automation in CH Unternehmen <i>Das Projektziel war es, zu untersuchen, wie weit Process Mining bereits in Schweizer Unternehmen verbreitet ist und wo Schweizer Unternehmen ihre Prozesse mit der Hilfe von Process Mining optimieren und automatisieren können.</i>	Artikel am Erscheinen im Organisator
2019 – 2022	Kujala, Johanna; Sachs, Sybille; Leinonen, Heta; Heikkinen, Anna; Laude, Daniel	Stakeholder Engagement: Past, Present, and Future <i>Der Zweck dieses Projektes war es, das Konstrukt des Stakeholders Engagement zu klären, um das volle Potenzial der Stakeholder-Engagement-Forschung zu entfalten. Wir haben eine Literaturrecherche zu 90 Artikeln in führenden wissenschaftlichen Zeitschriften durchgeführt zum Stakeholder-Engagement in Wirtschaft und Gesellschaft, Management und Strategie sowie Literatur zum Umweltmanagement und zur Umweltpolitik. Wie haben moralische, strategische und pragmatische Komponenten von Stakeholder-Engagement sowie deren Ziele, Aktivitäten und Auswirkungen identifiziert. Darüber hinaus schlagen wir eine inklusive Stakeholder-Engagement-Definition vor und stellen einen Leitfaden zur Verfügung, der die zukünftige Forschung organisiert. Schließlich ergänzen wir das aktuelle Verständnis mit einer weitgehend übersehenen dunklen Seite des Stakeholder-Engagements.</i>	Artikel im Journal Business & Society
2020 – 2022	Jäggi, Andreas; Meier, Claude; Catherine Ammann (Accelerom AG) als Kooperationspartnerin	Relevanz der verschiedenen internen Kommunikations-Touchpoints zur effektiven Informationsversorgung der Mitarbeitenden <i>Diesem Forschungsprojekt liegt ein Modell zugrunde, das den aufeinander abgestimmten Dreiklang aus Zielgruppen, Kommunikationskanälen und Inhalten als Grundlage einer erfolgreichen Kommunikation postuliert. Ziel dieser Studie war die systematische und empirische Verknüpfung von diesen drei zentralen Elementen mittels Theorie, Gesprächen mit Kommunikationsexperten und einer Online-Befragung.</i>	HWZ Working Paper Serie Artikel im Persönlich
2020 – 2022	Wicki, David; Anwaltskanzlei Bratschi AG als Kooperationspartnerin	Compliance & Datenschutz in CH Unternehmen <i>Das Ziel der Studie war es, die Personalentwicklung in den Bereichen Datenschutz und Compliance aufzuzeigen. Dies in der Erwartung, dass immer mehr und immer besser ausgebildete Mitarbeitende auf dem Markt sind und entsprechende Weiterbildungen suchen. Die Studie soll jährlich wiederholt werden.</i>	HWZ Working Paper Serie
2018 – 2022	Demasi, Ramona	Kumulative Dissertation: Bridging Corporate Social Responsibility and Individual Well- and Ill-Being: A Micro-Level Perspective <i>This dissertation is guided by the following research question: How and when do organizations' CSR efforts contribute to individual well-being; and when do they have potentially negative consequences in the form of increasing individual ill-being? The three papers that comprise this cumulative dissertation provide valuable insight into the interaction between organizations' CSR efforts and individual well- and ill-being. Paper 1 reviews individual-level CSR research by investigating the link between CSR and individual well- and ill-being and examines the underlying intra-individual processes and boundary conditions. Paper 2 conceptually investigates how CSR practices aimed at employees contribute to employees' perceptions of meaningful work – an indicator of job-related well-</i>	Paper 1 , Paper 2 und Paper 3 in Academy of Management Proceedings; Paper zur Publikation akzeptiert im Journal of Business Ethics (doi: 10.1007/s10551-022-05282-z)

		<i>being. Furthermore, it explores how these dynamics vary according to their early life experiences with caregivers. Paper 3 empirically investigates the general public's reaction to inconsistencies between CSR company statements and reported CSR practices in the media. The paper provides initial evidence that such inconsistencies increase individuals' ill-being, and that subsequent intentions to counteract such company activities and individual differences shape these dynamics.</i>	
2021	Marty, Rudolph	Optimale Vermögensaufteilung von Vorsorgeeinrichtungen unter Einbezug von direkten Immobilienanlagen in der Schweiz <i>In diesem Projekt wurden mit Hilfe des Markowitz-Modelles optimale Allokationen für eine typische Schweizer Vorsorgeeinrichtung dokumentiert, die in inländischen Geldmarktanlagen, risikolosen Anleihen, Aktien und Renditeimmobilien investiert ist. Die optimalen Vermögensaufteilungen wurden mit und ohne Berücksichtigung von Transaktionskosten berechnet. Aufgrund der vorteilhaften Diversifikationseigenschaften von Renditeimmobilien resultieren optimale Allokationen mit im Vergleich zu den tatsächlichen Anlagen von Schweizer Vorsorgeeinrichtungen (26%) deutlich zu hohen Immobilienanteilen (40%-60%, je nach Risikoaversion), sogar wenn für die Immobilienanlagen verglichen mit den Finanzanlagen relativ hohe Transaktionskosten unterstellt werden.</i>	HWZ Working Paper Serie Paper in Ökonomenstimme
2021	Barrueto, Andrea; Hoffmann, Bettina	Eine Kultur der Menschlichkeit ermöglicht agile Transformationen <i>Das Projektziel war es, ein Modell zu entwickeln, was eine Kultur der Menschlichkeit in Organisationen umfasst und dieses Modell zu evaluieren.</i>	
2020 – 2021	Feige, Stephan	Verhaltensökonomie und Nudging in Marketing und Kommunikation in der Schweiz <i>Im Rahmen des Projekts wurde der aktuelle Einsatz der verhaltensökonomischen Erkenntnisse in Marketing und Kommunikation in der Schweiz erhoben und dokumentiert. Gleichzeitig wurden auch Motive, d.h. Gründe für und gegen die Nutzung bei den verschiedenen Akteuren beschrieben.</i>	HWZ Working Paper Serie
2020 – 2021	Feige, Stephan	Nudging in der Gastronomie <i>Das Projekt untersuchte zwei Bereiche, in denen es vielfältige Versuche gibt, Verhalten zu ändern und die sich für Nudging anbieten würden: Regionale Menüs und Reduktion von Food Waste. Das Ziel war es, die Erkenntnisse beider Bereiche zu einer praxisorientierten «Bran-chen Tool-Box: Nudging in der Gastronomie» zusammenzuführen.</i>	
2020 – 2021	Meili, Alexander	Loyalty Program Assessment <i>Die Studie fokussierte sich auf die Untersuchung und Bewertung der Kundenbindungsprogramme nach ihrem aktuellen betriebswirtschaftlichen «Fitness Grad», der Auskunft gibt über den Gesundheitszustand der Programme gemessen an internationalen Best Practice Kennzahlen und spezifischen Soll-Richtwerten. Hierzu wurden zuerst die klassischen Fehler bei der Konzeption von Loyalty Programmen und dann Kern-KPIs identifiziert und zwar mittels Desk Research und qualitativen Interviews mit Experten im Loyalty Marketing.</i>	HWZ Working Paper Serie

2020 – 2021	Rautenstrauch, Thomas; Bitschnau, Benjamin; Lanni, Costantino	Analyse der Effekte von Aktionärsaktivismus am Bsp. betroffener börsenkotierter Schweizer Unternehmen <i>Das Ziel dieses Projekts war es, ergänzende neue Erkenntnisse über die Effekte von Aktionärsaktivismus am Beispiel von Schweizer börsenkotierten Unternehmen zu erhalten und daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten. Diese Fragen wurden im Rahmen einer Online-Befragung sowie durch Interviews mit Faxhexpert*innen untersucht.</i>	Artikel im Journal Corporate Ownership & Control HWZ Working Paper Serie
2020 – 2021	Schouten, Afke; Metzinger, Peter (externer Forschungspartner)	A cultural change framework for the adoption of artificial intelligence in organizations <i>The main of this project was to establish a conceptual framework that is fit for supporting cultural change with regards to artificial intelligence within organizations.</i>	HWZ Working Paper Serie
2020 – 2021	Staudacher, Jörg	Customer Centricity Studie <i>Das Projektziel war es, Erfolgsfaktoren des Managementmodells Customer Centricity zu bestimmen, den Stellenwert der unterschiedlichen Erfolgsfaktoren des Modells zu analysieren und speziell den Schweizer Markt zu fokussieren. Daraus war das Ziel, Self-Assessment-Tools für Unternehmen abzuleiten und Managementempfehlungen abzuleiten.</i>	HWZ Working Paper Serie
2020 – 2021	Vögtlin, C.; Demasi, R.	Bad mood, bad organization? The effect of affective states on CSR evaluations and related outcomes <i>This project's aim was to investigate how stakeholders' mood influences their CSR evaluation of the firm and subsequently, their attitude towards and behavior in favor of the firm. More specifically, we wanted to test if a positive vs. negative mood had an impact on whether individuals perceive an organization as hypocritical (corporate hypocrisy), and whether such perceptions influence their subsequent attitudes and behaviors.</i>	Paper in Academy of Management Proceedings Paper zur Publikation akzeptiert im Journal of Business Ethics (doi: 10.1007/s10551-022-05282-z)
2019 – 2021	Mölleneay, Matthais; Bethke, Pamela	Beschäftigungssituation und Chancen Arbeitnehmende 50+ <i>Das Projekt hatte zum Ziel erstens zu untersuchen, wie Arbeitgebende die Beschäftigung von Arbeitnehmenden mit Alter 50+ einschätzen, welche Rolle die Alterung in der Belegschaft einnimmt und welche Instrumente im Rahmen der Alterspolitik ergriffen werden, um ältere Mitarbeitende zu beschäftigen. Zweitens war das Ziel zu untersuchen, wie Arbeitnehmende die Personalpolitik des eigenen Unternehmens wahrnehmen, wo sie Chancen und Vorteile der älteren Belegschaft sehen, wo sie Altersdiskriminierung wahrnehmen und wie sie die (Weiter-) Beschäftigungswahrscheinlichkeit im Alter einschätzen. Drittens bezweckte das Projekt Massnahmen zu identifizieren, welche Firmen einsetzen können, um das Potential der Mitarbeitenden 50+ besser zu nutzen.</i>	HWZ Working Paper Serie
2019 – 2021	Staudacher, Jörg	Sales Excellence Development Studie <i>Das Ziel des Projekts war es, ein Selbstbewertungstool zu entwickeln, in dem sich die Kunden bewerten und eine Live-Auswertung mit einer Einschätzung der wichtigsten Stellehebel erhalten.</i>	HWZ Working Paper Serie Praxisjournal

2017 – 2021	Nast Matthias; Winiker, Christian	Bedeutung von CSR-Kommunikation bei Start-ups: Zustands- und Bedarfsanalyse <i>Mittels einer Zustands- und Bedarfsanalyse wurde geklärt, welche Bedeutung Start-ups CSR-Themen zuschreiben, ob CSR in der Kommunikation genutzt wird und ob bzw. welcher Bedarf nach entsprechenden Dienstleistungs- und Lehrangeboten besteht. Der Fokus lag auf deutschschweizer Start-ups.</i>	Schlussbericht auf Zenodo
2020	Sachs, Sybille; Mölloney, Matthias; Demasi, Ramona	Social Connecting in Zeiten von Social Distance <i>Das Projekt hatte zum Ziel, Erfolgskriterien für den sozialen Zusammenhalt in einer rein virtuellen Zusammenarbeit zu identifizieren. Als Ausgangspunkt diente die Methode «Beyond Leadership», die auf effiziente Art und Weise Verbindungen zwischen Menschen schafft und auf den physischen Kontakt ausgerichtet ist. Basierend darauf wurden die wissenschaftlichen Grundlagen für die Anwendung von «Beyond Leadership» im virtuellen Setting herausgearbeitet, die nun wiederum in die Begleitung von Unternehmungen bei der Strategieentwicklung und -umsetzung einfließt.</i>	Buch Strategie-Hackatogn Geplant: Artikel zu den Auswirkungen virtueller Zusammenarbeit auf das Mitarbeitenden-Wohlbefinden im Int. Journal of HRM
2019 – 2020	Ilg, Peter; Marty, Rudolf	Machine Learning Verfahren vs. hedonistische Bewertung von Wohnimmobilien <i>Das Projekt hatte zum Ziel, Transaktionspreise von Einfamilienhäusern und Eigentumswohnung mittels Methoden des Maschinellen Lernens zu erklären bzw. zu prognostizieren und ein Vergleich der Schätz-genauigkeit des optimalen, auf Machine Learning basierenden Bewertungsmodelles mit den zur Zeit in der Praxis eingesetzten (log-linearen) hedonischen Bewertungsmodellen vorzunehmen.</i>	HWZ Working Paper Serie
2019 – 2020	Jäggi, Andreas; Meier, Claude	Perikom Faktencheck interne Kommunikation 2020: Transparenz in der CEO-Kommunikation als Grundlage des Vertrauens in den Arbeitgeber <i>Die Studie hatte erstens zum Ziel, herauszufinden, welche Faktoren in der CEO-Kommunikation insbesondere im Bereich der Transparenz das Vertrauen in die Führung und den Arbeitgeber fördern und so auch das Erreichen der Unternehmensziele unterstützen. Zweitens war Bestandteil der Projekts die Erörterung der Hindernisse der tatsächlich gelebten Transparenz in der CEO-Kommunikation.</i>	Artikel im «Persönlich»
2019 – 2020	Küenzi, Stefan	Frauen in IT-Führungspositionen in der Schweiz <i>Das Projekt hatte zum Ziel, mehr über die Karrieren und das Führungsverhalten von Frauen in Schweizer IT-Organisationen zu erfahren, insbesondere welche Faktoren die Karrieren von Frauen in diesen Organisationen charakterisieren und beeinflussen, das Führungsverhalten von Frauen in diesem Bereich und der Einfluss auf die Geführten und der Zusammenhang mit objektiv messbarem Erfolg.</i>	
2019 – 2020	Meier, Claude;	Weiterentwicklung und Validierung des Digital Leadership Barometer (DLB) im Kontext der Arbeitswelt 4.0	

	Xevelonakis, Evangelos	<i>Ziel des Projekts war es, das Messinstrument weiterzuentwickeln und an die Aktualität anzupassen ohne ein vollständig neues Messinstrument zu kreieren (u.a., um später in der Lage zu sein, erste Längsschnitt-Studien durchzuführen und Beziehungen zu bestehenden Partnern zu festigen und zu fördern).</i>	
2019 – 2020	Sachs, Sybille; Gaito, Tiziana; Laude, Daniel; Demasi, Ramona; Kaufmännischer Verband als Auftragsgeber	Betriebswirtschaftliche Berufsbilder 2030 <i>Die Reskilling Revolution hat auch auf die kaufmännischen Berufe enorme Auswirkungen. Welche Fähigkeiten und Kompetenzen gefragt sind, um in der unsicheren Arbeitswelt der Zukunft bestehen zu können, hat eine neue Studie der HWZ untersucht.</i>	ZFO Artikel Sachs, S. & Möllene, M. (2021). Strategie-Hackathon (1. Aufl. ed.). Verlag SKV AG.
2019 – 2020	Schneider, Bernhard	Medienpsychologie 2.0 <i>Auf dem Weg zu einer «Medienpsychologie 2.0» stellt sich die Frage nach einem passenden Instrumentarium mit dem Ziel, die Auflösung der Grenze zwischen Individual- und Massenkommunikation nicht nur bei den Social Media, sondern auch bei den zunehmend interaktiv ausgerichteten konventionellen Medien zu untersuchen. Die Untersuchung ergibt, dass sich die kommunikationspsychologischen Stile Friedemann Schulz von Thuns auch für medienpsychologische Analysen eignen, denn auch ein Kollektiv kann in seinem Kommunikationsverhalten kommunikationspsychologisch homogen agieren.</i>	HWZ Working Paper Serie
2019 – 2020	Xevelonakis, Evangelos	Anforderungen an Prozesse, Methoden und Tools zur Befähigung datenaffiner Mitarbeitenden, sogenannte Citizen Data Scientists, Machine Learning in Schweizer mittelgrossen Unternehmungen zu nutzen <i>Das Ziel des Projekts war es, herauszufinden, wie man den Prozess und die Tools der Datenanalyse so vereinfachen kann, dass bestehende datenaffine Mitarbeitende, sogenannte Citizen Data Scientists, komplexe Analysen durchführen können.</i>	Praxisjournal KMU Rundschau
2015 – 2020	Laude, Daniel	Dissertation (Monographie) Advancing Quantitative Measurement in Stakeholder Theory: Indices of Stakeholder Engagement and Stakeholder Relationship Types. <i>A considerable part of the literature on stakeholder theory empirically investigates hypothesized relationships between constructs such as stakeholder management and financial performance of organizations. This theory testing requires valid measurement models that represent the underlying constructs. Compared to other fields, the stakeholder literature has developed and validated relatively few of such measurement models. Additionally, the existing models suffer from methodological problems with respect to measurement specification and level of abstraction. The aim of this dissertation is therefore to advance quantitative measurement in stakeholder theory by developing two new measurement models that consider and address the methodological problems of existing models.</i>	Publizierte Dissertation

2018 – 2019	Jäggi, Andreas; Meier, Claude	<p>Perikom Faktencheck interne Kommunikation 2019: Die Rolle der CEO-Kommunikation in der digitalisierten Arbeitswelt</p> <p><i>Die hier vorgeschlagene Studie «Die Rolle der CEO-Kommunikation in der digitalisierten Arbeitswelt» legt den Fokus darauf, wie sich die Kommunikation zwischen Geschäftsführenden, resp. Geschäftsleitungen gegenüber den Mitarbeitenden im Zusammenhang mit der Digitalisierung sowie agilen Arbeitsmethoden in Organisationen verändert hat und wie sie sich heute darstellt.</i></p>	<p>HWZ Working Paper Series</p> <p>«Persönlich»; _Paper in Proceeding selber Konf. 2020, Online</p>
2018	Rautenstrauch, Thomas	<p>Das Einsatzpotenzial der Blockchain-Technologie im Rechnungswesen kleiner und mittlerer Unternehmen</p> <p><i>Das Ziel des Projekts war es, wie und unter welchen Voraussetzungen mögliche Nutzenpotentiale im Rechnungswesen mittels Blockchain erzielt werden können für KMU.</i></p>	Siehe Folgeprojekt von 2020
2018	Rautenstrauch, Thomas; Lanni, Costantino	<p>Aktionärsaktivismus als Phänomen bei Schweizer Unternehmen: Entwicklung, Analyse und Handlungsempfehlungen</p> <p><i>Das Ziel des Projektes war es zu untersuchen, ob und welchen Einfluss das Phänomen des Aktionärsaktivismus auf die Performance von betroffenen Unternehmen und den Kapitalmarkt hat, auf denen diese Unternehmen agieren. Zudem war das Ziel, wirksame Abwehrstrategien für das Management betroffener Unternehmen zu entwickeln und basierend darauf die Anforderungen für Verwaltungsratsmitglieder zu formulieren und Herausforderungen für die Rechnungslegung und Finanz-kommunikation betroffener Unternehmen zu identifizieren.</i></p>	Siehe Folgeprojekt von 2020
2017 – 2019	Sachs, Sybille; Stutz, Christian; Demasi, Ramona; Sven Bühler (icommit)	<p>Swiss Digital Leadership Model</p> <p><i>Das Swiss Digital Leadership Model ist ein Analyse- und Beratungsinstrument, das eine differenzierte Bewertung eines Unternehmens in Bezug auf die Führungskultur ermöglicht. Es soll Schweizer KMU dabei unterstützen, die durch die Digitalisierung veränderten Anforderungen an Führungskräfte und Mitarbeitende erfolgreich zu meistern. Das Projekt wurde zusammen mit der Icommit GmbH (Schweizer Spezialisten für Mitarbeitendenbefragungen) und den Umsetzungspartnern BDO AG, Elektro-Material AG, PRIVERA AG und Transa Backpacking AG durchgeführt.</i></p>	<p>ZFO Artikel</p> <p>Buch Strategie-Hackathon</p>
2017 – 2019	Xevelonakis, Evangelos	<p>Dynamisch individualisiertes Pricing</p> <p><i>Preisdifferenzierung, ob räumlich, zeitlich, quantitativ oder qualitativ, gehört seit Jahrzehnten zum Alltag. Durch die zunehmende Digitalisierung und die damit einhergehende hohe Verfügbarkeit von Informationen, insbesondere von Kundendaten, eröffnen sich neue Möglichkeiten, Preisdifferenzierung dynamisch und individuell zu gestalten. Während im Onlinehandel der Preis oft dynamisch differenziert wird, ist dies im stationären Detailhandel zurzeit selten der Fall. Ein Grund dafür ist, dass die Akzeptanz einer dynamisch individualisierten Preisdifferenzierung und deren Einflussfaktoren auf die Kundenloyalität weitgehend unerforscht sind. In der vorliegenden Arbeit wird diese Fragestellung mittels</i></p>	HWZ Working Paper Serie

		<p>quantitativer Methoden untersucht. Im Rahmen der empirischen Untersuchung zeigt sich, dass Transparenz und Nachvollziehbarkeit bezüglich Preisgestaltung wichtige Parameter zur Erhöhung der Akzeptanz von dynamisch individualisierten Ansätzen sind. Allerdings wurde auch eine Intensions-Verhaltens-Lücke festgestellt: Ein beachtlicher Anteil der Kunden, die Kundenprogramme aus Gründen des Datenschutzes (Stichwort «gläserne Kunden») ablehnen, sind dennoch auf sozialen Medien aktiv. Die Ergebnisse zeigen weiter, dass Kunden zwischen 18 und 35 Jahren, die sogenannten Millennials, deutlich empfänglicher für individualisierte Preise sind als Kunden fortgeschrittenen Alters. Allerdings ist die Teilnehmerate an Kundenloyalitäts-Programmen bei Millennials deutlich tiefer als bei älteren Kunden, was die Notwendigkeit einer Anpassung traditioneller Kundenbindungsprogramme an die veränderten Kundenbedürfnisse deutlich macht. Die zunehmende Individualisierung und Dynamisierung erfordern zusätzlich eine flexible Systemarchitektur, die in der Lage ist, sowohl interne Positionssysteme als auch Batch- und Real-Time-Analysesysteme in ein Gesamtsystem zu integrieren.</p>	
2015 – 2019	Jäckli, Urs	<p>Dissertation (Monographie) <i>Stakeholder trust and efficiency at alpine destinations in Switzerland: The role of the stakeholder integration and procedural justice</i> <i>Stakeholder needs often are heterogeneous and therefore stakeholders in the tourism industry tend to be hard to manage. This study generated practical knowledge that local tourist organisations (LTOs) can use to shape their stakeholder strategies by researching the question what are the relationships of stakeholder integration, procedural justice and trustworthiness on trust and efficiency amongst touristic destinations in Switzerland. Data from 354 hotels were analysed regarding their perception of the level of stakeholder integration, procedural justice, and trust. Secondary data was used to measure efficiency. Findings showed that stakeholder integration practices can help to build trust among destination stakeholders.</i></p>	Publizierte Dissertation
2014 – 2019	Stutz, Christian	<p>Kumulative Dissertation History and organizational theorizing blended: Insights from exploring the corporate social responsibility field. <i>The “historic turn” in management and organizational studies (MOS) called organizational theorists and historians to engage in discussions on how to best combine organizational theorizing and historical reasoning, methods, and evidence. Arguably, the collective effort of the emergent academic movement has recently resulted in interdisciplinary integration, which foregrounds a new methodological paradigm within MOS. However, history remains a marginal epistemic lens and mode of inquiry in the various research fields of MOS. An example of this trend is the field of corporate social responsibility (CSR), which focuses on the responsibilities of business to pursue its goals in a socially and environmentally acceptable manner. Despite the recognized importance of the past in shaping the present relationships between business and society, CSR scholars have largely sidestepped serious engagement with history. Motivated by this observation, this dissertation explores the CSR field to advance the interdisciplinary project. The dissertation comprises four individual</i></p>	Link Dissertation Paper 1 in Business & Society; Paper 2 in Business History; Paper 3 in AoM Proceedings; Paper 4 in Book

		<i>articles, which engage in methodological, conceptual, and practical boundary-spanning work.</i>	
2018	Nappo, Manuel; Sachs, Sybille; Laude, Daniel; Veb.ch: Kooperationspartnerin	Digital Switzerland <i>Das Institute for Digital Business der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich widmet sich diversen Forschungsprojekten im Bereich der digitalen Transformation. Digital Switzerland ist eine Studie, welche erst-mals im Rahmen einer Masterarbeit an der HWZ durchgeführt wurde. Die Studie befasst sich mit der digitalen Transformation, deren aktuellen Stellenwert sowie Chancen und Gefahren für Schweizer Unternehmen. Die Umfrage zur aktuellen Studie fand im Oktober/November 2018 bei Schweizer KMU statt.</i>	Handelszeitung; Persölich.com
2017	Nappo, Manuel; Sachs, Sybille; Laude, Daniel; Localsearch: Kooperationspartnerin	Digital Switzerland <i>Digital Switzerland wurde vom Institute for Digital Business der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich und localsearch durchgeführt. Die Studie befasst sich mit der digitalen Transformation, deren aktuellem Stellenwert sowie Chancen und Gefahren für Schweizer Unternehmen. 1'294 Unternehmen haben an der Online-Befragung teilgenommen. Erhoben wurde von Oktober bis November 2017.</i>	Handelszeitung; Persölich.com
2015 – 2017	Freeman E.; Kujala, J.; Sachs, S.	Stakeholder Engagement: Clinical Research <i>Die Stakeholder-Literatur hat viel Wert darauf gelegt, wichtige Stakeholder (die ein Unternehmen beeinflussen können oder von ihm betroffen sind) zu definieren und zu untersuchen und Interaktionsprozesse zwischen Unternehmen und Stakeholdern zu diskutieren. In den letzten Jahren hat sich der Fokus auf die Untersuchung der Interaktion mit verschiedenen Stakeholdern, das Verständnis des Stakeholder-Dialogs und das Lernen aus Multi-Stakeholder-Netzwerken verlagert. Wir brauchen jedoch noch Praxisbeispiele für das Engagement von Stakeholdern, um eine bessere Stakeholder-Theorie aufzubauen und Führungskräften zu helfen, daraus zu lernen, wie andere Unternehmen ihre Stakeholder einbeziehen, um so viel Wert wie möglich zu schaffen. Daher haben wir einen Aufruf zur Einreichung von Beispielen für Stakeholder-Engagement in der Praxis gestartet und eine Vielzahl von empirischen Beispielen für diesen Band gesammelt und aufbereitet.</i>	Buch Buchkapitel Buchkapitel Buchkapitel Konferenzbeitrag bei MakeLearn & TIIM Joint International Conference