

## Zusammenstellung der Forschungsprojekte

### Laufende Projekte

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Stakeholder-Misstrauen</b>	Ziel des Projekts ist es, Gründe und Konsequenzen von Misstrauen in der Beziehung zwischen Organisationen und Stakeholdergruppen zu untersuchen und hierbei die Erkenntnisse aus der Vertrauensforschung für das Stakeholder Management fruchtbar zu machen.	Strategisches Management; Stakeholder Management; Vertrauensforschung	2016 - 2022	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; IFPM Universität St. Gallen (HSG). Gefördert durch SNF	<a href="#">Prof. Dr. Sybille Sachs</a>
<b>CSR and individual well- and ill-being</b>	Ziel dieses Dissertationsvorhabens ist es, zur Mikro-CSR-Forschung beizutragen, indem die Auswirkung von CSR auf das Wohl- und Unwohlbefinden von internen und externen Stakeholdern untersucht wird. Hierbei wird unter anderem das Wohl- und Unwohlbefinden innerhalb und ausserhalb der Unternehmensgrenzen betrachtet und auf mögliche Trade-off-Effekte eingegangen.	CSR, Organizational Behavior, Glücksforschung	2018-2023	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Universität Zürich	<a href="#">Ramona Mostafa, M.A.</a>
<b>Die Auswirkungen von Social Media auf den politischen Meinungsbildungsprozess und Implikationen für die Public Affairs Praxis</b>	Die Digitalisierung und die Verbreitung von Social Media wirken sich auf demokratische Entscheidungsprozesse aus. Die Schweiz mit ihrem Milizsystem und den direktdemokratischen politischen Instrumenten ist vom Wandel der Medien- in eine Netzgesellschaft besonders betroffen. Ziel des Projekts ist es, die Auswirkungen der Digitalisierung auf den politischen Entscheidungsprozess in der Schweiz im Allgemeinen und auf die Pubic-Affairs-Praxis im Besonderen zu analysieren.	Kommunikation, Data Science, Public Affairs, Politologie	Ab 2019	Center for Communications HWZ interne Forschungsförderung	<a href="#">Dr. Matthias Nast</a>

# HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Swiss Digital Leadership Model</b>	<p>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.</p>	<p>Leadership, Digital Management, Human Resource Management, Organizational Behavior</p>	<p>2017 - 2019</p>	<p>Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Hauptumsetzungspartner: icommit (Schweizer Spezialist für Mitarbeitendenbefragungen); Anwendungspartner: BDO AG, Elektro-Material AG und PRIVERA AG; durch die Innosuisse gefördertes Forschungsprojekt</p>	<p><a href="#">Prof. Dr. Sybille Sachs</a></p>
<b>Interne CEO-Kommunikation</b>	<p>Untersuchung der Veränderung der Instrumente und Funktion der internen CEO-Kommunikation. Auf Basis einer Delphi-orientierten Studie zur Ermittlung der Instrumente und von einem Fokusgruppengespräch wird eine Umfrage bei den Kommunikationsverantwortlichen der 100 mitarbeitendenstärksten Unternehmen der Schweiz durchgeführt. Sie sollen die Beantwortung der Frage nach der Veränderung unterstützen. Die Umfrage soll später jährlich durchgeführt werden.</p>	<p>Interne Kommunikation, Digital Management</p>	<p>2018-2019 (danach jährliche Durchführung geplant)</p>	<p>Institut für Strategisches Management: Stakeholder View und Perikom Förderung durch HWZ-Forschungsförderung</p>	<p><a href="#">Dr. Claude Meier</a></p>
<b>Aktionärsaktivismus als Phänomen bei Schweizer Unternehmen: Entwicklung, Analyse und Handlungsempfehlungen</b>	<p>In den letzten Jahren haben sich verschiedene Schweizer börsenkotierte Unternehmen wie Nestlé, ABB, Gate Gourmet u.a. mit sogenannten aktivistischen Aktionären auseinandersetzen müssen, welche dem Management regelmässig mit erheblicher Kritik an der Unternehmensführung gegenüberreten. Mittlerweile ist das Phänomen weiter fortgeschritten, da sich zuletzt verstärkt auch mittelgrosse Familienunternehmen mit aktivistischen Aktionären befassen mussten. Dabei ergeben sich verschiedene Spannungsfelder zwischen aktivistischen Aktionären und dem Management der betroffenen Unternehmen im Zusammenhang mit der Corporate Governance.</p>	<p>Corporate Governance</p>	<p>2018- 2019</p>	<p>Center for Accounting &amp; Controlling, Center for Financial Studies, HWZ interne Forschungsförderung Es wird ein Innosuisse-Projekt angestrebt.</p>	<p><a href="#">Prof. Dr. Thomas Rautenstrauch</a></p>

# HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Customer Social Influence (CSI)</b>	Ziel dieser Untersuchung ist herauszufinden, inwiefern durch den Einsatz von Data Analytics und Big Data Technologien das Weiterempfehlungspotential von Kunden quantifiziert werden kann. Zu diesem Zweck sollen Modelle zur Berechnung des Weiterempfehlungswertes entwickelt und in der Marketing-Praxis getestet werden. Eine direkte Anwendung ist im B2B-Bereich: es wird untersucht, ob aus unstrukturierten Daten eine automatisierte Trenderkennung für Bonitäts-Ratings möglich ist.	Data Science, Marketing	2018-2019	Forschungspartner: Trivadis, Intrum, Center for Data Science & Technology HWZ interne Forschungsförderung	<a href="#">Prof. Dr. Evangelos Xevelonakis</a>
<b>Customer Experience – what really matters</b>	Im Mittelpunkt steht die Frage, was einen höheren Einfluss auf die Customer Experience hat: Eine solide und qualitativ einwandfrei erbrachte Basisleistung oder eine angereicherte Leistung – mit vielleicht suboptimaler Kernleistung. Konkreter: Ist die Customer Experience besser, wenn sich ein Unternehmen auf «do it right the first time» konzentriert – oder wenn mit Zusatzangeboten (Kaffee, Lounges etc.) etwaige Defizite bei der Kernleistung ausgeglichen werden? Basis: Qualitative Vorstudie zur Vorbereitung einer quantitativen Hauptstudie	Marketing/Kommunikation mit Schnittstellen zu Management & Leadership	2018 - 2019	Swiss Marketing Center for Marketing HWZ interne Forschungsförderung	<a href="#">Prof. Dr. Michael Grund</a>
<b>Das Einsatzpotential der Blockchain-Technologie im Rechnungswesen kleiner und mittlerer Unternehmen</b>	Im Zusammenhang mit der Digitalisierung von Geschäftsprozessen wird die Blockchain-Technologie heute vor allem zur Realisierung von Kryptowährungen sowie in der Finanzdienstleistungsbranche durch Banken und Versicherungen genutzt. Dagegen wird bislang zumeist vermutet, dass mittels Blockchain auch erhebliche Nutzenpotenziale im Rechnungswesen möglich sind. Offen ist hierbei zum einen, wie und unter welchen Voraussetzungen mögliche Nutzenpotenziale erzielt werden können. Zum anderen ist die Blockchain-Technologie bisher kaum für KMU in Betracht gezogen worden.	Accounting, Data Science	2018 - 2019	Center for Accounting & Controlling HWZ interne Forschungsförderung Es wird ein Innosuisse-Projekt angestrebt.	<a href="#">Prof. Dr. Thomas Rautenstrauch</a>

## HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Digital Leadership Barometer</b>	Erheben des aktuellen Standes des für das digitale Zeitalter angemessenen Führungsverständnisses in Schweizer KMU. Über eine Delphi-Studie wurde zuerst erörtert, welches die entscheidenden Kriterien für ein digitales Führungsverständnis sind. Auf dieser Basis (sowie aufgrund vorhandener Literatur) wurde eine Umfrage beim oberen Kader von 325 Schweizer KMU durchgeführt.	Leadership, Digital Management, Human Resource Management	2016-2019	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; IDB Partner: Swissemem, Schweizer Baumeister Verband (SBV), Raiffeisen Unternehmenszentrum (RUZ), Vereinigung Zürcher Arbeitgeber der Industrie (VZAI); Drittmittelgefördert durch RUZ	<a href="#">Dr. Claude Meier</a>
<b>Microfoundations of Stakeholder Theory</b>	Ziel des Dissertationsvorhabens von Daniel Laude ist es, die Beziehung sowie Analyseebene zwischen einer Organisation und einem einzelnen, individuellen Stakeholder genauer zu beleuchten und damit zu einer Mikrofundierung der Stakeholder-Theorie beizutragen. Hierzu werden vordergründig die Austauschpraktiken von Organisationen beim sogenannten Stakeholder Engagement als auch die Beziehungsqualität zwischen der Organisation und dem Stakeholder untersucht. Daniels Dissertation ist Teil eines durch den Schweizerischen Nationalfonds finanzierten Kooperationsprojekts mit dem Lehrstuhl von Prof. Dr. Antoinette Weibel an der Universität St. Gallen.	Stakeholder Theory	2015-2010	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Universität St. Gallen	<a href="#">Daniel Laude, M. Sc.</a>
<b>Stakeholder trust, above-the-norm contributions, and efficiency at community-type destinations: the role of stakeholder integration and procedural justice</b>	In der Studie werden zentrale Aspekte der instrumentellen Stakeholder-Theorie, der Vertrauensforschung und der organisationalen Gerechtigkeitstheorie untersucht. Unter anderem wird die Beziehung zwischen Stakeholder-Integration und Stakeholder-Vertrauen beleuchtet.	Stakeholder Management; Organizational Behavior	2015 - 2019	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; University of Southern Queensland (Australien)	<a href="#">Urs Jäckli, M.Sc.</a>

## HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Historical CSR studies: Four essays on integrating organizational history and 'business and society' research</b>	Dieses Dissertationsvorhaben hat zwei Zielsetzungen: Zum einen versucht es, einen Beitrag zum gegenwärtigen „historic turn“ in den Management und Organization Studies zu leisten, in dem es das methodologische Potenzial historischer Forschung für normative Fragestellungen konzeptionell erfasst und empirisch illustriert. Zum anderen verfolgt es das Ziel, sich mittels explorativ-historischer Case-Studien (Unternehmung: Landis & Gyr; Wirtschaftsverbände) kritisch mit Corporate Social Responsibility-Literatur auseinanderzusetzen und diese weiterzuentwickeln.	Stakeholder Theorie; Strategisches Management; Unternehmensgeschichte; Kulturgeschichte	2013 - 2019	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; University of Jyväskylä, Finnland; Siemens Schweiz AG (Stifter Landis & Gyr-Archivs)	<a href="#">Christian Stutz, lic. phil.</a>
<b>Bedeutung von CSR-Kommunikation bei Start-ups</b>	Analyse der CSR-Kommunikation von Jungunternehmen im Verlauf ihres Lebenszyklus. Mittels einer Zustands- und Bedarfsanalyse soll geklärt werden, welche Bedeutung Start-ups CSR-Themen zuschreiben, ob und wann CSR in der Kommunikation genutzt wird und ob bzw. welcher Bedarf nach entsprechenden Dienstleistungs- und Lehrangeboten besteht.	Strategisches Management; Stakeholder Management; Corporate Social Responsibility, Entrepreneurship; Wirtschaftsinformatik	Ab 2017	Center for Communications; Center for Data Science & Technology HWZ interne Forschungsförderung Es wird ein Innosuisse-Projekt angestrebt.	<a href="#">Dr. Matthias Nast</a>
<b>Online Home Market Analysis</b>	Mithilfe von Internetinsertionszeiten wird der Markt für Eigentumswohnungen und Einfamilienhäuser untersucht. Mithilfe der Anzahl Onlineinserate und der Zu- oder Abnahme der Insertionszeiten der Eigentumsobjekte kann auf die Nachfrage und deren Veränderung geschlossen werden. Neben schweizweiten und regionalen Untersuchungen wird auch detailliert auf einzelne Grössen- und Preissegmente eingegangen.	Real Estate Management, Raumentwicklung, Sozialpolitik	Ab 2016 2x pro Jahr	Swiss Real Estate Institute; Auftraggeber Homegate	<a href="#">Prof. Dr. Peter Ilg</a>

# HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Digital Switzerland</b>	Das Projekt untersucht die digitale Transformation und Reife von Schweizer Unternehmen mit Fokus auf kleine und mittlere Unternehmen (KMU).	Strategic Management; Digital Management	Seit 2016	Institute for Digital Business; Institut für Strategisches Management: Stakeholder View Auftraggeber: 2016: SUISSDIGITAL (Verband der Schweizer Kommunikationsnetze) 2017: localsearch 2018: veb.ch, Schweizer Verband für Rechnungslegung, Controlling und Rechnungswesen	<a href="#">Manuel P. Nappo, lic. oec. HSG</a>
<b>E-Commerce Stimmungsbarometer</b>	Jährliche Erhebung zu Bedürfnissen von Schweizerinnen und Schweizer im Bereich E-Shopping. Das Ziel der Studie ist, die Stimmung und das Verhalten von Kunden im Schweizer E-Commerce-Markt zu erfassen und zu analysieren.	Marketing; Strategic Management	Seit 2015	Institute for Digital Business; Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Auftraggeber: Die Schweizerische Post	<a href="#">Manuel P. Nappo, lic. oec. HSG</a>
<b>Online Wohnungs-Index für Mietwohnungen</b>	Aufgrund der Insertionsdauer von Mietwohnungen auf Internet-Plattformen wird alle 6 Monate untersucht, ob die Wohnungsknappheit in den grössten 12 Städten der Schweiz zu- oder abgenommen hat, je nachdem ob die Insertionszeiten von Mietwohnungen zu- oder abgenommen haben. Zudem wird ersichtlich, ob eher bei grossen oder bei kleinen oder bei teuren oder günstigen Wohnungen Knappheit besteht und wie sich diese zu Vorperiode verändert hat.	Real Estate Management, Raumentwicklung, Sozialpolitik	Seit 2015, 2x pro Jahr	Swiss Real Estate Institute; Auftraggeber SVIT Schweiz	<a href="#">Prof. Dr. Peter Ilg</a>

## HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Publikation des Swiss Real Estate Journals</b>	Zweimal pro Jahr werden hervorragende Arbeiten (Masterarbeiten, Dissertationen, Studien) aus der Immobilienbranche ausgewählt und in einem Journal kurz und für den Praktiker gut verständlich zusammengefasst. Das Journal erscheint zusammen mit dem Schulthess Verlag.	Recht, Raumplanung, Sozialpolitik, Real Estate Management, Finance/Investments	Seit 2012, 2x pro Jahr	Swiss Real Estate Institute; Schulthess Verlag; Hauseigentümerverband Zürich; St. Galler Kantonalbank; mettl2invest	<a href="#">Prof. Dr. Peter Ilg</a>

## Abgeschlossene Projekte

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Customer Experience Studie Schweiz</b>	Durchführung der zweiten Erhebung zum Stand der Customer Experience in Schweizer Unternehmen (D-CH und F-CH) Basis: Quantitative Unternehmensbefragung	Marketing/Kommunikation	seit 2017	Nexa Consulting; GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing; Swiss Marketing	<a href="#">Prof. Dr. Michael Grund</a>
<b>Studie zu älteren Personen auf dem Mietwohnungsmarkt</b>	Aufgrund von Befragungen und Fallstudien wird eine Studie (Publikation und Tagung) erstellt, die die Schnittstelle zwischen älteren Wohnungssuchenden, der Immobilienwirtschaft und Support Organisationen untersucht	Immobilienbranche, Sozialpolitik	2018	Swiss Real Estate Institute. Sponsoren: Age Stiftung, Bundesamt für Wohnungswesen, Genossenschaft für Alters und Invaliden Wohnungen, Mobimo, Stadt Basel, Stadt Winterthur, Dr. Stephan à Porta-Stiftung	<a href="#">Prof. Dr. Peter Ilg</a>
<b>Das Verhältnis von Angebot- und Transaktionspreisen am Schweizer Mietwohnungsmarkt</b>	Das Ziel der Studie ist herauszufinden, ob Angebotsmieten wie überall angenommen tatsächlich ein guter Indikator für effektive Mieten darstellen. Mithilfe von Onlineinseraten und Daten zu tatsächlichen Mietverträgen vom REIDA-Datensatz kann untersucht werden, inwiefern sich die Angebotspreise von effektiven Mietpreisen unterscheidet. Weiter wurden diverse Faktoren aufgedeckt, welche zu Abweichungen führen aufgedeckt.	Real Estate Management, Sozialpolitik, Raumentwicklung	2018	Swiss Real Estate Institute; Auftraggeber SVIT Schweiz	<a href="#">Prof. Dr. Peter Ilg</a>



# HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Der Wert beruflicher Weiterbildung - Entwicklung und empirische Prüfung eines praxistauglichen Evaluationsinstruments zur Messung von Lerntransfer und finanziellem Nutzen</b>	Ziel des Projekts ist es, ein innovatives, wissenschaftlich basiertes und praxistaugliches Instrumentarium zur Evaluation und Transfermessung beruflicher Weiterbildung zu entwickeln und zu validieren. Dank einem neuen Berechnungsmodell und einem frei verfügbaren IT-Tool sollen Firmen zudem den Return on Education (ROE) ihrer Weiterbildungsinvestitionen ermitteln können.	Accounting & Controlling; Human Resource Management; Education	2016 - 2018	Forschungspartner: PH Schwyz; Center for Accounting & Controlling Praxispartner: Credit Suisse; Schweizerische Post; CSS Krankenversicherung; Kaufm. Verband Schweiz; Boss Consulting durch die Innosuisse gefördertes Forschungsprojekt	<a href="#">Prof. Dr. Thomas Rautenstrauch</a>
<b>Digitalisierung und Berufsbilder</b>	Wie verschiedentlich in den Medien geschrieben, wird die Digitalisierung die klassischen kaufmännischen Berufsbilder (z.B. Support in Banken und Versicherungen) verändern. Im Fokus dieser Studie steht die Frage, welche Kompetenzen in Zukunft gefragt sind, um die betroffenen kaufmännischen Angestellten und Führungskräfte für die erwarteten Entwicklungen der Berufsbilder vorzubereiten.	Strategisches Management; Human Resource Management	2016 -2018	Center for Digital Business; Center for Human Resources Management & Leadership; Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Auftraggeber: Kaufmännischer Verband Schweiz; gefördert durch Stiftung Think Tank Thurgau	<a href="#">Prof. Dr. Sybille Sachs</a>
<b>Führungskräfte 45+</b>	Infolge des Fachkräftemangels stellt sich für viele Unternehmen die Frage, wie sich auch erfahrene Führungskräfte auf diese Entwicklungen am besten einstellen können. Ziel ist die Befähigung erfahrener Führungspersonen im Alterssegment über 45 Jahren, ihr Potenzial im Hinblick auf diese Veränderungen und auf eine länger andauernde Tätigkeit realistisch einschätzen und weiterentwickeln zu können.	Leadership; Strategisches Management; Stakeholder Management	Phase 1 "Expertenstudie": 2014 - 2015; Phase 2 "Entwicklung von unternehmensbezogenen Lösungen": 2016 - 2017	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Center for Human Resources Management & Leadership; Phase 1: PH Zürich Abteilung Weiterbildung,; gefördert vom Fachhochschulrat Kanton Zürich; Phase 2 Auftraggeber: Soziale Einrichtungen Stadt Zürich; Post IT; Axa Winterthur, gefördert durch den Hochschulrat	<a href="#">Prof. Dr. Sybille Sachs</a>

## HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Stakeholder Theory at the Crossroads</b>	The purpose of this project is to attract scholars that promote the building of a new common ground for what might be called "stakeholder theory" by addressing some critical tensions.	Strategisches Management; Stakeholder Management	2015 - 2017	University of Richmond; University of Utah; Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Gefördert von der Strategic Management Society; University of Utah; University of Richmond; Bentley University	<a href="#">Prof. Dr. Sybille Sachs</a>
<b>Swiss Real Estate Online Kompass</b>	Insertionszeiten von Eigenheimen (Eigentumswohnungen und Einfamilienhäuser) werden in einer Studie untersucht; dies hinsichtlich Datenqualität und Marktanteil der Online Inserate. Aufgrund dieser Daten sollen Aussagen gemacht werden, welche Eigentumswohnungen zu welchen Preisen in welchen Grössen und an welchen Lagen besonders gefragt sind.	Raumplanung, Real Estate Management, Finance/Investments	2016	Swiss Real Estate Institute; Auftraggeber homegate.ch	<a href="#">Prof. Dr. Peter Ilg</a>
<b>Stakeholder Management im BFS</b>	Ziel des Projekts war es, der Projektleitung des Bundesamts für Statistik (BFS) und den BFS-Projektmitarbeitenden das notwendige Wissen zu vermitteln, welches sie befähigt, ein umfassendes Stakeholder Management systematisiert aufzubauen.	Strategisches Management; Stakeholder Management	2015 - 2016	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Auftraggeber Bundesamt für Statistik; Umsetzungspartner: BFS; SNB; Seco; Eidgenössisches Finanzdepartement	<a href="#">Prof. Dr. Sybille Sachs</a>

# HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Financial industry in transformation: case research on the contemporary understanding and application of leadership in a large Swiss bank</b>	Führungskräfte in Banken setzen sich seit der Finanzkrise und den damit einhergehenden Regulierungsentwicklungen besonders stark mit Wandel auseinander. In dieser Fallstudie wurden hierzu Führungskräfte im Wealth Management der UBS befragt. Die Forschung thematisierte das Führungsverständnis und die Führungspraktiken unter dem Einfluss der Transformation der Schweizer Bankenindustrie.	Leadership; Stakeholder Theorie	2013 - 2016	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; University of Southern Queensland (Australien); UBS AG, Zurich	Dr. Reto Imhasly
<b>Leadership 3.0</b>	Dieses Forschungsprojekt befasst sich mit dem Führungsverständnis von Unternehmen und Organisationen bei ihrer gemeinsamen Wertschöpfung mit Stakeholdern wie Kunden, Mitarbeitenden, Eigentümern, Lieferanten oder Interessengruppen in Schlüsselbranchen. Ziel ist es, Praktiker aus verschiedenen Firmen und Organisationen dazu einzuladen, an der Ausarbeitung einer Vision für ein neues Leadership-Verständnis mitzuwirken.	Leadership; Strategic Management; Marketing; Kommunikation; Finance; Health Care; Accounting & Controlling	2012 - 2016	Center for Digital Business; Center for Marketing; Center for Human Resources Management & Leadership; Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Center for Communications; Swiss Real Estate Institute; Center for Financial Studies; Center for Health Care Management; Center for Accounting & Controlling; Interview mit über 100 Führungspersonen in der Schweiz. Gefördert von Benvola Stiftung und Ecoscientia CHF	<a href="#">Prof. Dr. Sybille Sachs</a>

## HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Bestellerkompetenz im Facility Management</b>	Die Unterhaltskosten eine Liegenschaft sind, über den Lebenszyklus gerechnet, 5-8 mal so hoch wie die Baukosten. Das Know-How für den Einkauf der Unterhaltsleistungen soll mit diesem Projekt verbessert werden. Erschienen ist eine Publikation in der Schriftenreihe des SVIT sowie ein Lehrmittel für die Schulung von Immobilienbewertschaftungsfirmen.	Supply Chain Management in der Industrie, Immobilienbewertschaftungsfirmen	2015	Swiss Real Estate Institute; Auftraggeber FM Kammer SVIT Schweiz	<a href="#">Prof. Dr. Peter Ilg</a>
<b>Modellentwicklung zur Kundenzufriedenheitsmessung bei einer Regionalbank</b>	Ziel war die Entwicklung eines Mess- und Analyseinstrumentariums zur Erhebung der Kundenzufriedenheit auf der Basis eines kausalanalytischen Modells. Ausgehend von einer qualitativen Vorstudie wurden für die quantitative Hauptstudie 300 Kundinnen und Kunden einer Regionalbank befragt. Das Modell kann für weitere Durchführungen wieder genutzt werden, um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse gewährleisten zu können.	Marketing; Statistik	2015	Center for Marketing; Auftraggeber Intervista	<a href="#">Prof. Dr. Michael Grund</a>
<b>Modellierung eines Kundenzufriedenheits- und Kundenbindungsmodells im Finanzbereich</b>	Entwicklung eines zeitgemässen Modells zur Messung von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung im Bereich Finanzdienstleistungen Basis: Fokusgruppendifkussionen & quantitative Kundenbefragungen	Marketing/Kommunikation	2014 - 2015	Clientis Zürcher Regionalbank, Center for Marketing	<a href="#">Prof. Dr. Michael Grund</a>

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Kids &amp; Career</b>	Ziel der externen Mandatnehmer ist die Begleitung der Vetsuisse-Fakultät an der Universität Zürich bei der Abklärung, welche Bedürfnisse der beiden Fokusgruppen „Fakultät“ sowie „akademischer Nachwuchs“ im Vordergrund stehen und welche Lösungsansätze möglich sind, um den akademischen Nachwuchs bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu unterstützen.	Strategisches Management; Human Resource Management	2014 - 2015	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Center for Human Resources Management & Leadership, Auftraggeber: Vetsuisse Fakultät Universität Zürich	<a href="#">Prof. Dr. Sybille Sachs</a>
<b>Understanding value constructions in blue-collar working employees: Towards a phenomenological approach</b>	Die Dissertation befasst sich mit einer Thematik an der Schnittstelle zwischen Psychologie und Strategisches Management und knüpft damit einerseits an die Literatur der Positive Organizational Scholarship und an die Normative Stakeholder Theorie andererseits. Dabei geht es darum herauszufinden, wie Wert in seiner Mehrdimensionalität emotional und verbal von Mitarbeitenden konstruiert wird.	Strategisches Management; Stakeholder Management; Human Resources	2013 - 2015	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Lehrstuhl für Unternehmensführung und -politik (Universität Zürich)	Vanessa McSorley, lic.phil.
<b>E Pluribus Unum: The Impact of Social Identities and Legitimacy on Cooperation in Issue-based Stakeholder Networks</b>	Die Dissertation untersucht den Einfluss von sozialen Identitäten auf die Kooperation zwischen Stakeholdern von komplexen sozio-ökonomischen Issues (Work-Life Balance, drohende Energielücke im Rahmen des Atomausstiegs, steigende Gesundheitskosten). Es hat sich gezeigt, dass für eine hohe gemeinsame Wertschöpfung einerseits die unterschiedlichen Stakeholderidentitäten als Quellen von spezifischen Ressourcen wichtig sind. Andererseits braucht es aber auch eine saliente übergeordnete Stakeholderidentität, als Grundlage für die gemeinsamen Interessen und Normen einer Kooperation.	Stakeholder Theorie; Strategisches Management; Sozial- und Wirtschaftspsychologie	2010 -2015	Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Universität Bern	Dr. Thomas Schneider

## HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<p><b>The effectiveness of transnational standard initiatives (TSI) in the apparel industry: an empirical examination of two cases</b></p>	<p>Transnational Standard Initiatives (TSI) können zu wirksamen Verbesserung von (in diesen untersuchten Fällen) Arbeitsbedingungen führen. Insbesondere, wenn sie (durch Audits) einfach messbar sind (z.B. Arbeitsplatzsicherheit). Bei Bedingungen, welche schwieriger messbar sind (z.B. Versammlungsfreiheit, Recht auf kollektive Verhandlung etc.) reichen normale Audits nicht mehr aus. Ein umfassenderes Stakeholder-Management kann hierbei stark unterstützen, aber auch Gesetze, die (in Entwicklungsländern) tatsächlich umgesetzt werden.</p>	<p>Stakeholder Management; Unternehmensverantwortung; Global Governance; Regulierung; Wertschöpfungskettenmanagement</p>	<p>2010 - 2014</p>	<p>Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Institut für Politikwissenschaft der Universität Zürich</p>	<p><a href="#">Dr. Claude Meier</a></p>
<p><b>Commercial Investments and Mission Drift in Microfinance: A Qualitative Analysis of Stakeholder Perceptions in Switzerland</b></p>	<p>Vor dem Hintergrund zunehmender Integration von Mikrofinanz in den formalen Finanzmarkt und somit kommerzieller Investmenttätigkeit, aber auch aufkommender Kritik hinsichtlich eines potenziellen Mission Drifts untersuchte das Dissertationsprojekt die Wahrnehmung der Schweizer Mikrofinanzgemeinde hinsichtlich den vorherrschenden Risiken und Opportunitäten. Das Forschungsprojekt zeigte auf, dass Einigkeit bezüglich wesentlicher wertbasierten Fragen, aber auch die Vielfältigkeit unterschiedlicher Stakeholderinteressen massgebend für die hochwertige Form der Wertschöpfung innerhalb der Gemeinde und darüber hinaus sind.</p>	<p>Stakeholder Management, Mikrofinanz</p>	<p>2010 - 2013</p>	<p>Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; University of Southern Queensland (Australien)</p>	<p>Dr. Marc Moser</p>

## HWZ

Titel des Projekts	Beschreibung des Projekts	Beteiligte Disziplinen	Zeitdauer	Kooperationspartner	Kontakt
<b>Evaluation und Wirkungsmessung von Stakeholder-Engagements</b>	<p>Das Projekt analysiert am Beispiel der zwei Pharmaunternehmen Pfizer und MSD, wie Stakeholder-Engagement-Prozesse systematisch evaluiert und auf ihre Wirksamkeit hin geprüft werden können. Das erarbeitete Ergebnis ist ein Evaluationskonzept, das in transparenter und für alle beteiligten Stakeholder nachvollziehbarer Weise aufzeigt, wie sich Stakeholder-Engagement-Prozesse auf die Wertschöpfung auswirken und was durch solche Engagements für die Unternehmung, aber auch für die Stakeholder für Werte entstehen.</p>	<p>Strategic Management; Stakeholder Management; Evaluationsforschung</p>	<p>2010 - 2012</p>	<p>Institut für Strategisches Management: Stakeholder View; Institut für Unternehmensführung der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW); Umsetzungspartner: Brugger &amp; Partner; Pfizer Schweiz; MSD Merck; Globale Nahrungsmittelunternehmung (darf aus Vertraulichkeitsgründen nicht genannt werden)</p>	<p><a href="#">Prof. Dr. Sybille Sachs</a></p>
<b>Wettbewerbsfaktoren von Schweizer Produkten, Unternehmen und der Nation</b>	<p>Untersuchung des Stellenwerts verschiedener Faktoren, die über die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz entscheiden Basis: Unternehmensbefragung bei Mitgliedsfirmen der GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing</p>	<p>Marketing/Kommunikation</p>	<p>2010</p>	<p>Center for Marketing, GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing:</p>	<p><a href="#">Prof. Dr. Michael Grund</a></p>