

Tätigkeitsbericht 2008

01.01.2008 – 31.12.2008

1 Vorwort

Das Technologiezentrum Wirtschaftsinformatik als kleine aber schlagkräftige Forschungseinheit im Oberwallis mit einer starken Verbindung zur Universität Bern und der Fernfachhochschule Schweiz existiert seit über 15 Jahren. Dies ist für die schnelllebige Informatikbranche eine lange Zeit und demonstriert ein beachtenswertes Mass an Konstanz und Nachhaltigkeit. Gemäss seiner regionalen Verankerung wählt das TEWI insbesondere Themen, die für die Region Wallis mit ihrer besonderen geografischen Lage und Wirtschaftsstruktur eine hohe Relevanz haben, wie etwa die IT-Nutzung in der Tourismus-Branche oder die Umsetzung von Telekooperation. Hier konnten wir auch im abgelaufenen Berichtsjahr durch Praxis-transfer-Veranstaltungen und Forschungspublikationen sichtbare Beiträge leisten.

Das vergangene Jahr war durch einige personelle Rotationen gekennzeichnet. Durch Personalabgänge entstandene Vakanzen konnten leider nicht unmittelbar geschlossen werden, was sicherlich auch der mittlerweile durch die Finanzkrise beendeten Hochkonjunktur geschuldet ist. Dass das TEWI dennoch an mehreren Konferenzen aktiv mitgewirkt hat und sogar Publikationen auf internationalen wissenschaftlichen Konferenzen platzieren konnte, spricht für die Stärke dieses Konstrukts und der eingeschlagenen Strategie einer aktiven Vernetzung mit Hochschulinstitutionen innerhalb und ausserhalb des Wallis. Besonders sei in diesem Zusammenhang darauf hingewiesen, dass das TEWI als Mit-Antragsteller eine Anerkennung des Projekts SOLET (Swiss Open Laboratory for E-Tourism) als EU Living Lab erreichen konnte. Dieses soll in Zukunft auch zum Nutzen der Tourismusregion Valais/Wallis mit Leben gefüllt werden.

Gerne fordere ich Sie auf, sich in diesem Tätigkeitsbericht über die Aktivitäten des TEWI eingehender zu informieren. Ich würde mich freuen, wenn die Inhalte Ihr Interesse finden. Wir gehen mit vielen neuen Ideen und Projekten in die Zu-

kunft und hoffen, uns Ihre Wertschätzung erhalten zu können. An dieser Stelle danke ich allen Partnerinstitutionen für die Zusammenarbeit; dem TEWI-Netzwerk für die Unterstützung unserer Aktivitäten und dem Kanton Wallis sowie der Stadtgemeinde Brig-Glis für die finanziellen Beiträge. Ich hoffe auf eine gute weitere Zusammenarbeit.

Mit freundlichen Grüssen



Prof. Dr. Thomas Myrach, Präsident und Geschäftsführer (ad interim)

2 Das TEWI in Kürze

Leitbild

Das Technologiezentrum Wirtschaftsinformatik (TEWI) ist ein unabhängiger Verein, der die zweckmässige Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in Wirtschaft und Verwaltung im Kanton Wallis fördern will. In Kooperation mit der Fernfachhochschule Schweiz und dem Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern sind Assistenten, wissenschaftliche Mitarbeiter und Studenten in den Bereichen Forschung, Ausbildung und Dienstleistung tätig.

Der Kanton Wallis und die Stadtgemeinde Brig-Glis unterstützen die Forschungsprojekte des TEWI. Schwergewichtig werden aktuelle Trends in der Wirtschaftsinformatik verfolgt und deren Auswirkungen als Chancen und Gefahren für die Region Wallis analysiert.

Mitarbeiter

- Prof. Dr. Thomas Myrach, Geschäftsführer seit 07.05.2008.
- Manuela Vogel, BSc BA, stud. MSc BA, wissenschaftliche Mitarbeiterin seit 01.07.2007.

- Daniel Pavlovic, wissenschaftlicher Mitarbeiter seit 01.07.2008.
- Matthias Wüthrich, wissenschaftlicher Mitarbeiter seit 01.08.2008.
- Marcel Grüter, BSc BA, stud. MSc BA, wissenschaftlicher Mitarbeiter seit 01.11.2008 und designierter Geschäftsführer.
- Guido Lang, BSc BA, MSc BA, Geschäftsführer 01.07.2007 - 30.04.08.

Ferner arbeiteten im Jahr 2008 weitere Assistenten und wissenschaftliche Mitarbeiter des Instituts für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern sowie der Fernfachhochschule Schweiz in Brig an verschiedenen TEWI-Projekten mit.

Vorstand

- Prof. Dr. Thomas Myrach (Präsident; Geschäftsführer ad interim seit 07.05.08), Institut für Wirtschaftsinformatik, Abteilung Informationsmanagement, Universität Bern
- Ignaz Andres, Geschäftsführer OCOM, Brig
- Prof. Dr. Federico Flückiger, Departementsleitung Informatik, Fernfachhochschule Schweiz, Brig
- Guido Lang, Geschäftsführer TEWI, Brig/Bern (01.07.2007-30.04.08)

Mitgliederversammlung in Brig

Die Mitgliederversammlung des Vereins Technologiezentrum Wirtschaftsinformatik (TEWI) für das Geschäftsjahr 2007 fand am 07. Mai 2008 in Brig statt. Der Jahresbericht des Geschäftsführers Guido Lang umfasste einen Überblick zu den Projekten in den Bereichen Forschung, Ausbildung und Dienstleistung und eine Präsentation des Abrechnungsberichts. Weiter ging der Geschäftsführer auf die erfolgreiche Intensivierung der Zusammenarbeit mit dem Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern und der Fernfachhochschule Schweiz in Brig ein. Einen speziellen Dank richtete er an Herrn Prof. Dr. Thomas Myrach, der dem TEWI mit konstruktiven Diskussionen und seinem umfangreichen Wissen im Bereich der Wirtschaftsinformatik zur Seite steht. Guido Lang kündigt an, dass er nach einem Jahr das Amt des TEWI-Geschäftsführers ablegen wird und das TEWI verlässt. Es hat sich ihm eine neue Herausforderung gestellt und er wird ab Juli 2008 in den USA mit seinem Doktorandenstudium fortfahren. Der Präsident des TEWI, Prof. Dr. Thomas Myrach verdankt Guido Lang, bedauert es aber sehr, einen solchen Geschäftsführer zu verlieren. Er zeigt Verständnis für die Situation von Guido Lang und macht darauf aufmerksam, dass die perso-

nellen Ressourcen im TEWI sich auf Manuela Vogel beschränken. Thomas Myrach spricht von kritischen Faktoren, welche die Geschäftstätigkeit beeinflussen. Ein erstes Element ist sicher die Kündigung von Guido Lang. Ein zweites die Intervention des Kantons Wallis, dass das TEWI zu klein sei und sie einen Ausbau sehr begrüßen und auch unterstützen würden.

Wie geht es weiter? Die Stimmung im TEWI bezeichnet Herrn Myrach als optimistisch, zumal man ein neues Konzept entworfen hat, bei welchem die FFHS und das IWI als die zwei Säulen gelten, auf welchen das TEWI nun aufbauen kann und von welchen auch personelle Ressourcen zur Verfügung gestellt werden. Herr Flückiger bestätigt dieses Vorhaben und zeigt sich ebenfalls sehr zuversichtlich. Herr Myrach erklärt sich bereit, das Amt des Geschäftsführers des TEWI vorübergehend zu übernehmen.

Es folgte ein kurzer Ausblick über die geplanten Projekte und die Finanzierung für das Jahr 2008.

3 Forschung

A) Abgeschlossene Projekte

Wieso beschweren sich unzufriedene Konsumenten online? Eine empirische Überprüfung der Determinanten für die Online-Beschwerdeneigung

Online complaining (OC) is said to be an efficient and convenient way of handling complaints for both customers and companies. But up to now, complaint channel choice and online consumer complaining behaviour (OCCB) have received only limited attention from both scholars and practitioners. Why consumers use a particular channel for expressing their dissatisfaction has to be found out yet. Thus, this research project has aimed at comprehensively explaining a customer's propensity to complain online. In the expert interviews, the perspective of customer care managers in the Swiss telecommunications industry and scholars in the field of consumer complaining behaviour (CCB) has been examined. As a second data source, 126 complaints by letter and 135 online complaints have been analysed. Moreover, company A provided a complaint statistics encompassing 5'616 complaints. Finally, seven interviews with online complainants have provided insights into the customer perspective. As a result, the conceptual framework explaining the propensity to complain online has been refined. A key determinant is the providers' responsiveness. Here, managers and customers assess the situation differently. While most customers (and scholars) expect an answer within 24 hours, customer care managers are convinced that three days is an appropriate response time. This dis-

confirmation of customer expectations leads to a perceived low probability of success for computer-mediated communication (CMC), which in turn reduces the likelihood that CMC will be chosen in future for complaining.

Publikation Zaugg, A.D. (2009), Why Do Consumer Use the Internet for Complaining to the Company? Key Findings of the PhD Thesis, Arbeitsbericht Nr. 215, Institut für Wirtschaftsinformatik, Abteilung Informationsmanagement, Universität Bern, Bern 2009.

B) Laufende Projekte

Kooperatives Kundenbeziehungsmanagement (CRM) in touristischen Destinationen

Kooperationen zwischen der Tourismusorganisation und den Leistungsträgern, werden für die Wettbewerbsfähigkeit einer touristischen Destination als essentiell beurteilt. Um Kunden längerfristig an eine Destination zu binden, bieten sich auch Kooperationen im Bereich des Customer Relationship Management an. Technologische Innovationen ermöglichen die kooperative Nutzung von CRM-Systemen und die Vernetzung von dezentral abgewickelten Prozessen. Für die erfolgreiche Etablierung solcher Kooperationen spielt die Motivation der unabhängigen touristischen Leistungsträger eine entscheidende Rolle. In dieser Untersuchung wurde theoriegeleitet ein Modell konzipiert, welches die Absicht der Leistungsträger zur Nutzung eines organisationsübergreifend eingesetzten CRM-Systems zu erklären versucht. Das daraus abgeleitete Hypothesensystem wurde mit der PLS-Analyse auf signifikante Beziehungen untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass sowohl rationale Treiber wie die Leistungserwartung als auch institutionelle Faktoren wie die organisationalen Rahmenbedingungen und das wahrgenommene Kundenbedürfnis eine Wirkung auf die Entscheidung haben.

Publikation Fux, M., Myrach, T., *Adoption of a destination-wide CRM approach: An empirical analysis of the determinants in the Swiss hospitality industry*, in: Höpken, W., Gretzel, U., Law, R. (Hrsg.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2009*, Wien, New York: Springer, S. 507 - 517.

Multimedia und virtuelle Produkterfahrungen im Tourismus

Das Kernprodukt eines Hotels ist die zur Verfügung Stellung von Aufenthalts- und Übernachtungsmöglichkeiten für Gäste. Diesbezüglich kommt den Räumlichkeiten eine grosse Bedeutung zu. Potenzielle Gäste dürften im Allgemeinen ein starkes Interesse daran haben, wie die Zimmer und sonstigen Aufenthaltsräume aussehen, welche Grösse sie haben, wie sie eingerichtet sind, usw. Darüber hinaus kann auch die Umgebung eines Hotels von Bedeutung sein, um die Attraktivität eines Aufenthalts beurteilen zu können.

In einem ersten Schritt wurde untersucht, welche Raumdarstellungsformen die 5-Sterne- und 5-Sterne-Superior-Hotels der Schweiz zur Präsentation ihrer Räumlichkeiten im Internet verwenden und ob eine Tendenz zum häufigeren Einsatz von innovativen Darstellungsformen in höher klassifizierten Hotels besteht. Dazu wurden anhand einer Literaturanalyse fünf grundlegende Darstellungsformen definiert: das statische Bild, der Film, das 360°-Panorama, virtuelle Touren und die virtuelle Rekonstruktion. Das statische Bild ist die ursprünglichste Raumdarstellungsform. Es handelt sich dabei um eine Momentaufnahme eines bestimmten Eindrucks der realen Welt, welche zweidimensional dargestellt wird. Der Film ist eine Sequenz von aufeinanderfolgenden Bildern, die in kurzen Abständen abgespielt werden, so dass sie vom menschlichen Auge als fließende Bewegung wahrgenommen werden. Ein 360°-Panorama ermöglicht eine Rundumsicht einer bestimmten Umgebung und besteht meistens aus zusammengesetzten statischen Bildern. Mit einem entsprechenden Player kann der Benutzer sich im Bild umsehen. Die virtuelle Tour ist eine gezielte Verknüpfung von Bildern oder 360°-Panoramen. Diese Verknüpfung erfolgt über einen Lageplan, Hot Spots oder einer Kombination von beidem. Bei Hot Spots handelt es sich um Partien des Bildes, die eine Reaktion hervorrufen, wenn sie angeklickt werden. Diese Hot Spots können mit anderen Inhalten verknüpft werden (Texte, statische Bilder, andere 360°-Panoramen usw.). Die letzte Form ist die virtuelle Rekonstruktion. Dabei handelt es sich um eine komplette oder partielle virtuelle Rekonstruktion einer realen Umgebung. Der Benutzer kann sich entweder frei in der virtuellen Umgebung bewegen oder die virtuelle Umgebung wird mittels Kamerafahrt durchlaufen. Oft werden virtuelle Nachbauten nicht auf Firmenwebsites, sondern in virtuellen Welten wie Second Life präsentiert.

Anhand eines Experteninterviews wurden zudem ökonomische Aspekte wie Kosten und Nutzen der einzelnen Darstellungsformen untersucht. Anschlies-

send wurde eine Vollerhebung der Webseiten der 86 5-Sterne- und 5-Sterne-Superior-Hotels der Schweiz durchgeführt und auf das Vorhandensein der verschiedenen Darstellungsformen geprüft.

Die Auswertung der gewonnenen Daten ergab, dass die Hotels vorwiegend statische Bilder zur Präsentation ihrer Räumlichkeiten verwenden. Die innovativen Raumdarstellungsformen wie Filme, 360°-Panoramen und virtuelle Touren sind noch nicht sehr verbreitet. Virtuelle Rekonstruktionen werden noch nirgends verwendet. Zudem wurde festgestellt, dass Hotels mit höherer Klassifizierung tendenziell innovativere Darstellungsformen auf ihren Webseiten einsetzen.

Bezüglich dieses Forschungsprojekts wird derzeit ein Arbeitsbericht vorbereitet. Weitere Aktivitäten sind geplant.

Der Einfluss der Ability von Menschen auf die Online-Informationssuche am Beispiel der Online-Reisebranche

Die Ability zur Informationssuche wird definiert als die Fähigkeit eines Individuums, Informationen in den relevanten Quellen mit einem geeigneten Vorgehen zielgerichtet zu suchen und zu verarbeiten. Der Begriff der Ability wird im Bereich der Online-Informationssuche (OI) zwar zahlreich zitiert und verwendet, ist jedoch noch kaum empirisch auf den Zusammenhang mit der OI überprüft worden. Eine erste Untersuchung trägt mit einer qualitativen empirischen Studie zur Schliessung dieser Lücke bei.

Neben einer Begriffsdefinition mittels Literaturrecherche wurden auch die Determinanten der Ability ermittelt. Als solche Determinanten sind die Technologiebereitschaft, suchgegenstandsbezogene Erfahrungen, das Selbstvertrauen, das Technologieverständnis/-wissen, das suchprozessbezogene Vorgehen, suchprozessbezogene Erfahrungen und die grundsätzliche Begabung zu verstehen. Der Zusammenhang zwischen der Ability und der OI sowie zwischen der Ability und deren Determinanten wurde anschliessend in einer explorativen Studie am Beispiel des Schweizer Online-Reisemarkts empirisch untersucht. Als Methoden wurden das qualitative Leitfadeninterview und das qualitative Experiment gewählt, welche mit neun Probanden durchgeführt wurden.

Wie die Resultate zeigen, weisen ausser der Technologiebereitschaft und dem Technologieverständnis/-wissen sämtliche Determinanten einen positiven Zusammenhang mit der Ability auf. Eine Steigerung in der Ausprägung einer dieser Variablen hat demnach auch eine Steigerung der Ability zur Folge. Zudem

konnte gezeigt werden, dass die Ability eines Individuums einen direkten positiven Einfluss auf das Ausmass der OI hat. Bei sechs der neun Probanden ist das Niveau der Ability gleich hoch wie jenes der OI. Bei drei Probanden, welche die Beziehung zwischen der Ability und der OI nicht direkt bestätigen, ist das Niveau der Ability jeweils höher als das Ausmass der OI. Jedoch ist auch hier eine positive Tendenz zu erkennen. Die Erkenntnisse der Studie stützen schliesslich die Bedeutung der Ability im Zusammenhang mit der OI. In weiterführenden Untersuchungen zur OI sollte deshalb das Konstrukt der Ability unbedingt als Einflussfaktor miteinbezogen werden.

Je grösser also die Fähigkeit zur OI - d.h. die Ability - ist, desto mehr suchen Konsumenten auch im Internet nach Informationen. Und letztlich kommt das auch den Reiseanbietern zugute, da die Kosten zur Informationsbereitstellung im Internet gegenüber anderen Kanälen wesentlich geringer ausfallen. Daher hat die Ausprägung der Ability auch Konsequenzen für den Tourismus. Zur Zielgruppenanalyse und Ausrichtung der Angebote muss vermehrt die Online-Begabung der Konsumenten beachtet werden, damit ein zielgerichtetes Online-Angebot implementiert werden kann. Zudem ist es wichtig, die Fähigkeit der Konsumenten bezüglich OI zu fördern. Welche Massnahmen zur Förderung der Ability bei Konsumenten geeignet sind, soll mit einer weiteren Untersuchung am Beispiel eines Schweizer Online-Reiseanbieters erhoben werden.

Gestaltung virtueller Welten im Internet

Im Rahmen des Seminars Web 2.0 wurde das Gebäude des Instituts für Wirtschaftsinformatik nachgebaut und in Google-Earth dargestellt. Das Ziel des Arbeitsberichtes besteht darin, den Bau zu dokumentieren und eine Anleitung zu erstellen, wie ein solches Projekt, wie das Errichten des Instituts für Wirtschaftsinformatik, erstellt werden kann. Hierbei besteht der Schwerpunkt darin, die Dokumentation Schritt um Schritt von zwei Erstellungsarten auszuführen, so dass ein Nachbauen eines beliebigen Gebäudes anhand dieser Anleitungen möglich wird.

Die beiden Arten unterscheiden sich im Detaillierungsgrad. Mit der fotorealistischen Errichtungsart wird die Grundform des Gebäudes errichtet und in der Folge mit Fotos vom Gebäude abgeglichen. Das fotorealistische Bauwerk lässt sich problemlos in Google-Earth implementieren und permanent anzeigen.

Mit der zweiten Variante, wird das Gebäude detailliert nachgebaut. Diese Variante ist viel aufwendiger

als erstere. Der Vorteil liegt aber darin, dass das Gebäude sehr detailreich nachgebaut werden kann. Ein Nachteil besteht aber darin, als dass das Bauwerk nicht permanent in Google-Earth angezeigt werden kann, aufgrund der grossen Anzahl an Geometrie.

Weiter wird die Thematik der Marketingmöglichkeiten im Geoweb aufgegriffen und erörtert. Dabei wird festgestellt, dass zurzeit die Möglichkeiten im Bezug auf Google-Earth sehr eingeschränkt sind, das Potential aber lange nicht ausgeschöpft ist und mit der laufenden Entwicklung die Möglichkeiten und ihre Nutzung steigen werden.

4 Ausbildung

14. Forum der Wirtschaftsinformatik

Am 26. November 2008 fand zum 14. Mal das TEWI-Forum der Wirtschaftsinformatik statt. Im Alfred Grünwald Saal der Mediathek Wallis in Brig hielten derzeitige und ehemalige TEWI-Mitarbeiter Vorträge zum Thema "**Online-Marketing: Suchen und gefunden werden**". Am diesjährigen Forum konnte mit Marco Zerzuben von der Zerzuben Touristik AG auch ein Live-Interview-Partner für das Forum gewonnen werden. In der Pause, wie auch während dem Apéro hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, ihr Können bzw. ihre Fähigkeiten bezüglich der Online-Suche an diversen Aktivposten zu testen.

Rund 60 Teilnehmende versammelten sich im Alfred Grünwald Saal.

Folgende Themen wurden behandelt:

- Interview: Marco Zerzuben, Direktor Zerzuben Touristik AG im Gespräch mit Thomas Myrach: *Informationssuche der Kunden aus Sicht eines Reiseveranstalters.*
- Marcel Grüter, wissenschaftlicher Mitarbeiter TEWI / Universität Bern, Institut für Wirtschaftsinformatik: Suchen im Web – Eine Frage des Könnens?
- Pascal Zenklusen, brain-tec AG, Verlosung einer E-Marketing Beratung bei der Firma brain-tec.
- Prof. Dr. Thomas Myrach, Universität Bern, Institut für Wirtschaftsinformatik: Suchmaschinen-Marketing – Google AdWords & Co.
- Michael Fux, Dozent/Projektleiter, Hochschule Luzern – Wirtschaft: Online-Marketing – Ein Blick in die Glaskugel.

Die Unterlagen sind auf http://www.tewi.ch/forum/forum_08_rb.htm verfügbar.

4. IFITT Forum in Luzern

Das 4. Forum des Schweizer Chapter der IFITT (International Federation for IT and Travel & Tourism) wurde vom TEWI, vom Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern und Zürich und von den Hochschulen Wallis und Luzern am 3. September in Zürich durchgeführt. Referenten aus Forschung und Praxis gaben Impulse zum Thema Web 2.0 im Tourismus. Weitere Informationen zu den Referaten sind auf <http://www.ifitt.ch> zu finden.

Betreuung von Qualifikationsarbeiten

Im Jahr 2008 wurden Studierende der Universität Bern bei der Erarbeitung von Qualifikationsarbeiten zu den folgenden für TEWI-Projekte relevanten Themen betreut:

- Web Content Management Systeme: Erarbeitung und Test eines Klassifikationsrahmens sowie empirische Ermittlung von Einflussfaktoren bei der Systemwahl.
- e-Customer Value: How do Websites create Value for the Customer?
- Der Beitrag von Online-Marketingkonzepten auf den Erfolg semiprofessioneller Musiker und Hobby Musiker im MySpace.
- Information Sources of Small Professional and Private Investors.
- Potentiale des online Beschwerdemanagements und deren Nutzung auf Schweizer Unternehmenswebseiten.
- Vor- und Nachteile des Online-Beschwerdemanagements.

Ein allfälliges Interesse an den Inhalten kann beim TEWI angemeldet werden.

5 Dienstleistung

Durch seine Tätigkeit will das TEWI die zweckmässige Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in Wirtschaft und Verwaltung im Kanton Wallis fördern. Dies schliesst Dienstleistungen mit Bezug zur angewandten Forschung ein. Das TEWI versteht Dienstleistungen bei der Durchführung von Praxisprojekten als innovatives Synergiepotenzial in Ergänzung zu den Tätigkeiten von Walliser Informatikunternehmen. Dabei konzentriert sich das TEWI auf konzeptionelle Aufgaben etwa im Zusammenhang mit dem wirtschaftlichen Potential und der Adoption von neuen Technologien. Profunde Kenntnisse über die Möglichkeiten und Grenzen verfügbarer IKT sind die Basis, um verhal-

tensorientierte und ökonomische Aspekte der Technologienutzung zu untersuchen sowie Erklärungen und Gestaltungsempfehlungen für Probleme im Zusammenhang mit der Nutzung von IKT abzugeben. Dabei werden in der internationalen Forschung gebräuchliche Theorien, Methoden und Modelle herangezogen.

Aufgrund der knappen Personalressourcen wurden im Berichtszeitraum keine neuen Dienstleistungsprojekte durchgeführt. Kooperationsprojekte über das Mediennutzungsverhalten von Rezipientinnen und Rezipienten privater Schweizer Radio- und Fernsehveranstalter sowie das E-Mail Management in der Schweizer Hotellerie wurden zu Ende geführt und dokumentiert. Zudem hat sich das TEWI in Praxis-transfer-Anlässen engagiert (siehe unter Ausbildung).

6 Arbeitsprogramm 2008

Forschung

Im Bereich der Forschung werden die laufenden Forschungsprojekte (siehe Abschnitt 3 B) abgeschlossen sowie neue Projekte erarbeitet. Die Forschungskooperation mit der Fernfachhochschule Schweiz in Brig richtet ihren Fokus auf den Themenbereich „Telearbeit“.

Ausbildung

Eine Ausbildungsaktivität für das Jahr 2009 wird das 14. TEWI-Forum darstellen. Das Forum wird im Oktober 2009 in Brig stattfinden.

7 TEWI-Netzwerk

Das Technologiezentrum Wirtschaftsinformatik (TEWI) Brig pflegt durch seine Schnittstellenfunktion zwischen Theorie und Praxis zahlreiche Kontakte und Kooperationen zu Walliser Unternehmen und Institutionen.

Das vom TEWI aufgebaute Netzwerk „Verein TEWI“ zählte am 31. Dezember 2007 63 Mitglieder. Dazu zählen u.a.: KMUs (z.B. Schnyder Ingenieure AG, Lauber IWISA, Salzmann AG), Grossunternehmen (z.B. Lonza AG, Credit Suisse), Spitäler (z.B. Spitäler Brig und Visp), Tourismusbetriebe (z.B. Zorzublen Touristik AG, Verkehrsbetriebe Betten-Bettmeralp AG, Matterhorn-Gotthard Bahn), Informatikfirmen (z.B. OCOM AG, Bar Informatik AG), Schulen (z.B. Hochschule Wallis, Fernfachhochschule Schweiz Brig, Studienzentrum Brig, ICHA Brig) und Öffentliche Organisationen (z.B., Regionssekretariat Brig-Aletsch, Gemeinden Brig, Visp und Naters).

8 Kooperationen

Fernfachhochschule Schweiz, Brig

Das TEWI ist seit dem 01.01.2003 der FFHS angegliedert, wodurch Synergien in gemeinsamen Projekten in der angewandten Forschung und Entwicklung geschaffen werden können. Seitens der FFHS wurde eine zu besetzende Personalstelle geschaffen, welche in das TEWI integriert werden soll.

Universität Bern, Institut für Wirtschaftsinformatik, Abt. Informationsmanagement

Zur Unterstützung der Aktivitäten des TEWI besteht eine Kooperation mit dem Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern in den Bereichen Forschung sowie Wissens- und Technologietransfer. Mitarbeiter des Instituts unterstützen diverse TEWI-Projekte durch eine aktive Beteiligung.