

Tätigkeitsbericht 2009

01.01.2009 – 31.12.2009

1 Vorwort

Nach einem durch personelle Umstrukturierungen geprägten Zeitabschnitt, konnte das Technologiezentrum Wirtschaftsinformatik (TEWI) im vergangenen Jahr mit einem neuformierten Team Projekte in Forschung und Praxis mit frischem Elan vorantreiben. Natürlich standen Themen im Vordergrund, 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 der erfolgreiche Webauftritt von KMU. Daneben wurden auch aktuelle Trends behandelt, wie beispielsweise der Einsatz von Gratis-Musik-Downloads oder Customer Self-Service Technologien. Mit der Erforschung der Kompetenz von Internet-Usern zur Benutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) hat das TEWI zudem auch Grundlagenforschung betrieben.

Neben den abwechslungsreichen Tätigkeiten in der Forschung war das TEWI in der vergangenen Berichtsperiode auch massgeblich an der Organisation des 5. Swiss E-Tourism Forums in Siders beteiligt. Ausserdem konnte das Know-how des TEWI im Rahmen eines beratenden Dienstleistungsprojekts für Wallis-Tourismus eingesetzt werden. Gerne fordere ich Sie auf, sich in diesem Tätigkeitsbericht über die vergangenen, die aktuellen und geplanten Aktivitäten des TEWI eingehender zu informieren.

Zuletzt möchte ich es nicht versäumen, allen unseren Partnerinstitutionen für die Zusammenarbeit dem TEWI-Netzwerk für die Unterstützung unserer Aktivitäten und dem Kanton Wallis sowie der Stadtgemeinde Brig-Glis für die grosszügigen finanziellen Beiträge zu danken. Ein spezieller Dank gilt Prof. Dr. Thomas Myrach, der dem TEWI als Präsident stets mit Rat und Tat zur Seite steht. Ich hoffe auf eine weitere gute Zusammenarbeit und viele spannende Projekte.

Mit freundlichen Grüssen

Marcel Grüter, Geschäftsführer TEWI

2 Das TEWI in Kürze

Leitbild

Das Technologiezentrum Wirtschaftsinformatik ist ein unabhängiger Verein, der die zweckmässige Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien 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, Präsident
- Marcel Grüter, BSc BA, MSc BA, Geschäftsführer seit 01.05.2009.
- Manuela Vogel, BSc BA, stud. MSc BA, wissenschaftliche Mitarbeiterin seit 01.07.2007.
- Daniel Pavlovic, stud. BSc BA, wissenschaftlicher Mitarbeiter seit 01.07.2008.
- Matthias Wüthrich, stud. BSc BA, wissenschaftlicher Mitarbeiter seit 01.08.2008.
- Nicolas Schneider, stud. BSc BA, wissenschaftlicher Mitarbeiter seit 01.09.2009.

Ferner arbeiteten im Jahr 2009 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), Institut für Wirtschaftsinformatik, Abteilung Informationsmanagement, Universität Bern
- Ignaz Andres, Geschäftsführer OCOM, Brig
- Prof. Dr. Federico Flückiger, Departementsleitung Informatik, Fernfachhochschule Schweiz in Brig, bis 01.09.2009.
- Prof. Dr. Martin Sutter, Departementsleitung Informatik, Fernfachhochschule Schweiz in Brig, seit 01.09.2009.
- Marcel Grüter, Geschäftsführer TEWI, Brig/Bern, seit 01.05.2009.

Mitgliederversammlung in Brig

Die Mitgliederversammlung des Vereins Technologiezentrum Wirtschaftsinformatik für das Geschäftsjahr 2008 fand am 07. Mai 2009 in Brig statt. Der Jahresbericht des Präsidenten und Geschäftsführers ad interim Prof. Dr. Thomas Myrach 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. Federico Flückiger, der die Fernfachhochschule verlassen und somit auch aus dem TEWI-Vorstand austreten würde. Herzlich willkommen hiess er Marcel Grüter, der neu in das Amt des TEWI-Geschäftsführers gewählt wurde. Neben der Tätigkeit als Geschäftsführer plant er seine Doktorarbeit am Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern zu schreiben.

Zum Schluss folgte ein kurzer Ausblick über die geplanten Projekte und die Finanzierung für das Jahr 2009.

3 Forschung

A) Abgeschlossene Projekte

Kooperatives Kundenbeziehungsmanagement (CRM) in touristischen Destinationen

Kooperationen zwischen der Tourismusorganisation und den Leistungsträgern, werden für die Wettbewerbsfähigkeit einer touristischen Destination als essenziell 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.

Diese Aktivitäten sind massgeblich mit dem Dissertationsprojekt von Michael Fux verknüpft, die dieser inzwischen an der Universität Bern erfolgreich abgeschlossen hat. Nach einem Intermezzo in Luzern hat Michael Fux mittlerweile eine Tätigkeit an der Hochschule Wallis aufgenommen und belegt damit eine weitere Rolle des TEWI, nämlich qualifizierten Nachwuchs aus der Region und für die Region Wallis heranzubilden.

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.

E-Mail-Management und seine systemtechnische Unterstützung in der Hotellerie

Für Beherbergungsbetriebe ist E-Mail ein wichtiges Kommunikationsmedium im elektronischen Kanal geworden. Die Bedeutung von E-Mails für die Kundenkommunikation zieht die Forderung nach einem systematischen und professionellen E-Mail-Management nach sich. Derzeit tut sich die Mehrzahl der Betriebe jedoch schwer, den damit verbundenen hohen Anspruch einzulösen. Überraschenderweise spielen auch spezifische technische Informationssysteme zur Unterstützung dieser Aufgabe keine grosse Rolle.

Am TEWI ist in den letzten Jahren der Umgang von touristischen Organisationen (Destinationen, Hotellerie) mit E-Mail-Anfragen in einer Reihe von Projekten untersucht worden. In einem Beitrag im übernational sichtbaren HMD-Schwerpunktheft eTourismus werden Erfahrungen aus diesen Projekten zusammengefasst und einige zentrale Ergebnisse wiederge-

geben. Damit konnten ein weiteres Mal die Früchte der TEWI-Arbeit international präsentiert werden.

Publikation Fux, M., Myrach, T., E-Mail-Management und seine systemtechnische Unterstützung in der Hotellerie, in: Lassnig, M., Reich, S. (Hrsg.), eTourismus, HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik 270, Dezember 2009, S. 37 - 44.

Beschwerdemanagement über den Online-Kanal

Die Nutzung von elektronischen Medien, insbesondere das Internet, für Anliegen gegenüber Unternehmen, wie dies etwa Anfragen oder Beschwerden darstellen, etabliert einen elektronischen Kanal für Interaktionen mit dem Unternehmen. Dieser ist durch Besonderheiten gekennzeichnet, welche die Nutzer in bestimmten Situationen als vorteilhaft oder nachteilig empfinden. Um das Potential dieses Kanals richtig einschätzen und ihn gezielt einsetzen zu können, ist eine genaue Kenntniss der Nutzungsmotive erforderlich.

In einem Dissertationsprojekt über Online-Beschwerdeverhalten ist erforscht worden, warum Beschwerdeführer den Beschwerdekanaal Internet wählen. Dieses steht in einem inhaltlichen Bezug zu den oben angesprochenen Projekten über E-Mail-Management, als dessen Teil das Online-Beschwerdemanagement gesehen werden kann. Das Projekt ist mit dem erfolgreichen Abschluss von Alexandra Zaugg an der Universität Bern zu einem vorläufigen Ende gekommen und seine Ergebnisse sind mittlerweile auch schon in Buchform publiziert.

Publikation Zaugg, A.D.: Why do Consumers Use the Internet for Complaining to the Company? Determinants Explaining the Propensity to Complain Online, Saarbrücken: Südwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften 2009.

B) Laufende Projekte

Virtuelle Erfahrungen von Dienstleistungen im Schweizer Tourismus- und Kultursektor

Im Gegensatz zu vielen physischen Produkten kann die Qualität der meisten Dienstleistungen aufgrund ihrer Immaterialität nicht vor dem Kauf beurteilt werden. Dienstleistungen müssen erst erfahren werden. Die virtuelle Darstellung einer Dienstleistung ermöglicht die Simulation einer direkten Dienstleistungserfahrung im Web. Durch die Darstellung von Dienstleistungsangeboten mittels virtueller Präsentationsformate, werden diese damit schon vor dem Kauf erfahrbar.

Aufgrund ihrer Interaktivität sowie ihrer Informationsreichhaltigkeit können verschiedene Darstellungsformate unterschieden werden: z.B. statische Bilder, Videos oder virtuelle Touren. Angewendet auf den Dienstleistungskontext sollen die Verwendung der verschiedenen Formate bei Schweizer Hotels sowie bei Schweizer Theaterhäusern untersucht werden. Diese beiden Dienstleistungsarten unterscheiden sich aufgrund ihres Materialitätsgrades, wodurch die Möglichkeiten zur Visualisierung der Kernleistung unterschiedlich ausfallen. Es wird angenommen, dass sich verschiedene Darstellungsformate nicht für alle Dienstleistungen gleichermaßen eignen.

Eine webbasierte Inhaltsanalyse soll zunächst zeigen, ob und wie die verschiedenen Darstellungsformate auf Webseiten von Schweizer Hoteliers und Theaterhäusern verwendet werden. Einem ersten Bericht ist zu entnehmen, dass Schweizer Luxushotels v.a. statische Bilder und Videos aber nur wenige virtuelle Darstellungsformate verwenden. Derzeit wird die Analyse auf 3- und 4-Sternbetriebe ausgedehnt. In einem weiteren Schritt wird mittels einer qualitativen Studie untersucht, welche Vor- und Nachteile die einzelnen Darstellungsformate mit sich bringen und welche Inhalte mit welchem Format transportiert werden können. Schliesslich wird das Forschungsprojekt durch eine quantitative Erhebung abgerundet, welche die Wirkungen der verschiedenen Darstellungsformate empirisch belegen soll.

Mit dem Vergleich von statischen Bildern, Videos und virtuellen Touren bei Hotels und Theaterhäusern sollen insbesondere der effektive Einsatz von VDE sowie der Nutzen der Darstellungsformate für verschiedene Dienstleistungsarten in der Praxis aufgezeigt werden.

Publikation Wüthrich, M., Blattmann, O., Grüter, M., Myrach, T., Raum erfahrbar machen – Aber wie? Eine Bestandsaufnahme räumlicher Darstellungsformen bei Internetauftritten von Schweizer Luxushotels, Arbeitsbericht Nr. 218 des Technologiezentrums Wirtschaftsinformatik, Bern/Brig 2009.

Die IKT-Kompetenz von Menschen im Kontext der Online-Informationssuche

Die IKT-Kompetenz wird definiert als die Fähigkeit eines Individuums, Informationen im Web mit einem geeigneten Vorgehen zielgerichtet zu suchen und zu verarbeiten. Der Begriff wird im Bereich der Online-Informationssuche (OI) zwar zahlreich zitiert, ist jedoch noch nicht empirisch auf den Zusammenhang mit der OI überprüft worden. In einer ersten literaturgestützten Untersuchung wurden Einflussfaktoren der IKT-Kompetenz ermittelt. Dazu gehören u.a. die

Technologiebereitschaft, suchgegenstandsbezogene Erfahrungen, das Selbstvertrauen, das Technologieverständnis/-wissen, das suchprozessbezogene Vorgehen, suchprozessbezogene Erfahrungen und die grundsätzliche Begabung zur OI. Der Zusammenhang zwischen der IKT-Kompetenz und ihren Determinanten wurde anschliessend in einer explorativen Studie am Beispiel des Schweizer Online-Reisemarkts empirisch untersucht. Dabei wurden Leitfadeninterviews sowie qualitative Experimente durchgeführt. Wie die Resultate zeigen, scheinen ausser der Technologiebereitschaft und dem Technologieverständnis/-wissen sämtliche Determinanten einen positiven Zusammenhang mit der IKT-Kompetenz aufzuweisen. Die stärkere Ausprägung einer dieser Variablen hat demnach auch eine Steigerung der IKT-Kompetenz zur Folge.

Die Ausprägung der IKT-Kompetenz hat schliesslich auch Konsequenzen für den Tourismus. Um Informationen den Fähigkeiten der Konsumenten entsprechend anzubieten, muss vermehrt auf deren IKT-Kompetenz Rücksicht genommen werden. Damit wird die Implementierung eines zielgerichteten Online-Angebots möglich. Zudem ist es wichtig, die Fähigkeiten der Konsumenten zur OI gezielt zu fördern. In einem Experteninterview mit dem Web-Verantwortlichen von vacando.ch, einem Schweizer Online-Reiseanbieter, konnten verschiedene Massnahmen zur Förderung der IKT-Kompetenz bei Konsumenten ermittelt werden. Ein Arbeitsbericht, der die Determinanten der IKT-Kompetenz genauer erklärt und jeweils einzelne Förderungsmassnahmen zu deren Steigerung beschreibt, steht kurz vor der Veröffentlichung. In einem nächsten Schritt soll zum einen der Katalog möglicher Förderungsmassnahmen erweitert werden. Zum anderen ist der Zusammenhang der Determinanten und der IKT-Kompetenz sowie deren Wirkung auf die tatsächliche OI empirisch zu belegen.

Wirkungen von Gratis-Musik-Downloads (GMD) im Klassikmarkt

Die zahlreichen neuen Technologien des Internets haben in der Musikwirtschaft einen grundlegenden Strukturwandel ausgelöst. Insbesondere die illegalen Musiktaschbörsen werden immer wieder als Hauptursache für sinkende Erträge aus Tonträgerverkäufen verantwortlich gemacht. Jedoch gibt es vermehrt Studien, welche die Möglichkeit zum Gratisdownload auch als Chance betrachten. Dabei wird diskutiert, ob diese nicht auch für das Marketing eines Künstlers oder eines Orchesters genutzt und im Sinne der Kundenbindung als Sampling betrachtet werden könnten.

Mit einer qualitativen Studie wurde untersucht, welche Auswirkungen die GMD auf die Einstellung und das Verhalten eines Konsumenten im Kontext des Marketings haben können. Die Resultate zeigen, dass sich die positiven Auswirkungen von Gratis-Musik-Downloads auf das Kundenverhalten, insbesondere im Rahmen von CD-Käufen, Konzertbesuchen und Weiterempfehlungen äussern. Weiter konnten gewisse Einflüsse der Downloads auf die Zufriedenheit, die Einstellung und die Vertrauensbildung gegenüber einem Orchester oder Interpreten festgestellt werden. Damit konnte gezeigt werden, dass sich die Gratis-Musik-Downloads als Instrument zur Kundenbindung eignen und wie sie gezielt von einem Künstler bzw. einem Orchester eingesetzt und genutzt werden können. So lässt sich darüber z.B. ein vorwiegend jüngeres Publikum ansprechen. Ausserdem bieten die Downloads eine Möglichkeit zur Einsparung finanzieller Aufwendungen. Denn im Gegensatz zu den traditionellen Offline-Medien wie Printwerbung ermöglichen die GMD einem Orchester oder Interpreten eine äusserst kostengünstige und geografisch unabhängige Werbemassnahme. Die GMD bieten also als Marketinginstrument die Möglichkeit, dem durch das Internet ausgelösten Wandel im Marketing zu begegnen. Mit einer gezielt eingesetzten Nutzung können die Gratis-Downloads statt als Bedrohung der alten Strukturen auch als Chance für neue Werbemöglichkeiten betrachtet werden.

Anhand einer Fallstudie soll als nächstes die Implementierung von Gratis-Musik-Downloads aus der Anbieterperspektive betrachtet und konkrete Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Zudem sind die bisher vermuteten Auswirkungen von Gratis-Musik-Downloads im Klassikmarkt quantitativ zu überprüfen.

e-Success – Erfolgreicher Interneteinsatz

Heutzutage unterhält nahezu jedes Unternehmen einen eigenen Web-Auftritt, vom globalen Konzern bis zum Kleinstbetrieb. In einer pragmatischen, managementorientierten Sichtweise sollte sich die konkrete Ausprägung des Web-Auftritts höchst unmittelbar an den konkreten Zielen ausrichten, die ein Unternehmen mit einem Web-Auftritt erreichen will. Erst durch einen zielgerichteten, auf das Unternehmen angepassten Web-Auftritt lässt sich das Potential des Internets optimal verwirklichen. Das Instrument e-Success soll mit einem aus der Theorie abgeleiteten Modell, einem umfassenden Zielkatalog sowie einem Mess- und Auswertungsverfahren die Übereinstimmung des Web-Auftritts mit dem Zielsystem eines Unternehmens klären helfen und damit zu einer verbesserten Qualität des Web-Auftritts im Sinne der postulierten Ziele beitragen.

Im Rahmen von e-Success wurden für die Kategorien Informations-, System- und Servicequalität, sowie Nutzung(-sabsicht), Zufriedenheit der Nutzer, Nettonutzen und Qualitätskontrolle literaturbasiert insgesamt 42 Ziele formuliert, welche Unternehmen mit dem Einsatz der Internetseite verfolgen können. Die Bewertung der Ziele erfolgt dabei in Abhängigkeit ihrer Wichtigkeit für ein Unternehmen. Dadurch kann mit e-Success der Erfolg von Webseiten verschiedenster Unternehmen, unabhängig von Größe und Branche, beurteilt werden. Es erlaubt die Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen und liefert die Grundlage für einen erfolgreichen Interneteinsatz.

Ein Pretest bei 30 Walliser Winzern hat gezeigt, dass sich die Zielbewertung in Abhängigkeit der Wichtigkeit grundsätzlich als sinnvoll erweist. Jedoch wurden sämtliche Ziele jeweils als relativ wichtig beurteilt, was differenzierte Handlungsanweisungen erschwert. Unternehmen müssen sich noch genauer mit der Bewertung der einzelnen Ziele sowie deren relativen Wichtigkeit auseinandersetzen. Aus einer theoretischen Perspektive konnten die postulierten Wirkungszusammenhänge innerhalb des e-Success-Modells mehrheitlich statistisch erhärtet werden. Ausgehend von diesen Ergebnissen können nun weitere Schritte hin zur quantitativen Validierung des Instruments unternommen werden.

Neben einem publizierten Arbeitsbericht wurde je ein Forschungsartikel zu e-Success erfolgreich an der 17. International Conference on Information Technology and Travel & Tourism 2010 in Lugano sowie an der Multikonferenz für Wirtschaftsinformatik 2010 in Göttingen eingereicht und angenommen.

Publikation von Burg, S., Blattmann, O., Grüter, M., Weiterentwicklung von e-Success - Ein Instrument zur Bestimmung des Erfolgs von Internetauftritten, Arbeitsbericht Nr. 223 des Technologiezentrums Wirtschaftsinformatik, Bern/Brig 2009.

Multifunktionale Kundenkarte für die Tourismusregion Wallis

In den vergangenen Jahren haben im Bereich Tourismus viele Fusionen und Kooperationen stattgefunden. Dies führte u.a. zu verschiedenen Produktverbänden, die unterschiedliche touristische Produkte über einen einzigen Kanal, nämlich in Form einer elektronischen Gästekarte, ermöglichen. Im Hinblick auf das Wallis sind an dieser Stelle die Valais Ski Card und die Erlebniscard der Matterhorn-Gotthard-Bahn als Billettverbundsysteme zu nennen. Es ist geplant, diese zwei Karten in einer Valais Card zusammenzufassen. Darüber hinaus soll die Valais Card noch weitere Funktionen übernehmen.

In Zusammenarbeit mit Wallis Tourismus wurde die Durchführung einer umfassenden Situationsanalyse geplant. Während eine kleinere Konkurrenzanalyse bereits abgeschlossen werden konnte, steht die empirische Erhebung der Kundenbedürfnisse kurz bevor. Anhand der Situationsanalyse sollen schliesslich Empfehlungen für das Marketingkonzept der Valais Card abgeleitet werden.

Customer Self Service im Internet

Mit Self-Service-Technologien (SST) ersetzen Unternehmen zunehmend die von ihren Mitarbeitern im persönlichen Kontakt zum Kunden erbrachten Dienstleistungen. Statt durch Personal werden Dienstleistungen vom Kunden selber erstellt. Beispiele für SST sind der Bankomat, Self-Check-Out-Systeme, Internet-Banking oder der Billettautomat. Mögliche Gründe, weshalb Unternehmen SST anbieten, sind Einsparung von Personalkosten, Verfügbarkeit und Skalierbarkeit des Serviceangebots, einfacher Zugang zum Angebot für den Kunden sowie verbesserte Wettbewerbsfähigkeit. Ein SST-Angebot kann jedoch für das Unternehmen mit erheblichen Investitionskosten verbunden sein.

Ob der Kunde angebotene SST tatsächlich benutzt, ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Ein wesentlicher Einflussfaktor in der SST-Nutzung ist die wahrgenommene Kontrolle. D.h. die Art und Weise, wie der Kunde seine Kontrolle bzw. seine Einflussmöglichkeiten in der Nutzung von SST auffasst. Wegen der erheblichen Bedeutung der wahrgenommenen Kontrolle soll dieser Einflussfaktor weiter erforscht werden. Die bestehende wissenschaftliche Literatur kann nicht erklären, worauf sich die persönliche Kontrolle des SST-Kunden im Einzelnen bezieht, welche Bedeutung diesen einzelnen Objekten und Faktoren zukommt und welche Zusammenhänge dabei bestehen können. Deshalb soll diesen Fragen im Rahmen des Forschungsprojekts nachgegangen werden.

4 Ausbildung

5. IFITT Forum in Siders/Sierre

Das 5. Forum des IFITT (International Federation for IT and Travel & Tourism) Chapters Switzerland wurde durch das TEWI in Kooperation mit der Hochschule Wallis, der Hochschule Luzern und dem Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern organisiert. Es fand am 21. Oktober 2009 in Siders statt.

Zum ersten Mal wurde das Swiss E-Tourism Forum auf Initiative des TEWI zweisprachig durchgeführt. Dies entspricht in besonderem Masse dem Anliegen

eines zweisprachigen Kantons und soll beide Landesteile miteinander ins Gespräch bringen. Nicolas Nova von LIFT und je sechs weitere Referenten sprachen in einem deutschen und einem französischen Track zum Thema: „3D, mobil und spielerisch – Neue Internetdienste für den Tourismus auf dem Vormarsch“. Weitere Informationen zu den Referenten sind auf <http://www.ifitt.ch> zu finden.

TEWI-Forum

Aufgrund der zeitlichen und örtlichen Nähe zum IFITT-Forum wurde das traditionelle TEWI-Forum in Brig im vergangenen Jahr nicht durchgeführt. Alle Mitglieder und Interessenten waren auf jene Veranstaltung verwiesen und herzlich eingeladen worden.

Betreuung von Qualifikationsarbeiten

Im Jahr 2009 wurden Studierende der Universität Bern bei der Erarbeitung von Qualifikationsarbeiten zu den folgenden für TEWI-Projekte relevanten Themen betreut:

- Gratis-Downloads von Musik – Ein Marketinginstrument? Eine empirische Untersuchung am Beispiel des Schweizer Klassikmarktes.
- Hotelpower II – Die Energieplattform der Schweizer Hotellerie im Wandel: wirtschaftsinformatische Analyse und Ableitung von Handlungsempfehlungen.
- Onlinewerbung für Shakespeare – Eine Bestandsaufnahme der Online-Marketing-Instrumente von Schweizer Theatern.
- Einsatzmöglichkeiten von Virtual Communities und Blogs im touristischen Marketing.
- Outsourcing = Crowdsourcing – Eine Vergleichende Studie von verschiedenen Crowdsourcing Plattformen.

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 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 Wirtschaftsunternehmen. Dabei konzentriert sich das TEWI auf konzeptionelle Aufgaben etwa im Zusammenhang mit dem wirtschaftlichen

Potenzial und der Adoption von neuen Technologien. Profunde Kenntnisse über die Möglichkeiten und Grenzen verfügbarer IKT sind die Basis, um verhaltensorientierte 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.

Trendanalyse Wallis Tourismus

Das TEWI führte für die Neukonzipierung der Webseite von Wallis Tourismus eine umfassende Trendanalyse bezüglich der Webseitengestaltung bei Tourismusdestination durch. Diese beinhaltete eine Logfileanalyse auf der Webseite www.wallis.ch, eine Konkurrenzanalyse, eine Kundenanalyse und eine Evaluierung verschiedener Internettechnologien.

6 Arbeitsprogramm 2010

Forschung

Im Bereich der Forschung werden die laufenden Forschungsprojekte (siehe Abschnitt 3 B) weiterverfolgt. Besonders die noch in einem frühen Stadium befindlichen Aktivitäten zu Virtuellen Erfahrungen und ihren Einsatzmöglichkeiten sollen vorangetrieben werden.

Darüber hinaus ist geplant, weitere Forschungsprojekte zu initiieren. Eine TEWI-Studie wird sich z.B. mit dem Einsatz von Blogs beschäftigen.

Zudem sollen zwei Projekte in Zusammenarbeit mit der Fernfachhochschule Schweiz in Brig in Angriff genommen werden. Kern- und Angelpunkt der Forschungskooperation bildet das Themengebiet der Personalisierung. Neben der Generierung eines Algorithmus zur Personalisierung von Newslettern (Recommender Systems) soll in einem weiteren Projekt ein System zur personalisierten Informations-Suche, -Analyse und -Darstellung entwickelt werden.

Weitere Projektideen etwa zur Beurteilung des Web-Auftritts von Winzern befinden sich noch in der Abklärungsphase, so dass zu einer Realisierung im angelaufenen Jahr noch keine verbindlichen Aussagen gemacht werden können.

Ausbildung

Eine geplante Ausbildungsaktivität für das Jahr 2010 stellt das 15. TEWI-Forum dar. Das Forum soll im Oktober 2010 in Brig durchgeführt werden. Weiterhin wird sich das TEWI wieder an der Organisation des IFITT-Forums beteiligen, welches in der zweiten Jahreshälfte 2010 stattfinden soll.

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 2009 59 Mitglieder. Dazu zählen u.a. KMUs (z.B. Schnyder Ingenieure AG, Lauber IWISA), Grossunternehmen (z.B. Lonza AG, Credit Suisse), Spitäler (z.B. Spitäler Brig und Visp), Tourismusbetriebe (z.B. Zerzuben Touristik AG, Verkehrsbetriebe Betten-Bettmeralp AG), 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. 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, Abteilung 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.