

Der Anerkennungspreis
der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement

Preisträger SVSM Award 2014



Preisträger SVSM Award 2014

- 3 — **Editorial**
Robert E. Gubler
- 5 — **Laudatio**
Stefan Vogler
- 7 — **Gewinner**
SVSM Award 2014
- 8 — **Porträt nominierte**
Projekte
- 10 — **Standortmanager 2014**
- 12 — **Bewerber**
Projekteingaben für den
SVSM Award 2014
- 13 — **Jury und ehemalige**
Preisträger
- 14 — **SVSM Award 2015**
Nächste Awardvergabe

Die SVSM wird unterstützt durch:



Die Award-Verleihung wird unterstützt von:



«Das Geschäft des Standortmarketings lebt von Netzwerken und von der Profilierung der Standorte in seinen Zielmärkten»



— Der Lebens- und Wirtschaftsstandort Schweiz ist unter vielen Gesichtspunkten stark herausgefordert. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen entwickeln sich weniger günstig als erhofft. Einige Entwicklungen stehen im Zusammenhang mit Interessenskonflikten, welche die Schweiz gegenüber internationalen Kunden- und Absatzmärkten und insbesondere auch gegenüber Nachbarländern zu bestreiten hat. Nicht wenige politische Entscheide auf nationaler und teilweise kantonalen Ebenen der letzten Jahre führen dazu, dass der unternehmerische Spielraum und die Entwicklungsmöglichkeiten von öffentlichen und privaten Unternehmen zurückgebunden werden. Dazu

kommt eine ungünstige demographische Entwicklung, welche den Fachkräftemarkt und die öffentlichen Finanzen negativ beeinflussen wird. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage: welchen Beitrag können Standortmanagement und Wirtschaftsförderung leisten, um die Betriebe, die schon niedergelassen sind, zu erhalten und zu unterstützen, und wo können diese Organisationen ansetzen, um internationale Unternehmen für den Standort Schweiz zu gewinnen?

Der Bevölkerung Perspektiven bieten

— Der schweizerische Think Tank Avenir Suisse hat jüngst die These vertreten – angesichts der hohen Einwanderungsquote an ausländischen Fachkräften und mit Blick auf die damit verbundene Wohnungsnachfrage, verstärkte Nutzung der Verkehrsinfrastruktur und mögliche Auswirkungen auf weiteres Flächenwachstum der Unternehmen – man solle auf Massnahmen des Standortmarketings und der Wirtschaftsförderung verzichten. Diese These erstaunt

aus ökonomischer und ökologischer Sicht. Auch der gewählte taktische Kontext erstaunt nach Annahme der sogenannten Masseneinwanderungs-Initiative. Initiativen im Standortmarketing entstehen vielfach aus einem lokalen, regionalen oder kantonalen Handlungsbedarf heraus. — Motive zum Handeln können in der schwachen Steuer substanz, in der negativen demographischen Entwicklung, sprich Überalterung, oder auch in der einseitigen Abhängigkeit von einzelnen Unternehmen oder Branchen liegen. Weshalb nun auf die Korrektur dieser Defizite oder Probleme verzichtet werden soll, ist nicht nachvollziehbar. Gerade geht es auch bei peripheren oder schwachen Regionen darum, der ansässigen Bevölkerung wirtschaftliche Perspektiven, Arbeitsplätze und Lehrstellen zu bieten oder die Steuererträge

etwas zu steigern, damit man in die eigene Infrastruktur investieren und die Umwelt- und Lebensqualität verbessern kann. Avenir Suisse irrt sich.

Langfristig denken und handeln

— Die Einwanderung aus den Aktivitäten des Standortmarketings macht gerade vier Prozent der aktuellen Einwanderungsbilanz aus. Es besteht kein Handlungsbedarf, hier den Hebel anzusetzen. Das «Geschäft» des Standortmarketings und der Wirtschaftsförderung ist ein langfristiges. Es lebt vom Aufbau von Netzwerken und von der Profilierung der Standorte in seinen Zielmärkten. Wer hier eine Pause einzulegen gedenkt, vernichtet viel Aufbauarbeit der letzten Jahre und nimmt in Kauf, beim nächsten Konjunkturunbruch auf Feld Null von vorne beginnen und viel zusätzliches Geld investieren zu müssen.

— Die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement kann gut damit leben, wenn die Steuerprivilegien zur Ansiedlung von Unternehmen zur Diskussion gestellt werden. Die sogenannte «Lex Bonny» hat aber auch hier ein Instrument vor allem für die Randregionen der Schweiz schaffen wollen. Wer aus ordnungspolitischen Gründen diese Ordnung abschaffen will, soll gleichzeitig den betroffenen Regionen neue Instrumente und konkrete Perspektiven zur Verfügung stellen.

— Der SVSM Award unserer Vereinigung will vor diesem Hintergrund einen Beitrag leisten, dass vorzügliche Arbeit im Bereich Standortmanagement anerkannt und bekannt gemacht wird. Das soll Ansporn dafür schaffen, dass man sich weniger an Denkfabriken, dafür vielmehr auf die eigenen Beurteilungen abstützt und die Bedürfnisse der betroffenen Unternehmen und der Bevölkerung in den Vordergrund stellt.

— Mai 2014
Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement



Robert E. Gubler
Präsident

«Der Sieger hat nicht primär mit seiner Originalität gepunktet»



— Seit acht Jahren vergibt die SVSM ihren Award für besondere Aktionen oder Projekte im Standortmanagement. Die Jury konnte immer wieder neue und innovative, aber auch überraschende und meistens Projekte mit nachhaltiger Wirkung auszeichnen.

— Dieses Jahr wurden sieben Projekte eingereicht. Drei Projekte, die unterschiedlicher nicht sein könnten, wurden für den Award nominiert.

Jahrzehntelanges Engagement

— Der Sieger hat nicht primär mit seiner Originalität gepunktet. Vielmehr wurde auf der Basis einer über 40 Jahre lang gereiften Idee der ideale Zeitpunkt für eine ideale Investition genutzt und mit Erfolg realisiert. Die Initianten der Preiseingabe konnten eine klare Strategie aufweisen, den Nutzen für die Stakeholders und die Standorte aufzeigen und nachweisen. Auch die kommunikative Umsetzung der Idee und die emotional gelungene Ansprache der entsprechenden Zielgruppen haben die Jury zu einem klaren Entscheid gebracht. Das jahrzehntelange Engagement aller Beteiligten für ein beeindruckendes Grossprojekt hat sich für zwei

Gemeinden mit starken Marken und eine ganze Region gelohnt. Die Preisträger 2014 heissen «Lenzerheidi und Gigi von Arosa» (mehr dazu siehe Projektbeschreibung).

— Die zwei weiteren Projekte der Schlussrunde haben die Jury aus unterschiedlichen Gründen angesprochen.

— Das Projekt «areal^{plus}» knüpft sozusagen nahtlos an die bereits gut profilierte Arealentwicklung im Rahmen der Ansiedlungsstrategie des Kantons St. Gallen. Im Fokus dieser Strategie stehen die schnelle Verfügbarkeit und die bereits klar definierten rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. areal^{plus} will nun ein zusätzliches Instrument in die Hände der Gemeinden und Investoren geben, indem mit der Verknüpfung relevanter Marktinformationen die Wirtschaftlichkeit und die Nutzungspotenziale der einzelnen Areale

marktnah evaluiert, proaktiv genutzt und kommuniziert werden können. Die Idee wurde unter verschiedenen Einzelaspekten schon andernorts aufgegriffen, aber noch nie in der vorgelegten integralen Version für den Einsatz durch die öffentlichen und fallweise auch privaten Entscheidungsträger.

— Im Fokus des Projektes «cewas» steht die unternehmerische Ausbildung von Akteuren und Entscheidungsträgern im unmittelbaren Umfeld der Wasserwirtschaft. Angesprochen sind internationale und lokale Fachpersonen und Betriebsvertreter. Der Standort Willisau kommt damit zu einem Kompetenzzentrum, aus dem bereits über 20 weitere KMU entstanden sind. Die Wahl des Wirtschaftsstandortes Willisau hatte vornehmlich mit den günstigen Kosten und der Nachbarschaft zu bereits bestehenden Unternehmen zu tun. Die Gemeinde hat ihren «Cluster» allerdings noch kaum thematisiert, was durchaus noch Potenzial für die Zukunft im kommunalen Standortmarketing bieten könnte.

Standortmanager des Jahres

— Wenn es um städtebauliche Verantwortung geht, um besondere, oft sogar hervorragende Architektur und wenn darüber gesprochen wird, wie gut die schweizerischen Standorte – nicht nur die Städte – untereinander verbunden sind, dann sprechen wir von den SBB. An deren Spitze steht seit 2007 CEO Andreas Meyer. Er ist Standortmanager 2014 der SVSM. Er verantwortet eine Strategie, die das Erscheinungsbild zahlreicher Gemeinden und Städte prägt. Die Bahnhöfe setzen an vielen Orten städtebauliche Akzente. Gleichzeitig arbeitet der Standortmanager des Jahres 2014 mit dem von ihm geleiteten Unternehmen an vorderster Front daran, diese Standorte immer besser und mit immer kürzeren Transportzeiten zu verknüpfen. Das ist umfassendes Standortmanagement. Die SBB verschaffen sich nicht nur im Kernge-

schäft Transport, sondern auch im Immobilien(entwicklungs)bereich zu Recht grosse und positive Beachtung im In- und Ausland. Wir freuen uns, dass mit Andreas Meyer eine Persönlichkeit den SBB vorsteht, die mit strategischer und kommunikativer Kompetenz die Schweiz als Standort zum Leben und zum Arbeiten profiliert und kompetitiver und besser macht.

— Andreas Meyer ist der vierte durch die SVSM ausgezeichnete Standortmanager. Letztes Jahr wurde Samih Sawiris für sein Engagement in Andermatt geehrt. 2011 wurden die Spitzen des IBM Forschungszentrums in Rüschlikon und der ETH Zürich für ihren Beitrag an den Forschungsstandort Schweiz mit dem SVSM-Award betraut. Den Titel «Standortmanager des Jahres» erhielt 2010 zum ersten Mal Bruno Marazzi für sein Lebenswerk mit den zahlreichen innovativen und erfolgreich umgesetzten Konzeptionen, so unter anderem im Wohnungsbau und im Stade de Suisse in Bern.

— Im Namen der Jury gratuliere ich den Gemeindepräsidenten von Lenzerheide und Arosa, Andreas Meyer und allen Mitarbeitenden der SBB zu Ihren Auszeichnungen

und allen Exponenten der eingereichten Projekte für Ihr grosses Engagement in der Standortförderung.



— Stefan Vogler
markenexperte.ch
— Präsident
der Jury SVSM-Award

Skigebietsverbindung Arosa-Lenzerheide



Lässt Herzen höher schlagen.

— Im hartumkämpften Tourismusmarkt – insbesondere im Wintertourismus – sind Grösse, Pistenkilometer und Schneesicherheit immer wichtiger. Diese Bedürfnisse werden durch die Verbindung der Skigebiete Arosa und Lenzerheide abgedeckt. Vor 43 Jahren entstand die Vision, die beiden nahe liegenden Schneesportgebiete miteinander zu verbinden. Nach mehreren Anläufen und zähen Verhandlungen gelang mit dem Projekt der stützenlosen 1.7 Kilometer langen Pendelbahn über das Urndental der Durchbruch. Mit der Verbindung entstand mit 225 Pistenkilometern das grösste zusammenhängende Skigebiet Graubündens.

Ferienregionen nachhaltig stärken

— Ziel des Projekts ist es, die beiden Ferienregionen Arosa und Lenzerheide nachhaltig zu stärken. Die durch das Projekt erzielte Aufwertung der Wintersportorte soll die abnehmende Anzahl Schneesportgäste auffangen und für eine bessere Auslastung vorab auch unter der Woche sorgen, damit die Wertschöpfung in beiden Destinationen kontinuierlich steigt.



— Verbindet Arosa und Lenzerheide: Die Urdenbahn. (Bild zvg)

— Einerseits sollen wieder mehr Eintritte für die Bergbahnen erzielt werden. Andererseits sollen mehr Logiernächte in Arosa und Lenzerheide generiert werden. Mit der Zunahme der Gästeströme generiert die Skigebietsverbindung einen Nutzen für die ganze Destination und die Ferienregionen Arosa und Lenzerheide. Damit diese Ziele erreicht werden, wird eine intensive Kampagnenkommunikation in den Stammmärkten Schweiz und Deutschland betrieben. Weiter wird versucht, in neue Märkte vorzudringen.

Urdenbahn ist das Kernstück der Verbindung

— Die Verbindungsbahn über das Urndental ist seit dem 18. Januar 2014 in Betrieb. Rund 50 Millionen Franken wurden für den Bau der Verbindungsbahn und die Zubringerlifte investiert. Die beiden unabhängigen Kabinen der neuen Urdenbahn mit dem Fassungsvermögen von je 150 Personen sind das Kernstück der Verbindung Arosa Lenzerheide. Die beiden Skigebiete wurden bereits auf die erste Inbetriebnahme verschmolzen und treten nur noch als ein Schneesportgebiet auf.

— Der Fokus ist in einer ersten Phase auf das gemeinsame Winterprodukt gerichtet – in einem zweiten Schritt soll die Bahn auch im Sommer Touristen anziehen. In einer dritten Phase ist die schrittweise und sinnvolle Kooperation in allen Bereichen der beiden Destinationen Arosa und Lenzerheide – hin zu einer Destinations Management Organisation – vorgesehen.

Web-Applikation für Raumplanung

areal^{plus}

— Immer mehr Gemeinden wollen und müssen ihre Standortpotenziale aktiv entwickeln und sicherstellen, dass die räumliche Entwicklung nach innen durch Verdichtung stattfindet. Innentwicklungsprojekte sind jedoch deutlich komplexer als Projekte auf der grünen Wiese und erfordern die Berücksichtigung zahlreicher Aspekte. Zudem besteht die Gefahr, sich bei geplanten Projekten zu optimistisch auf die erwarteten Steuereinnahmen zu fokussieren und die Folgekosten ausser Acht zu lassen.

Entscheidungshilfe für wirtschaftlich umsetzbare Raumplanung

— In diesem Sinne hat die Abteilung Standortentwicklung und Tourismus im Amt für Wirtschaft des Kantons St. Gallen das Projekt areal^{plus} angestossen. areal^{plus} wird die erste Web-Applikation am Markt sein, die Gemeinden dabei unterstützt, raumplanerische Entscheidungen auch unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Kriterien zu treffen. Geleitet wird das Projekt vom Institut für Wirtschaftsinformatik der School of Management and Law an der ZHAW.



— Berechnungen werden mit der Web-Applikation von areal^{plus} einfach nutzbar. (Bild zvg)

— Hauptziel von areal^{plus} ist die Sichtbarmachung des wirtschaftlichen Potenzials aus Sicht des Investors und der Gemeinde. Denn nur was rentiert, wird letztendlich auch realisiert. Damit soll areal^{plus} Bewegung in die Innentwicklung bringen, insbesondere auch, weil es alle relevanten Akteure einbezieht: Eigentümer, Investor und Gemeinde sollen anhand derselben Ergebnisse fundiert entscheiden können, welche Bebauungs- und Nutzungsszenarien realisiert werden sollen. Die Gemeinde soll zudem eine Hilfestellung erhalten, die ihr im Sinne eines ganzheitlichen und multidisziplinären

Leitfadens aufzeigt, an welche Aspekte kurz- und langfristig zu denken ist, sowie welche wirtschaftlichen Folgen aus einem Bauvorhaben resultieren können.

Einfach nutzbar

— 2013 startete das Projekt. Es wurden Grundlagen erhoben, ein Experten-Netzwerk aufgebaut und geklärt, ob das Projekt inhaltlich und technisch realisierbar ist.

— Mithilfe zahlreicher Experten werden ein Leitfaden und Berechnungsmodelle für die Beurteilung von Projekten entwickelt. Damit dieser Leitfaden und die Berechnungen für Gemeinden und Investoren möglichst einfach nutzbar sind, werden sie als Web-Applikation zur Verfügung gestellt.

— Ab Herbst 2014 wird der Prototyp getestet – durch die Anwendung an drei konkreten Arealen unterschiedlicher Komplexität in Balgach, Buchs SG und Uzwil.

cewas – international centre for water management services Willisau

cewas

international centre for water management services

— Nachhaltige Lösungsansätze im Wassersektor fördern und gleichzeitig die Gemeinde Willisau (LU) zum attraktiven Firmenstandort machen: Die Non-Profit-Organisation cewas bietet in Willisau alljährlich ein Start-Up Programm im Wasser-, Abwasser- und Ressourcenmanagementbereich an. Damit fördert cewas die Ansiedlung neuer innovativer Firmen in der Region Willisau, welche einerseits einen nachhaltigen Beitrag zum globalen Wasser- und Ressourcenmanagement beitragen, andererseits die Wettbewerbsfähigkeit von Willisau stärken.

Innovation und Nachhaltigkeit

— Ziel von cewas ist es, das nachhaltige und auf Ethik beruhende Engagement des Privatsektors im Wasser-, Abwasser- und Ressourcenmanagement zu stärken. Damit sollen mehr wirksame Produkte und Dienstleistungen zur Lösung globaler Herausforderungen wie Wasserknappheit oder -verschmutzung geschaffen werden.



— Mit Start-Up Programmen in Willisau unterstützt cewas Jungunternehmer in ihrer Startphase. (Bild zvg)

Dieses Ziel soll erreicht werden, indem Jungunternehmer mit innovativen Geschäftsideen in ihrer Startphase so unterstützt werden, dass sie auf dem Markt nachhaltig bestehen.

— Seit der Gründung des Zentrums im Jahr 2011 hat cewas in drei einjährigen Start-Up Programmen in Willisau und einem Smart-Start-Up Programm in Sambia insgesamt 28 neue Unternehmen hervorgebracht. Dadurch konnte sich der Standort

Willisau als Vernetzungs- und Innovationszentrum für nationale und internationale KMU im Wassersektor sowie als Wasser-Kompetenz-Cluster positionieren.

Auch das lokale Gewerbe profitiert

— Nicht zuletzt aus diesem Grund haben vier cewas Start-Ups Willisau als Standort für ihren Firmensitz gewählt. Davon profitiert auch das lokale Gewerbe – zum Beispiel durch Raummieten, Beherbergungen, Materialeinkauf oder Catering. Derzeit wird eine fünfte Firma in der Gemeinde angesiedelt.

— Cewas wird noch bis 2015 hauptsächlich vom Staatssekretariat für Wirtschaftliche Zusammenarbeit (SECO), dem Kanton Luzern und dem regionalen Entwicklungsträger Region Luzern West im Rahmen der Neuen Re-

gionalpolitik (NRP) finanziert. In den nächsten Jahren will cewas zu einem globalen Programm für Geschäftsentwicklung im Wasser- und Ressourcenbereich mit Hauptsitz in Willisau werden.

— Hierzu sind Partner in Südasien, im mittleren Osten und in Ostafrika im Aufbau. Auch in der Schweiz soll die Vernetzung und Verbindung zu bestehenden Strukturen gestärkt werden. Dazu wird cewas in die Luzerner Neunternehmerinitiative und in die Wirtschaftsförderung Luzern eingebunden.

Mit unternehmerischem Willen den Standort Schweiz vernetzen

— Die Schweiz belegt in internationalen Rankings für Standortenach wie vor Spitzenränge. Zu verdanken ist dies dem gesunden Wettbewerb zwischen Kantonen und Gemeinden um attraktive Standortvorteile. Ebenso wertvoll ist aber auch die hervorragende Vernetzung der zahlreichen Standorte in der Schweiz durch eine gut ausgebauten und verlässliche Infrastruktur.

— Die Jury hat dieses Jahr eine Persönlichkeit nominiert, die für die Vernetzung des Standorts Schweiz als Ganzes und damit für eine beispielhafte Schweizer Standortentwicklung steht: Andreas Meyer, CEO der SBB AG.

— Die SBB sind zwar als öffentlich rechtliche Körperschaft institutionell zu einem qualitativen Engagement sowohl bei Hochbauten als auch in der Bahninfrastruktur angehalten. Die Jury ist gleichwohl einhellig zur Überzeugung gekommen, dass es für hochwertige und nachhaltige Konzepte sowie architektonische Lösungen in der Verkehrsinfrastruktur einen unternehmerischen Willen braucht – und dass der oberste Chef dafür die Verantwortung trägt.



— Steht seit 2007 an der Spitze der SBB: CEO Andreas Meyer – hier im Bahnhof Bern. (Foto zvg)

Standortentwicklung heisst auch Stadtentwicklung

— Andreas Meyer leistet als CEO der SBB AG an vorderster Front einen sichtbaren und überdurchschnittlichen Beitrag für eine erfolgreiche Entwicklung des Standorts Schweiz. Für die SBB heisst Standortentwicklung auch Stadtentwicklung, welche stets den Bedürfnissen der Bevölkerung entsprechen und auf die angrenzenden Quartiere einzahlen muss.

— In diesem Sinne spielt für die SBB die Arealentwicklung eine grosse Rolle: Die SBB besitzt, bewirtschaftet und entwickelt rund 800 Bahnhöfe, 2700 weitere Gebäude und 4000 Grundstücke. Im Zuge der Aufwertung von Bahnhöfen und deren Einzugsgebiet realisiert die Transportdienstleisterin zum Teil hervorragende städtebauliche Massnahmen. So werden Grossbahnhöfe zu kundenfreundlichen Dienstleistungszentren ausgebaut, die Bahnhofsquartiere gemeinsam mit den Stadt- oder Gemeindebehörden sowie privaten Investoren zu attraktiven Wirtschaftsstandorten und belebten Begegnungszonen aufgewertet. Nicht von ungefähr gilt das Transportunternehmen deshalb auch als eine der bedeutendsten Immobilienfirmen in der Schweiz.

— Ein Musterbeispiel für die moderne Arealentwicklung der SBB ist die Europaallee in Zürich. Auf dem ehemals unzugänglichen Brachland neben den Bahngeleisen entsteht bis 2019 in Etappen ein neuer Stadtteil und damit neuer Lebensraum zum Studieren, Arbeiten, Wohnen und zum Verweilen.

— Ein aktuelles Beispiel ist auch die Neugestaltung des Bahnhof St.Gallen und dessen Bahnhofplatz. Zusammen mit der Stadt St. Gallen gestalten die SBB den Bahnhof attraktiver und sicherer, damit dieser die künftige Zunahme an Bahnreisenden bewältigen kann. Gleichzeitig hat sich rund um den Bahnhofplatz ein Geschäftszentrum entwickelt, das sich weiter ausdehnt. Der Bahnhof und seine Umgebung bilden einen Wirtschafts- und Verkehrskern in St.Gallen.

Gesamtperspektiven als Win-win-win Situation für Kunden, Region und SBB

— In der Nordwestschweiz hat die SBB 2013 erstmals eine Gesamtperspektive für eine ganze Region entwickelt, ein Novum in der Schweiz. Zusammen mit den Kantonen Basel-Stadt und Basel-Land-

schaft sowie den schweizerischen Rheinhäfen wurden die Eckwerte für die künftige Entwicklung in der Nordwestschweiz festgelegt. Die Gesamtperspektive zeigt auf, wie Bahnangebot, Bahnanlagen und Bahnareale in den nächsten beiden Jahrzehnten aufgewertet und entwickelt werden sollen – eine echte Win-win-win-Situation für die Kunden, die Region und die SBB. Weitere Gesamtperspektiven sind in Vorbereitung.

Eine Million Passagiere pro Tag

— Weiter investiert die SBB durch stete Erweiterung und Erneuerung der Bahninfrastruktur in die überregionale Vernetzung der Standorte in der Schweiz und damit in ein erfolgreiches Schweizer Standortmanagement. Das Jahr 2014 steht ganz im Zeichen eines Ausbaus in den Regionen und im internationalen Verkehr. Denn die Nachfrage steigt klar an: Im vergangenen Jahr haben die SBB erstmals in ihrer Geschichte über 1 Million Passagiere pro Tag befördert.

— Die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement freut sich, Andreas Meyer als Standortmanager 2014 ehren zu dürfen: Standortgestaltung und Standortmanagement stützen sich nicht zuletzt auf die Umsicht und die Handschrift des Chefs, der die entsprechenden

Spielräume und Rahmenbedingungen in der Unternehmung setzt und es versteht, mit Standortgemeinden und Kantonen, aber auch im Zusammenspiel mit privaten Investoren hervorragende Resultate zu erzielen.

Nachhaltig und Transparent

— Mit Andreas Meyer steht seit 2007 eine nachhaltig denkende und handelnde Persönlichkeit an der Spitze der SBB, die einen Sinn fürs Unternehmerische pflegt, die kundenorientiert handelt und der gleichzeitig Menschen, Umwelt und Land am Herzen liegen. Andreas Meyer schafft als CEO Transparenz und schreckt auch vor negativen und unangenehmen Themen nicht zurück. Dies sind alles Qualitäten, die für ein erfolgreiches Standortmanagement unentbehrlich sind.

— Die SVSM dankt Andreas Meyer für sein Engagement im Sinne eines starken Standorts Schweiz.



«Initiative und Innovation» Dorfentwicklungsplan Blauen

— Blauen im Kanton Basel-Landschaft ist eine attraktive Ortschaft – jedoch mit den bekannten finanziellen Engpässen kleinerer Gemeinden. Im Dorfentwicklungsplan «Horizont 2025» zielt der Gemeinderat deshalb darauf ab, den Finanzhaushalt durch Anwerbung von Familien mit guter Steuerkraft nachhaltig zu verbessern. Das gelingt aber nur, wenn die Wohn- und Lebensqualität des 700-Seelen-Dorfes durch den Abbau seiner Strukturschwächen noch besser wird. Aus einer Bevölkerungsumfrage konnte der Gemeinderat folgende Handlungsfelder ableiten: Erstens sollen Anreize zur Sanierung von Altbauten im Dorfkern geschaffen werden. Zweitens soll ein Gemeindezentrum mit Kindertagesstätte und Dorfladen entstehen. Und drittens braucht es eine bessere Anbindung des Dorfes an die SBB-Verkehrsachse Basel-Biel. Aus finanziellen Gründen kommt der Zukauf zusätzlicher Postauto-Kurse derzeit nicht in Frage. Als Alternative hat der Gemeinderat gemeinsam mit PostAuto Schweiz eine in der Schweiz bisher einmalige Smartphone-App für ein kommunales Mitfahrnetzwerk «Blauen FahrMit» entwickelt. Derzeit nutzen das Angebot rund 60 Personen.

— blauen.ch



«Lebendige Innenstadt»: Kooperative Zentrumsentwicklung Olten

— Die Oltnere Innenstadt soll zum attraktiven und lebhaften Stadtraum werden, wo gesellschaftliches und kulturelles Leben stattfindet und gleichzeitig gewohnt und eingekauft wird. Der Stadtrat hat den ersten wichtigen Schritt zur Aufwertung des Oltnere Stadtzentrums bereits umgesetzt: Die Innenstadt wurde verkehrsberuhigt und mit baulichen Massnahmen neu gestaltet. Der Schwerpunkt liegt nun einerseits auf den Themen Image und Identifikation, andererseits bei einer Stärkung des Detailhandels. Zur Steigerung der Identifikation und des Images der Innenstadt werden die beteiligten Akteure (Gewerbe, Vereine, Kulturorganisationen) vernetzt und in die Entwicklung mit einbezogen. Dazu wurden ein Mandat zur Quartierentwicklung, ein Ideenwettbewerb und eine neue Webseite lanciert. Pünktlich aufs Schulfest 2013 wurde die neue Kirchgasse, der Kern der Innenstadt, mit einer Reihe von Events eröffnet.

— treffpunkt-innenstadt.ch



Der uri-link

— Mit dem Heimatkanton verbunden bleiben: «der uri-link» ermöglicht die Kommunikation zwischen Urnerinnen und Urnern weltweit, die an ihren Wurzeln festhalten wollen. Die Vernetzung untereinander soll das Bewusstsein einer gemeinsamen Identität und somit die emotionale Anbindung an die Heimat Uri fördern. Das kostenlose Netzwerk bietet seinen Benutzern eine Plattform für Stellenausschreibungen, direkte Kontaktmöglichkeiten mit qualifizierten Arbeitskräften oder für den Austausch interessanter Neuigkeiten aus dem Kanton Uri. Im Jahr 2014 werden auf www.derurilink.ch im Ausland wohnhafte Urnerinnen und Urner portraitiert. Zudem wird das Netzwerk auf den Bereich Medizin erweitert: Auswärtige Urner Medizinstudierende und Assistenzärztinnen/Assistenzärzte sollen sich auf «derurilink.ch» über berufliche Möglichkeiten in ihrem Heimatkanton informieren können.

— derurilink.ch



Natürli Zürioberland Wohnen

— Als Teilbereich der Standortförderung Region Zürcher Oberland hat «natürli Zürioberland Wohnen» im Jahr 2013 ihre Tätigkeit als Auskunftsstelle aufgenommen. Ziel der Standortförderung ist es, ideale Rahmenbedingungen für einen attraktiven Lebens-, Wohn- und Arbeitsraum im Zürcher Oberland zu schaffen und entsprechend zu vermarkten. Dafür wurde eine informative Website für die Bevölkerung und potenzielle Neuzuzüger erstellt. Der Website ist eine grosse Adressdatenbank hinterlegt. Anhand dieser können unter anderem alle Turnvereine, Banken oder Dachdecker in der gewählten Gemeinde gefunden werden. Jährlich organisiert «Zürioberland Wohnen» zwei Anlässe zu aktuellen Wohnthemen für die Bevölkerung und publiziert weitere Anlässe aus der Region zum Thema Wohnen. Derzeit entsteht in Zusammenarbeit mit Studierenden der Hochschule Rapperswil ein online Wohnortfinder. Dieser soll Interessierten ermöglichen, den für sie idealen Wohnort im Zürcher Oberland zu finden.

— zuerioberland-wohnen.ch

Interdisziplinär und ausgezeichnet

Fachjury

— In der SVSM Award Fachjury 2014 sind Persönlichkeiten aus Lehre und Forschung, Wirtschaftsförderung, Siedlungsentwicklung sowie Marketing und Kommunikation vertreten:

— Stefan Vogler

markenexperte.ch
(Jurypräsident)

— Domenico Alexakis

Geschäftsführer
Bridge Plus AG

— Prof. Dr. Michael Boenigk

Leiter Competence Center
Unternehmenskommunikation, Hochschule Luzern

— Lukas Bühlmann

Direktor Schweizerische
Vereinigung für Landesplanung VLP-ASPAN

— Dr. Christoph Dickmanns

Geschäftsführer cdi-Projekte

— Joana Filippi

Leiterin Public Affairs
Flughafen Zürich AG

— Robert E. Gubler

Präsident SVSM,
Partner Communicators AG

Die ehemaligen Preisträger in der Übersicht

— Preisträger 2013

— Knonauer Amt mit
EnergieRegion
www.energieregion-knonaueramt.ch

— Standortmanager 2013

— Samih Sawiris, Verwaltungsratspräsident
Orascom Development
Holding AG

— Preisträger 2012

— Classic Bodensee:
Historische Fahrzeuge
erhalten Dachmarke
www.classic-bodensee.ch
— Spiez Marketing AG
mit Beach Soccer-Konzept
www.spiez.ch

— Preisträger 2011

— JUNGFRAU KLIMA-CO₂-
OPERATION mit CO₂-Bilanz
der JungfrauRegion
www.jungfrauclima.ch

— Standortmanager 2011

— Prof. Dr. Ralph Eichler,
Präsident ETH Zürich und
Dr. Matthias Kaiserswerth,
Direktor und Vizepräsident
IBM Research, Zürich-
Rüschlikon
www.zurich.ibm.com

— Preisträger 2010

— Anerkennungspreise

— Standortförderung
Zimmerberg-Sihltal mit
www.zurichparkside.ch
— Entwicklungsverband
Rigi-Mythen mit RigiPlus
www.rigi-mythen.ch

— Standortmanager 2010

— Bruno Marazzi

— Preisträger 2009

— Arosa Tourismus
mit www.kurvensicher.ch
— Chemnitzer Wirtschaftsför-
derungs- und Entwicklungsgesellschaft GmbH mit
www.chemnitz-zieht-an.de

— Preisträger 2008

— Pro Zürcher Berggebiet
mit dem Regionalmarketing-
projekt «Natürli»
www.prozb.ch
— Wirtschaftsförderung
Lübeck (D) mit der Kam-
pagne «foodRegio – Berufe
die schmecken»
www.foodregio.de

Nächste Awardvergabe

— Nach der Lancierung 2007 wird der SVSM Award 2015 zum neunten Mal ausgeschrieben. Der SVSM Award ist der von der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement initiierte Preis und zeichnet herausragende Leistungen im Standortmarketing, Standortmanagement und der Wirtschaftsförderung aus.

Anforderungen an Preisträgerprojekte

— Der SVSM Award soll Ansporn und Belohnung für Akteure im Tätigkeitsbereich des Standortmanagements auf kommunaler, regionaler, städtischer oder auch grenzüberschreitender Ebene sein. Der SVSM Award wird an ein Projekt vergeben, das in seiner Gesamtheit oder unter einem besonderen Aspekt des Standortmarketings bzw. der Wirtschaftsförderung beispielhaft ist sowie die Prädikate innovativ, professionell und praxisgerecht in Anspruch nehmen kann. Eine ganzheitliche, nachhaltige Ausrichtung des Projekts ist wichtig. Erste Zwischenergebnisse sind wünschenswert.

Ausgezeichnet werden unter anderem:

— Konzepte und Realisierungen der Bestandespflege sowie Ansiedlungen
— Immobilienstrategie als Teil der Ansiedlungspolitik
— Positionierung und Markenpolitik
— Strategie, Projektorganisation eines besonderen Objektes, eines Entwicklungsgebietes, einer Gemeinde, einer Wirtschaftsregion oder eines Kantons
— Projekte die im Rahmen der Neuen Regionalpolitik NRP entstanden sind

Bewerbung und Termine

— Bewerbungen für den SVSM Award 2015 können von Personen, Unternehmen, Institutionen oder öffentlichen Körperschaften aus der Schweiz eingereicht werden. Durch Ausfüllen eines Factsheets kann ein eigenes oder fremdes Projekt nominiert werden. Eine Fachjury entscheidet anschliessend, welche Projekte detailliert eingereicht werden sollen. Diese werden dann im Rahmen einer Jury-Sitzung von den Verantwortlichen persönlich vorgestellt. Der Entscheid wird an der Award-Verleihung bekannt gegeben.

— **Die Eingabefrist für Bewerbungen wird voraussichtlich Anfang März 2015 sein. Die Preisverleihung findet im Mai 2015 statt.**

SVSM, Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement

— Die SVSM ist der Dachverband für Standortmanagement, Standortmarketing sowie Siedlungsentwicklung in der Schweiz.

— Die SVSM vernetzt Profis aus den Bereichen Standort- und Wirtschaftsförderung, Beratung, Lehre und Forschung sowie Siedlungsentwicklung. Sie bietet eine Plattform für Erfahrungsaustausch sowie Professionalisierung in allen Teilgebieten des Standortmarketings. 1998 gegründet, zählt die SVSM über 70 Mitglieder.

Schwerpunkte und Aktivitäten

— Regelmässige Mitgliederinformationen zu aktuellen Ereignissen, Trends, Veranstaltungen oder interessanten Medienbeiträgen.





SVSM Award 2014:

— Preisträgerbroschüre
www.svsm-standortmanagement.ch

— **Herausgeber**

Schweizerische Vereinigung
für Standortmanagement SVSM

— **Redaktion**

Communicators AG, Zürich
Prisca Gregori, Christine Moser

— **Konzept und Gestaltung**

typosalon, Zürich
Matthias Gubler

— **Erscheinung**

Mai 2014

— **Bezugsquelle**

Schweizerische Vereinigung
für Standortmanagement SVSM
Wengistrasse 7
CH-8004 Zürich
Telefon +41 44 455 56 61
Fax +41 44 455 56 60
info@svsm-standortmanagement.ch
www.svsm-standortmanagement.ch