

Die Entwicklung einer Gemeinde – Zufall oder Strategie?

Der intensive gesellschaftliche und wirtschaftliche Wandel, aber auch die vielfältigen politischen Veränderungen fordern jede Gemeinde, sich intensiv mit der Gestaltung der Zukunft auseinander zu setzen. Die Entwicklung darf nicht dem Zufall überlassen werden; sie muss einer nachhaltigen Strategie folgen. Die Integration der interessierten Bevölkerung in diese Strategie zur Erarbeitung eines Leitbild-Prozesses erhöht die politische Akzeptanz sowie die Chance der Umsetzung.

Faktoren der Gemeinde-Entwicklung

Jede Gemeinde repräsentiert ein komplexes Uhrwerk mit vielen kleineren und grösseren Zahnrädern, die sich nur fein aufeinander abgestimmt zu einem harmonischen Getriebe finden. Schleift oder stockt eines, wird das Uhrwerk gebremst und es kann die Erwartungen nicht mehr wunschgemäss erfüllen. Auch die Triebfedern der Gemeinde-Entwicklung müssen synchronisiert sein, um Energieverluste oder eine Fehlentwicklung zu vermeiden. Doch welche sind die zentralen Faktoren der Gemeinde-Entwicklung?

Bevölkerung und Wohnort-Marketing

Einen zentralen Faktor der Gemeinde-Entwicklung bilden das Wachstum sowie die Struktur der Bevölkerung. Ob die Zahl der Einwohner sinkt, stagniert, wächst oder sogar stark wächst, hat einen erheblichen Einfluss auf die Gemeinde. Doch nicht nur die quantitative, sondern auch die qualitative Entwicklung der Bevölkerung prägt das Profil. Zu den qualitativen Aspekten gehören etwa die Altersstruktur, der Ausländeranteil, die Einkommens- bzw. Vermögensverteilung usw. Im Rahmen eines ganzheitlichen Wohnortmarketings werden die gewünschten Zielgruppen definiert und ein adäquates Angebot – Bauland, Erschließung, Grundversorgung, Bildung, Freizeit usw. – wird gestaltet. Mit einer differenzierten Kommunikation wird die gewünschte Zielgruppe angesprochen und motiviert, in einer attraktiven Gemeinde ein neues Zuhause zu finden.

Die quantitative und qualitative Entwicklung der Bevölkerung prägt den Charakter einer Gemeinde nachhaltig. Fehlplanungen oder übereilte Projekte können das harmonische Gleichgewicht empfindlich stören und sind meist irreparabel.

Arbeitskräfte und Wirtschaftsförderung

Einen zweiten wichtigen Faktor der Gemeinde-Entwicklung bildet das Wachstum der Unternehmen. Dabei kommt der Zahl der Arbeitsplätze besondere Bedeutung zu. Nehmen diese massiv



Jean-Claude Kleiner
Dr.oec.HSG
OBST AG St.Gallen
jeanclaude.kleiner@obt.ch

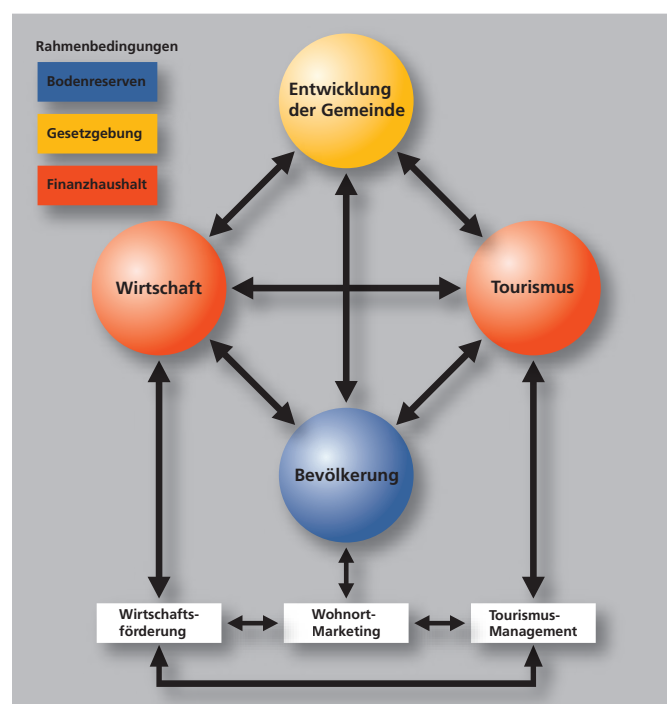


Abbildung 1: Faktoren der Gemeinde-Entwicklung



Abbildung 2: Wohnort-Marketing und Wirtschaftsförderung im Duett

zu oder gehen plötzlich viele verloren, prägt auch dies die Gemeinde nachhaltig. So ist bei einem starken Schwund von Arbeitsplätzen über kurz oder lang auch mit Einbussen bei der Bevölkerung zu rechnen. Wächst die Zahl der Arbeitsplätze, steigt meist auch die Zahl der Einwohner. Doch nicht nur die Zahl, auch die Qualifikation der Arbeitsplätze beeinflusst die Bevölkerung. So zeitigen qualifizierte oder weniger qualifizierte Arbeitsplätze unterschiedliche Auswirkungen auf das Sozialgefüge der Gemeinde.

Wie die Bevölkerung prägt also auch die Entwicklung der Wirtschaft Wachstum und Struktur der Gemeinde. Eine übereilte Siedlungspolitik provoziert besondere Risiken. So sind im Rahmen einer nachhaltigen Wirtschaftsförderung Bedingungen zu schaffen, welche für erwünschte Unternehmen günstig sind: Bauland,

Erschliessung, Förderbeiträge usw.

Professionelle Kommunikation

Neben der strategischen und politischen Arbeit

- ◆ Definition der Zielgruppen
- ◆ Gestaltung des Angebots bzw. Produkts

ist die geplante Entwicklung auch mit passender Kommunikation zu begleiten. Dabei gilt es nicht nur die gewünschten Zielgruppen mit einem differenzierten und sympathischen Kommunikationsmix zu gewinnen, sondern auch die ansässige Bevölkerung mit einer adäquaten Informationspolitik von der geplanten Entwicklung zu überzeugen.

Zusammenfassend sind also im Rahmen eines nachhaltigen Standort-Marketings folgende Inhalte zu klären:

- ◆ Welche Zielgruppen sind erwünscht? Bevölkerung? Un-

ternehmen?

- ◆ Welches Angebot bzw. Produkt ist zu gestalten? Bauland, Erschliessung...
- ◆ Welche Kommunikationsmittel sind zu wählen? Internet, Medien, Events...
- ◆ Welche besonderen Argumente (SEP) sprechen für uns? Lage, Finanzen, Verkehr...

Zufall oder Strategie?

Die vertiefte Auseinandersetzung mit der Entwicklung einer Gemeinde zeigt deutlich, dass deren Zukunft nicht ein-

fach vom Zufall abhängt, sondern von den verantwortlichen Behörden wesentlich beeinflusst werden kann. Es gilt deshalb, sich periodisch mit dem gewünschten Profil der Gemeinde auseinander zu setzen und die dafür notwendigen Massnahmen in die Wege zu leiten. Eine klare Strategie verhilft nicht nur zu einer erfolgreichen Entwicklung, sondern bildet auch eine wertvolle Grundlage für anspruchsvolle politische Entscheide sowie einen effizienten Einsatz der Ressourcen.

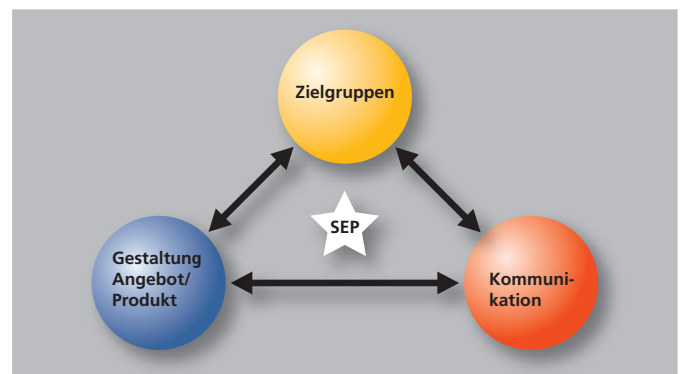


Abbildung 3: Elemente des Standortmarketings