

Standortmarketing in Gemeinden

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG – EIN TREIBENDER FAKTOR DER GEMEINDEENTWICKLUNG

Der gesellschaftliche und wirtschaftliche Wandel fordert die Gemeinden, sich mit der Gestaltung der Zukunft auseinander zu setzen. Die Entwicklung einer Gemeinde darf jedoch nicht dem Zufall überlassen werden, sondern muss einer nachhaltigen Strategie folgen. Dies bedingt eine umfassende Standortbestimmung, das Festlegen von Entwicklungszielen und Massnahmen für Wirtschaftsförderung und Wohnortmarketing.



Dr. Jean-Claude Kleiner
Partner,
GL-Mitglied,
OBt St. Gallen

Um die Entwicklung einer Gemeinde gezielt steuern zu können, und zwar immer in Abhängigkeit ihres Potenzials und der politischen Entscheidungsmechanismen, bedarf es einer klar formulierten Strategie. Treibende Faktoren sind dabei die quantitative und qualitative Entwicklung von Wirtschaft und Bevölkerung. In touristischen Regionen bildet vor allem die Entwicklung der Anzahl Gäste eine wichtige Grösse. Für die Entwicklung der Arbeitsplätze vor Ort zeichnet die Wirtschaftsförderung, für jene der Bevölkerung das Wohnortmarketing verantwortlich. Dem Tourismus nehmen sich die jeweiligen Tourismus-Organisationen an. Diese Triebfedern der Gemeindeentwicklung müssen allerdings fein aufeinander abgestimmt werden, um den gewünschten Erfolg zu erzielen. So kann ein einseitiges Wachstum der Wirtschaft die Wohnqualität belasten bzw. die Bevölkerungsstruktur ungünstig beeinflussen oder eine rückläufige Bevölkerung kann dem ansässigen Gewerbe die notwendigen Impulse nehmen.

DER GROSSE EINFLUSS DER ARBEITSPLÄTZE

Das qualitative und quantitative Wachstum der Arbeitsplätze vor Ort bildet ein wichtiger Faktor der Gemeindeentwicklung. Nehmen diese markant zu oder gehen plötzlich viele verloren, prägt dies die Gemeinde unmittelbar. Dabei wird aber nicht nur das Steuersub-

strat positiv oder negativ beeinflusst, sondern mittel- bis längerfristig auch die Bevölkerung. So ist bei einem starken Schwund von Arbeitsplätzen auch mit Einbussen bei der Zahl der Einwohner zu rechnen. Wächst die Zahl der Arbeitsplätze, nimmt mittel- oder längerfristig auch die Bevölkerung zu. Doch nicht nur die Zahl, auch die Qualifikation der Arbeitsplätze beeinflusst die Einwohnerschaft. So haben qualifizierte oder weniger qualifizierte Arbeitsplätze unterschiedliche Auswirkungen auf das Sozialgefüge der Gemeinde. Doch mit welchen Instrumenten bzw. Aktivitäten kann eine Gemeinde der Wirtschaft dienlich sein?

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG LÄUFT AUF VERSCHIEDENEN EBENEN

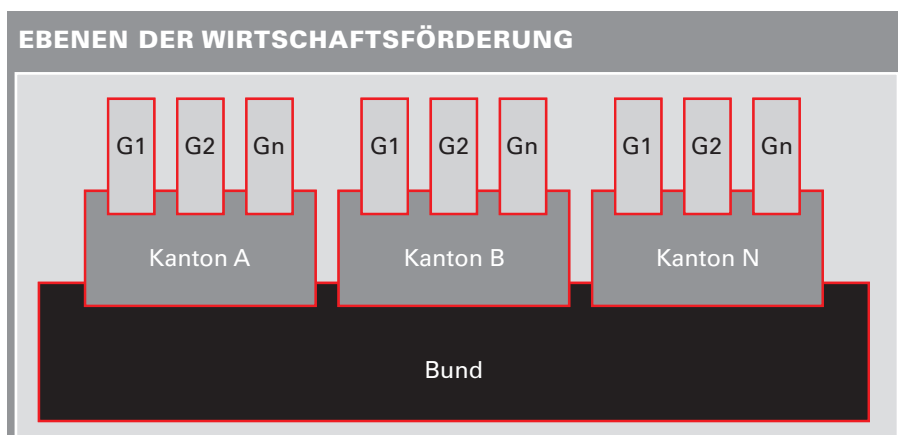
Grundsätzlich wird auf verschiedenen politischen Ebenen Wirtschaftsförderung betrieben. So sorgt einmal der Bund auf nationaler Ebene für wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen und legt mit gesetzlichen Grundlagen, aber auch mit vielfältigen wirtschaftspolitischen Aktivitäten das Fundament für eine prosperierende Wirtschaft. Auch die Kantone nehmen ihre Verantwortung breit wahr. Sie schaffen im Rahmen

ihrer Möglichkeiten entsprechende Voraussetzungen und versuchen mit verschiedenen Instrumenten und Impulsen die ansässigen Unternehmen zu unterstützen. Häufig wird aber vergessen, dass auch auf der regionalen und kommunalen Ebene wichtige Anstösse für eine erfolgsversprechende Entwicklung der Unternehmen gegeben werden können.

AUFGABEN AUF DER KOMMUNALEN EBENE

Die Gemeindebehörden haben verschiedene Aufgabenkategorien motiviert und zielorientiert anzugehen, um die Gemeinde als attraktiven Standort für Unternehmen auszugestalten:

1. Erarbeiten von Rahmenbedingungen:
 - Zonenplan
 - Baugesetzgebung
 - Erschliessen von Bauland
 - Aktive Bodenpolitik
 - Günstiges Bauland
 - Bauland im Baurecht
 - Verkehrsanbindung
 - usw.
2. Akquisition von Unternehmen:
 - Öffentlichkeitsarbeit
 - Präsenz an Messen



FAKTOREN DER ATTRAKTIVITÄT ALS WIRTSCHAFTSSTANDORT	GEWICHTUNG		BEURTEILUNG				TOTAL	
	sehr wichtig x2	wichtig x1	sehr gut 5	gut 4	genügend 2	ungenügend 1	A	B
1. Standort/Lage	A		●			■	10	2
2. Verkehrstechnische Erschliessung	A		●			■	10	2
3. Raumangebot	A		■	●			8	10
4. Bauland	A			■	●		8	8
5. Bodenpreise	A			■	●		4	8
6. Wirtschaftsfreundlichkeit	A		■	●			8	10
7. Wirtschaftsförderung		B	■		●		2	5
8. Steuerfuss		B			●	■	2	1
9. Tarife, Gebühren		B		●		■	4	1
10. Wirtschaftliches Umfeld		B		●		■	4	1
11. Image		B		●	■		4	2
12.								
Attraktivität als Wirtschaftsstandort				●	■		64	50

Gemeinde A (●) > Attraktivität als Wirtschaftsstandort gut
 Gemeinde B (■) > Attraktivität als Wirtschaftsstandort genügend

- Beziehungspflege
 - Internet-Plattform
 - Schaffen von Anreizen
 - Initialisieren Gewerbepark
 - usw.
3. Speditive Verfahrensabläufe:
- Kompetente Beratung
 - Schnelle Verfahren
 - Aktive Begleitung
 - usw.
4. Pflege der Unternehmen vor Ort:
- Laufende Kontaktpflege
 - Präsenz in Wirtschaftsvereinen
 - Besuche der Unternehmen vor Ort
 - Wirtschaftsplattform zum gegenseitigen Gedankenaustausch
 - Wirtschaftstag

- Förderpreis
- usw.

Eine Umfrage hat ergeben, dass Unternehmer von den Gemeindebehörden vor allem Folgendes erwarten:

- Vertrauen
- Wertschätzung
- Gesprächsbereitschaft
- Günstige Rahmenbedingungen
- Unkomplizierte Verwaltung
- Schnelle Entscheide
- «Gleiche Spiesse»

MASSGEBENDE FAKTOREN FÜR DIE ATTRAKTIVITÄT ALS WIRTSCHAFTSSTANDORT

Die wichtigsten Faktoren für die Attraktivität einer Gemeinde als Wirtschaftsstandort lassen sich gemäss der Tabelle zusammenfassen.

FAZIT

Es gilt allgemein das oft hölzige Verhältnis, das Gemeinden zu Unternehmen haben, zu überwinden und eine Beziehung aufzubauen, die von gegenseitigem Verständnis und Vertrauen geprägt ist.

So sind die Unternehmen tragende Pfeiler unserer Gemeinschaft; sie ermöglichen Wohlstand, helfen die Sozialwerke zu sichern und schaffen Sinn im Leben vieler Menschen.