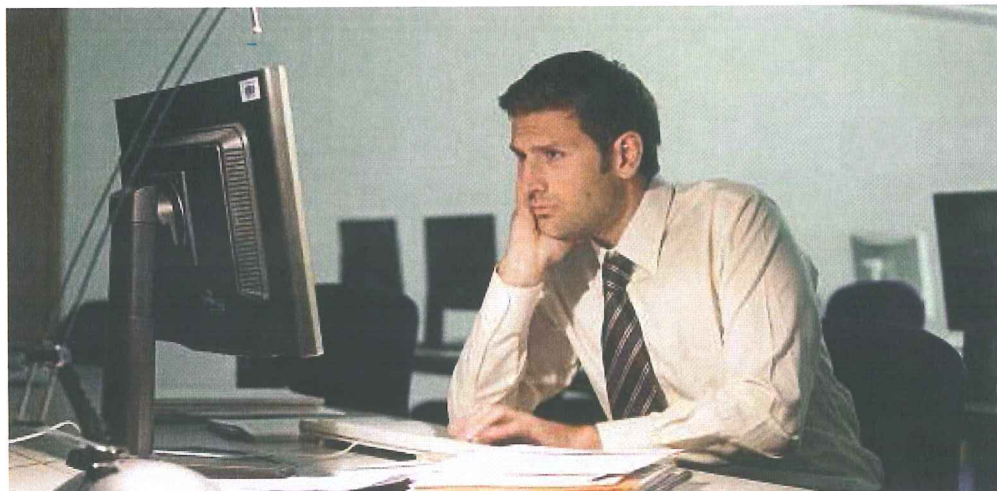


Chefs ortsansässiger Unternehmen engagieren sich nicht nur mit vollem Einsatz für ihr Unternehmen, sie können auch als Botschafter im Standortmarketing eingesetzt werden.

Bild: DAK



SVSM Academy

Am 25. Juni findet die SVSM Academy, die jährliche Aus- und Weiterbildungsveranstaltung der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement, statt. Der Einsatz von Botschaftern und Multiplikatoren steht thematisch im Zentrum der Input- und Netzwerkveranstaltung. Referenten aus Lehre, Forschung und Praxis stellen anhand konkreter Beispiele die verschiedenen Einsatzmöglichkeiten von Multiplikatoren im Standortmarketing vor. Als Key Note Referent wird Thomas Held, Direktor von Avenir Suisse, zur Frage Stellung nehmen, wie für die Schweizer Wirtschaft Stakeholders als «Botschafter» eingesetzt werden können.

SVSM Academy 2009, 25. Juni, 13 bis 19 Uhr

HWZ, Hochschule für Wirtschaft Sihlhof, Zürich (Nähe Hauptbahnhof)

Die Veranstaltung richtet sich an Gemeindevertreter (Politik und Verwaltung) sowie Verantwortliche für Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung.

Anmeldeschluss: 12. Juni

Details und Anmeldung unter: www.svsm-standortmanagement.ch

Personalisierung des Standorts

Es ist für Gemeinden eine lohnende Strategie, Chefs von ortsansässigen Unternehmen als Botschafter und Multiplikatoren im Standortmarketing einzusetzen.

Denn Personen, die für ihre Unternehmen und Organisationen stehen, sind gleichzeitig auch glaubwürdige und kompetente Repräsentanten für die Standortgemeinde. Das ist jedenfalls die Ansicht von Robert E. Gubler, Präsident der SVSM, der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement.

Von Rahel Probst

kommunalmagazin: Wer sind typische Botschafter und Multiplikatoren, die eine Gemeinde oder eine Region für ihr Standortmarketing einsetzen kann?

Robert E. Gubler: Der typische Botschafter ist ein Unternehmer oder ein Manager einer ansässigen Firma, der als Vertreter der Wirtschaft in einer Gemeinde oder Region gut vernetzt ist. Die besagte Person kann natürlich auch eine Frau sein. Das Gleiche gilt für Verbandspersonalitäten sowie Personen aus Politik und Verwaltung. Nicht vergessen dürfen wir auch die vie-

len Spezialisten, die weltweit Kunden pflegen, technische Anlagen unterhalten oder Serviceleistungen garantieren: Auch sie sind ideale Multiplikatoren.

km: Was ist der strategische Vorteil fürs Standortmarketing, wenn Multiplikatoren eingesetzt werden?

Gubler: Die in einer Region verwurzelten «Botschafter» sind gegenüber Konkurrenzstandorten einmalig, sowohl was ihre Firmen und ihre Persönlichkeit, als auch was ihr Netzwerk betrifft. Ihre exklusive Stellung wird ergänzt durch einen

naturgemäss hohen Informationsstand über das Profil und insbesondere die Chancen und Möglichkeiten der Region. Niemand weiss besser über eine Standortgemeinde Bescheid als eine ansässige Person, die in der Region wirkt und lebt. Die Standort-Botschafter sind aber nicht nur wertvoll als «Absender», sondern auch als «Empfänger» von Feedbacks vonseiten der avisierten Zielgruppen: Was fehlt am Standort? Wo besteht Optimierungspotenzial? Und nicht zuletzt ist aus Sicht der Gemeinde der Einsatz von Multiplikatoren und

Botschafter eine kosteneffiziente Standortmarketing-Massnahme.

km: Wie können die richtigen Botschafter für eine Gemeinde identifiziert werden?

Gubler: Am einfachsten und effizientesten geschieht dies über persönliche Kontakte mit den Chefs der ansässigen Unternehmen. Meist nimmt die Gemeinde oder die mit dem Standortmanagement beauftragte Person eine Evaluation vor. Dann werden mögliche Botschafter gezielt angefragt. Vielfach wird auch der umgekehrte Weg genommen. Am Anfang steht eine Unternehmer-Umfrage, welche die Möglichkeiten und das Interesse der potenziellen künftigen «Botschafter» erhebt. Dann kommt es zur Einladung und zum Gespräch zwischen Politik und Wirtschaftsvertretern beziehungsweise den beauftragten Organen der Standortförderung. Der persönliche und direkte Kontakt zwischen den Behörden und den Unternehmen ist auch hier der einzige und unverzichtbare Weg für eine erfolgreiche Kooperation im Standortmarketing.

km: Wie werden Botschafter am besten in die Organisation des

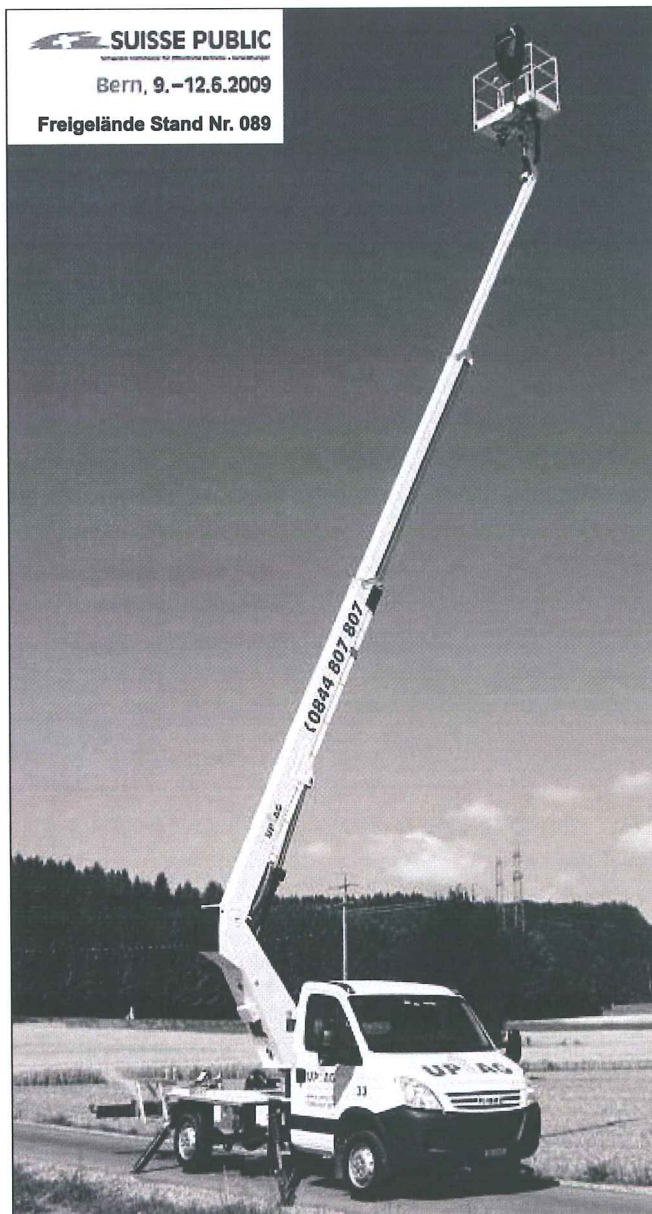
Standortmarketings einer Gemeinde oder Region eingebunden?

Gubler: Botschafter und Multiplikatoren können aufgrund ihrer zeitlich hohen Inanspruchnahme durch den Betrieb, den sie führen, und aufgrund ihrer oft intensiven internationalen Reisetätigkeit kaum in die Strukturen der Standortförderungsorganisationen eingebunden werden. Sie übernehmen die Rolle als «Standortbotschafter» aus idealen Gründen. Wichtig ist allerdings, dass sie systematisch und aktuell über die Intentionen und die Entwicklung ihrer Standortregion oder -gemeinde auf dem Laufenden gehalten und mit entsprechenden Dokumentationen versorgt werden. Dies können schriftliche oder elektronische Informationen sein, aber auch Gelegenheiten zu persönlichen Kontakten und Treffen, beispielsweise an Get-together-Veranstaltungen. Positiver Nebeneffekt ist der Erfahrungsaustausch unter den mitwirkenden Unternehmensvertreterinnen und Vertretern und die persönliche Vernetzung untereinander, was letztlich wieder der Bestandspflege guter Steuerzahler und Arbeitgeber zugutekommt, der Gemeinde also nützt. ■

Chefs als Botschafter

Unternehmerinnen und Unternehmer vermögen als «Botschafter» ihrer Standortgemeinde neue, auf einer persönlichen Ebene exklusive Zielgruppen über individuelle Kanäle und Plattformen zu erschliessen. Sie sind nicht nur beste Kenner der örtlichen Verhältnisse und Möglichkeiten, sondern gleichzeitig auch authentische und glaubwürdige Referenzpersonen. Indem sie

ihr Beziehungsnetz zugunsten eines Standorts einsetzen, vervielfältigen sie als Multiplikatoren die Berührungspunkte mit den wichtigen Zielgruppen. Nicht zu unterschätzen ist auch die Wirkung innerhalb einer Gemeinde oder Region. Der Einbezug von ansässigen Unternehmern unterstützt in einem kooperativen Geist die Bestandspflege gegenüber Arbeitgebern, Investoren und letztlich auch Steuerzahlern.



Der Spezialist für **Miete, Verkauf, Wartung** und **Schulung** in Ihrer Nähe.

Tel. 0844 807 807
www.upag.ch

UPAG®
 für Höchstleistungen



34483