

# Professionelles Standortmanagement

Robert E. Gubler präsidiert die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement (SVSM), welcher rund 70 Standortförderungen sowie Experten, Berater und Hochschulvertreter angehören. Die Vereinigung bietet für Profis im Standortmanagement Einstiegs- und Weiterbildungskurse, fördert den Erfahrungsaustausch zwischen den einzelnen Organisationen und zeichnet überdurchschnittliche Projekte mit einem jährlichen SVSM-Award aus.

## Interview Peter Blattner

### Herr Gubler, Standortförderung wird auf verschiedenen Stufen vom Bund (Seco) über die Kantone bis in die Regionen betrieben. Worin besteht Ihre Haupttätigkeit als Präsident der SVSM?

Robert E. Gubler: Die SVSM führt Wissen und Erfahrung im Bereich Standortförderung, Standortmarketing, Wirtschaftsförderung oder Standortpolitik zusammen und vermittelt und vernetzt dieses Know-how. Die Vereinigung fördert über die Aus- und Weiterbildung hinaus Grundlagen, Organisations- und Entscheidungshilfen für Auftraggeber und Auftragnehmer in diesen Fachgebieten. Der Verband unterstützt gezielt die Nachwuchsförderung und begleitet – entweder über die Geschäftsstelle oder über die Mitwirkung von Vorstandsmitgliedern – Diplomarbeiten von Hochschulabsolventen. So können besondere Fragestellungen vertieft dargestellt werden. Im Bereich Standortförderung gibt's nur wenig Fachliteratur, die den Besonderheiten des Standortes Schweiz Rechnung tragen. Der Präsident ist in diesem Umfeld Moderator, Projektentwickler und Netzwerker im Dienste der angeschlossenen Mitglieder.

### Wo liegen die Schwerpunkte der SVSM?

Zu den bildungspolitischen Aufgaben kommen immer mehr politische Fragen auf die Tagesordnung. Standortpolitik ist insbesondere

auch Verkehrs- und Raumplanungspolitik, Steuerpolitik, Wirtschaftspolitik und Infrastrukturpolitik. Wer sich mit dem Wettbewerb der Standorte beschäftigt, der bewegt sich stets an der Schnittstelle zwischen Politik und Marketing. Politiker werden von ihrem Auftrag her eher das Augenmerk auf Schwächen und auf den Nachholbedarf für einen Standort (Gemeinde, Bezirk oder Kanton) legen, während die Standortförderer quasi von Amtes wegen das bestehende Standortprofil ins beste Licht rücken. Die SVSM führt für die Mitglieder ein gezieltes Medienmonitoring. So werden Informationen über erfolgreiche Projekte und Aktionen, aber auch über kritische Fragen und neue Aufgabenstellungen schnell und in einem breiten Querschnitt vermittelt, ohne dass dafür spezielle Sitzungen und Foren organisiert werden müssen. Ein dritter Schwerpunkt der Vereinigung bei den Services für die Mitglieder, so unter anderem Mustervereinbarungen, Konzept der Leistungskontrollen und Berichterstattung an Auftraggeber. Ferner die Stellenplattform für Suchende und Sucher und nicht zuletzt die Förderung und die aktive Mitwirkung bei speziellen Publikationen, Messen und Veranstaltungen, die für die Mitglieder relevant werden oder auch schon etabliert sind.

**In einer kleinen Gemeinde sind die Herausforderungen ganz anders als in einer Grossregion wie Greater Zurich Area.**

### Wie bringen Sie das unter einen Hut?

Den unterschiedlichen Fragestellungen tragen wir in allen Bildungs- und Informationsforen Rechnung. Strategie und Umsetzung liegen in der Standortförderung von den Prinzipien her, sehr nahe. Unterschiede bestehen in den Grössenordnungen, in der Diversität der Portfolios und im Koordinations- und Kooperationsbedarf bei den Trägerschaften und den verschiedenen Anspruchsgruppen. Mit einem gezielten Themensetting in der SVSM-Academy oder bei der Verpflichtung von ausgewählten Referenten für die periodischen SVSM Mitglieder-Lunches kom-

men die unterschiedlichen Bedürfnisse und Blickwinkel zum Zuge. Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass das stufenübergreifende Interesse gross ist und der gegenseitige Austausch engagiert genutzt wird.

Auch kleine Gemeinden müssen sich den Fragen der Standortförderung stellen. Sie müssen allerdings nicht immer alles alleine, sondern – wesentlich erfolgsversprechender – im Verbund innerhalb der gleichen ökonomischen Region ihr Standortprofil und die Gros der verfügbaren Mittel einbringen. Es ist deshalb auch zwingend, dass die Standortgemeinden sich bewusst auf eine Spezialisierung und ein exklusives Profil fokussieren und so im Verbund eine

Robert E. Gubler (Jahrgang 1949), gelernter Kaufmann, tätig in Werbung und PR (Dr. R. Farner). Seit 1985 Mitinhaber der Piar AG (seit 2008 in Communicators umbenannt). War bis 2009 Präsident des Kantonalen Gewerbeverbandes und ist seit 2004 im Vorstand des Schweizerischen Gewerbeverbandes.

Foto: zVg



exklusive Stellung herausstreichen können. Noch gibt es in der Schweiz zu viele Gemeinden, die alles sein wollen und damit langfristig kaum zum gewünschten Erfolg gelangen.

#### Sie führen Ausbildungsangebote, welche werden am häufigsten genutzt?

Im Vordergrund steht die jährliche SVSM Academy im Sommer. Diese wird seit 2009 nun gezielt ergänzt mit speziellen Kursangeboten wie Standortmarketing im Internet oder ökonomische Führung in der Ansiedlungsstrategie von natürlichen bzw. juristischen Steuerzahlern. Diese Weiterbildungsschwerpunkte werden ergänzt durch die Informationsveranstaltungen wie SVSM Lunches, Generalversammlung und Verleihung des SVSM Awards. Zurzeit bearbeitet die Vereinigung das Projekt von CAS Bildungsangeboten in Zusammenarbeit mit Fachhochschulen in der Schweiz und Deutschland. Hier wird auch das

strategische Ziel der Vereinigung ablesbar, mittelfristig einen Nachdiplomlehrgang für die professionelle Ausbildung im Standortmanagement zu etablieren.

#### Zwei bis drei Mal jährlich führen sie eine Lunchveranstaltung durch. Welcher Art sind die Fachreferate und wer hat Zutritt?

In den letzten SVSM Lunches zeigt sich die Vielfalt der Themen und die Kompetenz der Referenten wie beispielsweise «Führungsinstrumente in Standortentwicklungs- und Ansiedlungspolitik» von Referenten der Ernst Basler und Partner AG oder Dr. Götz Datko, Interurban Zürich, der darüber referierte wie Gemeinden und Städte ein qualitatives Bevölkerungswachstum erzielen können. Behandelt wurden auch Themen aus den Bereichen Internet und Webstrategie, Imagekampagnen oder Shoppingareas. Eingeladen sind die Mitglieder und Interessierte.

#### Wie entwickelt sich die Ansiedlung von Arbeitsplätzen generell für das Jahr 2010, gibt es grosse regionale Unterschiede?

Die Regel, wonach Unternehmen zum Markt gehen (müssen) wird zunehmend auf den Arbeits- und Fachkräftemarkt fokussiert. Absatz und Distribution ist das einfachere Problem. Unternehmen können nur wachsen, wenn die entsprechenden Fachkräfte vorhanden sind oder aber in vernünftiger Distanz erreichbar sind. Damit findet die Ansiedlung eben gerade dort statt, wo die Erreichbarkeit hoch und der Fachkräftemarkt gestützt wird durch Hochschulen, Berufsschulen und eine relativ hohe Bevölkerungsdichte. Bei den internationalen Firmen kommen die Faktoren Flughafennähe und Sicherheit, aber auch internationale Schulen und ein metropolisches Umfeld zum Tragen. Unter diesen Vorzeichen zeigt auch die Statistik,

dass die grösseren städtischen Zentren von der Ansiedlung am ehesten profitieren. In den anderen Gebieten sind eher Spezialisierungen und das Wachstum aus den bereits angesiedelten Unternehmen heraus zu beobachten.

#### Welche Mittel fliessen von Bund und Kantonen in die Standortförderung und wie stehen wir im Vergleich zum umliegenden Ausland da?

Kurz und bündig: Die Budgets im Ausland sind oft um Faktor 10 und mehr höher als in der Schweiz. Das gilt auf allen Stufen. Der Föderalismus – eine der unverzichtbaren Stärken unseres Landes – kommt uns in der Standortförderung aber in die Quere. Wer einen Standort in der Schweiz evaluieren möchte, muss sich mit Dutzenden von Dossiers beschäftigen. In den Konkurrenzregionen Deutschlands, Frankreichs und Österreichs z.B. sind es deren eins bis zwei. Dass sich die Investoren und Entscheidungsträger in den internationalen Firmen trotzdem einer Arbeit unterziehen, die eigentlich vom potenziellen Gastgeberstandort gemacht werden müsste, hängt mit den guten Standortfaktoren in der Schweiz zusammen.

#### Ihre Organisation verleiht einen Award für herausragende Leistungen im Standortmanagement. Wer waren die bisherigen Gewinner?

2009 wurde je ein Projekt aus der Schweiz und Deutschland ausgezeichnet: Arosa Tourismus mit «kurvensicher.ch»: Für die 360 Kurven von Chur nach Arosa werden «Paten» gesucht, um einen Fonds für klimabewusste Standort- und Nachfuchsförderungsprojekte in Arosa zu fördern. Das Webportal Chemnitz-zieht-an.de wirkte dem schwerwiegenden Fachkräftemangel der ostdeutschen Stadt entgegen. Ein Anerkennungspreis erhielt bonacasa – Wohnen mit Dienstleistungen. Alle Preisträger sind auf der SVSM-Website publiziert.

### SVSM – FACHVERBAND FÜR STANDORTMANAGEMENT

Der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement SVSM gehören rund 100 Unternehmen, Organisationen, Gemeinden und Profis aus den Bereichen Standortmanagement, Regionmarketing und Siedlungsentwicklung an. Sie fördert den Erfahrungsaustausch und das Networking mittels Lunches und Academics mit Referenten zu aktuellen Themen aus der Branche. Neu ist die Plattform [www.standortmanager.ch](http://www.standortmanager.ch) wo sich die Standort-Profis mit ihren Kompetenzen registrieren lassen können.

#### SVSM – Award für herausragende Leistungen

Der SVSM Award zeichnet herausragende Leistungen im Standortmarketing, Standortmanagement und der Wirtschaftsförderung aus der Schweiz aus. Nach der Lancierung 2007 wird der SVSM Award 2010 bereits zum vierten Mal vergeben. 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. Zudem ist eine gesamtheitliche, nachhaltige Ausrichtung des Projekts wichtig. Es soll über die reine Planungsphase hinaus fortgeschritten sein. Konkrete Resultate liegen vor.

Bewerbungen für den SVSM Award 2010 können von Personen, Unternehmen, Institutionen oder öffentlichen Körperschaften aus der Schweiz eingereicht werden. Alle Anmeldeunterlagen und Reglemente stehen auf der Webseite [www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch) zum Download bereit. Die Eingabefrist für Bewerbungen ist der 17. Mai 2010. Die Awardverleihung findet am 16. September statt. Alle Anmeldeunterlagen und Reglemente können auf [www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch) heruntergeladen werden.

#### SVSM – Standortmanager/in des Jahres

Zum ersten Mal wird dieses Jahr eine Persönlichkeit zum Standortmanager/zur Standortmanagerin des Jahres erkoren. Evaluation und Wahl erfolgen durch die Jury.



SVSM  
Schweizerische Vereinigung  
für Standortmanagement

Geschäftsstelle, Wengistrasse 7, 8026 Zürich,  
Telefon 044 455 56 66,  
[www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch)