

# **Standortmarketing im Spiegel der Regionalpolitik**

**Wo liegen die Chancen für peripher gelegene  
Regionen und Standorte?**

Dr. Eric Scheidegger  
Stellvertretender Direktor SECO, Leiter Direktion für Standortförderung

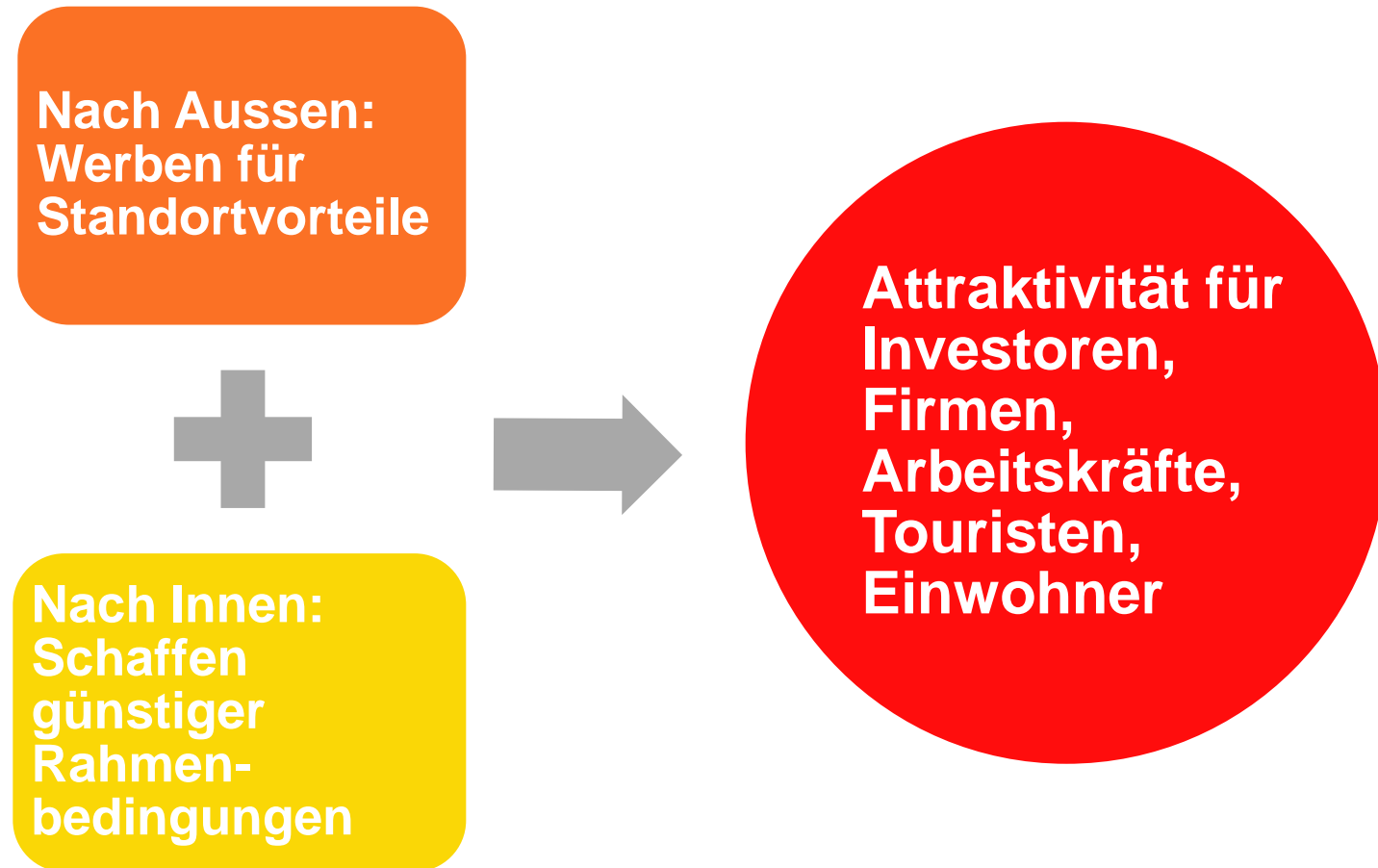


# Inhalt

1. Einleitung: Begriffe, Rahmenbedingungen, Entwicklungen
2. Unser Produkt: die Schweiz, ihre Regionen und Standorte
3. Herausforderungen im ländlichen Raum
4. Chancen für periphere Regionen und Standorte
5. Fazit



# 1. Einleitung: Begriffe





# 1. Einleitung: Standortförderung SECO

## Förderung der Standortattraktivität

Verbesserung der staatlichen  
Rahmenbedingungen

### Standortförderung SECO

#### Förderung der Standortentwicklung

Administrative  
Erleichterung  
eGov

NRP

Innotour

#### Förderung der Standortnutzer

Exportförderung

SERV

Unternehmens-  
finanzierung  
SGH

#### Förderung der Standortnachfrage

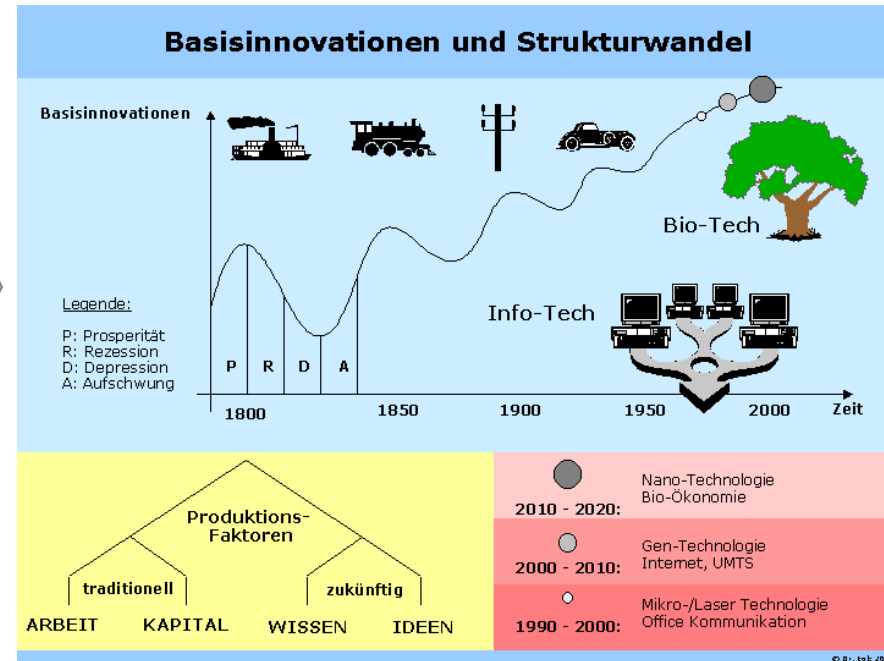
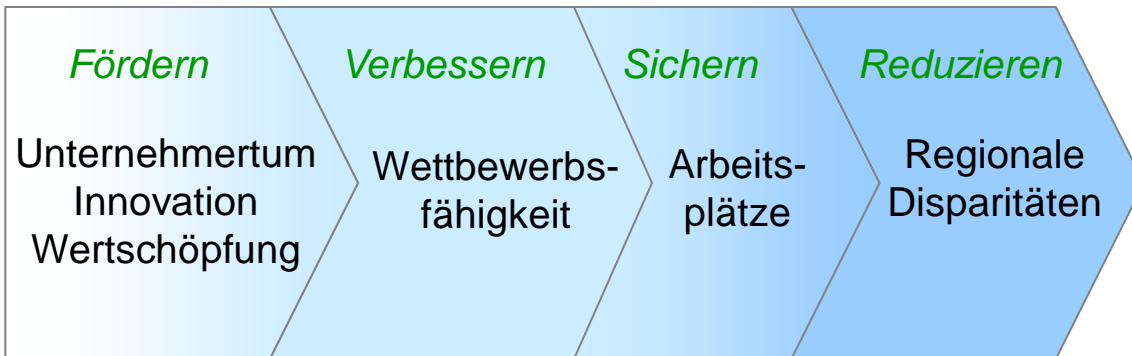
Nationale  
Standort-  
promotion

Touristisches  
Landes-  
marketing



# 1. Einleitung: Neue Regionalpolitik

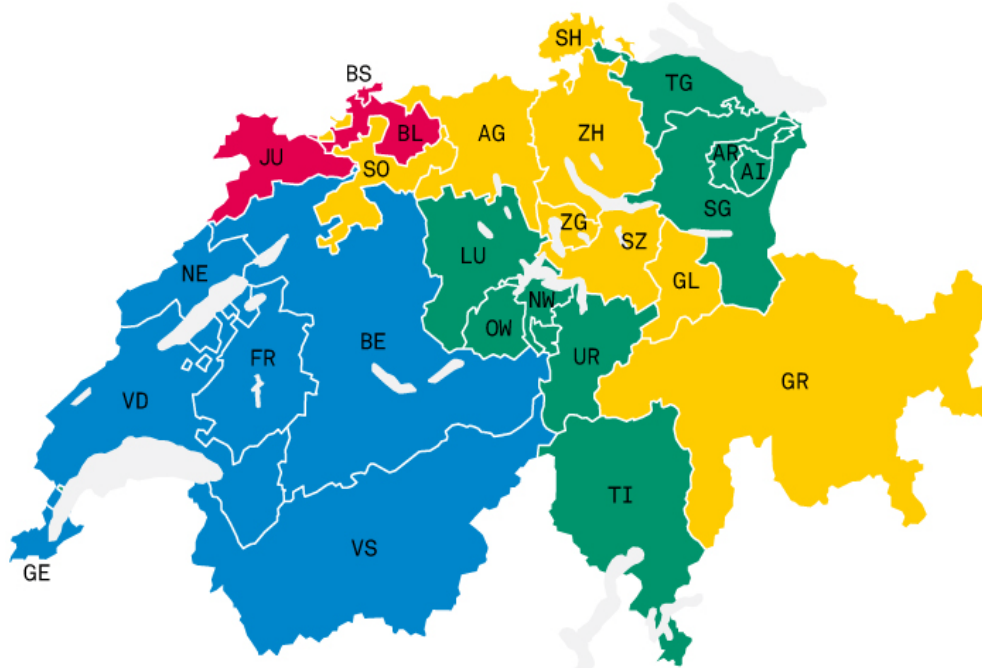
Die Neue Regionalpolitik NRP unterstützt das Berggebiet, den weiteren ländlichen Raum sowie die Grenzregionen bei der Umsetzung ihrer mehrjährigen Entwicklungsprogramme





# 1. Einleitung: Akteure

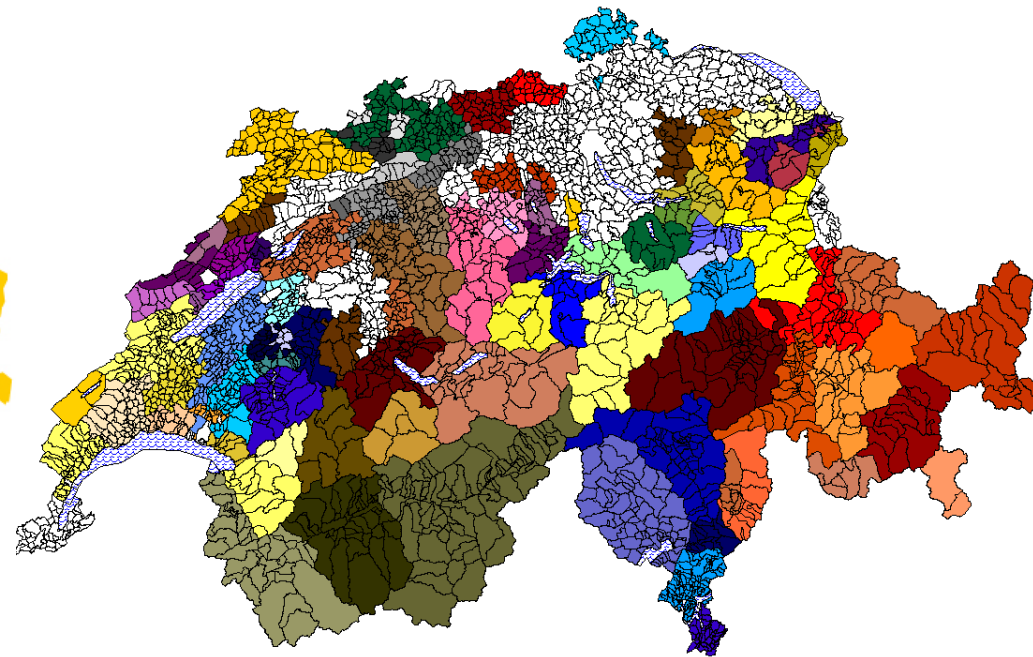
Grossregionen der Standortförderung



- BaselArea
- GBBA (Greater Geneva Berne Area)
- GZA (Greater Zurich Area)
- Selbständige Kantone

Quelle: OSEC Standort Schweiz

NRP-Regionen



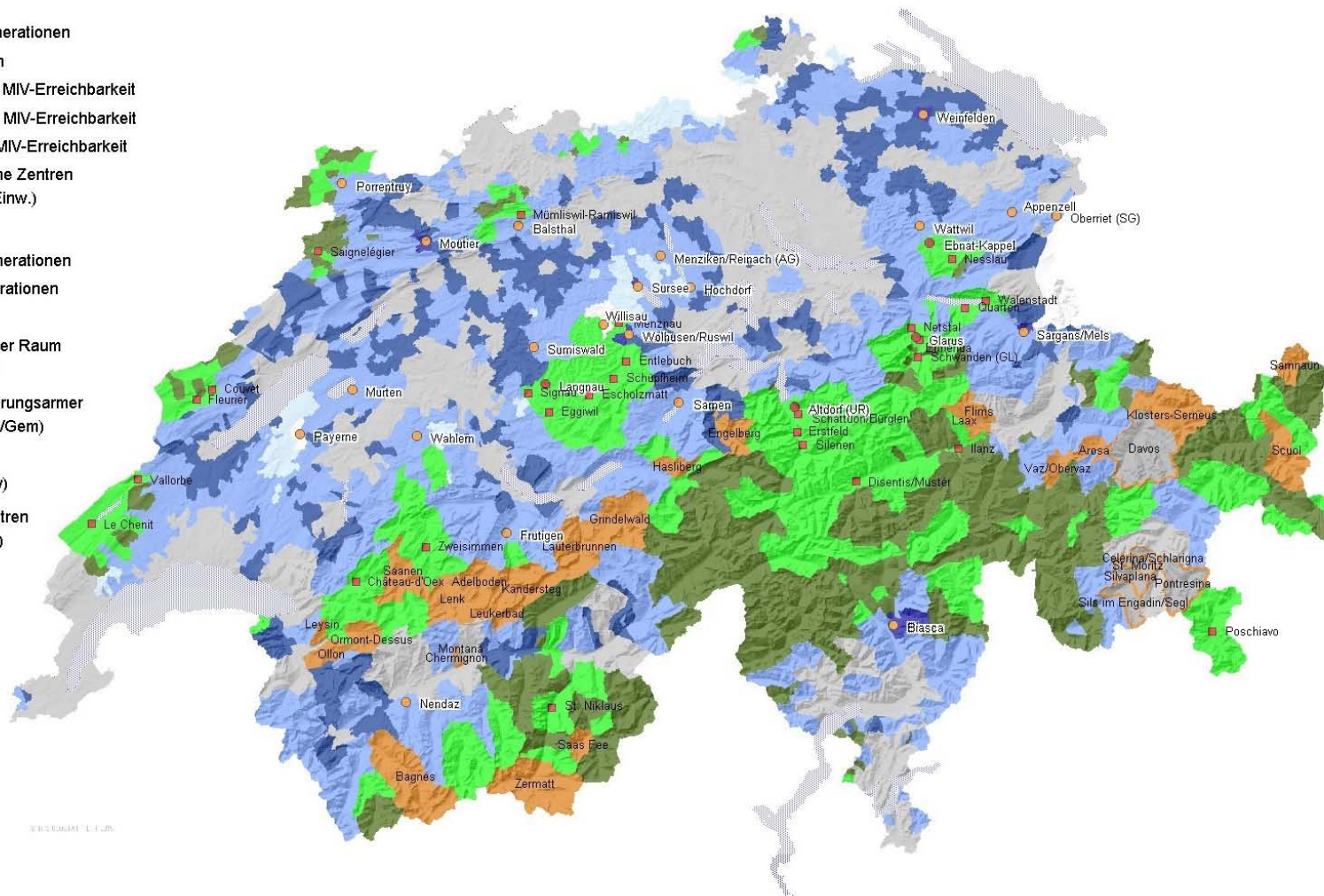
Quelle: IDT-HSG Cockpit



# 1. Einleitung: Peripherer ländlicher Raum

## Legende

- Städte und Agglomerationen
- Periurbaner ländlicher Raum
  - gute ÖV- und gute MIV-Erreichbarkeit
  - mässige ÖV-, gute MIV-Erreichbarkeit
  - mässige ÖV- und MIV-Erreichbarkeit
  - periurbane ländliche Zentren (5000 bis 10000 Einw.)
- Alpine Tourismuszentren
  - ausserhalb Agglomerationen
  - innerhalb Agglomerationen
- Peripherer ländlicher Raum
  - peripherer ländlicher Raum (>500 Einw/Gem)
  - peripherer bevölkerungsarmer Raum (<500 Einw/Gem)
  - periphere Zentren (5000-10000 Einw)
  - periphere Kleinzentren (2000-5000 Einw.)



Quellen: INFOPLAN-ARE, VM-UVEK, VZ 2000, GEOSTAT-BFS, swisstopo

© ARE

Standortmarketing im Spiegel der Regionalpolitik – GV SVSM 22. April 2010

EVD/SECO/Direktion für Standortförderung – Eric Scheidegger



# 1. Einleitung: Aktuelle Entwicklungen

- Botschaft Standortförderung 2012-15
- Cluster-Politik
- Place based policy
- DMO-Bildung
- Pärke-Politik BAFU



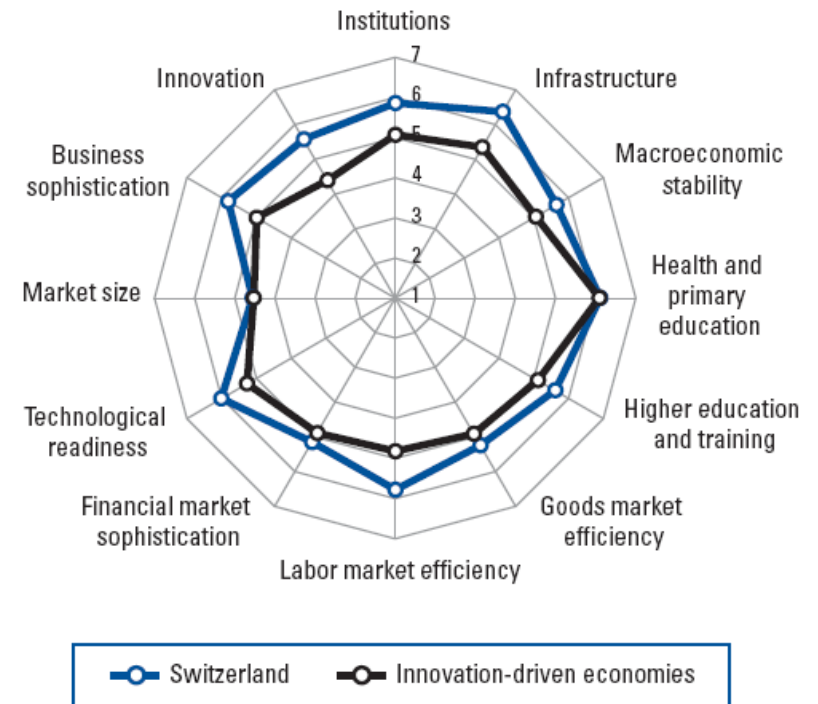
# 2. Unser Produkt: Wettbewerbsfähigkeit

## Global Competitiveness Index

The Global Competitiveness Report 2009-2010 © 2009 World Economic Forum

	Rank (out of 133)	Score (1-7)
<b>GCI 2009-2010</b> .....	<b>1</b>	<b>5.6</b>
GCI 2008-2009 (out of 134).....	2	5.6
GCI 2007-2008 (out of 131).....	2	5.6
<b>Basic requirements</b> .....	<b>3</b>	<b>6.0</b>
1st pillar: Institutions.....	8	5.9
2nd pillar: Infrastructure.....	5	6.3
3rd pillar: Macroeconomic stability.....	17	5.6
4th pillar: Health and primary education.....	21	6.1
<b>Efficiency enhancers</b> .....	<b>3</b>	<b>5.4</b>
5th pillar: Higher education and training.....	6	5.6
6th pillar: Goods market efficiency.....	5	5.2
7th pillar: Labor market efficiency.....	2	5.8
8th pillar: Financial market sophistication.....	14	5.1
9th pillar: Technological readiness.....	3	6.0
10th pillar: Market size.....	36	4.6
<b>Innovation and sophistication factors</b> .....	<b>3</b>	<b>5.7</b>
11th pillar: Business sophistication.....	3	5.8
12th pillar: Innovation.....	2	5.6

### Stage of development



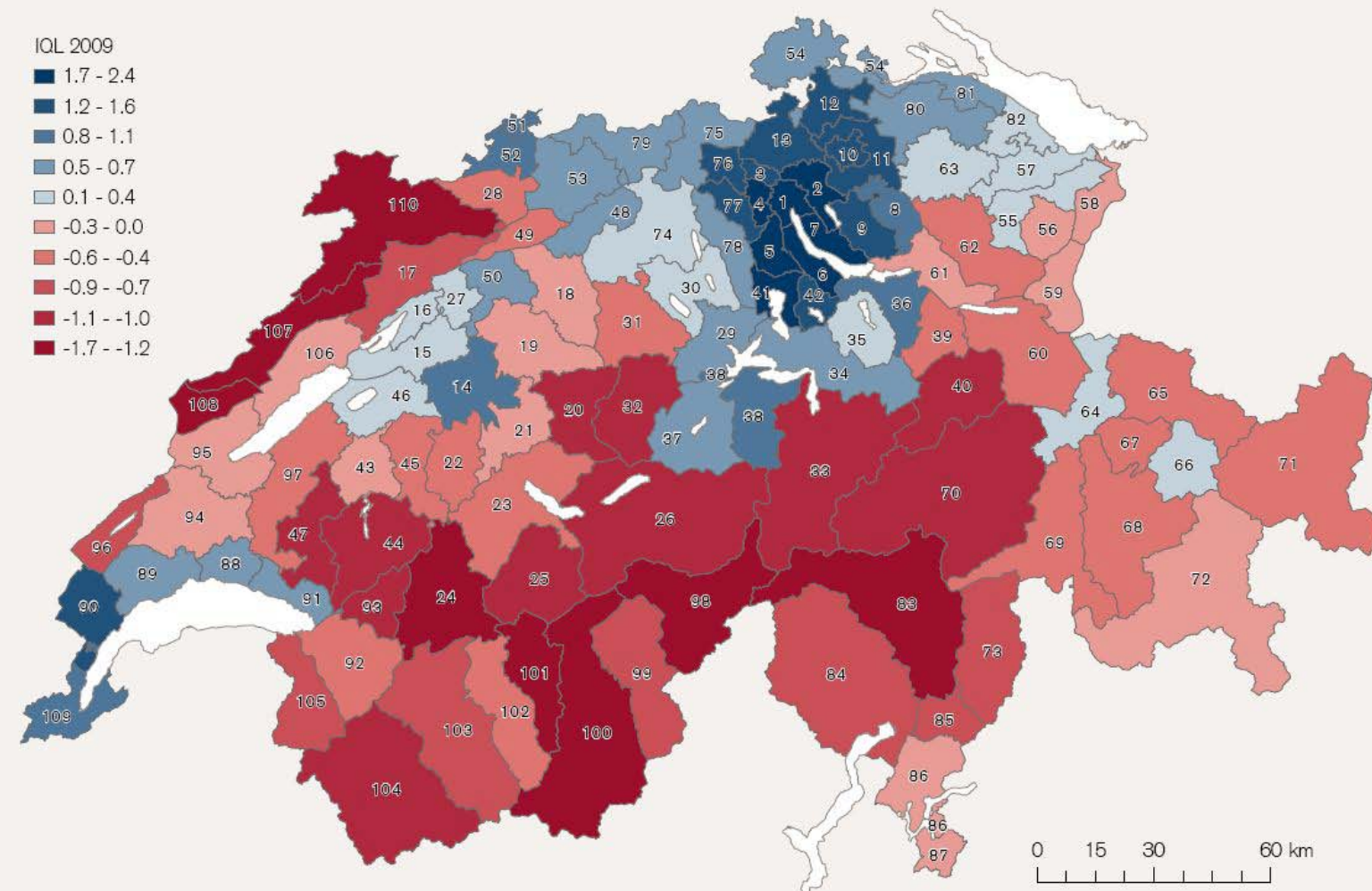


## 2. Unser Produkt: Standortqualität

Qualité de la localisation des régions économiques suisses 2009

Quelle: CS Economic Research

Indicateur synthétique, CH = 0

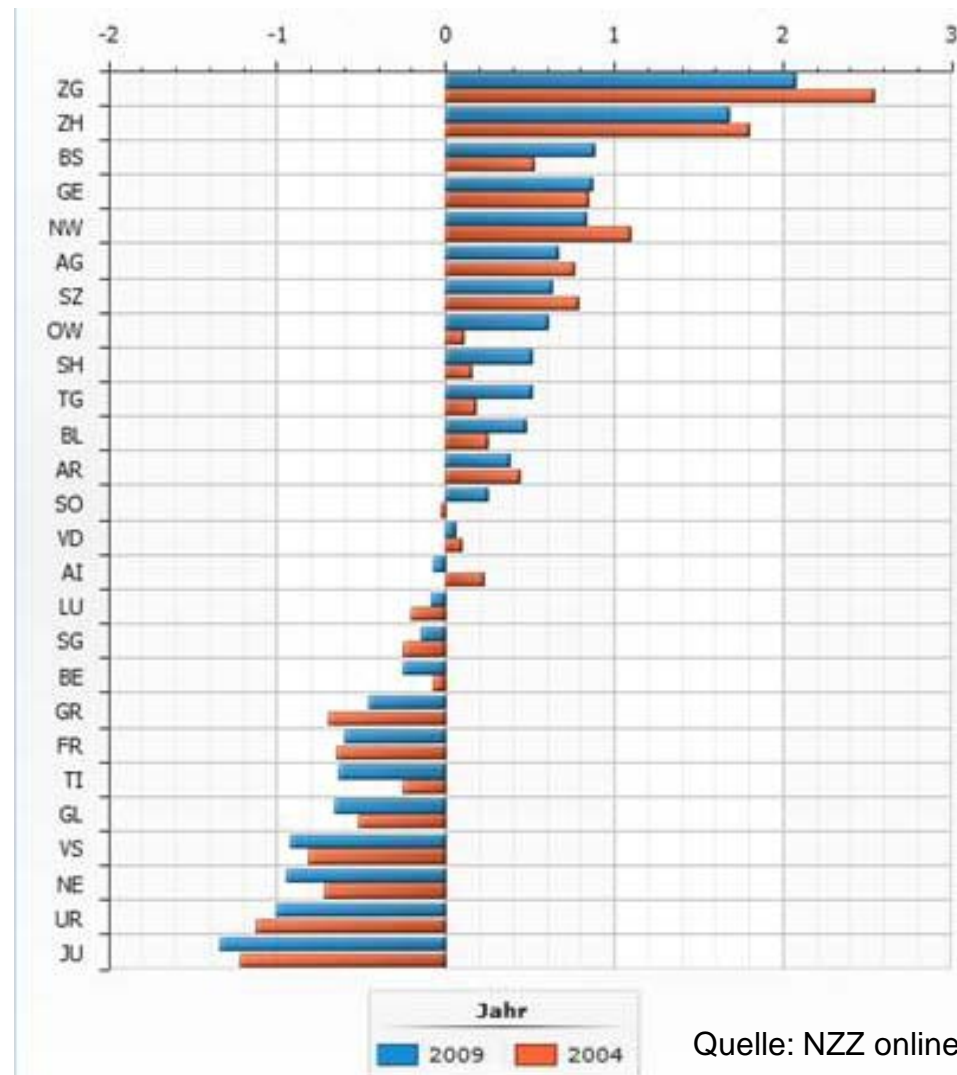


Standortmarketing im Spiegel der Regionalpolitik – GV SVSM 22. April 2010

EVD/SECO/Direktion für Standortförderung – Eric Scheidegger



## 2. Unser Produkt: Standortqualität



Quelle: NZZ online, 17.08.09, CS Economic Research



### 3. Herausforderungen peripherer Räume

- Fehlende Beschäftigungsmöglichkeiten
- Arbeitsplätze mit geringer Wertschöpfung
- Geringe Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft
- Selektive Abwanderung, Brain drain
- Geringe Qualifizierung der Bevölkerung
- Überalterung
- Funktionsfähigkeit der Gemeinden bedroht
- Aufrechterhalten der Grundversorgung
- Vergandung, Waldzunahme, Kulturlandverlust



# 4. Chancen peripherer Räume

- **Kulturlandschafts- und Naturraumpotenziale**
  - Naturressourcen (Forstwirtschaft, Wasser-, Windkraft, Kies/Sand/Steine, biologische Landwirtschaft, Agrotourismus)
  - Naturraum (Intakte Natur, Klima, Wetter, Wasser, schöne Aussicht, saubere Luft, wenig Lärm)
  - Kulturlandschaft (Landschaftsbilder, kulturelle/historische Werte, gute Erschliessung für Langsamverkehr)
- **Gesellschaftspotenziale**
  - Authentizität und Ursprünglichkeit, intakte Familien- und Gesellschaftsstrukturen, Netzwerke von Ferienhausbesitzern, Touristen, Ausgewanderten, Humanressourcen, positives Image
- **Infrastruktur- und Erreichbarkeitspotenziale**
  - Nähe zu Verkehrs-/Transitachsen, Regionalzentren, nicht mehr genutzte Infrastrukturen, Grenzlagen, Infrastruktur für Langsamverkehr



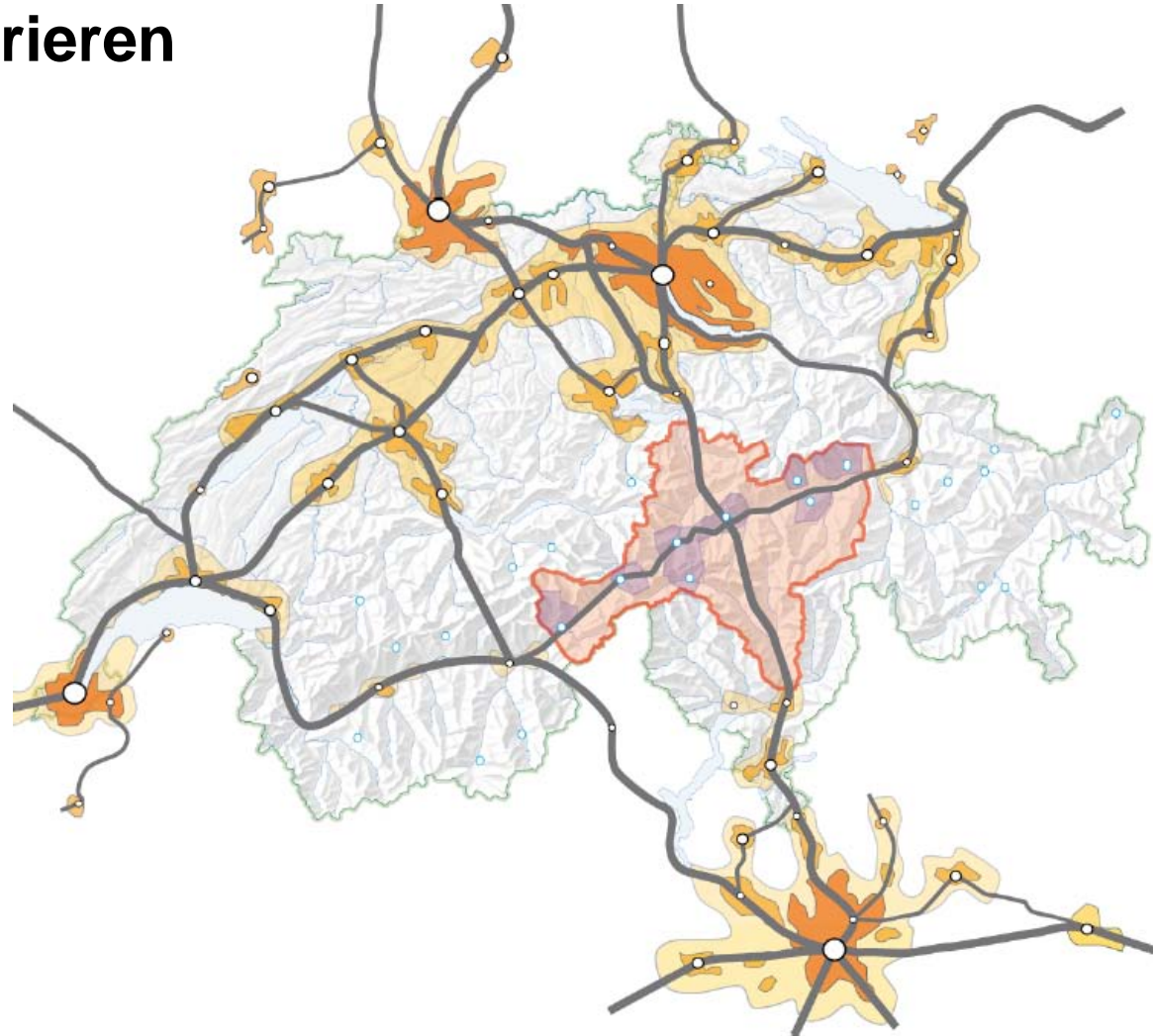
# 4. Chancen peripherer Räume

## Auf Stärken konzentrieren

Beispiel: San Gottardo

Vision: Herz der Alpen  
im Zentrum Europas

- Mythos/Geschichte
- Wasser/Energie
- Qualitätsbild/Sicherheit
- Verkehr





# 4. Chancen peripherer Räume

## Innovativ sein

Beispiel: Neue Cabrio-Gondelbahn Stanserhorn





# 4. Chancen peripherer Räume

## Spin-offs / Wissens- und Technologietransfer nutzen

Beispiel: Neue Monte-Rosa-Hütte





## 4. Chancen peripherer Räume

### Funktionale Räume / Zentrum-Peripherie-Effekte nutzen

Beispiel: natürli aus dem Zürcher Berggebiet



Milch- und Käse- Spezialitäten



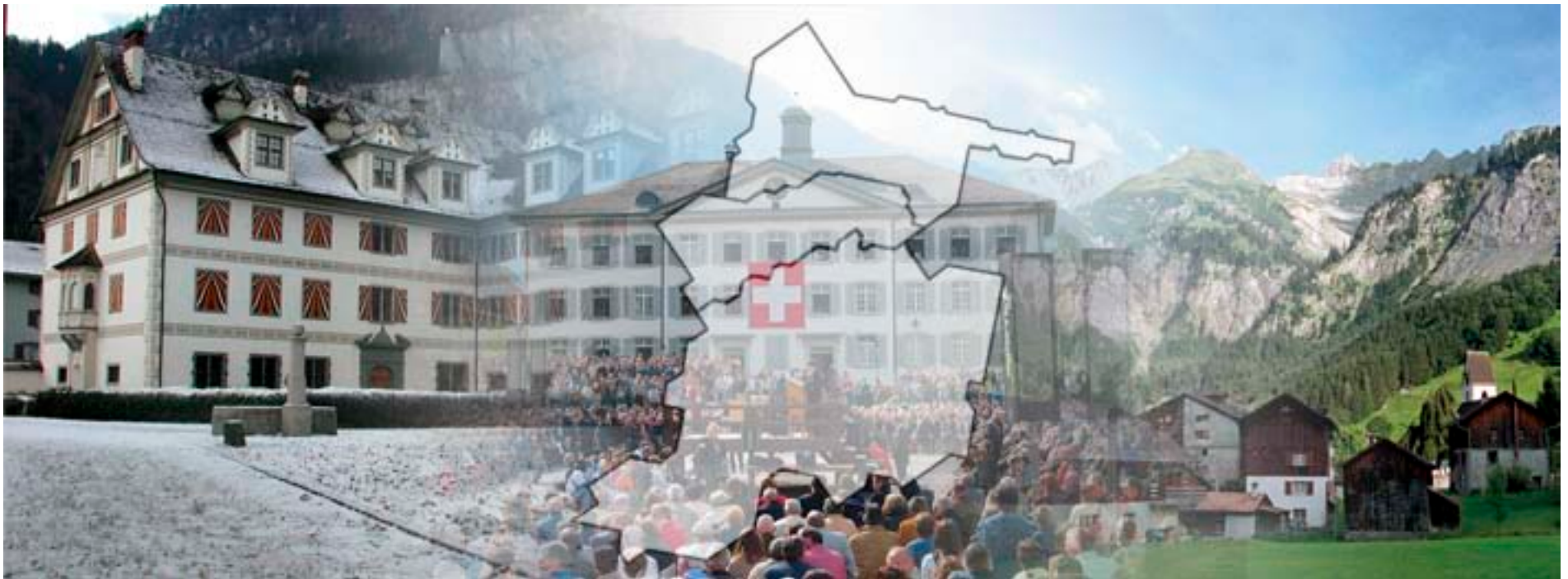
us de Region Zürcher Berggebiet



# 4. Chancen peripherer Räume

## Effiziente Strukturen / gute Aufgabenteilung

Beispiel: Strukturreform Glarus





# 4. Chancen peripherer Räume

## Partnerschaften bilden / Grenzen überschreiten

Beispiel: Marke Graubünden

graubünden





## 5. Nicht genutzte Chancen

- Besserer Aufgabenteilung Standortförderung Schweiz
- Zersplitterte Strukturen im Agrotourismus
- 75 verschiedene geförderte Cluster in der Schweiz
- Strategische Arbeitsplatzzonen von nationalem Interesse
- 60 Tourismus-Organisationen im Gotthard-Gebiet



## 6. Zusammenfassung / Fazit

- Entwicklungschancen im peripheren Raum vorhanden
- Auf Stärken konzentrieren
- Innovativ sein
- Spin-offs und Wissens-/Technologietransfer nutzen
- Funktionale Räume berücksichtigen
- Zentrum-Peripherie-Komplementarität nutzen
- Partnerschaften bilden
- Grenzen überschreiten
- Integrierte Betrachtung / Sektor übergreifend denken
- Effiziente Strukturen / gute Aufgabenteilung



Danke für die Aufmerksamkeit!