

# **Wettbewerbsfähigkeit der Regionen Defizite und Potentiale**

Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR

**Prof. Dr. Christoph Hauser**

Institutsleiter IBR, Public Management & Economics

T direkt +41 41 228 42 68  
christoph.hauser@hslu.ch

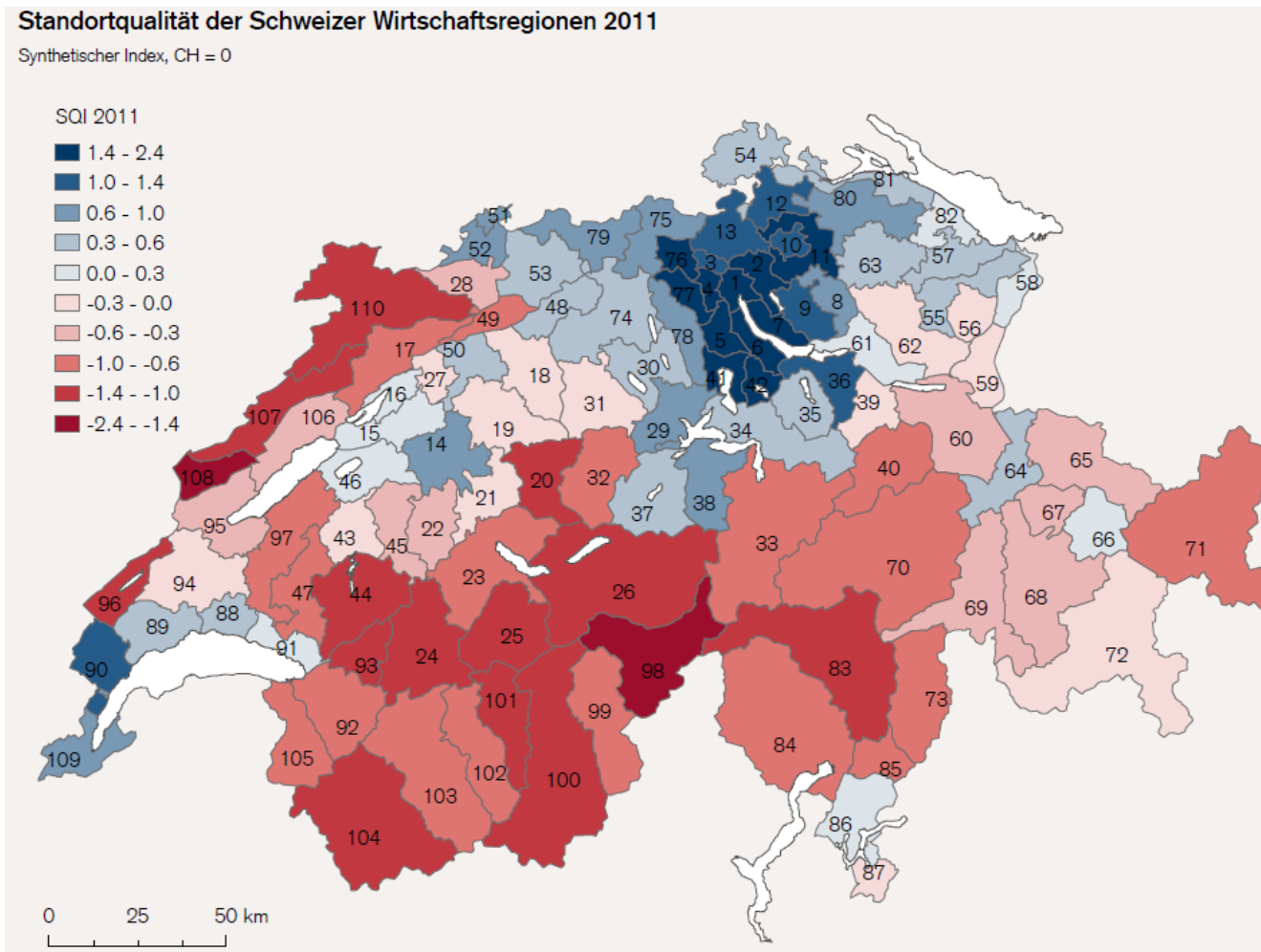
Luzern 27.05.2011

Wo sind die wettbewerbsfähigen Regionen?

Ein Blick auf einige Landkarten

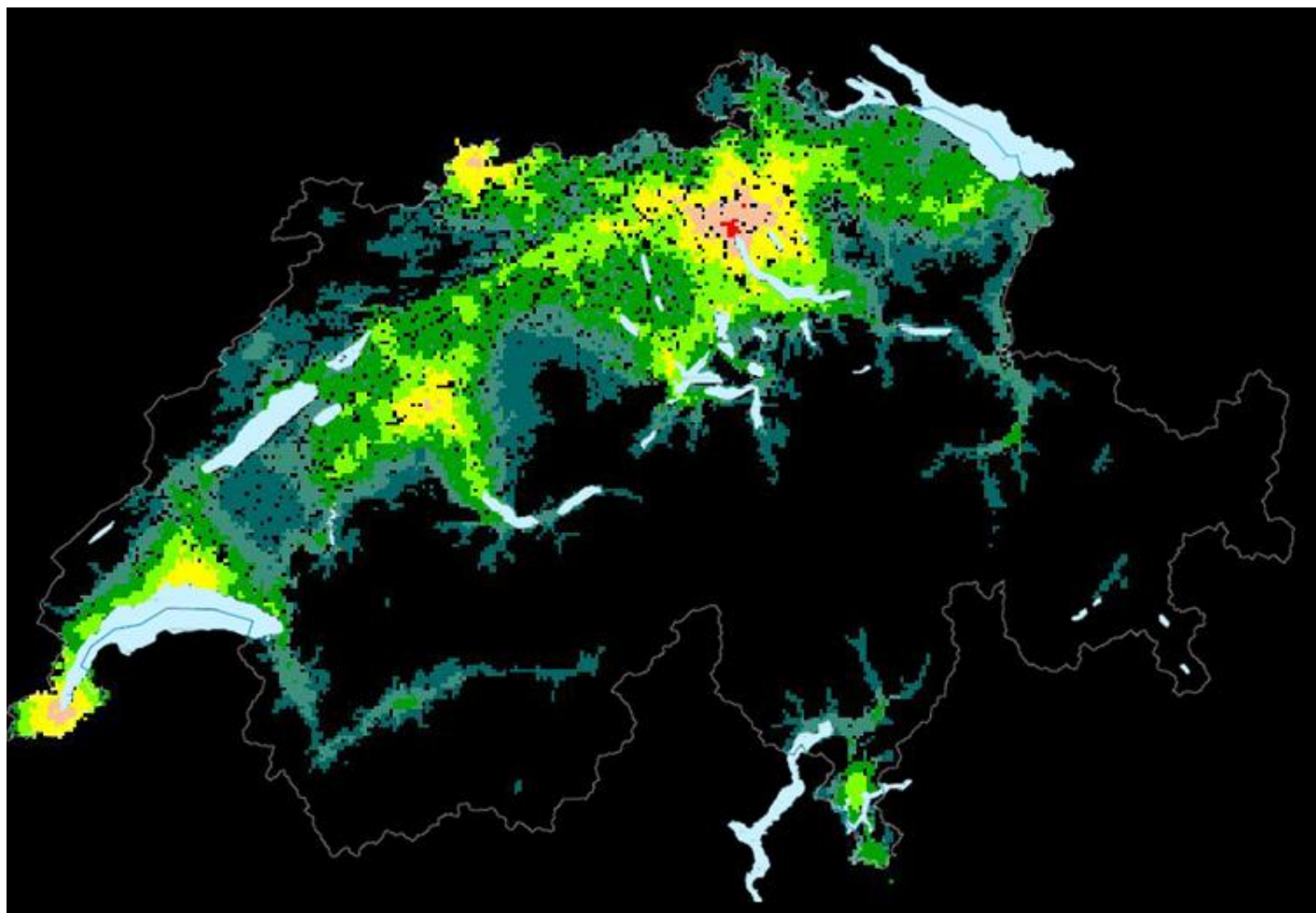
# Standortqualitätsindex der Credit Suisse – 2011

## *Steuerbelastung, Humanressourcen, verkehrstechnische Erreichbarkeit*



## Beziehungspotenzialbild SNL-Geiger – 2009

### *Eigene Potentiale + Erreichbarkeit anderer Potentiale*



# Schweizerische Automatische Strassenverkehrsanzählung – 2009

Schweizerisches Nationalstrassennetz / Réseau suisse des routes nationales

Schweizerische automatische Strassenverkehrsanzählung (SASVZ) 2009  
Comptage suisse automatique de la circulation routière (CSACR) 2009

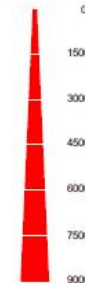
Durchschnittlicher Tagesverkehr (DTV)  
der Motorfahrzeuge 2009

Trafic journalier moyen (TJM)  
des véhicules à moteur 2009

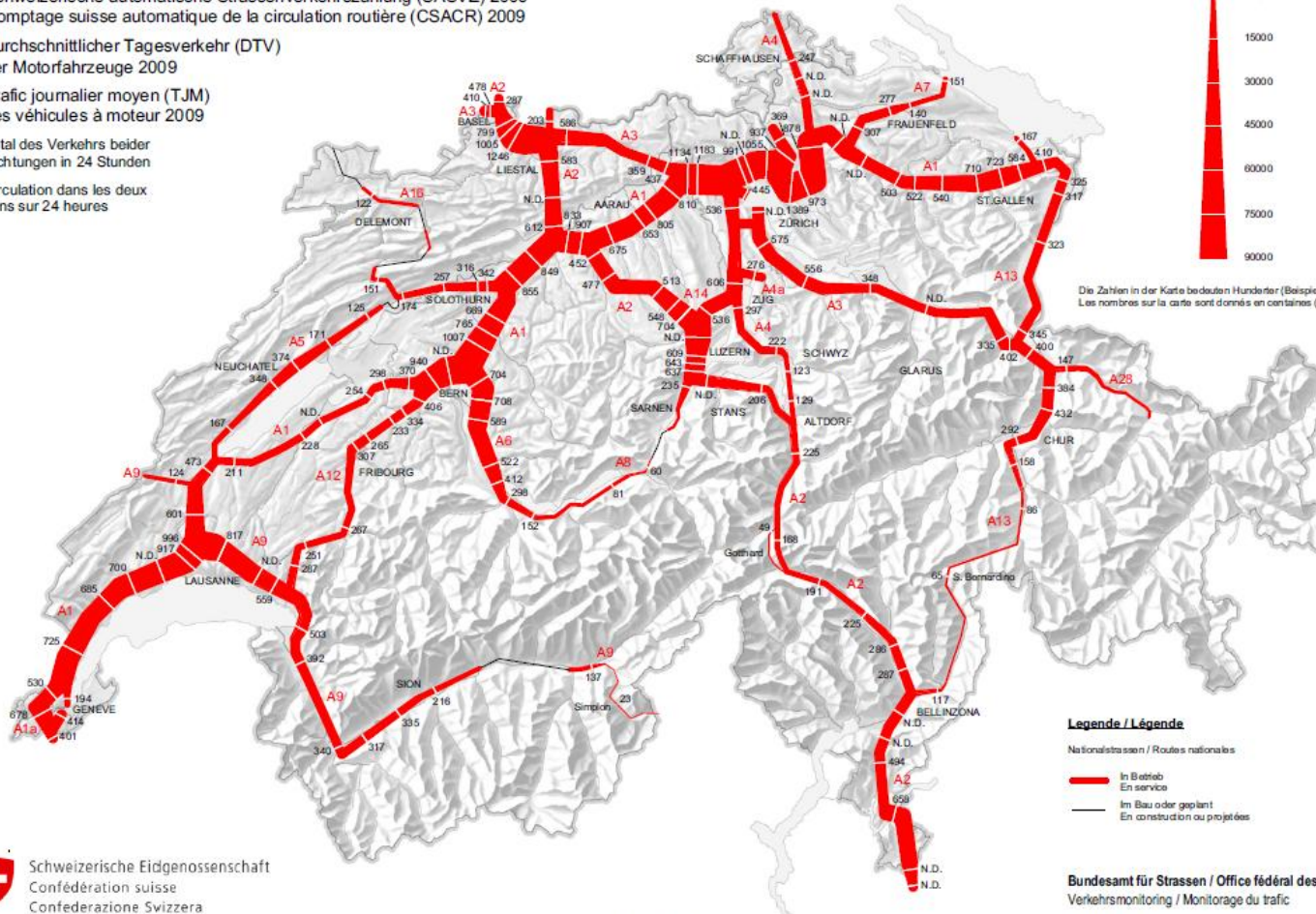
Total des Verkehrs beider  
Richtungen in 24 Stunden

Circulation dans les deux  
sens sur 24 heures

Anzahl der Motorfahrzeuge  
Nombre de véhicules à moteur



Die Zahlen in der Karte bedeuten Hunderter (Beispiel: 12 = 1200)  
Les nombres sur la carte sont donnés en centaines (exemple: 12 = 1200)



## Legende / Légende

Nationalstrassen / Routes nationales

- In Betrieb / En service
- Im Bau oder geplant / En construction ou projetées

Bundesamt für Strassen / Office fédéral des routes  
Verkehrsmontoring / Monitoring du trafic

11. März 2010

# Wettbewerbsfähigkeit der Regionen - Defizite und Potentiale

*Liegt es am Verkehr?*

Kann man die Standortfaktoren rangieren?

## Acht Standortfaktorranglisten...

Tabelle 3 Die wichtigsten Standortfaktoren aus verschiedenen Befragungen

|      | Hanser (1986)                                 | Bieger (1987)                         | Hanser u. Meier (1992)                 | Muggli / Schulz (1992)               | Healey & Baker (1996)            | BAK (1998)   | Hilber (1999)                              | Ecoplan / Büro Widmer (2004)      |
|------|---|---------------------------------------|--|--------------------------------------|----------------------------------|--|--|-----------------------------------|
| Rang | Industrie<br>Sarneraatal Sion<br>Trachselwald | diverse Branchen<br>Stadt Basel       | Dienstleistung<br>Aarau Olten u.a.     | diverse Branchen<br>Zürich Basel Bem | Grossunter-<br>nehmen, Europa    | exportorientierte<br>Grossunter-<br>nehmen Schweiz | diverse Branchen<br>Agglomeration<br>Basel | div. Branchen<br>Thurgau          |
| 1    | vorhandene<br>Bauten/Anlagen                  | qualifizierte<br>Arbeitskräfte        | Kontakte<br>Geschäftsinhaber           | Arbeitsmarkt                         | Nähe zum<br>Absatzmarkt          | hochqualifizierte<br>Arbeitskräfte                 | Verkehrs-<br>erschliessung                 | wirtschafts-<br>freundl. Klima    |
| 2    | Verkehrslage,<br>Autobahnanschl.              | Verkehrsverbind-<br>ungen zu Zentren  | Kundenpotential,<br>Kundennähe         | Führungsvorteile                     | Verkehrslage,<br>Nähe zu Städten | Kosten hochqual.<br>Arbeitskräfte                  | Effizienz der<br>Behörden                  | allgemeines<br>Lohnniveau         |
| 3    | unqualifizierte<br>Arbeitskräfte              | Infrastruktur für<br>Privatverkehr    | Mieten,<br>Landpreise                  | Verkehrslage                         | Qualität Tele-<br>kommunikation  | Arbeitsbewillig-<br>ung f. Ausländer               | wirtschafts-<br>freundl. Klima             | Steuerbelastung f.<br>Unternehmen |
| 4    | erschlossenes<br>Industriegelände             | öffentlicher<br>Verkehr               | Überreg. Ver-<br>kehrsanbindung        | Absatzmarkt                          | Arbeitskräfte,<br>Lohnniveau     | Angebot an Tele-<br>kommunikation                  | Lebensqualität in<br>Umgebung              | Höhe d. Lohn-<br>nebenkosten      |
| 5    | industriefreundl.<br>Atmosphäre               | Höhe der Steuern<br>für jur. Personen | Imagefaktoren,<br>Prestige             | Bodenmarkt                           | wirtschafts-<br>freundl. Klima   | Qualität der<br>UNI-Abgänger                       | Verfügbarkeit<br>Arbeitsflächen            | Steuerbelastung<br>hochqual. MA   |
| 6    | finanz. Leistung<br>der öff. Hand             | Steuervorschrift,<br>Gebühren         | Parkplätze,<br>Zufahrt                 | Infrastruktur                        | Mieten,<br>Landpreise            | rechtl./politische<br>Voraussehbarkeit             | Nähe anspruchs-<br>voller Kunden           | Gebühren für<br>Energie/Wasser    |
| 7    | qualifizierte<br>Arbeitskräfte                | Kulturelles<br>Angebot                | Nähe zu weiteren<br>Betriebsstandorten | Steuern                              | Verfügbarkeit<br>Arbeitsräume    | Kosten qual.<br>Arbeitskräfte                      | Immobilien- und<br>Bodenpreise             | Nähe Autobahn-<br>anschluss       |
| 8    | preiswerte<br>Grundstücke                     | Kooperation der<br>Verwaltung         | Kontaktmöglich-<br>keiten              | Mentalität                           | stadtinterne<br>Erreichbarkeit   | Steuerbelastung<br>für Unternehmen                 | Steuerbelastung<br>für Firmen              | Lebensqualität in<br>Umgebung     |
| 9    | Umwelt und<br>Wohnqualität                    | Ausbildungsange-<br>bot, Lohnniveau   | wirtschaftsfreundl<br>Politik, Steuern | Arbeitskosten                        | gesprochene<br>Sprachen          | qualifizierte<br>Arbeitskräfte                     | Nähe zu<br>Absatzmärkten                   | Mietzinsniveau<br>Liegenschaften  |
| 10   | niedriges<br>Lohnniveau                       | Kundennähe                            | Passantenlage,<br><i>visibility</i>    | Wohnortfaktoren                      | Qualität der<br>Umwelt           | Sozialpartner-<br>schaft                           | Wirtschafts-<br>förderung                  | Baulandpreise                     |

Quellen: Vettiger (1994), Rietveld und Bruinsma (1998), BAK (1998), Hilber (1999), Ecoplan und Büro Widmer (2004)

## Grobe Zuordnungen:

Politisch entscheidbar

Marktergebnis

Tabelle 3 Die wichtigsten Standortfaktoren aus verschiedenen Befragungen

|      | Hanser (1986)                                 | Bieger (1987)                         | Hanser u. Meier (1992)                  | Muggli / Schulz (1992)               | Healey & Baker (1996)            | BAK (1998)   | Hilber (1999)                              | Ecoplan / Büro Widmer (2004)      |
|------|---|---------------------------------------|---|--------------------------------------|----------------------------------|--|--|-----------------------------------|
| Rang | Industrie<br>Sarneraatal Sion<br>Trachselwald | diverse Branchen<br>Stadt Basel       | Dienstleistung<br>Aarau Olten u.a.      | diverse Branchen<br>Zürich Basel Bem | Grossunter-<br>nehmen, Europa    | exportorientierte<br>Grossunter-<br>nehmen Schweiz | diverse Branchen<br>Agglomeration<br>Basel | div. Branchen<br>Thurgau          |
| 1    | vorhandene<br>Bauten/Anlagen                  | qualifizierte<br>Arbeitskräfte        | Kontakte<br>Geschäftsinhaber            | Arbeitsmarkt                         | Nähe zum<br>Absatzmarkt          | hochqualifizierte<br>Arbeitskräfte                 | Verkehrs-<br>erschliessung                 | wirtschafts-<br>freundl. Klima    |
| 2    | Verkehrslage,<br>Autobahnanschl.              | Verkehrsverbind-<br>ungen zu Zentren  | Kundenpotential,<br>Kundennähe          | Führungsvorteile                     | Verkehrslage,<br>Nähe zu Städten | Kosten hochqual.<br>Arbeitskräfte                  | Effizienz der<br>Behörden                  | allgemeines<br>Lohnniveau         |
| 3    | unqualifizierte<br>Arbeitskräfte              | Infrastruktur für<br>Privatverkehr    | Mieten,<br>Landpreise                   | Verkehrslage                         | Qualität Tele-<br>kommunikation  | Arbeitsbewillig-<br>ung f. Ausländer               | wirtschafts-<br>freundl. Klima             | Steuerbelastung f.<br>Unternehmen |
| 4    | erschlossenes<br>Industriegelände             | öffentlicher<br>Verkehr               | Überreg. Ver-<br>kehrsanbindung         | Absatzmarkt                          | Arbeitskräfte,<br>Lohnniveau     | Angebot an Tele-<br>kommunikation                  | Lebensqualität in<br>Umgebung              | Höhe d. Lohn-<br>nebenkosten      |
| 5    | industriefreundl.<br>Atmosphäre               | Höhe der Steuern<br>für jur. Personen | Imagefaktoren,<br>Prestige              | Bodenmarkt                           | wirtschafts-<br>freundl. Klima   | Qualität der<br>UNI-Abgänger                       | Verfügbarkeit<br>Arbeitsflächen            | Steuerbelastung<br>hochqual. MA   |
| 6    | finanz. Leistung<br>der öff. Hand             | Steuervorschrift,<br>Gebühren         | Parkplätze,<br>Zufahrt                  | Infrastruktur                        | Mieten,<br>Landpreise            | rechtl./politische<br>Voraussehbarkeit             | Nähe anspruchs-<br>voller Kunden           | Gebühren für<br>Energie/Wasser    |
| 7    | qualifizierte<br>Arbeitskräfte                | Kulturelles<br>Angebot                | Nähe zu weiteren<br>Betriebsstandorten  | Steuern                              | Verfügbarkeit<br>Arbeitsräume    | Kosten qual.<br>Arbeitskräfte                      | Immobilien- und<br>Bodenpreise             | Nähe Autobahn-<br>anschluss       |
| 8    | preiswerte<br>Grundstücke                     | Kooperation der<br>Verwaltung         | Kontaktmöglich-<br>keiten               | Mentalität                           | stadtinterne<br>Erreichbarkeit   | Steuerbelastung<br>für Unternehmen                 | Steuerbelastung<br>für Firmen              | Lebensqualität in<br>Umgebung     |
| 9    | Umwelt und<br>Wohnqualität                    | Ausbildungsange-<br>bot, Lohnniveau   | wirtschaftsfreundl.<br>Politik, Steuern | Arbeitskosten                        | gesprochene<br>Sprachen          | qualifizierte<br>Arbeitskräfte                     | Nähe zu<br>Absatzmärkten                   | Mietzinsniveau<br>Liegenschaften  |
| 10   | niedriges<br>Lohnniveau                       | Kundennähe                            | Passantenlage,<br>visibility            | Wohnortfaktoren                      | Qualität der<br>Umwelt           | Sozialpartner-<br>schaft                           | Wirtschafts-<br>förderung                  | Baulandpreise                     |

Quellen: Vettiger (1994), Rietveld und Bruinsma (1998), BAK (1998), Hilber (1999), Ecoplan und Büro Widmer (2004)

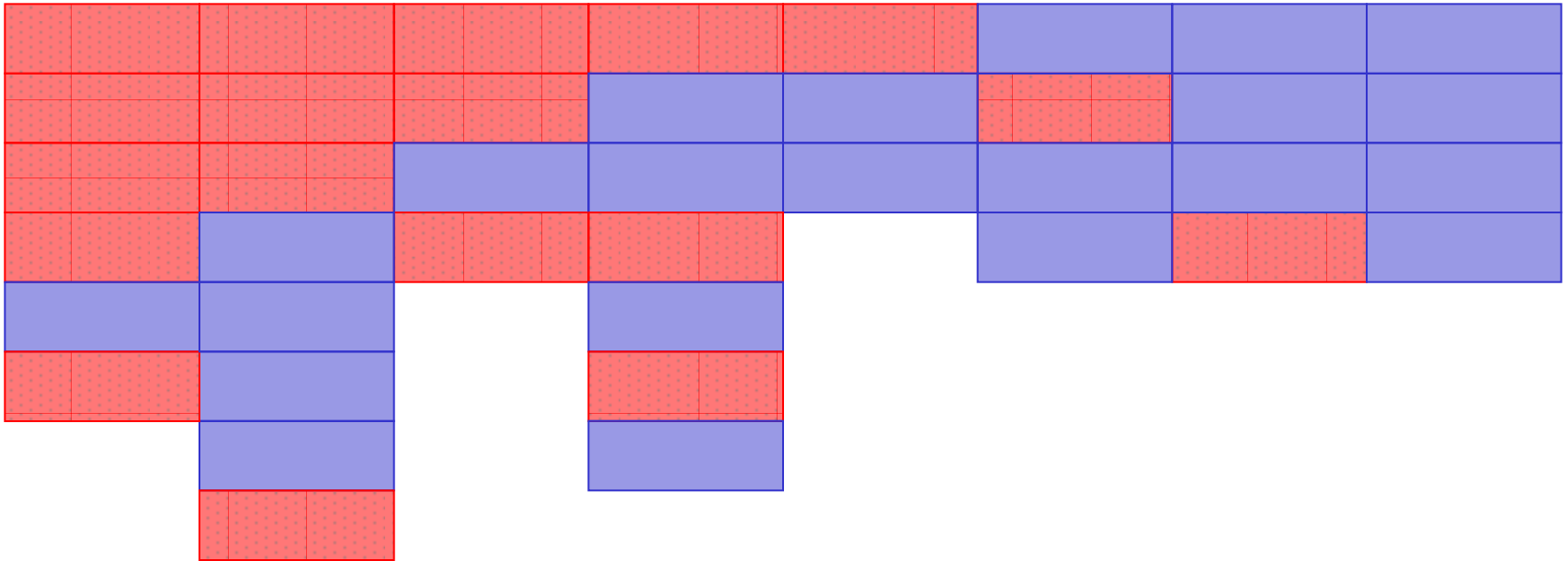
Quelle: IVT/ETH, Bodenmann

Verkehr

Hochschule Luzern  
Wirtschaft

**Standortfaktoren:**

Politisch entscheidbar



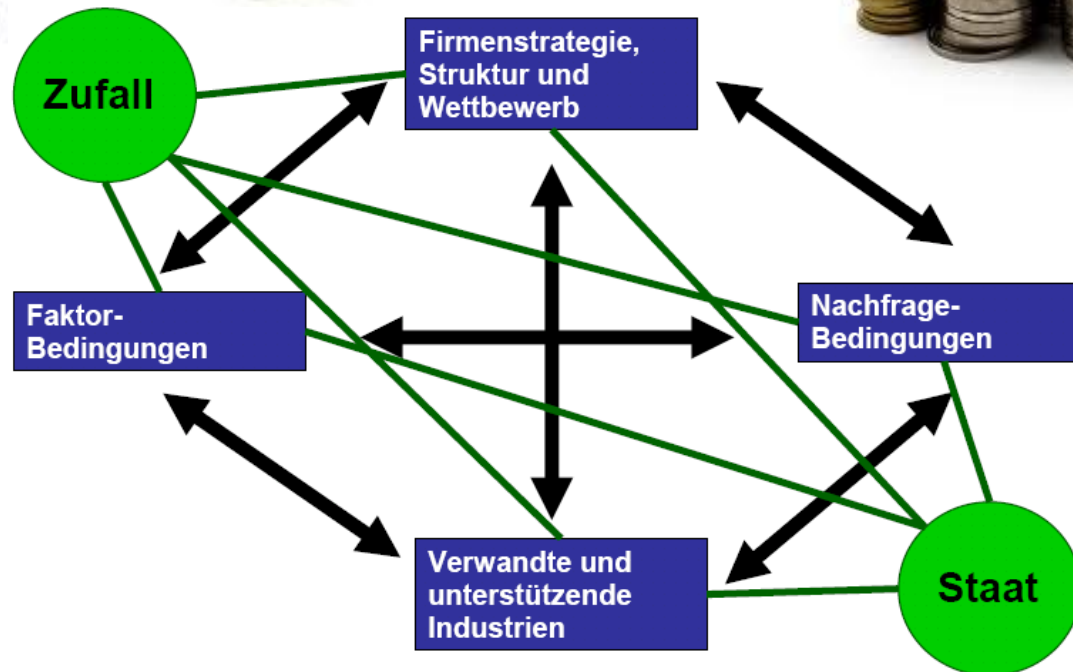
FAZIT: «Gemischtes Resultat»



«Märkte entstehen nicht von selbst –  
sie müssen geschaffen werden»

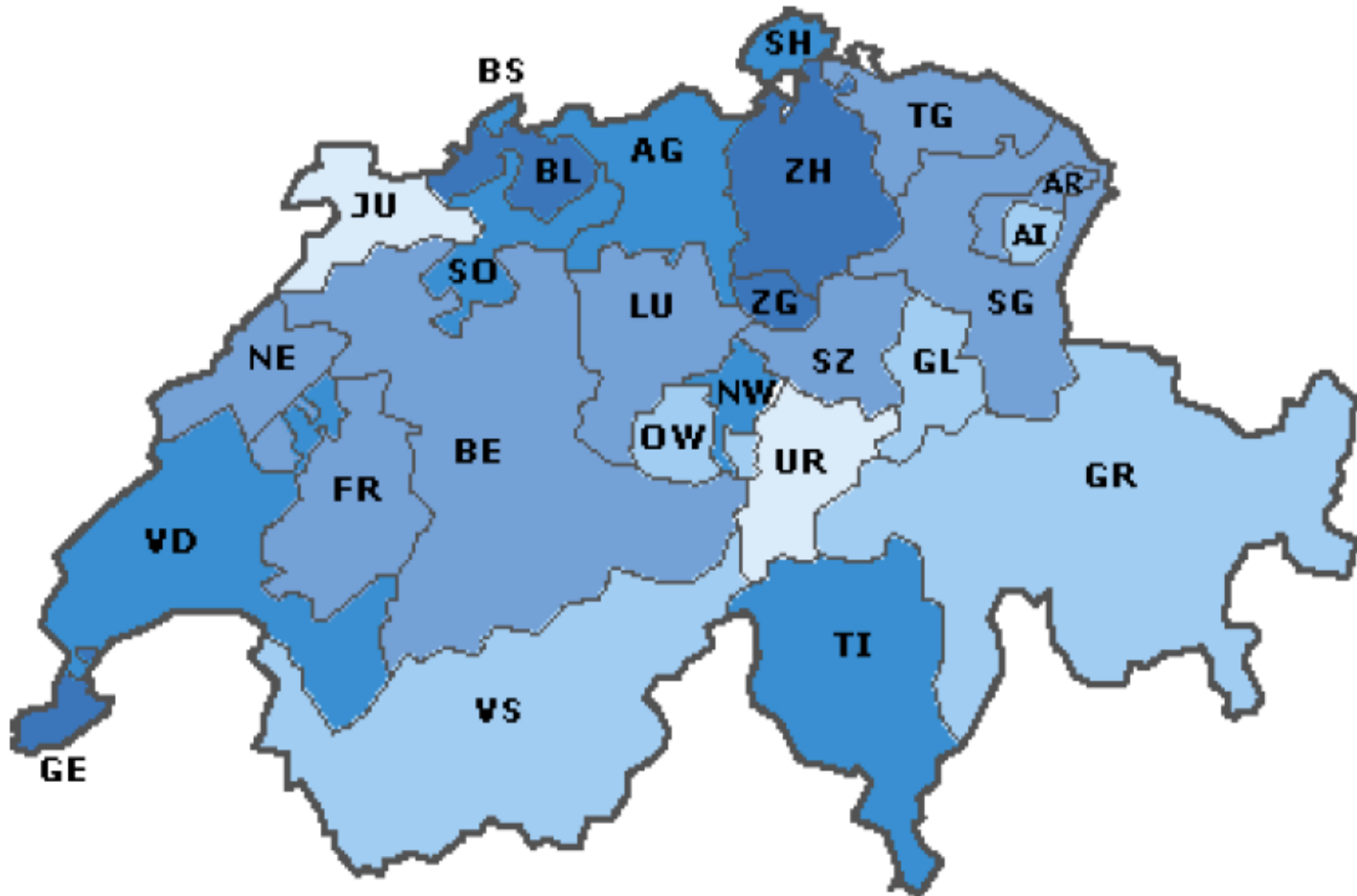
Wie steht ein Volkswirt dazu?

# Liegt es an der Clusterbildung?



# *...an der Kreativität?*

## *Kreativitätsindex für die Schweiz*



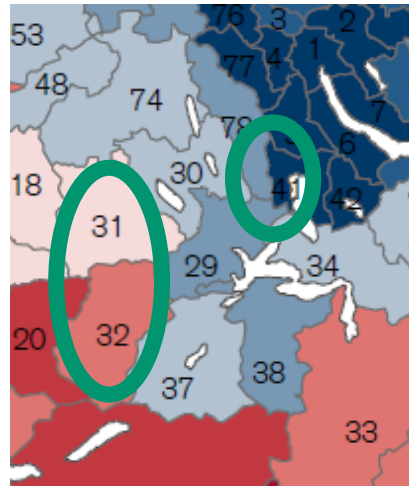
## Ein paar «Testfragen»

*Wie leicht gelingt es uns, Ingenieure, Lehrpersonen oder Pflegepersonal zu finden?*

*Finden bei uns auch Ehepartner leicht einen Job?*

*Inspirieren wir zum «Andersdenken»?*

**Luzern-West**  
z.B. Willisau



**ZugWEST**  
z.B. Risch-Rotkreuz

*Wie leicht gelingt es uns, Ingenieure, Lehrpersonen oder Pflegepersonal zu finden?*

*Finden bei uns auch Ehepartner leicht einen Job?*

*Inspirieren wir zum «Andersdenken»?*

## Liegt es an der Exportorientierung?

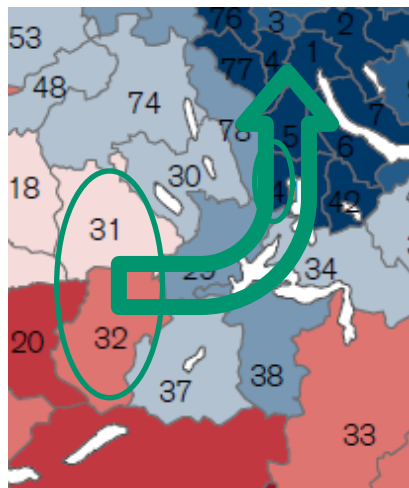
«eher nein»

- Arbeitsteilung+Überläufe
- Zulieferer- und  
Arbeitsmarktverflechtungen

«eher ja»

- Multiplikatoreffekt in der Region
- Produktivität in  
Exportbranchen höher

**Luzern-West**  
z.B. Willisau



**ZugWEST**  
z.B. Risch-Rotkreuz

## *wenn Exportorientierung...*

«*tief*»

- Arbeitsteilung+Überläufe
- Zulieferer- und  
Arbeitsmarktverflechtungen

«*hoch*»

- Multiplikatoreffekt in der Region
- Produktivität in  
Exportbranchen höher

*Profil haben*

*Nischen finden*

*Marktstrategien haben*

*Innovationen fördern*

# Kehrseiten des Erfolges

*Immobilienpreise, Infrastrukturbedarf  
endliche Landressourcen*

*Eine Strategie haben!*



## Chancen für den «Weissen Fleck»

*Nische finden, Loyalitäten nutzen  
Qualität nicht Wachstum suchen*

*Ein Profil haben!*



*Das Globalisierungsparadox:*

«Distanz mag zwar tot sein,  
das Bedürfnis nach räumlicher Nähe  
jedoch nicht.»

Cernavin, Oleg et al. (2005) Cluster und Wettbewerbsfähigkeit von Regionen, S. 23