

Der Anerkennungspreis  
der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement

# Preisträgerbroschüre





Citypark, Zug

### **Mehr als nur Wohnen.**

Als etabliertes Immobilienunternehmen wollen wir die Wohnräume unserer Kundinnen und Kunden verwirklichen. Käufer und Mieter profitieren von unserer über 40-jährigen Erfahrung und der Garantie für Qualität, Preis und Termin. Als Total- und Generalunternehmen entlasten wir Bauherren von der Planung bis zur Übergabe, ohne dass sie ihre Entscheidungsfreiheit verlieren. Landverkäufer haben die Gewissheit, dass wir auf ihrem Grund und Boden architektonisch ansprechende und qualitativ hochwertige Projekte verwirklichen.

# schöner wohnen

6340 Baar, Neuhofstrasse 10  
Telefon 041 767 02 02  
[www.alfred-mueller.ch](http://www.alfred-mueller.ch)

 **Alfred Müller AG**

## SVSM Award 2009 – Preisträgerbroschüre

- 2 — **Editorial**  
Robert E. Gubler –  
Drei Jahre SVSM Award
- 3 — **Würdigung  
der Preisträger**  
Die Preisträger 2009
- 4 — **Preisträgerporträt**  
Arosa Tourismus –  
Nachhaltige Standortför-  
derung mit kurvensicher.ch
- 5 — **Preisträgerporträt**  
Chemnitz zieht an – und  
verknüpft Personal-  
und Standortmarketing
- 6 — **Anerkennungspreis**  
bonacasa® – Generatio-  
nenübergreifendes  
Wohnen mit Dienstleis-  
tungen
- 7 — **Bewerber**  
Projekteingaben für den  
SVSM Award 2009
- 11 — **Jury und ehemalige  
Preisträger**  
Interdisziplinär und  
ausgezeichnet
- 12 — **SVSM Award 2010**  
Nächste Awardvergabe

## Drei Jahre SVSM Award



### Sehr geehrte Damen und Herren

— Bereits zum dritten Mal vergibt die SVSM, die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement, den SVSM Award. Die Auszeichnung würdigt herausragende Leistungen im Standortmarketing und in der Wirtschaftsförderung. Mit 19 Bewerbungen in diesem Jahr konnte der Teilnehmerkreis wiederum erweitert werden.

### Professionelle Projekte auf hohem Niveau

— Nach drei Jahren Award-Vergabe zeichnen sich in der Schweiz und in Deutschland erfreuliche Tendenzen ab. Die eingereichten Projekte zeigen auf, dass die Standort-Verantwortlichen ihre Hausaufgaben machen. Viele Projekte sind auf sehr hohem Niveau was Professionalität, strategische Ausrichtung und Problemlösungsorientierung betrifft.

— Die SVSM-Award-Jury war einmal mehr beeindruckt von der sorgfältigen Arbeit und den wirkungsorientierten Lösungsansätzen, die präsentiert wurden.

### Brillante Innovationsleistungen in Zukunft auszeichnungswürdig

— Klassisches Standortmarketing hat sich in der Schweiz und in Deutschland etabliert. Somit steigen die Anforderungen an Projekte, die in den nächsten Jahren die Auszeichnung mit dem SVSM Award suchen: Es werden verstärkt Projekte für die Nomination für den SVSM Award empfohlen, die bei den Kriterien Innovation und Kreation hervorstechen.

### Herzliches Dankeschön

— Die Vergabe des SVSM Award ist aus Sicht unserer Vereinigung rundum erfreulich: Unser Fachverband gewinnt zusätzlich an Profil. Alle Bewerber und die Preisträger profitieren von der Publizität. Zudem leistet der Award einen echten Beitrag zur Professionalisierung der Branche. Möglich wird dies durch die hochmotivierte und engagierte Arbeit der ehrenamtlich tätigen Fachjury, der an dieser Stelle ein grosses Dankeschön gilt. Aber auch finanzieller Support ist unerlässlich. Deshalb möchten wir der **Alfred Müller AG**, Baar, dem **seco**, **Staatssekretariat für Wirtschaft** und dem **SVSM Preferred Supplier 2009**, der **Zürcher Kantonalbank**, herzlich für die Unterstützung danken!

— September 2009,  
Schweizerische Vereinigung  
für Standortmanagement

Robert E. Gubler  
Präsident

## Die Preisträger 2009



### Preisträger: Arosa Tourismus mit «kurvensicher.ch»

— Die Gemeinde Arosa setzt auf ein einzigartiges Konzept für nachhaltige Standort- und touristische Wirtschaftsförderung, das die Jury klar überzeugt hat. Mit dem innovativen Projekt kurvensicher.ch, bei dem für die 360 Kurven von Chur nach Arosa «Paten» gesucht werden, wird ein Fonds geöffnet. Durch diesen lassen sich natur- und klimabewusste Standort- und Nachwuchsförderungsprojekte in Arosa anstossen, die sowohl den Bedürfnissen der Touristen als auch der Arosener Bevölkerung entsprechen. In der Gesamtkonzeption und mit dem Stakeholder-Ansatz ist das Standortkonzept von Arosa absolut einmalig. Durch die Kampagne kurvensicher.ch werden in Marketing und Kommunikation für einen Standort neue Wege begangen.

— Der SVSM Award 2009 wird an die Standorte Arosa und Chemnitz vergeben. Einmal mehr hat sich die SVSM-Award-Fachjury damit entschieden, je ein Projekt aus Deutschland und der Schweiz auszuzeichnen. Zudem wurde die Praxis beibehalten, einen zusätzlichen Anerkennungspreis an ein Einzelprojekt mit hoher Standortrelevanz zu vergeben. Dieses Jahr ist dies das Wohnkonzept «bonacasa®».

— Bei der Beurteilung der 19 eingereichten Bewerbungen hat die Jury das Kriterium «Innovation» in diesem Jahr besonders stark gewichtet und auch den teilweise sehr unterschiedlichen Ressourcenpotenzialen der Bewerberprojekte Rechnung getragen.

### Preisträger: Chemnitz-zieht-an.de

— Das Webportal «Chemnitz-zieht-an» der Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft mbH wirkt dem schwerwiegenden Fachkräftemangel der ostdeutschen Stadt auf vorbildliche Weise entgegen. Zum einen werden Unternehmen bei der Rekrutierung von qualifizierten Arbeitskräften unterstützt, zum anderen ehemalige Chemnitzer mit interessanten Jobs zur Rückkehr nach Chemnitz motiviert. Dabei wird mit beschränkten Ressourcen ein Optimum an kommunikativer Wirkung erzielt. Als hoch innovativ und zielführend zugleich bewertet die Jury zum Beispiel die Nutzung der Coming-Home-Parties kurz vor Weihnachten, mit denen die Hauptzielgruppe der Ex-Chemnitzer angesprochen werden kann. Die «Strategie», ehemalige Einwohner zurückzugewinnen, wurde konsequent verfolgt. Zudem war es möglich, Bürger als Multiplikatoren in der Kommunikation einzusetzen.

### Anerkennungspreis: bonacasa® – Wohnen mit Dienstleistungen

— bonacasa® bedeutet «vivre avec services» und ermöglicht generationenübergreifendes Zusammenleben in einer Überbauung wie dem Schüsspark in Biel: Familien, Singles, Doppelverdiener und Senioren können vom «Wohnen mit Service» profitieren. Von der Sicherheitszentrale über den haus-eigenen Concierge bis zu Spezialangeboten von lokalen Gewerbetreibenden bietet das Konzept allen beteiligten Stakeholders (Bewohner, lokale Wirtschaft, Grund- und Hauseigentümer, Standortgemeinde) Vorteile. bonacasa® wurde von der Firma Bracher und Partner AG entwickelt und ist als Konzept stark multiplizierbar und zukunfts-trächtig. Es vernetzt und kann Werttreiber für einen regionalen Standort sein.

Stefan Vogler  
Jury-Präsident

## Arosa Tourismus – Nachhaltige Standortförderung mit kurvensicher.ch



— Für Arosa als erfolgreiche Schweizer Feriendestination ist der Tourismus das wichtigste wirtschaftliche Standbein. Die Standort- und Wirtschaftsförderung von Arosa muss deshalb verschiedenen Ansprüchen gerecht werden: Es sind die natürlichen Standortvorteile wie Natur und Bergwelt zu erhalten und sicherzustellen, die für Tourismus und Bevölkerung grundlegend sind. Gleichzeitig muss Arosa den Freizeit- und Mobilitätsbedürfnissen der Gäste und Touristen gerecht werden und den Ansprüchen der 2500 Einwohner auf ein intaktes Dorfleben nachkommen. Und dies alles langfristig und nachhaltig.

— Deshalb wurde Arosa Tourismus beauftragt, ein umfassendes Standortkonzept zu entwickeln, das diesen Vorgaben gerecht wird. Alle zukünftig geplanten Projekte müssen auf ihre ökologische, soziale und wirtschaftliche Wirkung hin überprüft werden.

— Kern des erarbeiteten Konzepts bildet die Plattform und Kampagne kurvensicher.ch. Wer von Chur über die Strasse nach Arosa gelangen will, muss 360 Kurven überwinden. Für jede Kurve wird in den nächsten 5 Jahren eine Patenschaft vergeben und auf der Website von kurvensicher.ch (in Anlehnung an den Arosler Slogan schneesicher.ch) eingetragen. Der Kurvenpate erhält das Recht, die Kurve zu benennen und optisch zu kennzeichnen. Mit dem Arosa Ökofonds, der auf diese Weise geöffnet wird, werden nachhaltige Standortförderungsprojekte in Arosa finanziert. Diese vermögen allen Stakeholders wie Einwohnern, Gästen, Touristen, der Wirtschaft und der Natur gerecht zu werden. Erstes konkretes Projekt ist die klimaneutrale Sanierung der Eishalle von Arosa.



— Gemeinde Arosa  
Arosa Tourismus  
www.arosa.ch  
www.kurvensicher.ch

## Chemnitz zieht an – und verknüpft Personal- und Standortmarketing



— Nach der politischen Wende Anfang der 90er Jahre verzeichnete Chemnitz, ein Wirtschaftsstandort in den Neuen Deutschen Bundesländern, einen wirtschaftlichen Einbruch und zugleich einen massiven Wegzug von jungen, gut ausgebildeten Fachkräften. Seither hat sich die Wirtschaft wieder überdurchschnittlich entwickelt. Gerade das verarbeitende Gewerbe ist stark wachsend und sieht sich einem immer brisanter werdenden Fachkräftemangel ausgesetzt.

— Mit der Fachkräftekampagne «Chemnitz zieht an!» wird diesem Problem in der Region Chemnitz entgegen gewirkt. Das Portal unterstützt Unternehmen bei der Suche nach qualifizierten Arbeitskräften. Auf der Plattform werden nebst Stellen auch Angebote von Wohnungen, Kindertagesstätten, Schulen und Freizeitmöglichkeiten vorgestellt. So können potenzielle Interessenten in ihrer Lebenssituation berücksichtigt werden. Chemnitz kann sich insgesamt als idealer Arbeits- und Wohnort empfehlen. Durch die Partnerschaft mit den Firmen werden sowohl das Arbeitgeber- als auch das Standortimage geprägt.

— Ein ganz besonderes Augenmerk widmet Chemnitz der Zielgruppe der ehemaligen Chemnitzer, die auf Jobsuche sind und sich mit der Rückkehr in die alte Heimat beschäftigen. Durch lukrative Stellenangebote wurden sie in der Vergangenheit in die Wirtschaftsmetropolen der alten Bundesländer Deutschlands gelockt. Als Folge konnten in Chemnitz attraktive Positionen nicht mehr



besetzt werden. Auf diese ehemaligen Chemnitzer wurden zielgruppengerechte und höchst innovative Marketing-Aktivitäten zugeschnitten: So wurde Werbung auf Chemnitzer Tankstutzen platziert oder an Weihnachten, wenn Familienbesuche und -feiern stattfinden, Coming-Home-Parties mit Sponsoring-Massnahmen unterstützt.

— Die Ziele der Fachkräftekampagne konnten erreicht werden: Seit Beginn der Kampagne 2008 wurden über 500 Bewerberanfragen auf 150 Stellenausschreibungen an Chemnitzer Unternehmen vermittelt. 50 Stellen wurden danach nachweislich besetzt. Die statistische Auswertung der Website hat ergeben, dass die Zielgruppe erreicht wird und dass die Strategie aufgeht, auf Fachkräfte zu setzen, die bereits einen Bezug zu Chemnitz haben.

— Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft mbH  
www.chemnitz-zieht-an.de



# bonacasa® – Generationenüber- greifendes Wohnen mit Dienstleistungen



— bonacasa® Wohnprojekte kombinieren qualitativ hochstehendes Wohnen mit einem 24-Stunden-Sicherheits- und Dienstleistungsnetz. Das Konzept mit den drei Säulen Bau, Sicherheit und Dienstleistungen ist von der Firma Bracher und Partner AG entwickelt worden.

— Neubauwohnungen werden mit einem hohen Ausbaustandard realisiert: Dieser umfasst beispielsweise Hindernisfreiheit, Rollstuhlgängigkeit oder grosszügige Grundrisse. Die Bestellung von Dienstleistungen erfolgt über das Call Center, einem eigens entwickelten Home Service Portal oder über den Concierge. Erbracht werden diese Dienstleistungen wie Hausarbeiten oder Mahlzeitendienst von regionalen Partnern.

— bonacasa® ist auf die Bedürfnisse von Familien, Senioren, aber auch von berufstätigen Singles oder Doppelverdienerhaushalten abgestimmt. Durch individuelle Nutzung von benötigten Zusatzservices wird generationenübergreifendes Zusammenleben in einer Überbauung zur Realität.

— Das Konzept bonacasa® überzeugte auch die Stadt Biel. Diese baute im Standard bonacasa® ihr städtisches Altersheim direkt an die Überbauung Schüsspark, die sich auf dem ehemaligen Industrieareal der Vereinigten Drahtwerke AG inmitten von Biel befindet. Neben dem Altersheim werden Wohnungen, Gewerberäume sowie Stadtvillen mit Loft-Charakter realisiert.

— bonacasa® / Schüsspark, Bracher und Partner AG  
www.bonacasa.ch  
www.schuesspark.ch



## Aluminiumforum Hochrhein – Branchencluster zur gemeinsamen Vermarktung

— Die süddeutschen Landkreise Lörrach und Waldshut verfügen über eine ausgewiesene Kompetenz in der Aluminiumverarbeitung und -bearbeitung. 12 ansässige Unternehmen sowie die Gemeinde Wutöschingen haben sich deshalb zum Aluminiumforum Hochrhein zusammengeschlossen. Die Aussendarstellung und Vermarktung des regionalen Branchenclusters kann so mit gebündelten Kräften vorangetrieben werden. Der potenzielle Kunde erhält eine Anlaufstelle – und kann je nach Bedürfnis den jeweiligen Spezialisten für Oberflächenveredelung, für die Herstellung von Zwischen- und Halbfertigprodukten oder ganzen Endprodukten zugewiesen werden. Moderiert wird das Aluminiumforum Hochrhein von der Wirtschaftsregion Südwest GmbH (WSW).

— Wirtschaftsregion Südwest GmbH,  
www.aluminiumforum-hochrhein.de

## Baden ist.

### Baden ist. – Integrierte Dachmarkenstrategie der Stadt Baden

— Seit Mai 2007 erfolgt die Behörden- und Marketingkommunikation der Stadt Baden konsequent unter der Dachmarke «Baden ist.». Auf der Basis einer sorgfältig hergeleiteten Positionierung als weltoffenes, progressives und vielfältiges Regionalzentrum in Metrodistanz zu Hauptbahnhof und Flughafen Zürich wurde ein einprägsames Erscheinungsbild erarbeitet. Die gezielt integrierte Anwendung der Dachmarke erfolgt durch gründlich abgestimmte Standort-, Destinations- und Wohnortförderung. Einerseits wirkt die Dachmarke zwischen Unternehmen, Gästen und Bevölkerung stark vernetzend. Andererseits macht sie die Dienstleistungspalette der Kleinstadt in ihrem ganzen Umfang erkennbar.

— Stadt Baden  
Standortmarketing  
www.baden.ch



### «Däniken hat Energie!» – Kleine Gemeinde mit ehrgeizigen Plänen

— Die Solothurner Gemeinde Däniken mit 2750 Einwohnern hat sich zum Ziel gesetzt, mit einem Standortförderprogramm 200 zusätzliche Arbeitsplätze auf dem Gemeindegebiet zu schaffen. Der Slogan «Däniken hat Energie!» nimmt Bezug zum Kernkraftwerk Gösgen-Däniken, dessen Standortgemeinde Däniken ist. Mit der Ansiedlung einer Haustechnikfirma mit 140 Mitarbeitern im leer stehenden Paketpostzentrum konnte ein erster Erfolg verbucht werden. Mit einer massiven Steuersenkung für juristische und natürliche Personen sowie durch eine aktive Bestandespflege und Standortkommunikation wurden wichtige Eckpfeiler gesetzt. Die Gemeinde will vor allem die Zusammenarbeit mit der kantonalen Wirtschaftsförderung und der GZA (Greater Zurich Area) intensivieren.

— Einwohnergemeinde Däniken  
www.daeniken.ch



### Einwohnergemeinde Heiden – Infobroschüre macht Gemeindefacetten sichtbar

— Mit Info 09 hat die Einwohnergemeinde Heiden eine Broschüre publiziert, welche die einheimische Bevölkerung, Neuzuzüger sowie Gäste und Touristen anspricht. Von Heidener Lehrern und Schülern wird sie zu Unterrichtszwecken eingesetzt. Informationen zur Dorfgeschichte, nützliche Hinweise zu Geschäften, öffentlichen Verkehrsmitteln oder Anlaufstellen bei Notfällen sind kurz und prägnant zusammengestellt.

— Einwohnergemeinde Heiden  
www.heiden.ch



### E-Shop Stettlen – Örtlicher Detailhandel online

— Die Einwohner der Gemeinde Stettlen (BE) können ihre Produkte von fünf lokalen Detaillisten auch über deren gemeinsamen E-Shop beziehen. Die Waren der örtlichen Bäckerei-Konditorei, Metzgerei, Drogerie, des Blumenladens sowie des Lebensmittel- und Käseladens werden auf Knopfdruck zusammengestellt und nach Hause geliefert. Damit wird ein wichtiger Beitrag zur Erhaltung der lokalen Ladengeschäfte und zur Attraktivitätssicherung der Gemeinde geleistet. Für den E-Shop wurde eigens eine Software entwickelt. Ein Fonds der Gemeinde hat die Realisierung des Projekts finanziell mitunterstützt.

— Einwohnergemeinde Stettlen  
www.eshop-stettlen.ch



### «Gewinnerregion» – Imagekampagne von Schwarzwald-Baar-Heuberg

— Mit einer Sympathiekampagne macht die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Schwarzwald-Baar-Heuberg (D) auf ihre Positionierung als «Gewinnerregion» aufmerksam. Mit humorvollen und einprägsamen Motiven auf Postkarten, Postern, Give-Aways und in Anzeigen soll die Identifikation der Bevölkerung mit der Dachmarke der Region gefördert werden.

— Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg  
www.gewinnerregion.de



### Generationenfreundlicher Landkreis Lörrach – Eine Region setzt auf Familien

— Eine vorausschauende regionale Familienpolitik ist wichtig für eine nachhaltige Wirtschaftsförderung. Deshalb hat sich der Landkreis Lörrach zum Ziel gesetzt, die Attraktivität der Lebensbedingungen in der Region für Familien zu steigern. 2005 wurde dafür das «lokale Bündnis für Familie» gegründet. Verschiedene Unternehmen und Institutionen beteiligen sich unter Federführung der Wirtschaftsregion Südwest GmbH daran, spezifische Angebote für Familien zu schaffen: Die Internetplattform [www.familien-plus.de](http://www.familien-plus.de) bietet beispielsweise Informationen zu Betreuungseinrichtungen oder Mittagstischen für Kinder. Ein Stammtisch der Personalverantwortlichen von lokalen Unternehmen diskutiert die Umsetzung von Massnahmen wie Teilzeit- oder Telearbeit für junge Eltern.

— Wirtschaftsregion Südwest GmbH  
www.familien-plus.de



### Level 538 – von der Kiesgrube zum Hauptsitz

— Im St. Gallischen Jonschwil liegt das Areal einer ehemaligen Kiesgrube mit einer Fläche von 140'000 m<sup>2</sup> brach. Die Gemeinde setzte sich zum Ziel, für das Areal innerhalb von drei Jahren einen geeigneten Käufer zu finden, um die volkswirtschaftliche Wertschöpfung zu steigern und Arbeitsplätze für die Region zu schaffen. In enger Abstimmung mit Architekten und Immobilienspezialisten wurde ein raumplanerisches Gesamtkonzept erstellt, das auch ökologische Aspekte sowie die Verkehrsgestaltung einbezog. Das vordringliche Ziel, eine Zerstückelung des Areals zu vermeiden, konnte mit der Zusage eines grossen Hauptkäufers aus dem Detailhandel erreicht werden.

— Gemeinde Jonschwil, Schällibaum AG, Ingenieure und Architekten, Zoller & Partner Immobilienmanagement AG  
www.jonschwil.ch



### Marina Stöckte – Wohnraum, Arbeitsplatz und Tourismusattraktion an der Elbe

— Südlich von Hamburg, an der Mündung der Ilmenau in die Elbe, liegt ein alter Flussschiffhafen namens «Winsen Stöckte». Dieser wird von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Harburg zur Bestandessicherung, Nutzungsausweitung und Attraktivitätssteigerung der Region revitalisiert. Es entsteht eine «Marina» mit 100 Bootsliegeplätzen sowie eine Versorgungsinfrastruktur mit Hotel, Gastronomie und Einzelhandel. Ein Traditionshafen mit historischen Schiffen, eine «gläserne» Werft und Ferienhäuser sollen Touristen anziehen. Den Standort ergänzen wird eine Wohnanlage mit maritimem Flair für die Generation 55+. Ebenfalls integriert ist ein soziales Projekt, das arbeitslose Jugendliche mit der Restaurierung historischer Schiffe beschäftigt. Insgesamt entstehen 55 Vollzeitstellen und Wohnraum für 75 Personen.

— Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Harburg mbH  
www.wlh.eu



### Nationales Klimaforum Thun – Gebäudeversicherung sensibilisiert Öffentlichkeit

— 2007 lancierte die Gebäudeversicherung Bern (GVB) das Nationale Klimaforum in Thun. Dieses wird seither jährlich veranstaltet, von der GVB getragen, von der Universität Bern und der ETH Zürich unterstützt. Über 500 Entscheidungsträger von Schweizer KMU sowie Vertreter von nationalen und internationalen Organisationen und Institutionen aus Wissenschaft, Forschung und Politik nehmen jeweils teil. Internationale Top-Referenten behandeln aktuelle Trends zu Klimafragen und stellen Handlungsoptionen vor. Die Zunahme der Elementarschäden in Folge des Klimawandels ist eine grosse Herausforderung für die GVB. Das Klimaforum ist daher ein wirksames Sensibilisierungs- und Präventionsinstrument. Die GVB profitiert zudem von der aktiven Einbindung in ein Netzwerk von Experten und erhält Zugang zu neuesten wissenschaftlichen Ergebnissen. Für Thun ist das Klimaforum ein wirtschaftlich wichtiger Anlass, der es erlaubt, sich als Forums- und Networking-Standort zu positionieren.

— ClimateForum Thun  
Gebäudeversicherung Bern  
www.gvb.ch



### Option Coburg – wirbt imagewirksam um Fachkräfte

— Die Rekrutierung von qualifizierten Fachkräften ist für die Region Coburg zentral. Deshalb unterstützt die Wirtschaftsförderungsgesellschaft die ansässigen Unternehmen beim Anwerben von geeignetem Fachpersonal. Einerseits wird ein Imagepaket zur Verfügung gestellt, mit dem sich potenzielle neue Arbeitnehmer oder Einwohner von Coburg ein genaues Bild von ihrem zukünftigen Lebensmittelpunkt machen können. Das Paket ist dazu gedacht, von Personalverantwortlichen bei Bewerbungsgesprächen überreicht oder auf Rekrutierungsmessen verteilt zu werden. Andererseits haben ansässige Firmen die Möglichkeit, sich am Gemeinschaftsstand der Region Coburg auf überregionalen Messen zu beteiligen. Dieser wurde von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft initiiert.

— Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Stadt Coburg mbH  
www.wifoeg-coburg.de



### StädteRegion Aachen – Schafft Transparenz im Gewerbeimmobilienmarkt

— Im Kreis Aachen (Nordrhein-Westfalen) ist der lokale Gewerbeimmobilienmarkt durch hohe Transparenz gekennzeichnet. Dieser Wettbewerbsvorteil, der bei Ansiedlungen gerade in Form von Bestandesimmobilien wichtig ist, soll weiter ausgebaut werden. Deshalb haben die Wirtschaftsförderer vom Kreis Aachen ein Online-Immobilienportal mit neuesten Präsentationstechniken geschaffen. Es ist kein Konkurrenzprodukt zu den etablierten Online-Plattformen, sondern eine regionale Ergänzung mit innovativer Technik. Ein ansiedlungswilliges Unternehmen soll sich rasch und kundenfreundlich einen Überblick über das verfügbare Angebot machen können – beispielsweise anhand von 360°-Ansichten und virtuellen Rundgängen.

— Wirtschaftsförderungsgesellschaft Kreis Aachen mbH  
www.wfg-aachen.de



Stadt Winterthur

winterthur  
tourismus

Swiss Circle  
International Real Estate Marketing



ZUGERCHRIESI.CH

### Stadt-Marke Winterthur – Praxistaugliches Instrument zur Standortprofilierung

— Stadt und Standortförderung Region Winterthur sowie Winterthur Tourismus haben gemeinsam die Stadt-Marke Winterthur entwickelt. Dabei wurden 13 Erfolgsfaktoren definiert, so beispielsweise «Die Gartenstadt», «Führendes Zentrum für praxisorientierte Weiterbildung» oder «Persönlicher Charakter». Die Erfolgsfaktoren beruhen auf bestehenden Stärken und werden konsequent weiterentwickelt. Sie fließen in die städtischen Legislaturziele und in die konkreten Projekte der drei Institutionen ein. Ein besonderes Schwergewicht wird darauf gelegt, dass alle Kaderleute mit diesem Instrument vertraut und entsprechend geschult sind. Die Stadtmarke ist sowohl Kommunikationsleitfaden als auch strategisches Führungsinstrument.

— Standortförderung Region Winterthur, Stadt Winterthur, Winterthur Tourismus  
www.standort-winterthur.ch

### Swiss Circle – Bündelt den internationalen Marktauftritt von Schweizer Standorten

— Swiss Circle unterstützt Schweizer Standortorganisationen und Immobilienunternehmen bei ihren internationalen Marketing-Aktivitäten. Seit 13 Jahren setzt die Marketing-Organisation dabei eine etablierte Marke, ein breites Marketing-Instrumentarium sowie verschiedene Networking-Tools ein. Am Swiss Circle Membership-Programm nehmen über 50 Schweizer Standorte und Immobilienunternehmen teil. An den internationalen Messen Expo Real in München und MIPIM in Cannes organisiert Swiss Circle jeweils den Schweizer Gemeinschaftsstand und bündelt so die Kräfte der Schweizer Standortpromotoren.

— Swiss Circle  
www.swisscircle.ch

### Wirtschaftsregion Bergstrasse – Filmset für Bollywood

— Erste Bollywood-Filme wurden vor der pittoresken Landschaft des Kreises Bergstrasse (Südhessen) bereits gedreht. Mit der Gründung der Indo-German Film Agency, die bei der Wirtschaftsförderung Bergstrasse GmbH im Bereich Standortmarketing angesiedelt ist, soll der Standort noch stärker als Drehort für indische oder internationale Produktionen etabliert werden. Mit dem Markenaufbau einher geht die Sicherung und Schaffung von regionalen Arbeitsplätzen: Filmnahe Dienstleistungen, Tourismus, Gastronomie und Hotellerie können vom Filmschaffen profitieren. Der Bekanntheitsgrad des Kreises Bergstrasse wird weiter gesteigert.

— Indo-German Film Agency  
Wirtschaftsförderung Bergstrasse GmbH  
www.wirtschaftsregion-bergstrasse.de

### Zuger Chriesi – 1000 Kirschbäume für Zug

— Die Zuger Kirschen sollen als Marketinginstrument und Sympathieträger für Zug in wirtschaftlicher, kulinarischer und touristischer Hinsicht konsequent genutzt werden. Dafür setzt sich seit Sommer 2008 die Interessengemeinschaft Zuger Chriesi mit ihrem Projekt «1000 Kirschbäume für Zug» ein. Die Zahl der Hochstammbäume in Zug ist rückläufig, viele Bäume werden nicht mehr gepflegt und die Kirschen nicht mehr geerntet. Durch die Vergabe von Patenschaften für neugepflanzte Kirschbäume auf Stadtzuger Gemeindeboden und weiterer Massnahmen sollen blühende Kirschbäume, saftige Tafelkirschen, aromatischer Zuger Kirsch sowie die berühmten Zuger Kirschtorten langfristig gefördert werden und erhalten bleiben.

— IG Zuger Chriesi  
www.zugerchriesi.ch

## Interdisziplinär und ausgezeichnet

### Fachjury

— Die SVSM Award Fachjury 2009 setzt sich aus Spezialistinnen und Spezialisten aus den Praxisbereichen Wirtschaftsförderung, Regionmarketing und Kommunikation sowie aus Vertretern aus Lehre und Forschung zusammen:

- **Stefan Vogler**  
Markenexperte  
(Vorsitzender der Jury)
- **Domenico Alexakis**  
Vorstand SVSM
- **Dr. Christoph Dickmanns**  
Direktor Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim, Geschäftsführender Vorstand des Deutschen Verbands der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften DVWE
- **Joana Filippi**  
Vorsteherin Amt für Wirtschaft des Kantons Schwyz
- **Robert E. Gubler**  
Präsident SVSM
- **Jaromir Löffler**  
Chefredaktor «Marketing + Kommunikation»
- **Martin Roth**  
Leiter Ressort Exportförderung/Standortpromotion, Staatssekretariat für Wirtschaft, seco
- **Dr. Roland Scherer**  
Vizedirektor Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus, Universität St. Gallen
- **Mireille Troesch Jacot**  
Leiterin Zentrum für Marketing Management, Zürcher Hochschule Winterthur

### Die ehemaligen Preisträger in der Übersicht

- **Preisträger 2008**  
— Pro Zürcher Berggebiet mit dem Regionalmarketingprojekt «Natürli»  
www.prozb.ch
- Wirtschaftsförderung Lübeck (D) mit der Kampagne «foodRegio – Berufe die schmecken»  
www.foodregio.de
- **Preisträger 2007**  
— Gebietsmarketing und Stadt Opfikon für den Glattpark (Opfikon)  
www.glattpark.ch
- Wirtschaftsförderungen von Stadt und Landkreis Ravensburg (D) für das Online-Portal «Karriere im Süden»  
www.karriere-im-sueden.de

### — Anerkennungspreis:

- In den ersten beiden Jahren der Vergabe des SVSM Awards wurde zudem je ein Einzelprojekt mit einem zusätzlichen Anerkennungspreis gewürdigt:
- **2008** die Gemeinde Trubschachen für das Projekt «Schache Flyer»  
www.trubschachen.ch
- **2007** die Wirtschaftsförderung Montreux-Vevay für Promove  
www.promove.ch

## Nächste Awardvergabe

— Nach der Lancierung 2007 wird der SVSM Award 2010 zum vierten Mal vergeben. Der SVSM Award ist der von der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement initiierte Preis im Bereich des Standortmarketings und der Wirtschaftsförderung. Er zeichnet herausragende Leistungen im Standortmarketing, -management und der Wirtschaftsförderung aus.

### Anforderungen an Preisträgerprojekte

— Der Preis soll Ansporn und Belohnung für Akteure im Tätigkeitsbereich des Standortmanagements von Gemeinden, Regionen oder Städten sein. 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 und erste Erfolgsmessungen zulassen.

### Ausgezeichnet werden unter anderem:

— Besondere Leistungen im Bereich der Alleinstellungsmerkmale  
 — Positionierung und Markenpolitik  
 — Konzept und Realisierung der Bestandespflege  
 — Konzept und Realisierung von Ansiedlungen  
 — Strategie, Projektorganisation eines besonderen Objektes, eines Entwicklungsgebietes, einer Gemeinde, einer Wirtschaftsregion oder eines Kantons

### Bewerbung und Termine

— Bewerbungen für den SVSM Award 2010 können von Personen, Unternehmen, Institutionen oder öffentlichen Körperschaften aus der Schweiz oder Deutschland eingereicht werden. Alle Anmeldedokumente und Reglemente stehen auf der Webseite der SVSM ([www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch) / SVSM Award) zum Download bereit.  
 — **Die Eingabefrist für Bewerbungen ist der 30. April 2010. Die nächste Awardverleihung findet im Herbst 2010 statt.**

### SVSM Award 2009:

- Preisträgerbroschüre  
[www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch)
- **Herausgeber**  
Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM
- **Redaktion**  
Communicators, Zürich  
Rahel Probst
- **Konzept und Gestaltung**  
typosalon, Zürich  
Matthias Gubler
- **Druck**  
firstprint SARL, Basel
- **Auflage**  
1000 Stk.
- **Erscheinung**  
September 2009
- **Bezugsquelle**  
Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM  
Wengistrasse 7  
CH-8004 Zürich  
Telefon ++41 (0) 444 555 666  
Fax ++41 (0) 444 555 660
- [info@svsm-standortmanagement.ch](mailto:info@svsm-standortmanagement.ch)  
[www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch)

## **SVSM, Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement**

— Die SVSM ist der Dachverband für Standortmanagement, Standortmarketing sowie Siedlungsentwicklung in der Schweiz.

— Die SVSM vernetzt Profis aus den Bereichen Standort- und Wirtschaftsförderung, Beratung, Lehre und Forschung sowie Siedlungsentwicklung. Sie bietet eine Plattform für Erfahrungsaustausch sowie Professionalisierung in allen Teilgebieten des Standortmarketings. 1998 gegründet, zählt die SVSM als Fachverband heute fast 100 Mitglieder.

### **Schwerpunkte und Aktivitäten**

— Regelmässige Mitgliederinformationen zu aktuellen Ereignissen, Trends, Veranstaltungen oder interessanten Medienbeiträgen.

— SVSM Academy: Jährliche Fachtagung zur Aus- und Weiterbildung im Standortmarketing, mit Vorträgen und Podiumsdiskussionen, in Kooperation mit Partnern.

— Lunchveranstaltungen mit Fachreferaten: 3-4 Mal jährlich, Gastreferenten aus Wirtschaft, Politik oder Kultur sprechen zu spezifischen Standortmanagement-Themen.

— SVSM Award: Seit 2007 vergibt die SVSM jährlich den SVSM Award, den Anerkennungspreis für herausragende Leistungen im Standortmanagement oder Regionmarketing.

— Stellenbörse: Auf der Website der SVSM können kostenlos Stelleninserate (Stellenangebote und Stellengesuche) aus dem Arbeitsbereich Standortmarketing platziert werden.

— Standardisierte Leistungsaufträge/Checklisten: Für Auftraggeber bzw. Beauftragte und Arbeitnehmende im Standortmanagement erstellt die SVSM Mustervorlagen.

