



SVSM Jahresbericht 2009

Allgemeine Situation

Das Schweizer Wirtschaftsjahr 2009 war insbesondere geprägt durch die Finanzmarktkrise und die Auseinandersetzungen der Schweiz mit den USA und europäischen Nachbarländern im Zusammenhang mit der Schweizerischen Gesetzgebung zum Schutz des Bankkundengeheimnisses. Der internationale Druck auf die Schweiz zielt auf die Rückführung von Steuersubstrat in die eigenen Länder, die Erschliessung zusätzlicher Steuereinnahmen und wohl auch die Eliminierung der Schweizerischen Wettbewerbsvorteile als eines der führenden internationalen Zentren für private Vermögensverwaltung. Die politischen Behörden der Schweiz sind mit dieser Herausforderung nicht immer sehr souverän umgegangen. Der Standort Schweiz musste - auch in anderen Themen, welche die Aussenbeziehungen der Schweiz betreffen - monatelang negative Schlagzeilen entgegen nehmen, die sich kurz wie langfristig negativ auf das Image des Standortes bei wichtigen Entscheidungsträgern und Zielgruppen auswirken dürften.

Das Wirtschaftsjahr 2009 hat sich für die die Ansiedlungsbemühungen der verschiedenen Standorte in der Schweiz, vor allem in den Wirtschaftszentren, erneut als ein sehr erfolgreiches erwiesen. Bis kurz vor Jahresende verzeichnete die Schweiz einen weiteren Zugang von ausländischen, mehrheitlich hoch qualifizierten Fachkräften. Der starke Binnenmarkt, stabile Gesamtarbeitsverträge, schnell wirksame Sozialwerke (Arbeitslosen- sowie Betriebsbeiträge zur Kompensation von Kurzarbeitszeit) und einen hohen, vom Arbeitsmarkt unabhängigen wohlhabenden Bevölkerungsanteil haben mit dazu beigetragen, dass die Schweiz die Rezession gut überwinden konnte. Die Exportindustrie sieht sich zum Jahreswechsel auf der Talsohle angelangt und verspricht sich eine Wiederbelebung der Bestellung mit Beginn des neuen Jahres.

Im Laufe des letzten Quartals ging die Zuwanderung ausländischer Fachkräfte stark zurück. Der Abbau von Arbeitsstellen im Finanzmarkt und in der Industrie dürfte sich ebenfalls auf die Wachstumsentwicklung der Schweizerischen Volkswirtschaft dämpfend auswirken. Die Vorzeichen einer ersten Entspannung auf dem Wohnungsmarkt und einem weiteren Zuwachs bei den Leerständen im Geschäftsflächenmarkt dürften damit einher gehen.

Im Berichtsjahr wurde sowohl auf Bundes- wie auch auf kantonaler und regionaler Ebene eine neue Raumplanungsdiskussion lanciert. Die Zersiedlung der Landschaft schreitet weiter fort. Diese wird nicht zuletzt durch eine Verkehrspolitik gefördert, die für schnelle Verbindungen zwischen günstigen Wohnlagen und den Arbeitsplätzen in den Zentren mit hohem Investitionsaufwand sorgen will. Die bauliche Entwicklung in der Schweiz zeigt einmal mehr deutlich, dass Erreichbarkeit ein Schlüsselfaktor in der Standortentwicklung spielt. Die unerwünschten Effekte einer Standortentwicklung, die statt auf Konzentration und Spezialisierung auf Austauschbarkeit und Profilierungsverzicht setzt, sollte mit neuen Ideen



begegnet werden. Gab es doch auch in früheren Zeiten Gemeinden und Regionen die sich über ihre gewerblichen oder landwirtschaftlichen Spezialisten oder über die Besonderheit in der baulichen Planung und Umsetzung positionierten. Immer mehr zeigt sich auch die Bedeutung der Versorgungsqualität und des Angebotsmix (Klein-) Städtischer Zentren, die ebenfalls zunehmend am erodieren sind. Die Folgen sind weitere Schwächung und Verlust an Dichte in den Zentren, während Zersiedelung weiter voranschreiten wird. Neue Lenkungsabgaben und neue staatliche Interventionen in der Raumplanung und der Baugesetzgebung sind nicht unproblematisch, wenn gleichzeitig mit der fortschreitenden Verdichtung und Ergänzung im öffentlichen Verkehr, den gewünschten Zielen einer Konzentration und Verdichtung diametral entgegengewirkt wird.

1. Sitzungen

Der **Vorstand** trat im Berichtsjahr am 26. Februar, 7. April, 23. September und 17. November zusammen.

Die **ordentliche Generalversammlung** wurde am 7. April 2009 in der Brasserie Lipp, Zürich abgehalten. Als Gastreferent sprach Urs Blaser, Vizepräsident vom Verband Stadtmarketing Schweiz zum Thema „Wie gefährdet sind unsere Innenstädte?“.

2. Lunchveranstaltungen

Den Lunchveranstaltungen wurden folgende Themen gewidmet:

26. Februar 2009: Bedeutung von Sport-Grossanlässen fürs Standortmanagement

Die Lunchveranstaltung gab Aufschluss darüber, welche Relevanz grosse Sportanlässe fürs Standortmarketing und Standortmanagement haben. Gastreferent zum Thema war Dr. Heinz Rütter, Rütter + Partner, Rüschlikon. Er ist Mitautor der Studie, die im Auftrag des Bundesamts für Sport (BASPO) die wirtschaftlichen Wirkungen der UEFA EURO 2008 in der Schweiz untersucht hat.

17. November 2009: Wie erzielen Gemeinden und Städte ein qualitatives Bevölkerungswachstum?

Bevölkerungswachstum in einer Gemeinde heisst nicht, dass auch der Steuerertrag ansteigt. Denn mit einer Zunahme der Wohnbevölkerung ergeben sich auch zusätzliche Belastungen der Gemeindefinanzen, beispielsweise wenn Infrastrukturen erweitert werden müssen. In seinem



Referat zeigte Dr. Götz Datko, Interurban, Zürich auf, wie Gemeinden qualitatives Bevölkerungswachstum planen können.

3. Aus- und Weiterbildung (Academy)

In Zusammenarbeit mit der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften Winterthur (ZHAW) fand am 25. Juni 2009 in Zürich eine weitere Aus- und Weiterbildungsveranstaltung aus der Reihe „SVSM Academy“ statt. Im Zentrum stand diesmal die Thematik „Multiplikatoren und Botschafter im Standortmarketing“. Anhand praktischer Cases und mittels theoretischer Inputs wurde das Beziehungsmanagement mit Stakeholders breit diskutiert. Abgerundet wurde die Veranstaltung mit einem Referat von Dr. Boris Zürcher, Leiter Wirtschaftspolitik bei Avenir Suisse Avenir Suisse zum Thema „Schweizer Wirtschaft – Stärken nutzen, Stakeholders einsetzen.“

Eine zweite Academy-Veranstaltung zum Thema „Internet und Standortmarketing“ fand am 5. November statt. Diese zeigte auf, dass Standorte heute verstärkt online agieren und kommunizieren und dass sich das Internet zum wichtigsten Kommunikationsinstrument der Standortmanager entwickelt hat. Über 40 Standortmarketing-Profis nahmen an der Veranstaltung teil und leiteten Erkenntnisse für ihre eigene Online-Standort-Strategie ab.

4. Weitere Aktivitäten

SVSM Award zum Dritten

Im dritten Jahr der Vergabe des Anerkennungspreises, der herausragende Leistungen im Standortmanagement würdigt, haben sich 19 Projekte um die Auszeichnung beworben. Die Jury unter der Leitung von Stefan Vogler (markenexperte.ch) zeichnete das nachhaltige Standort- und touristische Wirtschaftsförderungskonzept von Arosa Tourismus sowie die Fachkräfte-Initiative „Chemnitz-zieht-an“ der gleichnamigen deutschen Stadt aus. Wie schon in den ersten beiden Jahren der Award-Vergabe wurde auch in diesem Jahr wieder ein Anerkennungspreis verliehen. Diesmal wurde das Wohnkonzept bonacasa von der Firma Bracher und Partner AG in Solothurn entsprechend ausgezeichnet. Die feierliche Award-Übergabe fand am 23. September im Zürcher Zunfthaus zur Waag statt. Gastredner war Guglielmo L. Brentel, Präsident von hotellerie suisse, der sich dem Thema „Standortfaktor Tourismus“ widmete.



Kooperation mit „kommunalmagazin“

Die 2008 lancierte Kooperation der SVSM mit der Fachzeitschrift „kommunalmagazin“ konnte auch 2009 erfolgreich weitergeführt werden. Monatlich erschien in der Rubrik „Standortmarketing“ ein thematischer Beitrag, verfasst von Autoren aus dem Kreis der SVSM-Mitglieder und der SVSM-Geschäftsstelle.

Zusammenarbeit mit DVWE

Die Zusammenarbeit mit dem deutschen Partnerverband DVWE (Deutscher Verband der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften) wurde weitergeführt. Eine gemeinsame, länderübergreifende Weiterbildungsveranstaltung wurde konkretisiert und wird 2010 zur Realisierung geführt.

Newsletter

In regelmässigen E-Newsletters informierte die Geschäftsstelle die Mitglieder und weitere interessierte Kreise über aktuelle Veranstaltungen und News aus den Themenbereichen „Standortmarketing“, „Standortmanagement“ und „Regionenentwicklung“ und machte relevante Medienclippings verfügbar.

Mitgliederwerbung

Im Geschäftsjahr 2009 konnte der Mitgliederkreis ein weiteres Mal gesteigert werden: Die Mitgliederzahl stieg auf 22 Einzel- sowie 56 Kollektivmitglieder. Zudem trat die Vereinigung der staatlichen und kommunalen Leiter Immobilien der SVSM in der neuen Mitgliederkategorie „Verbände“ bei. Durch diesen neu geschaffenen Mitgliederstatus sollen künftig noch mehr Standortprofis direkt in die Aktivitäten der SVSM eingebunden werden können.

Die **Mitgliederstruktur** der SVSM sieht wie folgt aus:

- 31 % Private Firmen, welche im Standortmarketing tätig sind
- 31 % Organisationen (Wirtschaftsvereinigungen, Innenstadtorganisationen, usw.)
- 31 % Behördenvertreter (Standortförderer)
- 7 % Hochschulvertreter, welche Standortmarketing unterrichten (Uni und FH)



Sponsoring

Die ZKB, Zürcher Kantonalbank unterstützte die SVSM mit einem namhaften Betrag fürs Jahresprogramm 2009. Auch für die Award-Vergabe konnten zwei Sponsoren verpflichtet werden: Alfred Müller AG in Baar sowie das seco, Staatssekretariat für Wirtschaft. An dieser Stelle nochmals sehr herzlichen Dank für diesen wichtigen Support.

5. Ausblick

Aus- und Weiterbildung (Academy)

Auch im kommenden Geschäftsjahr werden die Aus- und Weiterbildungsveranstaltung „SVSM Academy“ wiederum im Juni und im November stattfinden. Die Themenschwerpunkte werden zu gegebener Zeit kommuniziert. Die SVSM-Mitglieder werden via Versand sowie über die Webseite der SVSM (www.svsm-standortmanagement.ch) detailliert über die Veranstaltungen informiert.

SVSM Award 2010

Bereits zum vierten Mal wird im Frühjahr 2010 die Ausschreibung zum SVSM Award erfolgen. Bewerbungen und Eingaben sind bis Ende April an die Geschäftsstelle der SVSM zu richten. Die feierliche Awardverleihung wird wiederum im September stattfinden. Die SVSM Award Jury wird im Januar Modifikationen im Bereich der Modalitäten der Award-Vergabe sowie der Bewertungskriterien vornehmen.

„Preferred Supplier“ und Sponsoring SVSM

Weiterhin ist die SVSM als Vereinigung auf die Unterstützung Dritter angewiesen. Vor allem die Finanzierung des Awards ist aus Verbandsmitteln alleine nicht möglich. Die SVSM vermag Sponsoren verschiedene attraktive Gegenleistungen anzubieten: So könnten sie an Lunchveranstaltungen, Academy oder im Rahmen der Vergabe des SVSM Awards sichtbar werden. Und mit Website, Newsletters oder Veranstaltungseinladungen und Publikationen (z.B. SVSM Award Preisträgerbroschüre) stehen Plattformen zur Verfügung, die Sponsoren zusätzliche Publizität verleihen.



Programm 2010

Donnerstag, 4. Februar 2010	11.30 Uhr	SVSM-Lunch mit Referat
Donnerstag, 22. April 2010	11.30	GV
15. – 17. Juni 2010		Messe realSITE
Donnerstag, 24. Juni 2010	13.30	Academy 2010
Donnerstag, 16. September 2010	11.00	SVSM Awardverleihung 2010
Donnerstag, 4. November 2010	11.30	Academy II 2010
Montag, 15. November 2010	11.30	SVSM-Lunch mit Referat

6. Rechnung 2009

Die Rechnung und der Revisorenbericht liegen diesem Geschäftsbericht bei. Es kann eine ausgeglichene Jahresrechnung 2009 präsentiert werden.

Zürich, Januar 2010

Schweizerische Vereinigung
für Standortmanagement (SVSM)

Robert E. Gubler, Präsident