



SVSM Jahresbericht 2010

Allgemeine Situation

Das Schweizerische Wirtschaftsjahr 2010 hat sich weit besser entwickelt, als von den meisten Konjunkturprognosen angekündigt, die noch vor Jahresfrist dem Wirtschaftsstandort Schweiz eine düstere Zukunft vorausgesagt haben. Die Exportwirtschaft wusste sich trotz zunehmend negativer Kursentwicklung des Schweizer Franken gegenüber den meisten Währungen der wichtigsten Abnehmerländer zu behaupten. Wachstum verzeichnete auch die Binnenwirtschaft, allen voran die Bauwirtschaft und der Detailhandel. Letztere konnte von den stabilen wirtschaftlichen Verhältnissen bei den Pensionsbezüglern und den vor Jahresfrist bereits vereinbarten neuen Gesamtarbeitsverträgen, die signifikante Lohnerhöhungen für breite Kreise der Bevölkerung mit sich gebracht haben, profitieren. Auch der positive Trend am Arbeitsmarkt hat dazu geführt, dass die Konsumentenstimmung als Konjunkturstütze bis Ende Jahr anhielt. Positive Bilanz zieht darüber hinaus die Tourismusbranche, die den guten Trend über den Jahreswechsel mitnehmen konnte.

Der Zuzug von ausländischen Fachkräften hat sich im Vergleich zu den vorangegangenen Rekordjahren gegen Ende des Berichtsjahres abgeschwächt. Damit nimmt der Druck auf den Wohnungsmarkt in den Wirtschaftszentren der Schweiz etwas ab. Mittelfristig dürfte sich aber auch die Produktion der Neuwohnungen etwas zurückbilden. Die Wohnungsknappheit in den Zentren dürfte deshalb weiterhin anhalten.

Die öffentliche Hand verzeichnete insgesamt gute und relative stabile Steuereinnahmen. Die Finanzmarktkrise die darauf folgenden Wirtschaftseinbrüche haben à la longue weniger stark als befürchtet auf die Finanzlage von Gemeinden Kantonen und den Bund durchgeschlagen.

Die Positionierung und Organisation der grossen und metropolitanen Regionen in der Schweiz haben im Berichtsjahr verschiedene Überprüfungen und Justierungen erfahren. Sowohl die Hauptstadtregion wie auch die Greater Zürich Area rüsten sich unter neuen Vorzeichen und organisatorischen Modifikationen auf den verstärkten internationalen Wettbewerb der Standortorte. Genf hat zudem den Standort Bern für die engere Zusammenarbeit gewinnen können. Selbst der Aargau der mit seinen Regionen im Sog von Basel, Bern, Luzern und Zürich liegt sucht seine Positionierung exklusiv zu optimieren und möglichst ins Zentrum zu stellen. Die kürzliche Distanzierung zu Zürich dürfte eine vorübergehende sein. Die Standortfaktoren Erreichbarkeit, internationale Verbindungen, Fachkräftemarkt und Verfügbarkeit von zentralen, Image-relevanten Geschäftsräumen werden den bisherigen Polen Basel und Zürich weiterhin zur Rolle der wirtschaftlichen Schrittmacher verhelfen. Entscheidend dürfte auch am Beispiel des Kantons Aargau sein, mit welchen Spezialisierungen, Nischen und Alleinstellungsmerkmalen es gelingt, ausgewählte Branchen und Investoren anzuziehen. Im Wohnungsmarkt hat sich der Aargau für die natürlichen Steuerzahler bereits als attraktive Alternative einen guten Ruf und gute Voraussetzungen dafür geschaffen.



Nach wie vor ist die Raumentwicklung in der Schweiz auf der politischen und auf der Agenda der Investoren präsent. Die massiven Investitionen in den öffentlichen Verkehr zwischen den Zentren und den Agglomerationen entpuppen sich inzwischen als grösste Treiber der Zersiedelung in der Schweiz. Die Notwendigkeit einer Verdichtung in den Ballungszentren und den dicht besiedelten Gebieten von Stadt und Agglomeration scheitert vorerst an der Einsicht stimm- und beschwerdeberechtigter Nachbarn. Die Politik versucht nun Gegensteuer zu geben. Die Mittel umfassen unter anderem die restriktive Beschränkung der Bauzonen und Verzicht auf deren Anpassung an die Nachfrage von Investoren, neue Abgaben und Gebühren und Abbau von steuerlichen Abzügen für den Arbeitsweg der Pendler, die Einführung von Mehrwertabschöpfungen zwecks Entschädigung von Minderwerten durch planerische und baulichen Massnahmen der öffentlichen Hand erinnern an die planwirtschaftlichen Diskussionen vor 25 Jahren, welche letztlich die Raumplanung über Jahre unnötig diskreditiert und in der Folge mit zu schwachen Instrumenten und Mitteln ausgestattet hatte. Gleichzeitig wird die Förderung des öffentlichen Verkehrs fortgesetzt und zeigt, dass räumliche Entwicklung der Schweiz und ihrer Regionen noch wenig vernetzt und integral angegangen wird. Wirtschaft und Behörden werden für optimale Ergebnisse verstärkt zusammenarbeiten müssen, eine Kooperation, die sich im Standortmarketing längst als erfolgreich erwiesen und entsprechend etablieren konnte.

1. Sitzungen

Der **Vorstand** beriet im Berichtsjahr am 4. Februar, 22. April, 4. Oktober und 15. November die laufenden Geschäfte.

Die **ordentliche Generalversammlung** wurde am 22. April 2010 in der Brasserie Lipp, Zürich abgehalten. Als Gastreferent konnte der Präsident Botschafter Eric Scheidegger, stellvertretender Direktor des SECO sowie Direktionsleiter für Standortförderung, begrüessen. Im Zentrum seiner Ausführungen stand das Thema „Standortmarketing im Spiegel der Regionalpolitik: Wo liegen die Chancen für peripher gelegene Regionen und Standorte?“.

2. Lunchveranstaltungen

Die Lunchveranstaltungen fanden mit folgenden Themen statt:

4. Februar 2010: Führungsinstrumente in der Standortentwicklungs- und Ansiedlungspolitik

Patrick Baumgartner und Christof Abegg, Ernst Basler + Partner AG, Zürich zeigten auf, wie mit einem aktiven Flächenmanagements gezielt zur erfolgreichen Positionierung und Profilierung eines Standorts beigetragen werden kann.



15. November 2010: Schlieren als Stadt der Cluster?

Vorstandsmitglied Albert Schweizer lud nach Schlieren ein und liess das boomende Schlieren aus Sicht der Cluster präsentieren. Mario Jenni stellte den Bio-Technopark vor, in dem 20 Life-Science-Firmen in modernsten Labors unter anderem Medikamente, Diagnostika oder bioabbaubare Implantate entwickeln. Anschliessend besichtigten die Teilnehmenden den newtechClub - eine neuartige inter- und transdisziplinäre Plattform für nachhaltige Gebäude- und Energietechnologie - mit Kees van Elst, wo ein reichhaltiger Lunch eingenommen wurde.

4. Aus- und Weiterbildung (Academy)

Um „Handlungsspielräume und Chancen der Innenstadtentwicklung“ drehte sich die Academy vom 24. Juni 2010. Beleuchtet wurde das Thema mit den Aspekten Neupositionierung der Innenstädte, Messung der lokalen Atmosphäre, Standortmarketing als Public Private Partnership und das Einkaufszentrum als eigene Innenstadt. Das Key Note Referat von Adrian Schmid, Geschäftsleiter Schweizer Heimatschutz, stellte sich der Frage, ob der Wakkerpreis eine neue Form des Standortmarketings sein könnte.

Eine zweite Academy-Veranstaltung zum Thema „Anders als alle andern“ – wie positioniere ich meinen Standort einzigartig? fand am 4. November statt. Diese zeigte Ansätze, wie mit Hilfe einer Immobilien- und Standortstrategie, einer Messe oder einer ansprechenden Imagebroschüre Alleinstellungsmerkmale geschaffen werden können. Als Best Practice-Beispiel führte uns Norbert Näf, Gemeindepräsident von Heiden AR, eindrücklich vor Augen, wie er mit seiner engagierten Bevölkerung zahlreiche erfolgreiche Events im Rahmen des Henry Dunant-Jahres auf die Beine stellte.

4. Weitere Aktivitäten

Vierte SVSM Award-Vergabe

Die Neuausrichtung auf reine Schweizerprojekte hatte zur Folge, dass der Jury nur 8 Projekte zur Beurteilung vorlagen. Darunter waren hauptsächlich Projekte, die einzelne Marketingmassnahmen mit Anerkennungszielen verfolgten und weniger das strategische Kerngeschäft der Ansiedlung. Auch wurden einige Projekte in der „Keimphase“ eingereicht, sodass keine konkreten Erfolgsnachweise vorhanden waren. Ausgezeichnet mit einem Anerkennungspreis wurden die regionale Internetplattform für Kultur www.zurichparkside.ch, Standortförderung Zimmerberg-Sihltal sowie „RigiPlus“, Entwicklungsverband Rigi-Mythen mit ihrem Konzept eines funktionalen Raumes um die Rigi schaffen zu wollen. Bruno Marazzi wurde mit dem ersten „Standortmanager des Jahres“ für seine ausserordentlichen Leistungen und Ideen als Unternehmer und Visionär für den Wirtschafts- Kultur- und Sportstandort Schweiz. Mit dabei an der Preisverleihung waren Marazzis Familie sowie seine langjährige Freunde Adolf Ogi und Jules Kyburz.



Medienpartnerschaften

Die 2008 lancierte Kooperation der SVSM mit der Fachzeitschrift für Gemeinden „Kommunalmagazin“ konnte mit dem neuen Chefredaktor Marcel Müller im Berichtsjahr ausgebaut werden. Die SVSM verfügt jetzt über eine Doppelseite für Verbandsnachrichten und Veranstaltungshinweise. Mit der Unternehmerzeitung wurde eine neue Medienpartnerschaft eingegangen, um weitere Stakeholder im Standortmanagement und aus der Wirtschaft erreichen zu können. In der „Marketing&Kommunikation“ erschien ein Artikel zu den Preisträgern sowie am Tag der Award-Vergabe eine Newsmeldung auf der Website.

Newsletter

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

Mitgliederwerbung

Per Ende des Geschäftsjahres 2010 zählt die SVSM 23 Einzel- und 52 Kollektivmitglieder. Eine Verbandsmitgliedschaft besteht von der Vereinigung der staatlichen und kommunalen Leiter Immobilien VSLI. Eine gegenseitige Mitgliedschaft besteht für die Stakeholder von Swiss Circle sowie mit dem Verein Future for the commons. Mit der geplanten Grossakquisition im Februar 2011 gemeinsam mit dem Kommunalmagazin dürfte der Mitgliederbestand wieder weiter anwachsen.

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

- 35 % Private Firmen, welche im Standortmarketing tätig sind
- 30 % Organisationen (Wirtschaftsvereinigungen, Innenstadtorganisationen, usw.)
- 31 % Behördenvertreter (inklusive persönliche Mitgliedschaften von Standortförderer)
- 4 % Hochschulvertreter (Insbesondere Bereich Standortmarketing/Regionalentwicklung Uni und FH)

Sponsoring

Die ZKB, Zürcher Kantonalbank unterstützte die SVSM auch 2010 als „Preferred Supplier“ mit einem namhaften Betrag. Für die Award-Vergabe konnte erneut das seco, Staatssekretariat für Wirtschaft sowie Swiss Equity Medien AG gewonnen werden. An dieser Stelle nochmals sehr herzlichen Dank für diesen wichtigen Support.



5. Ausblick

Aus- und Weiterbildung (Academy)

Im kommenden Geschäftsjahr werden die Aus- und Weiterbildungsveranstaltung „SVSM Academy“ im Februar und im Oktober stattfinden. Erstere gibt eine Anleitung zur erfolgreichen Messebeteiligung. Die Herbst-Academy wird als Grundkurs im Standortmanagement ausgeschrieben. Im Mai findet zum ersten Mal eine Jahrestagung mit Starbesetzung statt, um die Entscheidungsträger im Standortmanagement anzusprechen. Mit dieser noch mehr auf die Zielgruppen zugeschnittenen Veranstaltungen, hoffen wir wieder mehr Teilnehmer erreichen zu können, als dies an den Veranstaltungen 2010 der Fall war. Informationen zu den einzelnen Veranstaltungen gibt es zum gegebenen Zeitpunkt per Email und auf der Webseite der SVSM (www.svsm-standortmanagement.ch).

SVSM Award 2011

Bereits zum fünften Mal wird im Januar 2011 die Ausschreibung zum SVSM Award erfolgen. Bewerbungen und Eingaben sind bis 2. Mai an die Geschäftsstelle der SVSM zu richten. Die feierliche Awardverleihung wird wiederum im September stattfinden. Die Wahl des „Standortmanager des Jahres“ erfolgt ohne ausgeschriebene Nominierung im Kreis der Jury.

„Preferred Supplier“ und Sponsoring SVSM

Die SVSM ist ständig bestrebt ihr Angebot auszubauen, die Branche zu professionalisieren und den Mitgliedern attraktive Vorteile zu verschaffen. Dies bedingt die Unterstützung Dritter, besonders der Aufwand für den Award ist aus Verbandsmitteln alleine nicht möglich. Die SVSM bietet Sponsoren verschiedene attraktive Gegenleistungen, um an unseren Veranstaltungen präsent zu sein. Aber auch unsere Website, Newsletters oder Veranstaltungseinladungen und Publikationen (z.B. SVSM Award Preisträgerbroschüre) stehen den Sponsoren als Kommunikationsmittel zur Verfügung.

Programm 2011

Montag, 31. Januar 2011	11.30 Uhr	SVSM-Lunch mit Referat
Donnerstag, 24. Februar 2011	13 -17.30 Uhr	Academy „erfolgreiche Messebeteiligung“
Donnerstag, 28. April 2011	11.30 Uhr	GV
Donnerstag, 26. Mai 2011	16 Uhr	SVSM Jahrestagung
21. – 23. Juni 2011		Messe realSITE
Donnerstag, 15. September 2011	11.30 Uhr	SVSM Awardverleihung 2011
Donnerstag, 24. Oktober 2011	13.30 Uhr	Academy „Grundkurs“ 2011



6. Rechnung 2010

Die Rechnung und der Revisorenbericht liegen diesem Geschäftsbericht bei. Es kann eine ausgeglichene Jahresrechnung 2010 präsentiert werden.

Zürich, Januar 2011

Schweizerische Vereinigung
für Standortmanagement (SVSM)

Robert E. Gubler, Präsident

Bea Linder, Geschäftsstelle