



«Graue Mäuse werden nun einmal nicht wahrgenommen»

Im Rennen um ansiedlungswillige Steuerzahler geraten auch Gemeinden in Zugzwang. Bernhard Ruhstaller, Präsident der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement, nennt Chancen und Grenzen guter Standortförderung.

«Schweizer Gemeinde»: Herr Ruhstaller, der Präsident von hotelleriesuisse, Andreas Züllig, hat in den Bergregionen einen Sturm der Entrüstung ausgelöst: Er würde kleine Täler sich selber überlassen. Ähnlich brisant formulierte es bereits 2008 eine Studie des Kantons Graubünden, die einen «begleiteten Schrumpfungsprozess» als mögliche Lösung empfahl. Was halten Sie davon?

Bernhard Ruhstaller: Es ist ein Fakt, dass die Leute dort wohnen und sich die Unternehmen dort ansiedeln, wo die volle Infrastruktur vorhanden ist. Daher stimme ich diesen Aussagen tendenziell zu. Es wäre vermessen, wenn man den Eindruck vermitteln würde, dass die ganz kleinen Täler und Ortschaften in Zukunft überleben könnten. In den betroffenen Gebieten hält man sich nur mit allergrösstem Aufwand knapp über Wasser.

Auch die vom Bundesamt für Statistik veröffentlichten Szenarien zur Bevölkerungsentwicklung lassen erwarten, dass die Bevölkerung in der Schweiz insgesamt weiter zunimmt, Teile des ländlichen Raums aber weiterhin von Abwanderung und Überalterung betroffen sind. Hat die Standortförderung in diesen Gebieten versagt?

Ruhstaller: Nein, in den betroffenen Gebieten kann eine gute Standortförde-



Dank dem Licht-Festival Bild: Murten Tourismus zieht es die Besucherinnen und Besucher auch im Winter nach Murten.

rung allein wenig bewirken. Die Probleme liegen dort in der mangelnden Infrastruktur, im fehlenden öffentlichen Verkehr, in der demografischen Entwicklung und im gesellschaftlichen Wandel. Der Prozess, der dort im Gange ist, ist leider unaufhaltbar.

Bund, Kantone und Regionen tun bereits viel für die Standortförderung. Sollen auch kleine Gemeinden mit 2000 Einwohnern oder weniger Standortförderung betreiben?

Ruhstaller: Ja, unbedingt. Eine kritische Grösse gibt es nicht. Ich glaube, Standortförderung wird bereits heute in allen Gemeinden betrieben – institutionalisiert oder informell. Auch eine kleine Gemeinde hat beispielsweise einzelne Gemeinderatsmitglieder als Botschafter oder einen wirbligen Gemeindepräsidenten, der es versteht, sich und die Gemeinde bestmöglich zu positionieren.

Wie würden Sie einem Primarschüler erklären, was Standortförderung ist?

Ruhstaller: Mit Werbebeispielen für seinen Lieblingsort oder seine Lieblingsregion. Dabei spreche ich von der besten Rodelbahn, dem spektakulärsten Spielplatz, dem hippestem Bikepark, dem attraktivsten Vereinsleben, den nahestehenden Schulen und den coolsten Kollegen.

Und wie können Gemeinden zu einer erfolgreichen Standortförderung beitragen?

Ruhstaller: Natürlich muss Standortförderung seriös und mit Engagement betrieben werden. Voraussetzung hierfür ist eine gute Vernetzung der Opinion-Leader einer Gemeinde oder Region mit den Standortförderungsstellen. Da heute fast alle Standortförderung betreiben, müssen Massnahmen ergriffen werden, die auffallen. Somit ist Kreativität gefragt. Um herauszuragen, kann auch mal ein Showelement eingesetzt werden. Der Internetauftritt ist beispielsweise ein konkretes Instrument zur Standortförderung und vermutlich der erste Kontakt, den ein Gewerbe- oder Wohninteressent von einer Gemeinde wahrnimmt. Die Gemeindegewebseite sollte daher nach Jahren des gleichen Auftritts kritisch hinterfragt und modernisiert werden. Vor allem der Wohn- und Immobilienangebotsteil sowie das Gewerbe sollten kreativ und informativ dargestellt werden.

Nennen Sie uns ein Beispiel einer gelungenen Standortförderung in der Schweiz?

Ruhstaller: Es gibt unzählige gute Beispiele. Eines davon ist das Murten Licht-Festival. Murten Tourismus hat es geschafft, auch in der Wintersaison ein spannendes Angebot für Touristen zu schaffen und den Standort schweizweit bekannt zu machen.

Von welchen Faktoren hängt letztlich der Erfolg oder Misserfolg der erfolgreichen Standortförderung ab?

Ruhstaller: Klar ist, dass nicht jede Region oder jeder Ort die gleichen Chancen hat. Ein Erfolgsrezept in einer Region kann in einer anderen Region gar nichts bewirken. Einen grossen Anteil am Erfolg haben jene Personen, die Standortförderung in den Gemeinden betreiben. Sie müssen den Ort oder die Region verkaufen können und kreativ sein – die graue Maus hat leider keine Chance, wahrgenommen zu werden. Zudem muss die Standortförderung im Gemeinderat, im Stadtrat oder im Kanton getragen werden. Letztlich trägt auch Kontinuität bei den Amtsträgern zum Erfolg bei.

In finanziell schwierigen Zeiten tendieren Gemeinden dazu, bei der Standortförderung zu sparen. Sie würden davon abraten?

Ruhstaller: Ja. Es tut mir immer weh, wenn ich zusehen muss, wie die «normalen» Basistätigkeiten der Standortförderer nicht gewürdigt oder nicht zur Kenntnis genommen werden. Die Wirkungen der Standortförderung sind langfristig und können nicht zwingend auf eine konkrete Aktivität zurückgeführt werden.

Viele äussere Faktoren wie die Masseneinwanderungs-Initiative oder der starke Franken erschweren die Arbeit der Standortförderer. Wie sollen sie damit umgehen?

Ruhstaller: Jeder Standortförderer versucht bestmöglich auf neue Herausforderungen zu reagieren. Doch Hand aufs Herz: Für diese Herausforderungen, die auch viel mit der Konsumentenstimmung oder mit dem gesellschaftlichen Wandel zu tun haben, hält auch der Standortförderer nur bedingt die richtigen Rezepte bereit. In Zeiten, wo das Geschäft mit Neuansiedlungen harzt, ist die Pflege der ansässigen Unternehmen und Investoren umso wichtiger.

Michel Modoux

Informationen:

www.svsm-standortmanagement.ch



Bernhard Ruhstaller

präsidiert die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM. Er ist Partner der «acasa Immobilien-Marketing» und seit rund 25 Jahren in der Standort- und Immobilienentwicklung tätig. Seine Spezialgebiete ist die Positionierung, Koordination und Vermarktung von grossen Entwicklungsgebieten. Er ist Mitautor des Fachbuches «Immobilien-Marketing: Mehrwert für Liegenschaften».