

Der Award geht an Arosa und Chemnitz

Die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement (SVSM) würdigt jedes Jahr herausragende Leistungen in den Bereichen Standortmarketing, -management und Wirtschaftsförderung mit einem Award. Preisträger 2009 sind Arosa Tourismus und die deutsche Wirtschaftsregion Chemnitz. Von Susanna Vanek

Arosa finanziert mit Kurvenpatenschaft nachhaltige Projekte.

Bild: Swisstime

Die Professionalität im Standortmarketing sei ganz klar gestiegen, resümierte der SVSM-Präsident Robert Gubler an der Verleihung, die am 23. September in Zürich stattfand. Dies zeige sich dadurch, dass die Jury noch nie aus so vielen hervorragenden Projekten habe auswählen können. 19 Gemeinden, Regionen oder Institutionen hatten sich um den Award beworben, so viele wie noch nie zuvor. Erneut hatte es zahlreiche Bewerbungen aus Deutschland gegeben. Zwar bekommen die Preisträger kein Geld – «dafür suchen wir noch einen Sponsor», so Gubler –, doch ist das Prestige des Awards, der die Umsetzung einer unverwechselbaren Marketing-Strategie auszeichnet, sehr gut.

Der Jurypräsident Stefan Vogler konnte gleich zu Beginn seines Vortrages den Anwesenden eine gute Nachricht überbringen: Gemäss dem neuesten Ranking der Wirtschaftsstandorte von Ernst & Young AG figuriert die Schweiz neu auf Platz zwei – hinter Deutschland,

INFO

www.svsm-standortmanagement.ch

aber noch vor den USA. Beim SVSM-Award dagegen teilen sich die Schweiz und Deutschland den ersten Platz.

Der Tourismusort Arosa habe einen grossen Nachteil: die kurvenreiche Zufahrtsstrasse. Von Chur an muss der Automobilist 360 Kurven erdulden, bis er in der auf 1800 Metern hoch gelegenen Ortschaft ankommt. «Diesen Nachteil haben die Verantwortlichen mit einer cleveren Massnahme in einen Vorteil verwandelt», meinte Vogler an der Preisverleihung. Er spielte damit auf die Website Kurvensicher.ch an, auf der man die Strecke virtuell abfahren kann.

Der Arosener Tourismusdirektor Pascal Jenny begrüsst die Besucher persönlich mit: «Herzlich willkommen zum spektakulären Roadmovie von Chur nach Arosa.» Der Clou: Wer will, kann die Patenschaft für eine der Kurven übernehmen. Der Kurvenpate erhält das Recht, die Kurve zu benennen und optisch zu kennzeichnen. Eine Million Franken will das Bündner Feriendorf mit dieser Aktion verdienen und dieses Geld in einem Ökofonds anlegen, dem ersten Ökofonds einer Tourismusdestination nota bene. Der Fonds soll klimabewusste Standort- und Nachwuchsförderungsprojekte in

Arosa anstossen, die sowohl den Touristen als auch der Arosener Bevölkerung entsprechen. «In der Gesamtkonzeption und mit dem Stakeholder-Ansatz ist das Standortkonzept von Arosa absolut einmalig», lobte Vogler an der Verleihung. Mit der Kampagne begehe der Ort in Sachen Marketing und Kommunikation neue Wege. Die Patenschaft dauert fünf Jahre und kostet zwischen 2500 und 5000 Franken. Im Jahr 2009 steht Bewusstseinsbildung in puncto klimaschonendes Verhalten in der Schule und am Arbeitsplatz, also im Gastrogewerbe und in der Hotellerie, im Vordergrund. Mittelfristig will sich Arosa als nachhaltiger Tourismusort positionieren. Das erste konkrete Projekt, das der dank der Aktion geäußerte Ökofonds finanziert, ist die klimaneutrale Sanierung der Eishalle von Arosa.

Der Gemeindepräsident Vincenz Vital zeigte sich sehr erfreut über den Preis. Er dankte insbesondere «unserem jungen und dynamischen Tourismusdirektor Pascal Jenny», der die Idee für die Patenschaft gehabt habe.

Der zweite Preisträger stammt aus Deutschland. Es ist die Chemnitzer Wirtschaftsförderungsgesellschaft für ihre

Onlineplattform «Chemnitz-zieht-an.de». Auch dieser Preisträger muss sich mit einem Nachteil auseinandersetzen, und zwar mit einem immer brisanter werdenden Fachkräftemangel. Nach der politischen Wende Anfang der 90er-Jahre erlitt Chemnitz, vorher ein wichtiger Wirtschaftsstandort, einen grossen wirtschaftlichen Einbruch, der dazu führte, dass viele junge und gut ausgebildete Fachkräfte wegzogen, weil sie anderswo verlockende berufliche Perspektiven fanden. Allerdings entwickelte sich in der Folge in Chemnitz die Wirtschaft überdurchschnittlich. Gerade das verarbeitende Gewerbe ist stark gewachsen. Wegen des Fachkräftemangels konnten schliesslich attraktive Stellen nicht mehr besetzt werden. Mit der Fachkräftekampagne «Chemnitz zieht an!» wird diesem Problem in der ganzen Region entgegen gewirkt. Das Portal unterstützt Unternehmen bei ihrer Suche nach qualifizierten Arbeitskräften. Auf der Plattform werden neben Stellen auch Angebote von Wohnungen, Kindertagesstätten, Schulen und Freizeitmöglichkeiten vorgestellt. So empfiehlt sich Chemnitz als idealer Arbeits- und Wohnort. Durch die Partnerschaft mit den Firmen werden sowohl das Arbeitgeber- als auch das Standortimage positiv geprägt.

Ein besonderes Augenmerk widmet Chemnitz der Zielgruppe der Weggezogenen, die auf Jobsuche sind und die die Rückkehr in die alte Heimat erwägen. «Sie sind, zum Beispiel durch Besuche zu Hause an Weihnachten, weiterhin mit der Stadt verbunden geblieben», erläuterte Ulrich Geissler von der Chemnitzer Wirtschaftsförderung- und Entwicklungsgesellschaft an der Preisverleihung. Auf diese ehemaligen Chemnitzer wurden zielgruppengerechte und höchst innovative Marketingaktivitäten zugeschnitten, zum Beispiel werden Coming-Home-Parties veranstaltet.

Eigene Betroffenheit

Einen Anerkennungspreis vergab der SVSM an das Wohnkonzept Bonacasa, «Wohnen mit Service». Ivo Bracher von der Firma Bracher & Partner AG, die das Wohnkonzept entwickelt hatte, erläuterte an der Preisverleihung, wie er auf seine Idee gekommen war, generationen-

übergreifendes Wohnen anzubieten. «Ich arbeitete ehrenamtlich in einer Kommission für ein Altersheim, engagierte mich stark, merkte aber eines Tages, dass ich selber nicht wollte, dass meine Eltern in ein Altersheim ziehen.» Er überlegte sich folglich Alternativen und kam darauf, Überbauungen zu realisieren, in denen die Bewohnerinnen und Bewohner gemäss ihren Bedürfnissen Dienstleistungen buchen können.

Ziel sind nicht Wohnhäuser für Senioren, sondern Wohnhäuser für alle Generationen, denn auch Familien buchen gerne Zusatzservices. Bonacasa setzt einen hohen Standard für Bauen, Sicherheit und Dienstleistungen in einer Überbauung fest. «Jede zweite Frau, die 1980 geboren wurde, wird das 90. Lebensjahr erreichen», mahnte Bracher an der Preisverleihung. «Diese demografische Zeitbombe lässt sich nur mit generationenübergreifenden Wohnangeboten entschärfen. Altersheime für so viele Personen zu betreiben, ist nicht bezahlbar.» Vogler lobte denn auch, dass das Wohnkonzept, da es stark multiplizierbar ist, Zukunft hat. Die Jury bewerte es als echten Werttreiber für einen regionalen Standort. Bracher & Partner sind für ihre Wohnüberbauungen auf der Suche nach Gemeinden, die solche Projekte mit ihnen zusammen realisieren möchten. Das «kommunalmagazin» wird in seiner Ausgabe 12 Konzepte fürs Wohnen im Alter vorstellen, darunter auch Bonacasa.

Der Fachverband

Dem Schweizer Fachverband SVSM (Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement) gehören rund 100 Organisationen, Unternehmen und Profis aus den Bereichen Standortmanagement, Regionenmarketing und Siedlungsentwicklung an. Die Vereinigung fördert den Erfahrungsaustausch zwischen den mit Standortmarketing beschäftigten Institutionen und Verantwortlichen, bietet Aus- und Weiterbildungsangebote an und betreibt Nachwuchsförderung. Seit 2007 vergibt der Verband den SVSM Award.

Gugliermo Brentel, Präsident von Hoteleriesuisse, referierte über die Bedeutung der Schweizer Hotellerie für die Wirtschaft. Er rechnete vor, dass dieser Wirtschaftszweig 100 000 Personen beschäftige und einen jährlichen Umsatz von neun Milliarden Franken erziele. Es sei die viertwichtigste und einzige standortgebundene Exportbranche der Schweiz, denn 58 Prozent der Logiernächte stammen von ausländischen Gästen. Nachhaltigkeit sei darum im Tourismus ein Muss. Brentel rief die Behörden dazu auf, ihre Destinationen zu stärken, weil das die Zahl der kalten Betten verringere. Falsch sei es, den Hotelbau zu behindern. Eine integrierte Destinations- und Standortvermarktung sei der richtige Weg.

Die Eingabefrist für Bewerbungen für den SVSM-Award 2010 ist der 30. April 2010.

Die Übergabe des SVSM-Awards durch Jurypräsident Stefan Vogler an den Arosener Gemeindepräsident Vincenz Vital und Pascal Jenny, Direktor Arosa Tourismus.

Bild: Susanna Vanek

