

Der Award für «Best Practice» im Standortmarketing

AWARD Der SVSM Award würdigt herausragende Leistungen in den Bereichen Standortmarketing, -management und Wirtschaftsförderung. Preisträger 2009 sind Arosa Tourismus sowie die deutsche Wirtschaftsregion Chemnitz. Mit einem Anerkennungspreis wurde das Wohnkonzept bonacasa® ausgezeichnet.

VON JAROMIR LÖFFLER



Preisträger: v.l. Pascal Jenny, Direktor Arosa Tourismus, Ivo Bracher, GL-Vorsitzender Bracher und Partner AG, Ulrich Geissler, WF Chemnitz.



Die aktiven Award-Promotoren: v.l. SVSM-Präsident Robert E. Gubler und Jurypräsident Stefan Vogler.

«Mit dem SVSM Award will die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement Anreize schaffen, eine für den spezifischen Standort unverwechselbare Marketingstrategie zu entwickeln und umzusetzen», sagt SVSM-Präsident Robert E. Gubler. Die feierliche Award-Verleihung fand am 23. September 2009 in Zürich statt.

Zwei Preisträger im dritten Jahr der Vergabe

Von insgesamt 19 eingereichten Projekten wurden zwei Bewerber mit dem SVSM Award ausgezeichnet: Ein Award geht an Arosa Tourismus für das Konzept zur nachhaltigen Standort- und touristischen Wirtschaftsförderung. «Das Nachhaltigkeitskonzept der Tourismusdestination Arosa ist mit der Stakeholder-Ausrichtung sowie den eingesetzten Kommunikationsmitteln absolut einzig-

artig», würdigt Stefan Vogler, Präsident der Jury, das Projekt. Ebenfalls ausgezeichnet wurde die Chemnitzer Wirtschaftsförderungsgesellschaft (D), und zwar für ihre Onlineplattform «Chemnitz-zieht-an.de». Diese ist als Massnahme gegen den schwerwiegenden Fachkräftemangel in der ostdeutschen Stadt konzipiert. «Die Strategie, die Hauptzielgruppe der ehemaligen Einwohner von Chemnitz zurückzugewinnen, wurde konsequent und zielführend verfolgt», sagt Jurypräsident Stefan Vogler. «Dank innovativen Kommunikationsideen konnte trotz beschränkter Ressourcen ein Optimum an Wirkung erzielt werden.»

Anerkennungspreis für «Wohnen mit Service»

Das Wohnkonzept bonacasa®, entwickelt von der Firma Bracher und Partner AG in Solo-

thurn, wurde von der SVSM-Award-Jury zudem mit einem zusätzlichen «Anerkennungspreis» ausgezeichnet. Bonacasa® setzt einen hohen Standard für Bauen, Sicherheit und Dienstleistungen in einer Überbauung fest. Je nach Bedürfnissen der Bewohner können Zusatzservices gebucht und genutzt werden. Da das Wohnkonzept stark multiplizierbar und zukunftssträchtig ist, wird es von der Jury als echter Werttreiber für einen regionalen Standort bewertet.

Fachverband will Anreize zur Professionalisierung schaffen

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. «Nach drei Jahren Award-Vergabe hat die Jury erfreuliche Tendenzen festgestellt. Viele Projekte sind auf sehr hohem Niveau, was Professionalität, strategische Ausrichtung und Problemlösungsorientierung betrifft», resümiert SVSM-Präsident Robert E. Gubler.

Der SVSM Award

Der SVSM Award ist die Auszeichnung der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement. Damit werden Projekte prämiert, die gesamthaft oder unter einem besonderen Aspekt des Standortmarketings bzw. der

Anzeige

**3511 Bewerberprofile.
Da können Sie lange googeln.**

medienjobs.ch

Der Online-Stellenmarkt für die Schweizer Kommunikationsbranche

Wirtschaftsförderung beispielhaft sind. Zudem verdienen sie die Prädikate «innovativ», «professionell» und «praxisgerecht». Die Projekteingaben wurden von einer achtköpfigen Jury gesichtet und nominiert. In der Jury sind Persönlichkeiten aus Lehre und Forschung, Leiter von regionalen Wirtschaftsförderungen sowie Marketing- und Kommunikationsspezialisten aus Deutschland und der Schweiz vertreten. Im nächsten Jahr wird wieder ein SVSM Award ausgeschrieben. Die Nominationsfrist für Bewerbungen ist der 29. April 2009. www.svsm-standortmanagement.ch/SVSM Award.

Die Preisträger 2009

Arosa Tourismus: Die Gemeinde Arosa setzt auf ein einzigartiges Konzept für nachhaltige Standort- und touristische Wirtschaftsförderung. Mit dem innovativen Projekt kurvensicher.ch, bei dem für die 360 Kurven von Chur nach Arosa «Paten» gesucht werden, wird ein Fonds geüfnet. Damit lassen sich natur- und klimabewusste Standort- und Nachwuchsförderungsprojekte in Arosa realisieren, die sowohl den Bedürfnissen der Touristen als auch der Aroser Bevölkerung und der Erhaltung von Natur und Bergwelt entsprechen. Die Gesamtkonzeption sowie die innovativen Formen der Standortkommunikation wurden von der SVSM-Award-Jury als auszeichnungswürdig evaluiert. Kontakt: Pascal Jenny, Direktor Arosa Tourismus, Tel. +41 (0)81 378 70 30, jenny@arosa.ch.

Fachkräfteplattform von Chemnitz:

Die Kampagne und das Webportal «Chemnitz-zieht-an» der Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft GmbH gebieten dem schwerwiegenden Fachkräftemangel der ostdeut-



Bonacasa® setzt einen hohen Standard für Bauen, Sicherheit und Dienstleistungen in einer Überbauung fest.

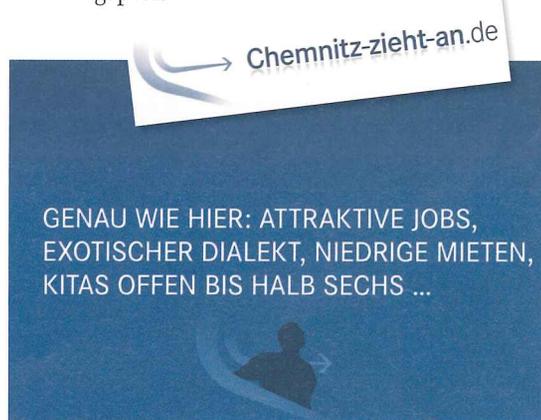
schen Stadt Einhalt. Zum einen werden Unternehmen bei der Rekrutierung von qualifizierten Arbeitskräften unterstützt, zum anderen ehemalige Chemnitzer mit interessanten Jobs zur Rückkehr nach Chemnitz motiviert. Dabei wird mit beschränkten Ressourcen ein Optimum an kommunikativer Wirkung erzielt. Hauptzielgruppe sind Ex-Chemnitzer, die mit hoch innovativen und aus Sicht der SVSM-Fachjury sehr zielführenden Kommunikationsinstrumenten angesprochen werden. Die quantitativen Auswertungen zeigen, dass die Chemnitzer Strategie aufzugehen scheint. Kontakt: Ulrich Geissler, Geschäftsführer Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft GmbH, Tel. +49 371 3660 200, geissler@cwe-chemnitz.de.

Anerkennungspreis 2009: Auch dieses Jahr hat die SVSM-Award-Jury wieder ein Einzelprojekt mit hoher Standortrelevanz mit einem zusätzlichen Anerkennungspreis

gewürdigt: **bonacasa®** – Wohnen mit Dienstleistungen Das Wohnkonzept **bonacasa®** ermöglicht generationenübergreifendes Zusammenleben: Familien, Singles, Doppelverdiener und Senioren profitieren vom «Wohnen mit Service» in einer Überbauung. Von der Sicherheitszentrale über den hauseigenen Concierge bis zu Spezialangeboten von lokalen Gewerbetreibenden bietet **bonacasa®** allen beteiligten Stakeholders (Bewohner, lokale Wirtschaft, Grund- und Hauseigentümer, Standortgemeinde) Vorteile. **bonacasa®** wurde von der Firma Bracher und Partner AG entwickelt und wird von der Jury als stark multiplizierbar und zukunftsträchtig beurteilt, da es Werttreiber für einen regionalen Standort sein kann. Kontakt: Stéphanie Logassi Kury, Leiterin Kommunikation und Marketing, Bracher und Partner AG, Solothurn, Tel. 032 625 95 80, stephanie.logassi@bracher.ch. ■



Das Nachhaltigkeitskonzept der Tourismusdestination Arosa ist mit der Stakeholder-Ausrichtung sowie den eingesetzten Kommunikationsmitteln absolut einzigartig.



Die Strategie, die Hauptzielgruppe der ehemaligen Einwohner von Chemnitz zurückzugewinnen, wurde konsequent und zielführend verfolgt.

NEWS

CRM Transfer 09

Unter dem Motto «Wissen ist Wertschöpfung – Professionelles Kundenmanagement? Jetzt erst recht!» fand der **5. Kongress der Veranstaltungsreihe «CRM Transfer»** im Verkehrshaus in Luzern statt. Wissen ist die einzige Ressource, die sich durch Gebrauch vermehrt – ein faszinierender Gedanke! Im Fokus der Veranstaltung stand das Wissen über den Kunden, wie Unternehmen es professionell managen und gewinnbringend in der Kundenkommunikation einsetzen. An dem Kongress der Burda Direct Group, der MDS AG (Media Data Service) und dem Hauptsponsor Swiss Post international haben rund 130 Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter aus den Branchen Verlag, Medienunternehmen & Versandhandel teilgenommen.

Prof. Dr. Marco Schmah, Lehrstuhl für Marketing und eCommerce ESB BUSINESS SCHOOL, präsentierte die Basics von «Value Based Selling». Oliver Voigt, seit 2006 Herausgeber und Vorsitzender der Geschäftsführung der Verlagsgruppe NEWS, sprach über die Zukunftsentwicklung der NEWS-Gruppe vom Magazin- zum Medienhaus. Sein Vortrag mit dem spannenden Titel «**Gelebte Emotionalität und Interaktion auf allen Ebenen**» zeigte wie das Medienhaus eine intensive Beziehung zu seinen Kunden aufbaut, pflegt und gewinnbringend nutzt. Friedrich Streng, Vertriebsleiter Deutscher Landwirtschaftsverlag, referierte unter dem Motto «Mit dem Kunden gehen» über Zielgruppenstrategien für Nischenmärkte. Er skizzierte die aktuelle Situation in der Fachverlagsbranche und stellte dar, wie der Verlag im aktuellen Markumfeld agiert. Wie Unternehmen online und offline Daten effektiver für das Zielgruppenmarketing nutzen können, zeigte Andrea Ahlemeyer-Stubbe, Geschäftsführerin antz21 GmbH, in ihrem Beitrag über «Predictive Targeting». Jens Corssen, einer der renommiertesten Psychologen und Berater in Deutschland, und Peter Kenning, der bekannte Neuroökonomie-Forscher, beleuchteten das Thema Kundenmotivation von der wissenschaftlichen Seite. Der Schweizer Moderator Stephan Klapproth führte wie immer brillant durch die Veranstaltung.