

September 2008

# SVSM Award 2008

Der Anerkennungspreis der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement

Die Bewerberprojekte 2008:



LÜBECK ■ Wirtschaftsförderung





---

## EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser

Bereits zum zweiten Mal wird der SVSM Award vergeben, um herausragende Leistungen im Bereich Standortmanagement und Regionenmarketing auszuzeichnen. Ziel der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement ist es, mit dem Anerkennungspreis einen Beitrag zur Professionalisierung im Standortmarketing zu leisten.

### **Lernen von den Mitbewerbern**

Standortmarketing und Standortmanagement werden mit unterschiedlichsten Ausprägungen bezüglich Konzeption, Strategie, Professionalität oder Nachhaltigkeit betrieben. Die Diskussion der Ideen und deren Umsetzung bis zum Vergleich der Erfolgsergebnisse sind für die Entscheidungsträger wertvoll und anregend. Ein Blick auf die diesjährigen Bewerberprojekte zeigt eine grosse Vielfalt. Gerade wo die finanziellen Ressourcen eher knapp sind, wird deren Fehlen mit kreativen und innovativen Lösungen, Freiwilligenarbeit und viel Herzblut kompensiert.

### **Der SVSM Award ist international**

Es ist erfreulich, dass sich der Stellenwert des SVSM Award als Anerkennungspreis für „Best Practice“ stetig erweitert. Dieses Jahr durfte die Jury elf interessante Bewerbungen evaluieren. Gerade auch aus Deutschland empfängt die SVSM sehr positive Signale, sind doch vier Bewerbungen und davon ein Preisträger aus dem nördlichen Nachbarland. Standortmarketing orientiert sich idealerweise nicht an politischen Grenzen, sondern an den gewachsenen regionalen oder überregionalen Wirtschaftsräumen. Der Wettbewerb von Projekten aus der Schweiz und Deutschland ergibt eine Erweiterung des Ideenpotenzials und fördert die Professionalität.

### **Dank und Ausblick**

Die Realisierung und Vergabe des SVSM Award wäre nicht möglich ohne die wertvolle Hintergrundarbeit der ehrenamtlich tätigen Jury. Sie setzt sich aus Spezialisten in den Bereichen Standortmarketing, Wirtschaftsförderung, Lehre, Forschung und Kommunikation zusammen und erfüllt ihre Aufgabe mit grosser Sorgfalt und hoher Motivation. Ein herzliches Dankeschön deshalb an dieser Stelle an das Jury-Gremium.

Auch 2009 wird der SVSM Award wieder ausgeschrieben. Wir hoffen, an die Resonanz und den Bewerbungszuspruch der ersten beiden Jahre anknüpfen zu können. Mit Blick auf den ständig wachsenden Mitglieder- und Interessentenkreis der SVSM sind wir in dieser Hinsicht sehr zuversichtlich.

Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM

Robert E. Gubler, Präsident



---

## Würdigung der Preisträger

Stefan Vogler,  
Jury-Präsident,  
Markenexperte



Zum zweiten Mal hat sich die SVSM Award-Jury der anspruchsvollen Aufgabe gestellt, aus einer breiten Palette an unterschiedlichsten Standortmanagement-Projekten die Preisträger 2008 zu bestimmen. Als Bewertungskriterien wurden die Aspekte „Originalität“, „strategischer Ansatz“, „Professionalität“, „Relevanz für Stakeholders“, „Praxisbezug“, „Erfolgsnachweis“ sowie „nachhaltige Ausrichtung“ berücksichtigt, wobei die Innovationskraft das wichtigste Kriterium war. Die Siegerprojekte beschreiten neue Wege des klassischen Standortmarketings. Mit grosser Übereinstimmung nominiert die Jury zwei Preisträger für den SVSM Award 2008 und vergibt einen Anerkennungspreis:

### **SVSM Award Preisträger: „foodRegio – Berufe die schmecken“ (Wirtschaftsförderung Lübeck)**

Das von der Wirtschaftsförderung Lübeck initiierte, strategisch getriebene und hoch innovative Konzept zur Rekrutierung und Entwicklung von Fachkräften in der Region hat die Jury überzeugt. Die konsequente Fokussierung auf die Ernährungswirtschaft und die professionelle Umsetzung der darauf ausgerichteten Kampagne „foodRegio – Berufe die schmecken“ wurde in enger Anlehnung an die lokale Wirtschaft als Public-Private-Partnership entwickelt. Bestandespflege und clusterorientiertes Standortmarketing werden verbunden. Davon profitieren die Unternehmen, die in ihrer Wettbewerbsfähigkeit langfristig gestärkt werden. Aber auch der Wirtschaftsstandort Lübeck und die jungen Fachkräfte gewinnen, die eine einzigartige Förderung bis hin zur Bachelor-Weiterbildung erhalten. Die Marketing-Positionierung der „foodRegio“ ist gelungen: Eine eher unattraktive Branche wird zum regionalen Kompetenzzentrum mit internationaler Ausstrahlung.

### **SVSM Award Preisträger: „Milch und Käsespezialitäten Natürli“ (Verein Pro Zürcher Berggebiet)**

Die Ursprungsidee für das Projekt „Natürli“ war 1995 visionär und naheliegend zugleich: Durch den Aufbau einer Erzeugergemeinschaft und die gemeinsame Vermarktung von Milch- und Käsespezialitäten konnten – in Anbetracht eines sich zunehmend liberalisierenden Marktumfelds – höhere Wertschöpfung und nachhaltige Sicherung der lokalen Strukturen erreicht werden. Der Erfolg gibt dem beachtlichen Regionalmarketingprojekt „Natürli“ auch aus heutiger Sicht Recht: Es wurden zahlreiche Arbeitsplätze für die Region geschaffen und sogar Firmenansiedlungen realisiert. Umsatz und Wertschöpfung sind beachtlich, und zwar in finanzieller als auch sozialer Hinsicht. Zudem wird ein Beitrag an die Erhaltung und Vielfalt regionaler Milch- und Käsespezialitäten geleistet. Obwohl das Projekt „Natürli“ sehr weit in die Produktvermarktung hinein reicht, bewertet es die SVSM Award-Jury als vorbildliches Standortmarketing- und Wirtschaftsförderungsprojekt. Die clevere Positionierung und Vermarktung von hochwertigen, regionalen Käsespezialitäten im Lifestyle-Bereich und die gelebte Nachhaltigkeit seit der Anfangsphase überzeugen.

### **Anerkennungspreis: „Schachen Flyer“ (Einwohnergemeinde Trubschachen)**

Es ist ein kreatives Nischenkonzept, das die Gemeinde Trubschachen mit dem Projekt „Schachen-Flyer“, der breiten Nutzung von Elektro-Velos auf Gemeindegebiet, realisiert hat. Mit beschränktem Budget, einer hohen Risikobereitschaft, Innovationsfreude und persönlichem Engagement konnte viel erreicht werden: Das Image der Gemeinde, an der Durchgangsstrasse zwischen dem Emmental und dem Entlebuch gelegen, wurde punkto Nachhaltigkeit und Ökologiebewusstsein positiv besetzt. Der Mobilitäts-Schwerpunkt strahlt über die Gemeindegrenzen und findet als touristisches Angebot seine Erweiterung.



---

## PREISTRÄGER SVSM AWARD 2008

„foodRegio – Berufe, die schmecken“

### Imageverbesserung für die norddeutsche Ernährungswirtschaft

Lübeck ist das Zentrum der Ernährungswirtschaft in Norddeutschland. Verschiedene bekannte Markenartikler (z.B. Schwartauer Werke, Campbell's Soup Germany) oder führende Handelsmarkenhersteller im Cerealienbereich haben in der norddeutschen Hansestadt ihren Sitz. Gemessen an Beschäftigten und Umsatz bilden sie den grössten Produktionscluster und den drittgrössten Exportcluster in der Region.

Die Ernährungswirtschaft leidet im Vergleich zu anderen Branchen (z.B. High Tech) an niedrigen Imagewerten. Zudem hat die Metropolregion Hamburg eine Sogwirkung auf den Lübecker Arbeitsmarkt. Das beeinträchtigt die Rekrutierung von qualifizierten Fachkräften, die für die Branche gerade in Anbetracht anstehender Produkt- und Prozessinnovationen entscheidend ist.

Auf Initiative und unter der Projektleitung der Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH haben die norddeutschen Unternehmen der Ernährungswirtschaft reagiert. Sie lancierten die Brancheninitiative „foodRegio“ und entwickelten die Kampagne „foodRegio – Berufe die schmecken“. Deren Ziel ist die Imageverbesserung der Ernährungswirtschaft bei potenziellen Auszubildenden und „Young Professionals“. Dadurch soll das Wachstum des Clusters am Standort abgesichert werden.

Konkrete Kommunikationsmittel der Kampagne sind Info-Flyers, Postkarten, Schulbesuche, Azubi-Riegel und ein Kino-Spot. Zudem wurde unter dem Titel „training@foodRegio-Pass“ ein unternehmensübergreifendes Weiterbildungskonzept für kaufmännische und technische Sachbearbeiter sowie Führungskräfte entwickelt. Als Ergänzung der Aus- und Weiterbildungsangebote wurde gemeinsam von Unternehmen und der Fachhochschule Lübeck der Bachelor-Studiengang „Food Processing Technology“ geschaffen. Somit sind auch einzigartige, griffige Personalentwicklungsinstrumente Bestandteil von foodRegio.

Wirtschaftsförderung LÜBECK GmbH, [www.luebeck.org](http://www.luebeck.org), [www.foodregio.de](http://www.foodregio.de)

Verantwortlich: Björn P. Jacobsen



© Antje Rautenberg



© Dario Arndt



---

## PREISTRÄGER SVSM AWARD 2008

Milch- und Käsespezialitäten „Natürli“ aus der Region Zürcher Berggebiet

### Regionalentwicklung durch Milch- und Käsespezialitäten

Das Projekt „Natürli“ steht für eine innovative, gemeinschaftliche und äusserst erfolgreiche Initiative der Region Zürcher Berggebiet. 15 Gemeinden aus den Kantonen Zürich, Thurgau und St. Gallen gehören zu dieser Region. Durch Liberalisierungstendenzen im Milch- und Käsemarkt Anfang der 90er-Jahre zeichnete sich ab, dass Landwirte und Käser vermehrt zu unternehmerischem Agieren gezwungen werden. Nur initiative Käser aus der Region mit einer Spezialitätenproduktion aus Rohmilch würden Zukunftschancen haben.

So wurde 1995 unter Initiative und Anleitung des Vereins „Pro Zürcher Berggebiet“ das Regionalmarketing-Projekt „Milch- und Käsespezialitäten „natürli“ us de Region Zürcher Berggebiet“ lanciert. Um die Wertschöpfung der Spezialitätenproduktion in der Region behalten zu können, wurde eine Vermarktungsorganisation aufgebaut. Die Logistik wird seit 2006 in der speziell für diesen Zweck erstellten Halle mit eigenen Käsekellern der Regionalzentrum PZB AG abgewickelt.

Seit dem Projektstart konnten Produktangebot und Absatzvolumen ständig ausgebaut werden. Heute werden ca. 150 verschiedene Käse aus Kuh-, Schaf- und Ziegenmilch aus 17 gewerblichen Käsereien angeboten. 170 Milchproduzenten liefern qualitativ hochstehende Milch (silofreie Fütterung) zur Verarbeitung. Als Verkaufsstandorte stehen zwei eigene Läden, 300 Detaillisten und 100 Gastrobetriebe im Grossraum Zürich zur Verfügung. In Produktion, Verarbeitung, Logistik und Käsekeller konnten seit 1995 über 70 neue Voll- und Teilzeitarbeitsplätze geschaffen werden. 2007 wurde ein Umsatz von 11 Millionen Franken erzielt.

Milch- und Käsespezialitäten „Natürli“ / Pro Zürcher Berggebiet, [www.prozb.ch](http://www.prozb.ch)  
Verantwortlich: Alfred Gerber, Geschäftsführer Vereinigung Pro Zürcher Berggebiet;  
Alfred Bieri, Vermarktung „Natürli“



---

## ANERKENNUNGSPREIS 2008

„Schachen-Flyer“ - Einwohnergemeinde Trubschachen

### Eine Gemeinde setzt auf Elektro-Velos

Trubschachen leidet als Strassendorf zwischen dem Emmental und dem Entlebuch unter starkem Durchgangsverkehr. Viele Bewohner sind auf den Individualverkehr angewiesen. Die Einwohnergemeinde setzt sich, auch im Zusammenhang mit dem RegioPlus-Projekt „Emmental bewegt“, seit Jahren für ein attraktives Angebot des öffentlichen Verkehrs ein.

Auf der Suche nach weiteren, umweltfreundlichen Alternativen zum Auto hat die Gemeinde Trubschachen das Konzept „Schachen-Flyer“ entwickelt. Es wurden zehn Fahrräder mit lautlosem, kraftvollem Elektromotor im Tretlager, sogenannte Flyers, angeschafft. Diese werden vom Gemeindepersonal und den Gemeinderatsmitgliedern genutzt. Durch entsprechende Kommunikation und Anstossfinanzierung gelang es, auch weitere Personen aus der Bevölkerung zum Kauf eines Elektro-Bikes zu motivieren.

Der örtliche Zweirad-Fachmann ist wichtiger Partner des Projekts: Er organisiert nicht nur den Verkauf, Service und Unterhalt der Flyers, sondern betreut auch den Mietservice. Die Elektro-Velos können so auch touristisch genutzt werden, zum Beispiel auf den speziell ausgearbeiteten Routenvorschlägen für Elektro-Bikes in der Region. Es ist möglich, über ein Internet-Reservationstool Fahrräder zu mieten. Die Gemeindeverwaltung betreut dessen Administration, der Gasthof zum Bären ist für die Ausgabe der Fahrräder zuständig und die örtliche Malerei stellt die Garage zur Verfügung.

Aufgrund des Flyer-Projekts hat das Image von Trubschachen als ökologie- und mobilitätsbewusste Gemeinde stark gewonnen. Mobilitätsfragen rückten ins Bewusstsein der Bevölkerung – und das Projekt fand Nachhall auch über die Gemeindegrenzen hinaus.



Einwohnergemeinde Trubschachen, [www.trubschachen.ch](http://www.trubschachen.ch)

Verantwortlich: Irene Zürcher, Gemeindeschreiberin



---

## PROJEKTEINGABEN SVSM AWARD 2008

### „Attraktiver Standort Bözberg-West“ (ASB) Verein als Stimme einer Region

Seit Anfang 2007 ist der Verein „Attraktiver Standort Bözberg-West“ aktiv. Er setzt sich für die Region im Oberen Fricktal ein, zu der die Gemeinden Bözen, Effingen, Elfingen, Hornussen und Zeihen mit knapp 3000 Einwohnern gehören. Vereinszweck ist, sich für Projekte stark zu machen und der Region im Bereich Standortmanagement eine Stimme zu geben. Vereinsmitglieder sind Unternehmer oder Vertreter anderer lokaler Organisationen, die mit innovativen Ideen die Region stärken und ihr Charakter verleihen wollen. Hohe Steuersätze, ein neuer projektierte Kalksteinbruch für die Zementindustrie und ein geplantes Tiefenlager für radioaktive Abfälle schränken die Attraktivität des Standorts „Bözberg-West“ ein. Sie stehen im Zielkonflikt mit dem geplanten, eidgenössischen Naturpark „Jurapark“, der die Wohn- und Lebensqualität sowie Wertschöpfung der ländlichen Region steigern würde, die sich auch als „Aargauer Toskana“ bezeichnet. Die Aktivitäten des ASB umfassen beispielsweise die Teilnahme an Vernehmlassungen, kreative Medienarbeit, das Eröffnen neuer Marketing-Kanäle, Vernetzung und die Förderung innovativer Projekte.

Verein Attraktiver Standort Bözberg-West (ASB), [www.boezberg-west.ch](http://www.boezberg-west.ch)  
Verantwortlich: Heinz Oftinger

Botschafterclub **Bodenseeland – UNITEDINNOVATIONS**

### 195 Botschafter für den Bodenseeraum

Die Bodenseeregion ist ein grenzüberschreitender Wirtschaftsraum und erstreckt sich über drei deutsche Landkreise, fünf Schweizer Kantone, das Österreichische Bundesland Vorarlberg sowie das Fürstentum Lichtenstein. Um die Region als einheitlichen Wirtschaftsstandort zu stärken, wurde die Dachmarke **Bodenseeland – UNITEDINNOVATIONS** lanciert. Als zentrales Projekt der gemeinsamen Kommunikationsaktivitäten wurde 2005 der Botschafterclub gegründet. Persönlichkeiten aus der Region, hauptsächlich Vertreter aus der Wirtschaft, aber auch Wissenschaftler und Politiker, engagieren sich ehrenamtlich als Ambassadoren für die Bodenseeregion. Der Botschafterclub wächst ständig, im Juni 2008 betrug die Mitgliederzahl 195. Er ist das größte internationale, wirtschaftlich orientierte Netzwerk am Bodensee. Die Mitglieder berichten im Rahmen ihrer täglichen Arbeit, bei Vorträgen, auf Messen oder im Kundenkontakt über den Wirtschafts- und Lebensraum rund um den Bodensee. Sie treten gleichsam als Lobby für die Interessen des Wirtschaftsraums ein, nutzen den Club aber auch als Plattform für den Erfahrungsaustausch und die Knüpfung von neuen Kontakten. Mit dem Botschafterclub erhält die Dachmarke **Bodenseeland – UNITEDINNOVATIONS** repräsentierende Gesichter und lässt sich multiplizieren. Davon profitiert der Wirtschaftsstandort gleich doppelt: Sowohl das Aussen- als auch das Innenimage werden gestärkt.

Bodensee Standort Marketing GmbH, [www.bodensee-standortmarketing.com](http://www.bodensee-standortmarketing.com)  
Verantwortlich: Gabriella Zimmermann, Bettina Kühn



---

## PROJEKTEINGABEN SVSM AWARD 2008

Gemeinde Gerlafingen – Standortmarketing

### Das Image als Wohngemeinde optimieren

Die solothurnische Gemeinde Gerlafingen will und muss sich als lebenswerte Wohngemeinde besser positionieren. Ungenügendes Steuersubstrat und entsprechend negative Auswirkungen auf den Finanzhaushalt gaben 2007 den Anstoss zu einem systematischen Standortmarketingprozess. Das Image von Gerlafingen als Wohngemeinde ist durch einen für Industriestandorte nicht ungewöhnlich hohen Ausländeranteil geprägt. Hinzu kommt ein starker Durchgangs-Schwerverkehr, der das ortsansässige Stahlwerk sowie Industrie und Gewerbe der Region bedient. Demgegenüber werden die Chancenpotenziale der Gemeinde – die ruhige und doch gut erreichbare Wohnlage, der attraktive Naherholungsraum, das reichhaltige Kulturangebot sowie die jahrzehntelange Erfahrung mit Integrationsfragen - nicht genügend wahrgenommen. Nach Ausarbeitung eines auf die Gemeinde zugeschnittenen Standortmarketingkonzepts wurden erste konkrete Massnahmen daraus umgesetzt: Unter Einbezug der Bevölkerung fand Ende 2007 ein Workshop statt, um die zukünftige kommunikative Positionierung der Gemeinde zu verfeinern. Zudem wurde Anfang 2008 ein Messeauftritt an der Eigenheim'08 in Solothurn realisiert, der potenzielle Neuzuzüger von Gerlafingen erreichte.

Gemeinde Gerlafingen Standortmarketing, [www.gerlafingen.ch](http://www.gerlafingen.ch)

Verantwortlich: Peter Jordi, Gemeindepräsident

Gütegemeinschaft Mittelstandsorientierte Kommunalverwaltungen e.V.

### Gütesiegel verbessert Servicequalität von Verwaltungen

Eine Verwaltung, die sich mit ihren Dienstleistungen auf die Bedürfnisse von Unternehmen ausrichtet, ist ein grosser Standortvorteil. Deshalb haben verschiedene deutsche Kommunen aus Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen zusammen mit dem Deutschen Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V. RAL und unterstützt vom nordrhein-westfälischen Wirtschaftsministerium das Gütesiegel „Mittelstandsorientierte Kommunalverwaltung“ entwickelt. Will eine Kommune das RAL-Gütezeichen erwerben, muss sie die klar definierten und messbaren Güte- und Prüfkriterien erfüllen. Zudem muss die Gemeinde die Einhaltung der Kriterien durch ständige Eigen- und Fremdüberwachung nachweisen. Kriterien sind zum Beispiel die Zahlungsfristen von Rechnungen (binnen 15 Tagen), die Bearbeitung von Beschwerden (binnen 3 Tagen) sowie die Information über Bauanträge (binnen 40 Arbeitstagen). Der Gütegemeinschaft gehören bereits 36 Kommunen mit insgesamt knapp 5 Millionen Einwohnern an. 13 Kommunen sind zertifiziert.

Gütegemeinschaft Mittelstandsorientierte Kommunalverwaltungen e.V., [www.gmkev.de](http://www.gmkev.de)

Verantwortlich: Dieter Patt, Landrat



---

## PROJEKTEINGABEN SVSM AWARD 2008

Kompetenzverbund „Gesundheit“ IntegraSquare

### Wo sich Wellness, Fitness und Kosmetik verbinden

Auf dem alten Industriewerkplatz in der Nähe des Bahnhofs in Wallisellen (ZH) entsteht ein Netzwerk für Unternehmen aus dem Bereich der Gesundheitsvorsorge. Das Konzept auf dem „IntegraSquare“ sieht vor, auf dem vier Hektaren grossen Areal unterschiedlichste Firmen aus den Sparten Ernährung, Fitness, Wellness, Therapie, Schönheit, Kosmetik und Schlafen anzusiedeln. Hersteller und Vertrieber von Gesundheitsgeräten und -produkten sowie die Anwender bilden in unmittelbarer Nachbarschaft einen „Kompetenzverbund Gesundheit“. Durch die inhaltliche und räumliche Nähe können Synergiepotenziale genutzt werden, da ein Produkt gerade auch in seiner praktischen Anwendung präsentiert werden kann. Auch eine effizient gestaltete Markterschliessung wird ermöglicht. Ein erster Verbund im Bereich Fitness/Wellness wird im Dezember 2008 eröffnet. Beteiligt sind je ein Fitnesscenter, ein Fitnessgerätehersteller, ein Saunabauer und ein Solarium-Produzent. Weitere Verbünde sind im Aufbau. Auch der Ausbau von Gastronomie- und Wohnbereichen ist geplant.

**Intosens ag, marktorientierte Stadt- und Immobilienentwicklung; wellswiss, Kompetenzzentrum für Gesundheit und Wohlbefinden, [www.kompetenzverbund-gesundheit.ch](http://www.kompetenzverbund-gesundheit.ch)  
Verantwortlich: Thomas Kronenberg und Caroline Wüest**

Standort in Bewegung: die Wachstumsinitiative des Kantons Aargau

### 25 Massnahmen für die Standortförderung

2005 hat der Kanton Aargau mit der „Wachstumsinitiative“ ein umfassendes Standortförderungsprogramm lanciert. Dessen Ziel ist es, die Standortattraktivität und -qualität des viertgrössten Schweizer Kantons zu verbessern und den Kanton damit auf einen nachhaltigen und überdurchschnittlichen Wachstumspfad zu führen. Insgesamt sieht die Wachstumsinitiative 25 Massnahmen vor, die Lösungsansätze für die wichtigsten Aufgabenbereiche der Standortförderung beinhalten. Sie zielen auf wirtschaftsnahe Forschungspolitik, familien- und unternehmensfreundliche Bildungspolitik, die kantonale Binnenmarktliberalisierung und -deregulierung, eine bevölkerungs- und wirtschaftsnahe Raumentwicklungs- und Verkehrspolitik, die Einwohner- und unternehmensfreundliche Steuerpolitik sowie bevölkerungs- und wirtschaftsnahe Gebietsstrukturen. Die Hälfte der Massnahmen ist heute bereits umgesetzt, bis Ende 2010 sollen alle Projekte abgeschlossen sein. Dann wird in einem Monitoring-Bericht die Wirkung der Wachstumsinitiative evaluiert.

**Kanton Aargau, Amt für Wirtschaft und Arbeit, [www.ag.ch/awa/de/pub/](http://www.ag.ch/awa/de/pub/)  
Verantwortlich: Thomas Buchmann**



---

## PROJEKTEINGABEN SVSM AWARD 2008

### Standortoffensive Gewinnerregion der Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg (D) **Freiwillige Projektgruppen schreiten zur Tat**

Die „Standortoffensive Gewinnerregion“ ist das von der Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg (D) gestartete Programm, um die Wettbewerbsfähigkeit der Region zu stärken und auszubauen. Die Vermarktung der Region, die fast 500'000 Einwohner umfasst, soll dabei nach Aussen und Innen (Community) erfolgen. Weiter sind die Netzwerkbildung in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen sowie die verbesserte regionale Zusammenarbeit auf verschiedenen Ebenen wichtige Ziele. Die „Standortoffensive Gewinnerregion“ ist breit abgestützt: Experten und Praktiker aus Wirtschaft, Verwaltung, Bildung und Politik erarbeiten zusammen in Projektgruppen verschiedene Aktionsideen und suchen nach konkreten realisierbaren Umsetzungslösungen. Die Projektgruppen sind in den Bereichen „Bildung und Ausbildung“, „Netzwerke und Kooperationen“, „Standortmarketing“, „Tourismus und Freizeit“ sowie „Unternehmensfreundliche Rahmenbedingungen“ aktiv. Gegenwärtig arbeiten über 150 ehrenamtlich engagierte Personen an insgesamt 22 Projekten oder Konzepten.

Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg, [www.wifoeg-sbh.de](http://www.wifoeg-sbh.de) / [www.gewinnerregion.de](http://www.gewinnerregion.de)  
Verantwortlich: Heinz-Rudi Link

### Wohn- und Arbeitszone „Römergarten“, Gemeinde Kaiseraugst

#### **Durch Public-Private-Partnership entsteht ein neuer Dorfteil**

In römischer Zeit war „Augusta Raurica“ eine wirtschaftlich bedeutende Siedlung auf dem Gebiet der heutigen Gemeinde Kaiseraugst. Bei der Namensgebung der neuen Wohn- und Arbeitszone „Römergarten“ wurde dieser historische Bezug aufgegriffen. Auf einer Fläche von rund 90'000 m<sup>2</sup> ist mitten in Kaiseraugst ein neuer Dorfteil entstanden, der Wohnungen, eine Parkanlage sowie Arbeitsflächen umfasst. Es konnte eine ganzheitliche Campus-Idee verwirklicht werden, die es zulies, besonders dem Aspekt der nachhaltigen Entwicklung verstärkte Beachtung zu schenken. Die Vermietung der ersten 97 Wohnungen sowie die Ansiedlung einer Firma im Römergarten sind bereits realisiert. Weitere Bauetappen folgen. Schon sehr frühzeitig und vor Abschluss der Raumplanung beschlossen die Gemeinde Kaiseraugst, die Grundeigentümerin sowie die Architekten, das Areal „Römergarten“ gemeinsam zu entwickeln und zu vermarkten. Dieses gemeinschaftliche Vorgehen hat sich für alle Projektparteien als optimal erwiesen und wird auch zukünftig bei weiteren Vorhaben in Kaiseraugst adaptiert werden.

Gemeinderat und Gemeindkanzlei Kaiseraugst, [www.roemergarten.ch](http://www.roemergarten.ch)  
Verantwortlich: Max Heller, Gemeindeammann; Roger Rehmann, Gemeindeschreiber



---

## JURY 2008

In der Jury für den SVSM Award sind Persönlichkeiten aus Lehre und Forschung, Leitende von regionalen und kantonalen Wirtschaftsförderungen sowie Marketing- und Kommunikationsspezialisten vertreten:

- **Domenico Alexakis**, Vorstandsmitglied SVSM, Inhaber Bridge Plus AG, Wollerau
- **Dr. Christoph Dickmanns**, Direktor Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim, Geschäftsführender Vorstand des Deutschen Verbands der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften DVWE
- **Joana Filippi**, Vorsteherin Amt für Wirtschaft des Kantons Schwyz
- **Robert E. Gubler**, Präsident SVSM, Partner Communicators Zürich AG, Zürich
- **Beatrice Maser Mallor**, Ressortleiterin Exportförderung/Standortpromotion, Staatssekretariat für Wirtschaft, SECO, Bern
- **Dr. Roland Scherer**, Vizedirektor Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus IDT-HSG, Universität St. Gallen
- **Prof. Mireille Troesch-Jacot**, Leiterin Zentrum für Marketing Management, ZHAW School of Management, Winterthur
- **Stefan Vogler**, Markenexperte (Vorsitzender der Jury), Zürich



---

## SVSM AWARD 2009

Auch 2009 wird ein SVSM Award vergeben. Die Ausschreibung findet im Frühjahr 2009 statt. Der Preis soll Ansporn und Belohnung für Akteure im Tätigkeitsbereich des Standortmanagements von Gemeinden, Regionen oder Städten sein. Die Awardverleihung findet **im Herbst 2009** statt.

### Anforderungen an Preisträger

Der SVSM Award wird an ein Projekt vergeben, das in seiner Gesamtheit oder unter einem besonderen Aspekt des Standortmarketings bzw. der Wirtschaftsförderung beispielhaft ist sowie die Prädikate innovativ, professionell und praxistgerecht für sich in Anspruch nehmen kann. Bewerben können sich Personen, Unternehmen, Institutionen oder öffentliche Körperschaften aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Es werden gesamtheitliche, **nachhaltige Standortmanagement-Projekte** ausgezeichnet, die über die reine Projektierungsphase hinaus **fortgeschritten** sind und **erste Erfolgsmessungen** zulassen.

Diese können den Fokus auf folgende Aspekte legen:

- Besondere Leistungen im Bereich der Alleinstellungsmerkmale
- Positionierung und Markenpolitik
- Konzept und Realisierung der Bestandespflege
- Konzept und Realisierung von Ansiedlungen
- Strategie, Projektorganisation eines besonderen Objektes, eines Entwicklungsgebietes, einer Gemeinde, einer Wirtschaftsregion oder eines Kantons

### Bewerbung und Eingabefrist

Die **detaillierten Unterlagen zum SVSM Award** (Reglement, Anmeldeformular) sind auf der Webseite [www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch) abrufbar.

Eingabefrist für den **SVSM Award 2009** ist der **30. April 2009**.



---

# PREISREGLEMENT SVSM AWARD

## 1. Grundsätzliches

Der SVSM Award ist ein von der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement initiiertes Preis im Bereich Standortmarketing und Wirtschaftsförderung. Mit dem Preis sollen hervorragende Strategien, Konzepte und Massnahmen ausgezeichnet und bekannt gemacht werden.

## 2. Anforderungsprofil

Mit dem SVSM Award werden Konzepte, Projekte sowie Kommunikationsmassnahmen ausgezeichnet, die in ihrer Gesamtheit oder unter einem besonderen Aspekt des Standortmarketings bzw. der Wirtschaftsförderung beispielhaft sind und die Prädikate innovativ, professionell und praxisgerecht für sich in Anspruch nehmen können. So unter anderem:

- Besondere Leistungen im Bereich der Alleinstellungsmerkmale
- Positionierung und Markenpolitik
- Konzept und Realisierung der Bestandspflege
- Konzept und Realisierung von Ansiedlungen
- Strategie, Projektorganisation eines besonderen Objektes, eines Entwicklungsgebietes, einer Gemeinde, einer Wirtschaftsregion oder eines Kantons

Grundsätzlich können Personen, Unternehmen, Institutionen oder öffentliche Körperschaften ausgezeichnet werden.

## 3. Kadenz

Der SVSM-Award wird in der Regel ein Mal jährlich vergeben. Die Vergabe erfolgt in der zweiten Jahreshälfte. Aus wichtigen Gründen kann eine zusätzliche Vergabe geprüft bzw. eine Vergabe ausgesetzt werden.

## 4. Ausschreibung

Der SVSM Award wird mit Kreisschreiben sowie auf der Webseite der SVSM und weiterer Partner ausgeschrieben.

## 5. Vergabe

Die Preisverleihung findet in der Regel im Rahmen der SVSM Academy statt. Sie kann mit einer anderen Veranstaltung der SVSM verknüpft werden.

Der Preis wird von Kommunikationsmassnahmen begleitet. Der Preisträger wird auf allen Publikationen der SVSM sowie teilweise bei allfälligen weiteren Preis- und Sponsoringpartnern im Jahr der Preisverleihung bekannt gemacht.

## 6. Anmeldung

Die Anmeldung kann direkt oder über Dritte (natürliche und juristische Personen) erfolgen. Voraussetzung für die

Zulassung ist die Einreichung der vollständigen Bewerbungsunterlagen. Die Jury entscheidet anhand der eingereichten Bewerbungsunterlagen, welche Arbeiten nominiert werden.

Die Jury geht davon aus, dass die Bewerbung korrekt und aufschlussreich genug ist, um überhaupt bewertet werden zu können.

## 7. Rechtsweg

Der Entscheid der Jury und eines allfälligen Beirates ad hoc ist endgültig. Die Auswahl der Preisträger erfolgt unter Ausschluss des Rechtsweges. Es wird keine Korrespondenz geführt. Auf Nennung von Firmennamen bei der Darstellung der ausgezeichneten Arbeiten in der Öffentlichkeit besteht kein Anspruch. Dies ist aber im Rahmen der Kommunikationsmassnahmen möglich.

Für das Abhandenkommen, die unberechtigte Verwendung oder Beschädigung der Bewerbungsunterlagen kann keine Haftung übernommen werden.

Aufwendungen, die aufgrund der Teilnahme an einer möglichen Nominierung entstehen, werden nicht erstattet.

## 8. Verpflichtung der Preisträger

Die Preisträger verpflichten sich, bei der Verleihung des SVSM Award anwesend zu sein und die entsprechende Arbeit durch die Autoren bzw. Entscheidungsträger zu präsentieren.

Der Preisträger sichert sein Einverständnis und seine Mitarbeit bei allen Kommunikationsmassnahmen zu.

## 9. Grundlagen

Das Preisreglement entspricht dem Juryreglement und den Unterlagen zur Ausschreibung des SVSM Award.

## 10. Schlussbestimmungen

Die Jurymitglieder beschliessen auf eigenen Antrag oder auf Antrag der SVSM Änderungen des Preisreglements. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Zürich, April 2007

Die weibliche Form ist immer miteinbezogen.

### Kontakt:

Geschäftsstelle Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM  
Wengistrasse 7  
Postfach  
8026 Zürich  
Telefon +41 (0) 44 455 56 66  
Fax +41 (0) 44 455 56 60  
info@svsm-standortmanagement.ch  
[www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch)



## Impressum

SVSM Award 2008: Preisträgerbroschüre  
[www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch)

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM  
Umschlaggestaltung: Typosalon, Atelier für Gestaltung, Matthias Gubler, Zürich  
Druck: firstprint SARL, Basel  
Redaktion: Communicators, Rahel Probst, Zürich  
Auflage: 1000 Stk.  
Erscheinung: September 2008

# Die SVSM

Fachverband und Forum für Standortmanagement

Die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM ist der Fachverband für das Standortmanagement und Regionenmarketing in der Schweiz. Die SVSM fördert den Erfahrungsaustausch zwischen den mit Standortmarketing beschäftigten Organisationen und Verantwortlichen, Berufsvertretern, Experten und Ausbildungsinstitutionen.

Aktivitäten von Lehre, Forschung und Praxis werden verknüpft. Die SVSM beteiligt sich an der Entwicklung von Aus- und Weiterbildungsangeboten im Standortmanagement, fungiert als Vernetzungs- und Scharnierorganisation für den Erfahrungsaustausch und betreibt Nachwuchsförderung.

Zu den **Schwerpunkten der Tätigkeit** zählen:

- Regelmässige Mitgliederinformation über Aktuelles und Trends
- Monitoring und Medienbeobachtung
- Standardisierte Leistungsaufträge/Reporting für Auftraggeber/Beauftragte und ArbeitnehmerInnen
- Organisation von Aus- und Weiterbildungstagungen (Academy)
- Organisation von Lunches mit ausgewählten Referenten
- Interdisziplinärer Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern
- Öffentlichkeitsarbeit und Stellungnahmen zu Fragen des Standortmanagements und -marketings

Alle Details zur SVSM und zu einer möglichen Mitgliedschaft finden Sie unter [www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch) in der Rubrik **Porträt**.



**SVSM Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement**

Wengistrasse 7 • 8004 Zürich • Telefon 044 455 56 66 • Fax 044 455 56 60  
[www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch) • [info@svsm-standortmanagement.ch](mailto:info@svsm-standortmanagement.ch)