



## **Wirtschaftsförderung: Leitfaden für Bezirke, Gemeinden, Regionen und Kanton**

**August 2006**

**Grundlage dieses Textes ist die Studie „Lösungsansätze zur Optimierung der Wirtschaftsförderung im Kanton Schwyz. Sie wurde von BHP (Beratungen Hanser und Partner) in Zusammenarbeit mit einer Arbeitsgruppe aus kantonalem Volkswirtschaftsdepartment, Regionen und Bezirken / Gemeinden erarbeitet. Auftraggeber sind der REV Rigi – Mythen, der REV Einsiedeln und die Standortförderung Höfe.**

# 1 Grundlage: Strategiekonzept Wirtschaft und Wohnen für den Kanton Schwyz

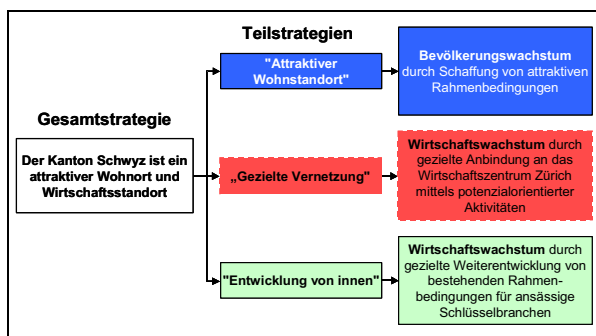
## Ausgangslage

Der Kanton Schwyz und die Schwyzer Wirtschaft sind gefordert, sich mit den globalen Umwälzungen in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft und dem schrumpfenden Wohlstandsvorsprung der Schweiz auseinander zu setzen. Der Regierungsrat des Kantons Schwyz hat deshalb gemeinsam mit verschiedenen Akteuren aus Wirtschaft und Politik seine Wirtschafts- und Wohnortpolitik überprüft und mit Blick auf zukünftige Herausforderungen ein „Strategiekonzept Wirtschaft und Wohnen für den Kanton Schwyz“ entwickelt.

## Ein Ziel – drei Teilstrategien

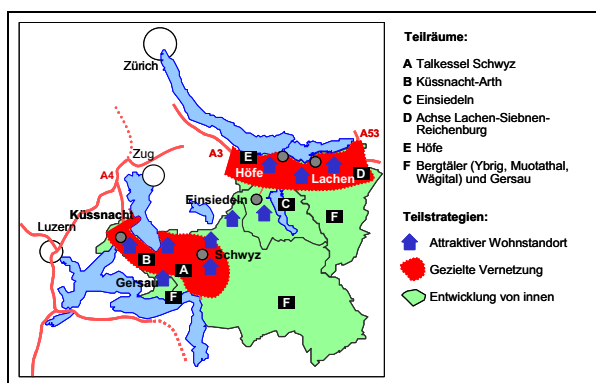
Die Strategie basiert auf der bisher verfolgten, erfolgreichen Politik, setzt jedoch zusätzliche Akzente, die aufgrund einer fundierten Analyse der Stärken, Schwächen, Herausforderungen und Chancen des Wirtschafts- und Wohnstandortes Schwyz gesetzt wurden.

Mit drei Teilstrategien soll sichergestellt werden, dass der Kanton Schwyz auch künftig ein attraktiver Wirtschaftsstandort und Wohnort ist:



## Regionale Differenzierung der Strategie

Jede Region verfügt über individuelle Voraussetzungen und Potenziale als Wohnort und als Wirtschaftsstandort. Deshalb werden die drei Teilstrategien für jede Region unterschiedlich gewichtet:



## Drei Stossrichtungen zur Umsetzung des Strategiekonzepts

Für die Umsetzung des Strategiekonzepts wurden Massnahmen formuliert, die in drei Stossrichtungen zusammengefasst sind:

### 1 Weiterführung von Bewährtem

Massnahmen zur Optimierung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für bereits ansässige und für neue Firmen; zur optimalen Ausschöpfung von Potenzialen in traditionellen Branchen; zur Schaffung von gezielten Rahmenbedingungen für die Erweiterung des Steuersubstrats; zur Sensibilisierung von Bevölkerung, Politik und Verwaltung für wirtschaftliche Zusammenhänge.

### 2 Potenzialorientierte Raumentwicklung

Die Raumentwicklung soll sich künftig stark an den vorhandenen Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialen) der einzelnen Teilräume orientieren. Die Weiterentwicklung soll dort ermöglicht werden, wo die Voraussetzungen dafür am besten sind (Wirtschaft, Wohnen, Landschaft/Natur). Zu diesem Zweck ist ein Instrumentarium zu schaffen, das eine stärker koordinierte Entwicklung des Siedlungsraumes, der Verkehrsinfrastruktur und des Landschaftsraumes erlaubt.

### 3 Optimierung der staatlichen Infrastrukturen und Leistungen

Der Kanton soll auch in Zukunft in der Lage sein, Projekte zu finanzieren, die einen hohen volkswirtschaftlichen Nutzen für die kantonale Entwicklung haben. Deshalb gilt: Bei jedem Entscheid über die Erstellung staatlicher Infrastrukturen und Leistungen stellen langfristige Kosten-Nutzen-Überlegungen ein wichtiges Kriterium dar.

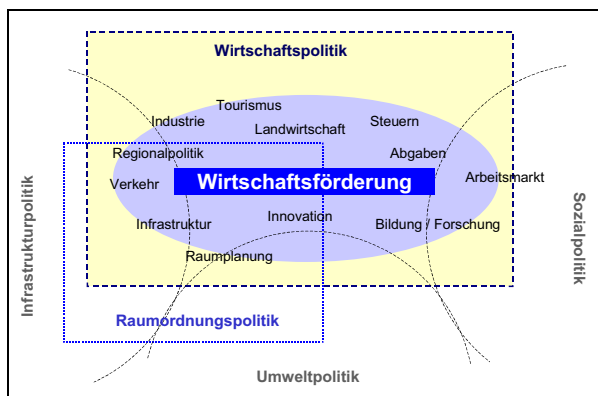
→ Bei der Umsetzung des Strategiekonzepts spielt die Wirtschaftsförderung eine Schlüsselrolle, sei es auf Ebene des Kantons, der Regionen oder der Gemeinden.

<sup>1</sup> „Strategiekonzept Wirtschaft und Wohnen für den Kanton Schwyz“, Regierungsrat des Kantons Schwyz, 15. Juli 2004

## 2 Worum geht es bei der Wirtschaftsförderung?

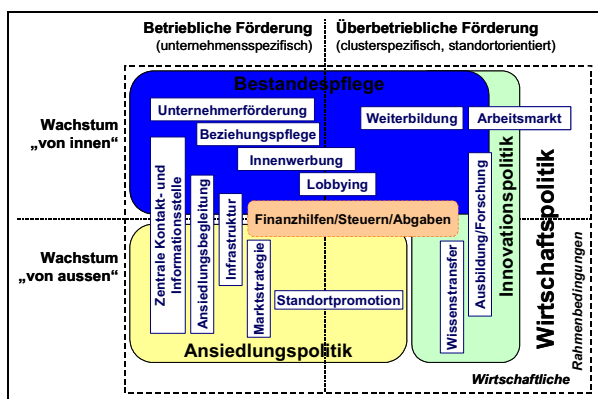
### Sachliche Einordnung

Die Wirtschaftsförderung unterstützt die Wirtschaftspolitik dabei, die Leistungs- und Wettbewerbskraft der Wirtschaft zu stärken und den Wohlstand im Kanton langfristig zu sichern. Sie tangiert verschiedene weitere Politikbereiche; Überschneidungen gibt es insbesondere mit der Raumordnungspolitik:



### Aufgabenbereiche

Die Tätigkeiten der Wirtschaftsförderung werden üblicherweise in die drei Bereiche **Bestandspflege**, **Ansiedlungspolitik** und **Innovationspolitik** eingeteilt, wobei sich diese teilweise überschneiden:



### Aufgabenbereich „Bestandspflege“

**Funktion:** Die Bestandspflege zielt einerseits darauf ab, ansässigen Unternehmen ein günstiges Umfeld für den Aufbau und die Entwicklung ihrer Geschäftstätigkeit zu bieten und die Identifikation mit dem Unternehmensstandort zu festigen. Des Weiteren unterstützt sie Massnahmen zur Stärkung der unternehmerischen Innovationsfähigkeit und pflegt einen regelmässigen Dialog mit den ansässigen Unternehmen.

Andererseits ist es Aufgabe der Bestandspflege, die Wohnqualität zu stärken und die Identifikation der Einwohnerinnen und Einwohner mit ihrem Wohnort zu fördern.

#### Kunden:

- **Key Accounts**, d.h. grosse Arbeitgeber, wichtige Steuerzahler, innovative Unternehmen, Firmen mit internationaler Ausstrahlung usw.
- **Unternehmen**, die die Unterstützung und Betreuung der Wirtschaftsförderung in Anspruch nehmen möchten
- **Wirtschaftsnahe Organisationen** (z.B. Verbände, Vermarktungsorganisationen, Partnerorganisationen) sowie **kommerzielle Dienstleistungsfirmen** (Banken, Treuhänder, Berater usw.), die im Rahmen ihrer Aktivitäten auf Informationen und Dienstleistungen der öffentlichen Hand zurückgreifen und als Mittler auf dem Markt auftreten
- **Privatpersonen**, insbesondere einkommensstarke resp. vermögende Einwohnerinnen und Einwohner
- **Staatliche Organe** wie die kantonale Verwaltung, Behörden, Gemeinden

#### Kernaktivitäten:

- **Auf Unternehmen ausgerichtete Dienstleistungen** wie Beratung, Firmenbesuche oder Kursangebote. Diese Aktivitäten liefern gleichzeitig Informationen zur Befindlichkeit der Wirtschaft und zum wirtschaftspolitischen Handlungsbedarf (**Monitoring**).
- **Kontaktpflege zu Mittlern** wie Treuhändern, Banken, Steuer- oder Unternehmensberatern usw.

*Checklisten und Beispiele im Anhang*

### Aufgabenbereich „Ansiedlungspolitik“

**Funktion:** Die Ansiedlungspolitik ist darauf angelegt, neue Unternehmen und somit zusätzliche Arbeitsplätze sowie Steuereinnahmen für einen Standort zu gewinnen. Des Weiteren wird der Zuzug neuer Einwohnerinnen und Einwohner, insb. einkommens- und vermögensstarker Personen, angestrebt.

#### Kunden:

- **Unternehmen**, die eine Ansiedlung erwägen
- **Privatpersonen**, die den Zuzug erwägen; insbesondere einkommensstarke resp. vermögende Personen

→ Der Kanton, die Regionen und die Gemeinden übernehmen bei der Wirtschaftsförderung unterschiedliche, aufeinander abgestimmte Aufgaben.

**Kernaktivitäten:**

- **Standortpromotion:** Mit der Aussenwerbung wird ein grösserer Bekanntheitsgrad in ausgewählten Zielmärkten und Zielgruppen sowie bei Organisationen/Partnern mit bedeutender Absatzmittlerfunktion angestrebt. Die Promotion erfolgt über verschiedene Kanäle (z.B. Präsenz an Branchenmessen, Internetauftritt, Standortdokumentation, Roadshows).
- **Ansiedlungsbegleitung:** Interessierte Investorenkreise oder zuzugswillige Personen werden vom ersten Kontakt mit der Wirtschaftsförderung an während des gesamten Ansiedlungsprozesses unterstützt:
  - Information und Beratung bei Neugründungen und Ansiedlungen
  - Vermittlung von Immobilien und Grundstücken
  - Kontaktvermittlung und Koordination bei Finanzierungs- und Steuerfragen sowie bei Fragen zu Bewilligungen
  - Beratung über Förderinstrumente (Bürgschaftsfonds/Bürgschaftswesen im Berggebiet)
  - Gesamtkoordination von Ansiedlungsprojekten seitens der involvierten Verwaltungsstellen

 *Checklisten und Beispiele im Anhang:*

**Aufgabenbereich „Innovationspolitik“**

**Funktion:** Die Innovationspolitik hat zum Ziel, die Entwicklung von neuen Problemlösungen zu fördern. Technologische und wissensbasierte Vorsprünge bei Produktion und Dienstleistungen fördern die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber anderen Standorten und sichern damit Beschäftigung und Einkommen.

**Kernaktivitäten:** Die Innovationspolitik kann an verschiedenen Hebeln ansetzen:

- Förderung von Forschung und Entwicklung
- Förderung des regionalen Wissenstransfers resp. des Know-how-Austausches: Pooling des regionalen Wissens sowie Vor-Ort-Angebote von Kursen und Netzwerken unter Einsatz anerkannter Personen der Region oder anerkannter Firmen
- Unterstützung bei der Bildung von regionalen Technologieschwerpunkten
- Unterstützung des Wissenstransfers von Universitäten, geeigneten Institutionen oder Firmen in bestehende Unternehmen (Förderung von Kooperationen, Forschungsaufträgen, Kursen und Weiterbildung)
- Unterstützung und Förderung des Wissenschaftsmarketings

 *Checklisten und Beispiele im Anhang*

### 3 Aufgabenteilung zwischen Kanton, Regionen und Gemeinden

#### Ausgangslage

Eine Wirtschaftsförderung, die sich in systematischer und koordinierter Form um die Bestandespflege, Ansiedlungs- und Innovationspolitik kümmerte, fehlte bisher im Kanton Schwyz. Die Zusammenarbeit und die Aufgabenteilung zwischen den Akteuren waren bislang nicht klar definiert. Unterschiedliche Verwaltungseinheiten und Organisationen bearbeiteten zum Teil die gleichen Aufgaben, eine Zusammenarbeit ergab sich jeweils situativ und in der Regel ohne konzeptionelle Grundlage.

Damit das „Strategiekonzept Wirtschaft und Wohnen für den Kanton Schwyz“ in die Realität umgesetzt werden kann, sind die entsprechenden organisatorischen Voraussetzungen zu schaffen.

#### Organisationsmodell

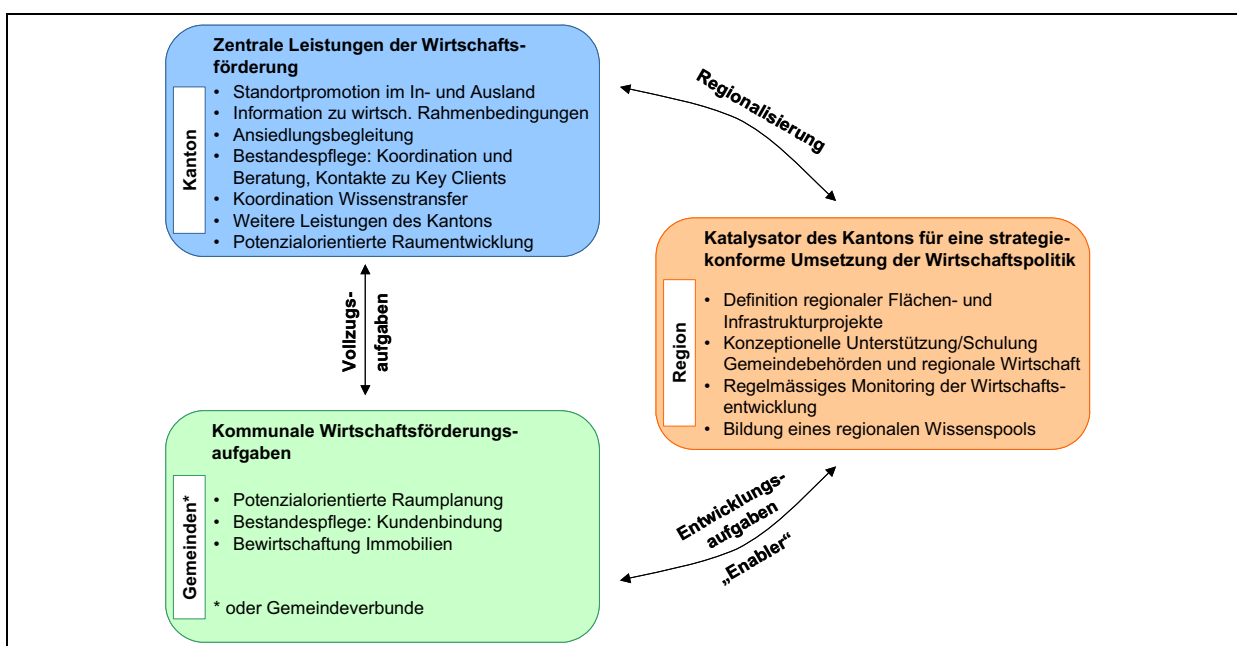
Die Umsetzung der Stossrichtungen und Massnahmen, die der Regierungsrat im Strategiekonzept festgelegt hat, erfordert die Mitwirkung auf allen Stufen: Kanton, Region und Gemeinden. Gleichzeitig ruft das Strategiekonzept nach einer flächendeckenden Organisationsform, die es erlaubt, die Entwicklung in den Gemeinden zu begleiten.

Die unten stehende Abbildung zeigt schematisch die Aufgabenteilung zwischen den Gemeinden, den regionalen Verbänden und dem Kanton.

#### Aufgaben des Kantons

Die kantonale Wirtschaftsförderung koordiniert die Wirtschaftsförderung und nimmt zentrale Funktionen der Wirtschaftsförderung wahr:

- **Standortpromotion:** Teilnahme an Investorenseminaren in Zusammenarbeit mit den Organisationen „Standort:Schweiz“ und Greater Zurich Area (GZA); Promotionstätigkeit im Zusammenhang mit der Wohnortförderung (z.B. Vermarktungsaktivitäten in den umliegenden Kantonen).
- **Begleitung von Ansiedlungen:** Beratung von interessierten Kreisen, Vermittlung von Spezialisten und Ansprechpartnern.
- **Leadership im Bereich der Bestandespflege:** Koordination der Firmenbesuche (wirtschaftlich bedeutende Unternehmen werden regelmässig von politischen Mandatsträgern des Kantons besucht); Beratung und Vermittlung von Ansprechpartnern; Aufwertung des Wohnstandortes.
- **Wissenstransfer:** Mitarbeit im Vorstand des Vereins „Innovations Transfer Zentralschweiz“ (ITZ) und in der Verwaltung des „Technologiezentrum Linth (TZL)“.
- **Immobilienbank:** Vernetzung und zweckmässige Organisation der verschiedenen bestehenden Angebote (Verzeichnis Büro- und Gewerbeflächen des Kantons, Internetangebot im Wohnbereich der Schwyzer Kantonalbank und der Region Einsiedeln).
- **Aufbau der Innenwerbung** mit dem Zweck, dass die in der Wirtschaftsförderung tätigen Organisationen und ihre Dienstleistungen auf kantonaler, regionaler und kommunaler Ebene bekannt sind.



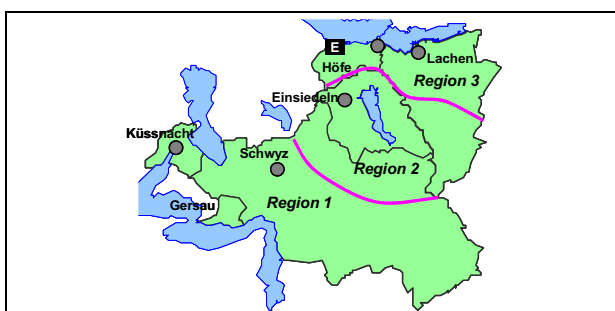
## Aufgaben der Regionen

Die Regionalverbände bieten heute neben den Aufgaben, die sie im Rahmen des Investitionshilfegesetzes für Berggebiete (IHG) wahrnehmen, auch Weiterbildungsveranstaltungen und Beratungsdienstleistungen für die regionale Wirtschaft an.

In der Wirtschaftsförderung kommt den regionalen Organisationen eine „Katalysatorfunktion“ zu, indem sie zwischen Kanton und Gemeinden eine strategiekonforme Umsetzung der Wirtschaftspolitik sicherstellen (wo keine Regionen bestehen, kann eine Gemeinde diese Aufgabe übernehmen oder können sich zu diesem Zweck Gemeindegruppen bilden):

- **Immobilienmonitoring:** Beobachten der Entwicklung der freien/verfügbaren Immobilien sowie der Immobilienpreise in den Gemeinden der Region.
- **Orten von Entwicklungspotenzialen** in den Gemeinden sowie Definition von möglichen regionalen Flächen- und Infrastrukturprojekten, mit denen die Leistungs- und Wettbewerbskraft der Region gestärkt werden kann.
- **Konzeptionelle Unterstützung** der Gemeindebehörden bei der Weiterentwicklung der Raumplanung.
- **Schulung** der Gemeindebehörden mit dem Ziel, das Verständnis für die Belange der Wirtschaft zu fördern.
- **Wissenstransfer in den Regionen:** Das Auslösen von Lernprozessen, die Vernetzung von Wissensträgern und die Förderung eigentlicher „Wissenspools“ wird in Zukunft angesichts des zusehends intensiveren Standortwettbewerbs immer wichtiger. – Beispiel: Projekt „Lernende Bergregionen der Zentralschweiz – Netzwerk Wissensregion Zentralschweiz“, das von einer Projektgruppe mit u.a. den Regionen Einsiedeln und Rigi-Mythen im Rahmen eines Pilotprojektes der Neuen Regionalpolitik umgesetzt wird.

Im Rahmen der Aufgabenteilung ist der Perimeter des Aufgabengebietes der Regionen für die spezifischen Aufgaben zu definieren (z.B. Definition von drei bis vier Regionen), so dass das gesamte Kantonsgebiet betreut werden kann. Im Folgenden ist beispielhaft eine denkbare geografische Aufteilung skizziert:



## Aufgaben der Gemeinden

In den Gemeinden und Gemeindeverbänden sind Ansprechpartner für die Wirtschaftsförderung zu definieren. In grösseren Gemeinden kann es erforderlich sein, für die Wirtschaftsförderung geeignete Gremien zu schaffen, beispielsweise in Form einer Wirtschaftskommission, einer Wirtschaftsförderungsstelle oder mit der gezielten Vergabe von Mandaten zur Standortpflege.

Zentrale Aufgaben der Gemeinden im Rahmen der Wirtschaftsförderung:

- **Sicherstellen einer potenzialorientierten Raumplanung:** strategiekonforme Bau- und Zonenordnung, d.h. Ausrichtung der Raumplanung auf eine potenzialorientierte Entwicklung (analog zu der Gewichtung der Teilstrategien der Wirtschafts- und Wohnstandortpolitik des Kantons; vgl. Kapitel 1).
- **Bestandespflege:** Regelmässige Firmenbesuche von Gemeindevertretern, um den Kontakt zu den lokalen Firmen aufzubauen und zu pflegen und über deren Anliegen im Bild zu bleiben; ggf. Information der zuständigen Stellen in der Gemeinde und beim Kanton. Zur Bestandespflege gehören des weiteren Massnahmen, die die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Wohngemeinde fördern.
- **Immobilienbewirtschaftung:** Verfügarmachen und Bewirtschaften von Grundstücken und Liegenschaften; aktive Kontaktpflege/Vernetzung mit Immobilienbesitzern und Mittlern. Beides ist für eine potenzialorientierte Wohn- und Wirtschaftsentwicklung auf Gemeindeebene unabdingbar.
- **Wohnortmarketing:** Förderung und Vermarktung der Gemeinde als Wohnort. Voraussetzungen für ein wirkungsvolles Wohnortmarketing: Fokussierung auf die Stärken als Wohnort, daraus abgeleitet klare Positionierung, eindeutige Definition der Zielgruppen sowie zielgruppengerechte Massnahmen.

 [Checklisten und Beispiele im Anhang](#)

## CHECKLISTE KONTAKTPFLEGE ZU BESTEHENDEN UNTERNEHMEN

<b>Ausgangslage A: Ein Schwyzer Unternehmen wird durch den Kanton betreut</b>	
<b>Ausgangslage</b>	Ein wichtiges Gebiet der Wirtschaftsförderung ist die Kontaktpflege zu ansässigen Unternehmen. Ziel der Kontaktpflege ist es, die Unternehmen langfristig an den Kanton Schwyz zu binden.
<b>Key Client Management Kanton Schwyz</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Der Kanton identifiziert wichtige Unternehmen. Wichtige Kriterien sind: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Höhe des Steuersubstrats</li> <li>- Anzahl Arbeitsplätze</li> <li>- Art der Arbeitsplätze</li> <li>- Branche (z.B. Zukunftstechnologien)</li> <li>- Internationale Ausstrahlung</li> </ul> </li> <li>Die so identifizierten Unternehmen werden systematisch durch die Regierung und die Wirtschaftsförderung besucht.</li> <li>Doppelspurigkeiten sollen vermieden werden, einerseits auf Ebene Regierung, andererseits auf Gemeindeebene.</li> <li>Die Wirtschaftsförderung informiert die Standortgemeinde über erfolgte Firmenbesuche.</li> </ol>
<b>Aufgaben der kantonalen Wirtschaftsförderung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifizieren der Schlüsselkunden gemäss o.e. Kriterien</li> <li>• Koordination der Besuche bei Schlüsselkunden auf kantonaler und kommunaler Ebene.</li> </ul>

<b>Ausgangslage B: Ein Schwyzer Unternehmen wird durch die Standortgemeinde betreut</b>	
<b>Ausgangslage</b>	Im Handelsregister des Kantons Schwyz sind 10 000 Firmen eingetragen. Die Wirtschaftsförderung ist somit auf die tatkräftige Unterstützung der Standortgemeinden angewiesen.
<b>Aufgaben der Standortgemeinden</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Die Gemeinde identifiziert wichtige Unternehmen. Wichtige Kriterien sind: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Höhe des Steuersubstrats</li> <li>- Anzahl Arbeitsplätze</li> <li>- Art der Arbeitsplätze</li> <li>- Branche (z.B. Zukunftstechnologien)</li> <li>- Internationale Ausstrahlung</li> </ul> </li> <li>Die so identifizierten Unternehmen werden systematisch durch die Mitglieder des Gemeinderats und/oder Standortförderungskommissionen besucht.</li> <li>Doppelspurigkeiten sollen vermieden werden, einerseits auf Ebene Regierung, andererseits auf Gemeindeebene.</li> <li>Die Gemeinden koordinieren die Besuche nach Absprache mit der kantonalen Wirtschaftsförderung.</li> </ol> <p><u>Ideen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuzuzügerabend für juristische Personen (Networking-Anlass).</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Massgeschneiderte Einladung für besonders wichtige Unternehmer (Nachtessen / Theaterbesuch / Opernbesuch mit Vertretern des Gemeinderats etc.).</li> <li>• Referate (z.B. über Innovationen, Trends, Steuerthemen): Netzwerk der Wirtschaftsförderung nutzen.</li> <li>• Proaktive Betriebsbesuche</li> <li>• Tischmessen / Gewerbeschauen: Netzwerk der Wirtschaftsförderung nutzen.</li> </ul>
--	---

<b>Ausgangslage C: Eine natürliche Person wird durch die Standortgemeinde betreut</b>	
<b>Ausgangslage</b>	Natürliche Personen tragen wesentlich zum Steuersubstrat der Gemeinden bei. Die Wohngemeinde soll natürliche Personen mit hohem Steueraufkommen betreuen, damit sich die Person / Familie wohl fühlt und längerfristig in der Gemeinde ihren Wohnsitz beibehält.
<b>Aufgaben Gemeinden</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifizieren wichtiger Steuerzahler.</li> <li>2. Entwickeln eines Key Client Management für natürliche Personen</li> </ol> <p><u>Ideen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuzuzügerabend für natürliche Personen.</li> <li>• Massgeschneiderte Einladung für besonders wichtige Steuerzahler (Nachtessen / Theaterbesuch / Opernbesuch mit Vertretern des Gemeinderats etc.).</li> <li>• Geschenke für besonders wichtige Steuerzahler (einheimisches Handwerk, Literatur über den Kanton Schwyz etc.).</li> </ul>

<b>Kontakt details kantonale Wirtschaftsförderungsstelle</b>	
<b>Leiterin</b>	Joana Filippi
<b>Telefon</b>	041 819 16 13 (direkt) 041 819 16 55 (Sekretariat)
<b>Fax</b>	041 819 16 19
<b>Mail</b>	joana.filippi@sz.ch
<b>Internet</b>	www.schwyz-wirtschaft.ch



## CHECKLISTE ANSIEDLUNGSANFRAGEN

<b>Ausgangslage A: Investorenanfrage an den Kanton</b>	
<b>Ausgangslage</b>	Der Kanton erhält eine Anfrage von einem potenziellen Investor, der sich für den Kanton Schwyz als Unternehmensstandort interessiert
<b>Phasen eines „idealtypischen“ An siedlungs-Prozesses gemäss Ausgangslage A</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Der Kunde informiert sich über generelle Aspekte des Wirtschaftsstandorts Schweiz (Internet, Seminare, Broschüren etc.).</li> <li>2. Der Kunde nimmt mit der kantonalen Wirtschaftsförderung Kontakt auf (per Brief/Fax, per Mail, per Kontaktformular auf der Webpage, telefonisch, persönlich an einem Seminar, durch einen Mittler)</li> <li>3. Erste Informationen fliessen innerhalb von 24 Stunden von der Wirtschaftsförderung zum Kunden</li> <li>4. Rückfragen des Kunden</li> <li>5. Terminvereinbarung</li> <li>6. In der Regel lässt der Kunde vor dem Gesprächstermin der Wirtschaftsförderung einen Businessplan zukommen</li> <li>7. Erste Gesprächsrunde mit der Wirtschaftsförderungsstelle des Kantons</li> <li>8. Offene Fragen werden für den Kunden abgeklärt; bei Bedarf werden Termine mit weiteren Akteuren der Verwaltung, mit externen Spezialisten (Treuhand, Immobilienverwalter etc.) und mit kommunalen Behörden vereinbart</li> <li>9. Falls nötig: zweite Gesprächsrunde, bei Bedarf mit Spezialisten (s. Punkt 8); falls nötig und gewünscht werden Immobilien oder Grundstücke evaluiert</li> <li>10. Offene Fragen werden für den Kunden abgeklärt</li> <li>11. Gründung im Kanton Schwyz oder Wahl eines anderen Standortkantons</li> <li>12. Nachbetreuung</li> <li>13. Bei einer Ansiedlung: Kontaktpflege im Rahmen der Betreuung von ansässigen Unternehmen</li> <li>14. Information der Standortgemeinde durch die Wirtschaftsförderung</li> </ol>
<b>Aufgaben der kantonalen Wirtschaftsförderung im An siedlungsprozess (je nach Kundenbedürfnis)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beratung Standortfaktoren / Standortwahl / Gesellschaftswahl</li> <li>• Aufbereitung Informationsmaterial</li> <li>• Spezifische Abklärungen (z.B. bei Ämtern, Spezialisten etc.)</li> <li>• Unterstützung bei Bewilligungen (Arbeits- und Aufenthaltsbewilligung, Baubewilligungen etc.)</li> <li>• Zusammenstellen Immobilien- / Grundstückangebot</li> <li>• Abklärungen mit den Steuerbehörden</li> <li>• Involvieren des Arbeitsinspektorats</li> <li>• Vermitteln von Kontakten zu Spezialisten (Banken, Treuhand etc.)</li> <li>• weitere Dienstleistungen gemäss Kundenbedürfnis</li> </ul>
<b>Bemerkung</b>	Gewisse Punkte (z.B. Punkte 4, 10, 12) können sich mehrfach wiederholen.

<b>Ausgangslage B: Investorenanfrage an eine Gemeinde</b>	
<b>Ausgangslage</b>	Die Gemeinde erhält eine Anfrage von einem potenziellen Investor, der sich für die Gemeinde als Unternehmensstandort interessiert
<b>Phasen eines „idealtypischen“ Ansielungs-Prozesses gemäss Ausgangslage B</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Die Gemeinde nimmt mit der Wirtschaftsförderungsstelle des Kantons Kontakt auf.</li> <li>2. Die Wirtschaftsförderungsstelle betreut den Kunden gemäss Ausgangslage A unter Einbezug der vom Kunden gewünschten Standortgemeinde.</li> <li>3. Der weitere Ablauf entspricht den Phasen 3 – 13 der Ausgangslage A.</li> </ol>

<b>Kontaktdetails kantonale Wirtschaftsförderungsstelle</b>	
<b>Leiterin</b>	Joana Filippi
<b>Telefon</b>	041 819 16 13 (direkt) 041 819 16 55 (Sekretariat)
<b>Fax</b>	041 819 16 19
<b>Mail</b>	joana.filippi@sz.ch
<b>Internet</b>	www.schwyz-wirtschaft.ch
<b>Hilfsmittel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Handbuch für Investoren Kanton Schwyz</li> <li>- Tat-Sachen für Investoren (seco)</li> <li>- Handbuch für Investoren (seco)</li> <li>- <a href="http://www.schwyz-wirtschaft.ch">www.schwyz-wirtschaft.ch</a> (u.a. auch Zugang zu den Immobilien- und Grundstückplattformen)</li> <li>- <a href="http://www.standortschweiz.ch">www.standortschweiz.ch</a> (Homepage der Direktion für Standortförderung des seco)</li> </ul>

## CHECKLISTE IMMOBILIENANFRAGEN

<b>Ausgangslage A: Immobilien- / Grundstückbesitzer hat freie Geschäftsliegenschaft / Industriegrundstück</b>	
<b>Ausgangslage</b>	Der Kanton pflegt unter <a href="http://www.schwyz-wirtschaft.ch">www.schwyz-wirtschaft.ch</a> eine Immobilienplattform für Geschäftsliegenschaften, die mit der Immobilienseite der Schwyzer Kantonalbank verknüpft ist. Die Benutzung der Plattform ist für Anbieter und Suchende kostenlos. Ein Immobilienanbieter (Privat, Verwaltung, Immobiliengesellschaft, Gemeinde, Genossame etc.) verfügt über eine freie Geschäftsimmobilie / Industriegrundstück und wendet sich an den Kanton.
<b>Ausgangslage A1: Selbsterfasser</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Der Kunde erfasst das Inserat über die Homepage der SZKB selbst.</li> <li>2. Der Kunde mutiert und pflegt seinen Inserateeintrag nach Bedarf selbst.</li> </ol>
<b>Ausgangslage A2: Erfassung des Inserats durch das VWD (kostenlos)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Das Inserat wird (Montag, Dienstag und Freitag) in die Datenbank aufgenommen, mutiert und/oder gelöscht.</li> <li>2. Wenn das Inserat eingegeben ist, wird eine Detailansicht ausgedruckt und dem Kunden per Post zugestellt.</li> <li>3. Falls der Kunde Änderungen und/oder Ergänzungen hat, kann er dies der Wirtschaftsförderung per Fax, E-Mail oder Telefon mitteilen.</li> <li>4. Zirka alle drei Monate werden alle Kunden, die einen Eintrag über die Wirtschaftsförderung erfassen liessen, angeschrieben und angefragt, ob der Eintrag noch aktuell ist.</li> <li>5. Falls die Immobilie oder das Grundstück vermietet sind, sollte dies der Wirtschaftsförderung unverzüglich mitgeteilt werden, damit die Löschung des Inserates erfolgen kann.</li> </ol> <p><u>Wichtig:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Eintrag durch die Wirtschaftsförderung ist kostenlos.</li> <li>• Erfolgte der Eintrag über die Wirtschaftsförderung, so kann der Kunde am Inserat selbst keine Mutationen vornehmen.</li> <li>• Es werden nur Geschäftsimmobilien / Industriegrundstücke berücksichtigt.</li> </ul>
<b>Aufgaben der kantonalen Wirtschaftsförderung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfassen der Inserate</li> <li>• Periodisches Nachfassen bei den Inserenten, um die Aktualität der Einträge zu überprüfen.</li> </ul>
<b>Aufgaben der Gemeinden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunden auf die Immobilienplattform aufmerksam machen.</li> <li>• Melden von freien Immobilien und Grundstücken oder direktes Erfassen der Angebote.</li> </ul>

<b>Ausgangslage B: Immobilieninserat aus Zeitung</b>	
<b>Ausgangslage</b>	Die Wirtschaftsförderung überprüft die Lokalpresse im Kanton Schwyz sowie den Tagesanzeiger und die Neue Zürcher Zeitung auf Immobilienangebote aus dem Kanton Schwyz.
<b>Ausgangslage B</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jeden Tag werden die oben erwähnten Zeitungen auf Inserate durchgesehen.</li> <li>2. Die Wirtschaftsförderung kontrolliert, ob das Inserat bereits auf der SZKB Homepage eingegeben ist. Wenn nicht, wird das Inserat erfasst.</li> <li>3. Wenn das Inserat eingegeben ist, wird eine Detailansicht ausgedruckt und diese per Post dem Inserenten zur Information und zur Überprüfung zugestellt.</li> <li>5. Zirka alle drei Monate werden alle Kunden, deren Inserat über die Wirtschaftsförderung erfasst wurde, angeschrieben und angefragt, ob der Eintrag noch aktuell ist.</li> <li>6. Änderungen, Ergänzungen und Löschungen werden durch die Wirtschaftsförderung vorgenommen.</li> </ol>

<b>Kontaktdetails</b>	
<b>Leiterin</b>	Joana Filippi
<b>Sachbearbeiterin</b>	Sonja Schilter
<b>Telefon</b>	041 819 16 55
<b>Fax</b>	041 819 16 19
<b>Mail</b>	sonja.schilter@sz.ch
<b>Internet</b>	www.schwyz-wirtschaft.ch
<b>Hilfsmittel</b>	Die Maske mit den Eingabemöglichkeiten kann bei der Wirtschaftsförderung bezogen werden.

## Checkliste Wissensvermittlung für KMU

<b>Ausgangslage</b>	Die ständige Qualifizierung aller Mitarbeiter/innen eines Unternehmens stellt eine entscheidende Herausforderung dar,
<b>Ziel</b>	Verfügbares Wissen soll den KMU des Kantons Schwyz in nächster Nähe und in verständlicher Sprache angeboten werden.
<b>Angebote</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Unternehmensgespräche: Sensibilisieren für ein wichtiges Thema und regen zur Vertiefung an</li> <li>2. Impulsseminare / Workshops: Bieten im Betrieb umsetzbares Wissen an</li> <li>3. Förderung von Wissensnetzwerken: Wissensaustausch zwischen Unternehmen, Bewohnern einer Region</li> <li>4. Einzelbetriebliche Wissensvermittlung in den verschiedensten Bereichen</li> <li>5. Tätigkeit im Gründercenter</li> </ol>
<b>Aufgaben-Verteilung</b>	
Kanton	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Koordiniert die Angebote: jährliche Anbieterkonferenz</li> <li>◆ Vertritt Interessen des Kantons in den Organisationen der Wissensvermittlung</li> </ul>
Regionen (REV)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Bieten Unternehmergegespräche / Workshops an</li> <li>◆ Bauen regionale Wissensnetzwerke auf</li> <li>◆ Stellen Kontakte zu Wissensvermittlern her</li> <li>◆ Erstellen Übersicht über verfügbare Angebote</li> </ul>
Wissenstransferstellen (ITZ / Linth)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Stellen den Unternehmen das gewünschte Wissen zur Verfügung</li> <li>◆ Organisieren Wissenspartnerschaften mit Hochschulen und Forschungsstätten</li> </ul>
Technologiezentrum Steinen	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Stellt Neuunternehmern Raum und Betreuung zur Verfügung</li> <li>◆ Berät Firmen v.a. in den Bereichen Technologie, Innovation und Diversifikation</li> <li>◆ Fördert Informationsaustausch zwischen Wirtschaft und Wissenschaft</li> </ul>
Private Anbieter	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Bieten vertiefte Kurse zu einzelnen Themen an</li> </ul>
Wirtschaftliche Organisationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Übernehmen die Kommunikation der Angebote und treten als Mitorganisatoren auf</li> </ul>

<b>Adressen</b>	<p>Wirtschaftsförderung Kanton Schwyz  Joana Filippi  Bahnhofstr. 15 / PF 1180  CH – 6431 Schwyz  Tel 041 819 16 55 / Mail: joana.filippi@sz.ch  Internet: www.schwyz-wirtschaft.ch</p> <p>REV Einsiedeln oder REV Rigi – Mythen  Klaus Korner  Birkenweg 7 / CH – 8840 Einsiedeln  Tel 055 412 34 89 /  Mail: info@region-einsiedeln.ch oder info@rigi-mythen.ch  Internet: www.region-einsiedeln.ch oder www.rigi-mythen.ch</p> <p>Technologiezentrum Steinen  Frauholzstrasse 9b / CH-6422 Steinen  Tel. +41 (0)41 832 16 03  Mail: steinen@technologiezentrum.ch  Internet: www.technologiezentrum.ch</p> <p>Technologiezentrum Linth  Ziegelbrückstrasse 82 / Postfach / CH-8866 Ziegelbrücke  Tel. +41 (0)55 617 38 88  Mail: info@tzi.ch  Internet: www.technologiezentrum.ch</p> <p>InnovationsTransfer Zentralschweiz (ITZ)  Technikumstrasse 21 / CH-6048 Horw  Tel. +41 (0)41 349 50 60  Mail: transfer@itz.ch  Internet: www.itz.ch</p> <p>MCCS AG  Postfach 730 / CH-6060 Sarnen  Tel. +41 (0)41 672 75 60  E-Mail: info@mccs.ch  Internet: www.mccs.ch</p>
-----------------	--

# Gemeindestrategie

<b>Ausgangslage</b>	Wirklicher Handlungsspielraum eröffnet sich in der Politik erst in einem langfristigen Zeitraum (10 - 15 Jahre). Zudem besteht immer wieder die Gefahr, dass sich einzelne Politikbereiche widersprechen. Deshalb erarbeitete die Schwyzer Regierung eine Strategie zu Wirtschaft und Wohnen. Den Gemeinden und Bezirken wird empfohlen für ihre Tätigkeit ein ähnliches Führungsinstrument zu erarbeiten.
---------------------	--

<b>Vorgehen</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Ausgangsanalyse:</b> Sie beantwortet im wesentlichen die folgenden Fragen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welches sind die Stärken der Gemeinde?</li> <li>- Welches sind die Schwächen der Gemeinde?</li> <li>- Wo bieten sich Chancen aus der übergeordneten Entwicklung?</li> <li>- Wo drohen Gefahren aus der übergeordneten Entwicklung?</li> </ul> </li> <li>2. <b>Ziele:</b> Sie umfassen <ul style="list-style-type: none"> <li>- eine Leitidee, wo sich die Gemeinde langfristig positioniert (1 Satz)</li> <li>- die ca. 5 wichtigsten Zielsetzungen</li> </ul> </li> <li>3. <b>Strategie:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Will die Gemeinde vor allem Wohnort oder Wirtschaftsstandort oder beides sein?</li> <li>- Sieht die Gemeinde eher ein Wachstum aus eigener Kraft oder durch Zuwanderung?</li> </ul> <p>Die Strategie sollte sich auf die Vorgaben des Kantons abstützen.</p> </li> <li>4. <b>Stossrichtungen und Massnahmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In welchen Bereichen setzen wir für die Umsetzung der Strategie an (Raumplanung, Schule, Wirtschaftsförderung usw.)</li> <li>- Welche Ziele streben wir in den einzelnen Bereichen an?</li> <li>- Wer macht wann was?</li> </ul> </li> <li>5. <b>Jährlicher Aktionsplan:</b> Legt die Aktivitäten für das laufende Jahr fest.</li> <li>6. <b>Controlling:</b> Im Sinne einer laufenden Planung stellt der Gemeinderat die Zielerreichung fest, nimmt ev. Korrekturen bei den Stossrichtungen vor und legt den neuen Aktionsplan fest.</li> </ol>
-----------------	--

<b>Aufgaben</b>	
Kanton	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Setzt Strategie Wirtschaft und Wohnen um</li> <li>- Erarbeitet Richtlinien für potenzialorientierte Raumordnung</li> </ul>
Region	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berät Gemeinden über das methodische Vorgehen</li> <li>- Ortet Entwicklungspotenziale für ihr Gebiet</li> </ul>
Gemeinde	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erarbeitet eine langfristige Strategie und setzt sie um</li> <li>- Setzt potenzialorientierte Raumordnung um</li> </ul>

## Stadt- oder Ortsmarketing

<b>Ausgangslage</b>	Stadt- oder Ortsmarketing ist ein modernes Managementinstrument für eine ganzheitliche Stadt- oder Ortsentwicklung. Es versucht die Aktivitäten aller städtischen Akteure (Unternehmen, Behörden, Organisationen usw.) an den Bedürfnissen der Kunden (Konsumenten, Investoren, Bürger, Besucher, Schüler usw.) zu orientieren. Es handelt sich um einen dauernden Kommunikationsprozess, von dem niemand ausgeschlossen ist.
<b>Ziele</b>	Ziele eines Stadtmarketings können sein: <i>Gegen aussen:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Image der Stadt verbessern / steigern</li> <li>- Stadt nach aussen als einzigartig und unverwechselbar zu positionieren (USP)</li> </ul> <i>Gegen innen:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lebens-, Wohn-, Freizeit-, Aufenthalts- und Wirtschaftsqualität steigern</li> <li>- Identifikation der Bevölkerung mit dem Ort verbessern</li> <li>- Mehr Kaufkraft, Kunden- und Gästebindung anstreben</li> <li>- Arbeitsplätze halten und gezielt schaffen</li> <li>- Mehr Steuereinnahmen durch florierende Betriebe erzielen</li> </ul>
<b>Vorgehen</b>	Es gibt kein fertiges Rezept, wie ein Stadtmarketingprozess angeschoben und durchgeführt wird. Möglich ist: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktivkreis bilden: möglichst viele Meinungsbildner einbeziehen, welche sich hinter das Projekt stellen</li> <li>- Zukunftsmoderationen: Mit Interessierten die Zukunftsfragen erarbeiten</li> <li>- Stärken- Schwächenprofile erarbeiten und in der Bevölkerung abtesten</li> <li>- Zielsetzungen und konkrete Massnahmen mit Wirtschaft, Gemeindevertretern, Bevölkerung, Vereinen, Jugend usw. erarbeiten</li> <li>- In Teamarbeit die verschiedenen, konkreten Massnahmen erarbeiten</li> </ul> Neben dem inhaltlichen Prozess ist rasch die Trägerfrage zu klären.

<b>Aufgaben</b>	
Kanton	Keine
Region	Ev. Beratung in der Startphase
Gemeinde	Positive Begleitung; Orientierung der eigenen Tätigkeit auf die Bedürfnisse der Kunden.
<b>Hinweise</b>	In Einsiedeln besteht bereits ein Dorfmarketing mit einer entsprechenden Organisation. Zurzeit bauen Lachen und Schwyz ein entsprechendes Projekt auf.