

## 830 Standortmarketing

### Sachliche Probleme

Die verfassungsrechtliche Grundlage des sog. Standortmarketings ist in der Kantonsverfassung gegeben und gewährt Kanton und Gemeinden relativ grossen Handlungsspielraum. Der Regierungsrat hat für die Standortpolitik und das Standortmarketing Aargau folgende Prioritäten festgelegt (vgl. Stabsstelle für Wirtschaftsfragen/Aargau Services, März 2000):

1. Bestandespflege ansässiger Unternehmen
2. Unterstützung von in- und ausländischen Investoren, die von sich aus eine Ansiedlung am Standort Aargau planen oder anstreben
3. Förderung einheimischer Neugründungen
4. gezielte (clusterbezogene) Akquisition von Unternehmen im Ausland

Von einem umfassenden und kundengerechten Standortmarketing profitieren sowohl die interessierten und investitionswilligen Unternehmen wie auch die gesamte Aargauer Wirtschaft. Die komplexe Aufgabe kann im Verbund von Gemeinden, Regionen, dem Kanton sowie in Zusammenarbeit mit der regionalen Wirtschaft (z.B. mit Branchenverbänden) meist professioneller und effizienter erfüllt werden, als wenn Gemeinden ein individuelles Standortmarketing aufbauen. Für eine Verbundlösung auf regionaler Ebene sprechen insbesondere folgende Argumente:

- Die für ein Unternehmen relevanten Standortfaktoren, die je nach Art, Grösse und Vorhaben des Unternehmens unterschiedliches Gewicht haben können, lassen sich zum Teil nur auf Stufe der Region oder des Kantons wirksam beeinflussen.
- Die spezifischen Bedürfnisse eines Investors können im Rahmen eines koordinierten Gesamtauftritts einer Region professioneller und in der Regel kostengünstiger abgedeckt werden als bei einem Alleingang einzelner Gemeinden. Besondere Aufmerksamkeit verdienen kurze Kommunikationswege (z.B. eine Anlaufstelle nach dem Prinzip des «One-Stop-Shop»). Von Seiten des Kantons Aargau ist die Stabsstelle für Wirtschaftsfragen («Aargau Services») ein wichtiger Ansprechpartner.

### Lösungsansatz Verein Regionales Standortmarketing

Zum Zweck eines schlagkräftigen regionalen Standortmarketings kann ein privatrechtlicher Verein (Art. 60 ZGB) gegründet werden, dem verschiedene Gemeinden und weitere interessierte Organisationen (z.B. regionale Handelskammer, Regionalplanungsgruppe, Industrie- und Handelsverein, Tourismusverband) beitreten können. Die Initiative dazu kann von einer beliebigen Institution ausgehen.

Hauptzielsetzung ist die Erhaltung bzw. die Steigerung der regionalen Attraktivität als Wohnort und als Wirtschaftsstandort. Im Vordergrund stehen oft folgende Aktivitäten:

- Optimierung der für die Wirtschaft und die Wohnbevölkerung relevanten Rahmenbedingungen auf regionaler Ebene (höhere Bildungsangebote, Steuern, Verkehrsverbindungen etc.).
- Erarbeiten bzw. Umsetzen einer umfassenden regionalen Marketingstrategie unter Einbezug der verschiedenen Hauptakteure (Wirtschaft, öffentliche Hand etc.).
- Errichten einer regionalen Informations- und Kontaktstelle, um ansässigen und zuzugswilligen Unternehmen und Personen einen umfassenden Service in sämtlichen interessierenden Fragen zu bieten.

Die Gemeinden beteiligen sich an den Vereinsaktivitäten finanziell und inhaltlich im Rahmen der festgelegten Statuten (vgl. unten).

### Aufgabe

### Vorteile einer regionalen Zusammenarbeit

### Zweck

Das Recht räumt Vereinen einen hohen Grad an Organisationsfreiheit ein, so dass der Verein in seiner inneren Ausgestaltung weitgehend frei ist (vgl. Ausführungen im einleitenden allgemeinen Teil dieses Leitfadens). Genannt seien an dieser Stelle lediglich folgende Aspekte:

- Die Organe des Vereins sind die Mitgliederversammlung oder an deren Stelle die Delegiertenversammlung (fakultativ, zum Zwecke der Vereinfachung bei zahlreichen Mitgliedern), der Vorstand und die Kontrollstelle. Die Vereinsstatuten können je nach Bedarf auch weitere Organe (Geschäftsführung, Ausschüsse etc.) vorsehen.
- Aufgaben und Zuständigkeiten der einzelnen Organe sind in den Vereinsstatuten genau zu definieren.
- Je nach kapitalmässiger Beteiligung können einzelnen Mitglied-Gemeinden mehr als nur ein Stimmrecht bzw. das Recht zur Delegation von Gemeindevertretern in den Vorstand oder in die Kontrollstelle zuerkannt werden.
- Besonderer Sorgfalt bedarf es bei den Bestimmungen über den Austritt einzelner Vereinsmitglieder (Fristen, vermögensrechtliche Konsequenzen etc.).

Aufbau und Betrieb eines regionalen Standortmarketings erfordern bedeutende finanzielle Mittel. Ein besonderes Augenmerk gilt deshalb sowohl in der Gründungsphase als auch in der Phase des Betriebes der Finanzierungsfrage: Welche potenziellen Mitglieder beteiligen sich finanziell wie stark und für welchen Zeitraum an welchen Vereinsaktivitäten? Zugesicherte Kofinanzierungsanteile der einzelnen Mitglieder sowie allfällige Regelungen bezüglich Kosten und Leistungserfassung sind verbindlich festzuhalten.

## Organe, Statuten

## Finanzierung

## Referenzen

---

### Kontaktadresse:

Aargau Services  
Standortmarketing  
Herr Dr. Walter Cadosch  
Telli-Hochhaus, 5004 Aarau  
Telefon 062 835 24 40, Fax 062 835 24 19  
E-Mail: aargau.services@ag.ch  
www.aargauservices.ch

### Kontaktadressen für Beispielprojekte:

Forum Fricktal  
Herr Gerhard Thönen  
Laufenplatz 145, 5080 Laufenburg  
Telefon 062 874 47 40, Fax 062 874 47 41  
E Mail: info@fricktal.ch  
www.fricktal.ch

zofingenregio marketing  
Regionalzentrum Kustorei  
Herr Markus Müller  
Thutplatz 19, Postfach, 4800 Zofingen  
Telefon 062 745 91 44, Fax 062 745 91 05  
E-Mail: markus.mueller@zofingenregio.ch  
www.zofingenregio.ch