

# Der Weg der Besten

Aufstieg im Gemeinde-Ranking

Leseprobe

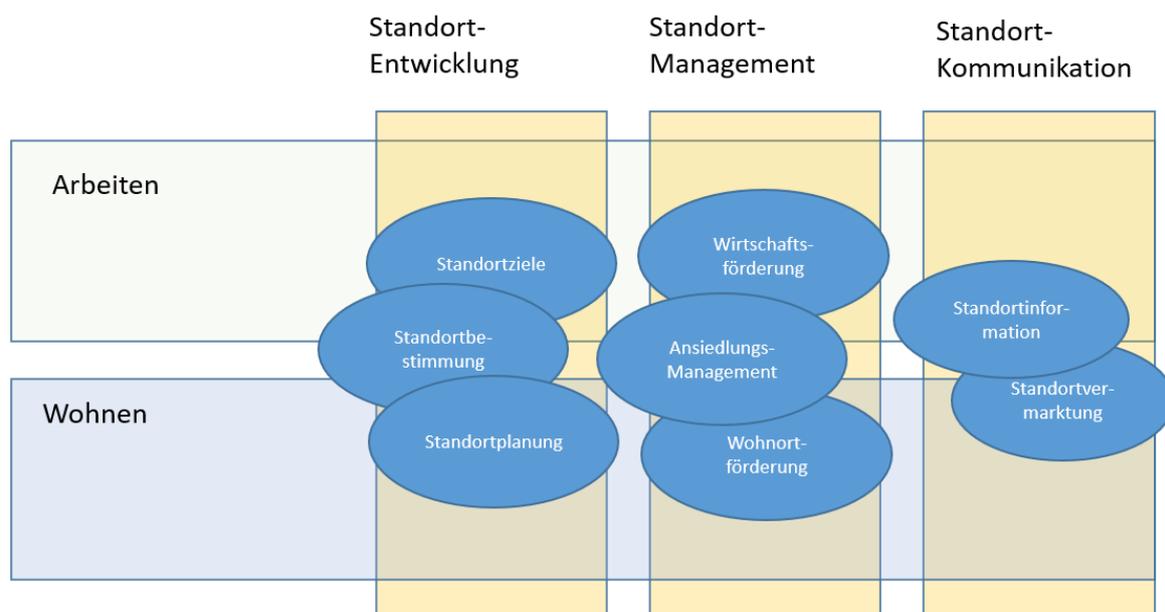


Von Bruno Hofer, Hofer Kommunalmanagement AG

## Einleitung: Der Kommunal-Selbstcheck

Jede Gemeinde hat zu tun mit zwei Feldern: Arbeiten und Wohnen. Handlungsbedarf gibt es in drei Bereichen: Standort-Entwicklung, Standort-Management und Standort-Kommunikation. In diesen drei Bereichen wirken insgesamt 8 Funktionen: Standortbestimmung, Standortziele und Standortplanung im Bereiche Standort-Entwicklung. Ansiedlungsmanagement, Wirtschaftsförderung und Wohnortförderung im Bereich Standort-Management. Und Standortinformation und Standortvermarktung im Bereich Standort-Kommunikation. Die folgende Grafik der Methode des Systemischen Kommunalmanagements (SysKom®) veranschaulicht die Zusammenhänge.

## Funktionen des Kommunalmanagements



Der wesentliche Vorteil dieser Methode liegt darin, dass sie wesentlich kostengünstiger ist als herkömmliche Projekte zur Standortförderung. Die Standardisierung erlaubt Effizienzgewinne und ein rascheres Handeln. Sie ist ein Gamechanger in Sachen Dienstleistungsangebote zur Standortförderung.

Wir werden nun im Rahmen des Folgenden die 8 Funktionen von SysKom® näher kennenlernen.

Gemeindeverantwortliche greifen mit Interesse zum Gemeinderating, das jährlich im Sommer in der Weltwoche veröffentlicht wird. Natürlich werden dessen Grundlagen arg in Zweifel gezogen. Allerdings vor allen dann, wenn die eigene Gemeinde nicht so weit vorne im Rating steht, wie erhofft. Ansonsten gilt es schon oft als Richtschnur. Und im Gemeinderating aufsteigen ist sicher ein Ziel. Wie schafft man das? Sicher zum einen durch eine Selbsterforschung zur Klärung der Ausgangslage.

Ist Ihre Gemeinde gut unterwegs? Die Herausforderungen sind ja gross. Zum einen ist das Tagesgeschäft zu bewältigen und das ist keine leichte Aufgabe. Alle wollen irgendetwas. Es geht um Arbeitsplätze, Verkehrserschliessung, Ladensterben, Kantonsvorhaben und vieles mehr. Viele Ziele sollten erreicht werden: Die Gemeinde sollte nachhaltig sein, finanziell stabil, ein guter Dienstleister, strategisch in die Zukunft blicken, attraktiv für Unternehmer und Familien sein, für die Jugend aber auch für Menschen im vorgerückten Alter. Man sollte in Ratings gut platziert sein oder wenigstens nicht Ränge verlieren. Die Versorgung ist wichtig mit Geschäften und Dienstleistungen. Und dann sind ja schon bald wieder Wahlen! Herkulisch, die Aufgabe, nicht wahr? Was tun? Tun wir das richtige? Tun wir das richtige richtig?

Machen Sie doch einfach mal kurz diesen Kommunal-Selbstcheck. Drucken Sie diese Seite hier unten aus und setzen Sie sich mit einer Tasse Kaffee oder Tee einfach mal hin. Nehmen Sie dann einen Bleistift oder einen Kugelschreiber in die Hand (ein Filzstift geht auch, aber es muss ein dünner sein ☺) und machen Sie einen Kreis um jede Nummer, die noch Verbesserungsbedarf generieren könnte. Die Frageliste folgt keiner Struktur. Mit Absicht. Es soll eine Denkhilfe sein, eine Anregung. Und: Sie ist keinesfalls abschliessend.

1. Hat Ihre Gemeinde eine Standortförderstrategie?
2. Sind Branchen im Griff?
3. Ist verfügbares Bauland mobilisiert?
4. Gibt es genügend Firmenansiedlungen?
5. Sind diese Firmenansiedlungen innovativ?
6. Werden neue Firmen willkommen geheissen? In welcher Form?
7. Sind Firmen untereinander vernetzt? Kennen sie die Angebote von Zulieferern genügend gut?
8. Schaffen Firmen gemeinsam Synergien? zB. Einkaufsgemeinschaften?
9. Besteht ein fixer Prozess mit Reporting für den Umfang mit Ansiedlungsanfragen?
10. Ist die Webseite der Gemeinde eine Werbebotschafterin für den Standort?
11. Sind räumliche Entwicklungsperspektiven für Wachstumsfirmen vorhanden?
12. Werden Leerstände bei Gewerbeliegenschaften kommuniziert?
13. Weiss die Gemeinde genug über die Struktur der Wirtschaft?
14. Wird eine Befragung durchgeführt für Wegzuger aller Art und umgekehrt?
15. Gefällt es den Firmen am Standort?
16. Findet eine gute Leistungskommunikation statt über Taten der Standortförderung?
17. Finden die Jungen eine Leerstelle bei ansässigen Firmen oder pendeln sie weg?
18. Ist Co-Working ein aufstrebendes Thema?
19. Sind die Kernbotschaften des Standortes genügend deutlich definiert und auf der Gemeinde-Webseite sichtbar gemacht?
20. Sind Firmen extern Botschafter für den Standort?
21. Geben Firmen bekannt, es gefalle ihnen am Standort?
22. Berichten Zeitungen in Stories über den Standort? Gibt es einen Newsflow, Story Telling?
23. Besteht eine Power Point Präsentation der Gemeinde über die Standortqualität die Firmen abgegeben werden kann?
24. Sind die Gemeindemitarbeiter optimal fit gemacht für den Umgang mit der Kundschaft? Telefon, Mail etc.
25. Gibt es strategische Initiativen für eine wirtschaftliche Entwicklung des Standortes?
26. Ist der Prozess für Bewilligungen so schnell wie es möglich ist?
27. Ist bekannt, wie der Standort in den Medien ankommt?
28. Gibt es Abwanderungen von Firmen oder Bewohnern?

29. Gibt es eine auf der Webseite sichtbare Person mit Foto als Anlaufstelle für Fragen von ortsansässigen Unternehmen? Ist diese Anlaufstelle bekannt?
30. Finden Besuche der Top-Firmen regelmässig statt und werden diese vor- und nachbereitet?
31. Werden Firmen am Standort von offizieller Seite gelobt? Wird ihnen gedankt für die Treue?
32. Werden gute Firmennachrichten in der Region wahrgenommen? Sind die Foren genügend?
33. Sind die besten Vorzeigefirmen auf unserer Gemeinde-Webseite präsent?
34. Sind Einwohnerinnen und Einwohner glücklich? Erleben Sie Willkommenskultur, Unterstützung, Information, Mitmach-Gelegenheiten, Anlässe.
35. Sind alle Altersstufen abgeholt?
36. Besteht ein wahrnehmbares Wir-Gefühl bei den Einwohnenden?
37. Ist die Bekanntheit des Standortes genügend hoch?
38. Erfahren Bewohner und Firmen regelmässig genug über die Gemeinde? Wird gut informiert?
39. Ist die Gemeinde vernetzt in Sachen Standortförderung? Mit der Region, mit dem Kanton?

Haben Sie die Liste abgearbeitet? Gut gemacht! Wenn Sie keine Kreise gezeichnet haben, dürfen Sie getrost zur Tagesordnung übergehen. Sonst natürlich auch, wenn sie wollen. Aber ich bin sicher, Sie nehmen die Kreise mit und stellen Sie intern zur Diskussion. Den ersten Schritt zur Entwicklung haben Sie damit ja dann bereits getan.

Wie man in acht Schritten zur perfekten Gemeinde gelangt

Schritt 1:

Zuerst bedarf es einer Standortbestimmung. Wo steht die Gemeinde in den verschiedenen Ratings? Das Weltwoche-Gemeinderating beispielsweise beleuchtet die Bereiche Wohnen, Arbeitsmarkt, Bevölkerung, Steuerbelastung, Erreichbarkeit, Versorgung und Sicherheit. Wie sieht es im Vergleich zu den Konkurrenzgemeinden aus?

Schritt 2:

Diese Standortbestimmung ist zweitens zu spiegeln an den gemeindeinternen Leitbildern und Visionen. Die Frage: In welche Richtung will sich eine Gemeinde entwickeln, kommt damit ins Spiel. Es geht um die Standortziele. Wohin soll die Reise gehen?

Schritt 3:

Nun kann drittens die Standortplanung in Angriff genommen werden. Sie geschieht unter Bezugnahme auf die Resultate der Standortbestimmung und unter Berücksichtigung der Standortziele. Jetzt geht es um konkrete Massnahmen. Was ist zu tun? Braucht es Public Affairs Projekte, um Anliegen zur Verbesserung von Rahmenbedingungen durchzusetzen?

Schritt 4:

Wenn all diese Grundlagen geschaffen sind, geht es darum, den Standort im Alltag zum Erfolg zu führen. Hier setzt dann das Tagesgeschäft ein. Dazu braucht es zuallererst als Schritt Nummer vier ein

effektives und effizientes Ansiedlungsmanagement, das dafür sorgt, dass sich Firmen und Menschen in unserer Gemeinde überhaupt ansiedeln.

Schritt 5:

Anschliessend sorgt fünftens eine umfassend strukturierte und eingespielte Wirtschaftsförderung mit einem Fächer von Massnahmen dafür, dass die Angekommenen der Wirtschaftswelt sich wohl fühlen. Dazu bedarf es der Bestandespflege, die auch für schon länger hier angesiedelte Unternehmen von grosser Bedeutung ist.

Schritt 6:

Was für Firmen gilt, ist gleichermassen sechstens auch für die Wohnortförderung zentral. Menschen sollen sich hier wohl fühlen, heimisch sein und keine Wünsche sollen offenbleiben. Es braucht Einrichtungen der Versorgung, der Freizeitgestaltung, ein Vereinsleben und Sehenswürdigkeiten und Events.

Schritt 7:

In Schritt sieben geht es dann darum, die Standortvorteile ordentlich in Szene zu setzen und Standortvermarktung zu betreiben. Hierzu können Kampagnen angesagt sein, oder auch Massnahmen von niederschwelliger Intensität. Vor allem aber geht es darum, die Gemeindefachstelle als Instrument der Standortförderung in Schwung zu bringen.

Schritt 8:

Und zu guter Letzt ist es achtens auch ganz wichtig, dafür zu sorgen, dass die Standortinformation gegenüber Wirtschaft und Gesellschaft stimmig ist. Es braucht Instrumente der Mitbestimmung, des Einbezugs sowohl der Wirtschaft als auch der Gesellschaft. Und die Alltagskommunikation muss stimmig sein und darf der Standortvermarktung nicht zuwiderlaufen.

Wer diese acht Schritte beherrscht, hat gute Voraussetzungen, in den Gemeinderat aufzusteigen.

Wie man das konkret tut?

Mit dem systemischen Kommunalmanagement, der von Hofer Kommunalmanagement AG entwickelten Methode, erhalten Sie eine erfolgversprechende Arbeitsgrundlage, die zu den gewünschten Resultaten führt.