

Evaluation der Standortpromotion der Wirtschaftsförderung Kanton Bern

Ergebnisbericht

Bern, 27.01.2006

**Institut für Marketing und
Unternehmensführung
Institutsdirektor
Prof. Dr. Harley Krohmer**

**Engenhaldenstrasse 4
CH-3012 Bern
Tel.: +41 (0)31 631 8031**

Email: prof.krohmer@imu.unibe.ch

Inhaltsverzeichnis

A. Ziele der Untersuchung und Vorgehensweise

B. Zentrale Ergebnisse

1. Analyse der Rahmenbedingungen für die WFB

- Analyse der Rahmenbedingungen für Unternehmen im Kanton Bern: Vergleich mit anderen Standorten in Europa und der Schweiz
- Analyse der für Unternehmen relevanten Standortkriterien und Bewertung des Kantons Berns im Hinblick auf diese Kriterien

2. Evaluation der Strategie und der Aktivitäten der WFB

- Bewertung der strategischen Ausrichtung in Bezug auf die Zielmärkte
- Bewertung der Zielgruppendefinition (Branchen, Firmengrößen)
- Bewertung des Budgetumfangs sowie der Budgetverteilung
- Beurteilung des aktuellen Standortpromotionsauftritts

3. Beurteilung von Effektivität und Effizienz der Agenten

- Agentensystem als Instrument zur Akquisition von Firmenneuan siedlungen
- Analyse des Erfolgs und des Mitteleinsatzes der Agenten
- Bewertung der Vergütung der Agenten

1. Systematische Sammlung und Analyse bestehender Daten (Sekundärdatenanalyse)

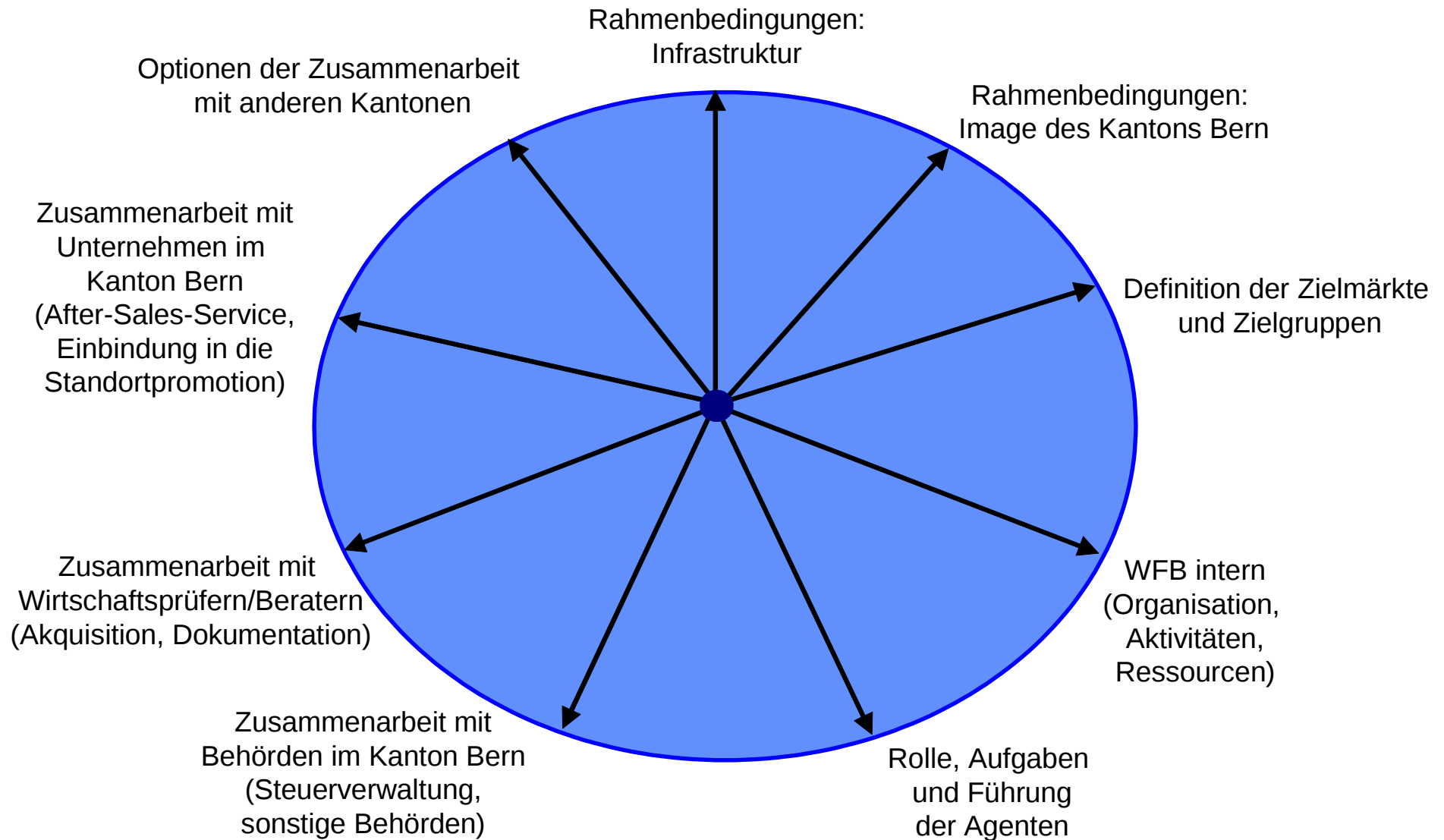
- Allgemeine Statistiken
- Spezielle Berichte zur Wirtschaftsförderung

2. Eigenständige Untersuchung

- Analyse interner Daten der WFB (z.B. Neuansiedlungen von Unternehmen, Verträge, Budgets und Aktivitäten der Agenten)
- Analyse der von der WFB eingesetzten Kommunikationsmedien (z.B. Internetauftritt, Broschüren, DVD)
- Durchführung von 14 Gesprächen mit 13 Experten (persönlich durch Prof. Krohmer jeweils unterstützt durch einen wissenschaftlichen Assistenten):
 - 5 Gespräche mit Unternehmen
 - 4 Gespräche mit Multiplikatoren (Wirtschaftsprüfer und Anwälte)
 - 5 Gespräche mit Vertriebsagenten der WFB (D, F, I, USA)

- Als Standort in der Schweiz gute internationale Wettbewerbsfähigkeit des Kantons Bern im internationalen Standortwettbewerb.
- Im interkantonalen Wettbewerb im objektiven Gesamtprofil nur durchschnittliche Wettbewerbsposition des Kantons Bern.
- Angesichts der aufgezeigten Schwächen/Wettbewerbsnachteilen des Kantons Bern wichtige Rolle der WFB für die Neuansiedlung von Unternehmen.
- Relativ gute Effizienz der Aktivitäten der Wirtschaftsförderung im interkantonalen Vergleich.

Überblick über die im Rahmen der eigenen Untersuchung bewerteten Aspekte



- Kontinuierliche Verbesserung der Rahmenbedingungen für Firmenneuansiedlungen erforderlich → Ziel: Verbesserung des „Produktes“ Bern (Aufgabe von Politik, Verwaltung, Wirtschaft, keine Kernaufgabe der WFB).
- Zentrale Ansatzpunkte: höhere Marktorientierung der Berner Behörden (z.B. bessere Zusammenarbeit der verschiedenen Behörden, unbürokratischere Prozesse und bessere Nutzung von Ermessensspielräumen zugunsten der Firmen bei Verhandlungen zu Neuansiedlungen) sowie der Ausbau des Flughafens und der internationalen Schule.

- Fokus auf Cluster sinnvoll (z.B. Cluster Medizinaltechnik), bei der Akquisition im Einzelfall Flexibilität wichtig: bei vorhandenem Potential auch Neuansiedlungen von Firmen ausserhalb der Cluster.
- Potential bei Ansiedlung von europäischen Hauptverwaltungen (Headquarter): branchenübergreifender Ansatz sinnvoll mit Fokus auf Grossunternehmen.
- Stärkere Fokussierung auf die USA und Frankreich empfehlenswert: aus diesen Ländern überdurchschnittlich hohe und wachsende Direktinvestitionen in der Schweiz. Deutschland weiterhin wichtiger Zielmarkt. Überdenken des Engagements in Italien (aus Italien nur unterdurchschnittlich hohe und stagnierende Direktinvestitionen in der Schweiz).
- Beobachtung neuer Zielmärkte nicht zu vernachlässigen (z.B. Benelux-Staaten, China, Indien, Japan, Seco-Testmärkte).

- Insgesamt positive Bewertung der WFB auf Basis der Analysen und durchgeführten Gespräche: gute Effizienz der Aktivitäten der WFB und sehr hohe Akzeptanz bei den Zielgruppen (Unternehmen/Interessenten für Firmenneuansiedlungen).
- Vor dem Hintergrund der Zielsetzung, mehr Neuansiedlungen zu realisieren, stärkerer Fokus auf die Gewinnung und die intensivere Betreuung neuer Anfragen für Firmenansiedlungen (Leads) erforderlich.
- Hierfür bessere Ressourcenausstattung und die Personalaufstockung speziell für die Standortpromotion erforderlich (entweder Erhöhung des Budgets für die Wirtschaftsförderung oder Höhergewichtung der Standortpromotion im Budget der Wirtschaftsförderung).
- Genügend freie Kapazitäten der Standortpromotion für die Betreuung von Leads erforderlich, um neue Ansiedlungen zu realisieren
→ Konzentration der Standortpromotion auf Akquisitionsaufgaben.

- Lokale Repräsentanten Berns vor Ort in den internationalen Ländermärkten sehr wichtig: gute Kenntnis der spezifischen Anforderungen und Gegebenheiten der Ländermärkte.
- Neukonzeption des Agentensystems empfehlenswert (z.B. erfolgsorientiertere Vergütung), um die Zahl der generierten Leads/Kontakte zu Unternehmen mit Interesse an Neuansiedlung zu steigern.

- Stärkere Unterstützung der Ziele der WFB durch die Steuerverwaltung und durch die sonstigen Behörden erforderlich.
- Etablieren marktorientierter Denkweisen und einfachere Prozesse in diesen Behörden empfehlenswert.
- Bessere Nutzung der bestehenden Spielräume bei steuerlichen Aspekten (z.B. Steuervergünstigungen, Veranlagung, Besteuerung von Expatriates, Spesenregelungen) und bei sonstigen Entscheidungen der Behörden (z.B. Arbeits- und Aufenthaltsgenehmigungen für aussereuropäische Angestellte).

- Wirtschaftsprüfer und Berater: sehr wichtige Zielgruppe mit grossem Einfluss auf die internationalen Standortentscheidungen von Unternehmen.
- Intensivierung der bisherigen guten Zusammenarbeit der WFB mit dieser Zielgruppe empfehlenswert.
- Hierfür zusätzliche Personalressourcen bzw. Managementkapazitäten erforderlich.

- „After-Sales-Service“ bei bereits angesiedelten Unternehmen sehr wichtig für deren Zufriedenheit und für die Weiterempfehlung des Kantons gegenüber Interessenten für Ansiedlungen (Multiplikatorenrolle) → Ausbau des „After-Sales-Service“ empfehlenswert.
- Multiplikatorenpotential bereits angesiedelter Unternehmen durch die WFB bereits gut genutzt, Ausbau empfehlenswert.

- In den letzten Jahren Trend hin zu Allianzen zwischen den Wirtschaftsförderungen der Schweizer Kantone.
- Nach eingehender Analyse möglicher Allianzen Berns mit anderen Kantonen/Wirtschaftsförderungen: Eingehen einer formalen Allianz aktuell nicht empfehlenswert, insbesondere auch wegen anstehender Veränderungen auf Bundesebene.
- Statt dessen enge Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern in einem Netzwerk empfehlenswert.

Wichtigste Handlungsempfehlungen für die internationale Standortpromotion

Politische Ziele (z.B. Neuansiedlungen
versus Betreuung bereits angesiedelter Unternehmen)



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!