

Wirtschaftsraum Bern

Fachlich fundierte Analyse zur Ermittlung von Handlungsempfehlungen für die Steigerung der Standortattraktivität

Bachelor Thesis

eingereicht im Rahmen des Studienganges	Bachelor of Science in Business Administration
vorgelegt von	Oliver Oberlin Antonio Scapoli
im Fachgebiet	Bachelor Thesis
Referent Korreferent	Prof. Urs Graf Ulrich Seewer
Datum des Einreichens	14. Mai 2013

Management Summary

Ausgangslage

Am 03. November 2013 reichte der Berner Stadtrat, Bernhard Eicher, eine Motion mit dem Titel „Wirtschaftsstandort Bern: Fachlich fundierte und politisch neutrale Analyse“ ein. Der Auftrag, diese Analyse zu erstellen, wurde der Organisation WIRTSCHAFTSRAUM BERN übertragen. Auf Anfrage der Autoren wurde die Erarbeitung der Analyse weitergeleitet, um diese im Rahmen einer Bachelor Arbeit vorzunehmen.

Zielsetzung

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es eine SWOT-Analyse inklusive Handlungsempfehlungen für den Wirtschaftsstandort Bern zu erstellen.

Ergebnis

In Bezug auf die harten Standortfaktoren ist der Wirtschaftsstandort Bern gegenüber seinen Hauptkonkurrenten innerhalb der Schweiz wettbewerbsfähig. In den Bereichen des Lohn- und Mietzinsniveaus sowie der Immobilienpreise bietet der Standort Bern die besten Rahmenbedingungen für die Unternehmen. Hingegen ist im Vergleich mit den anderen Wirtschaftsstandorten in der Schweiz und Freiburg i.B. in Deutschland, die hohe Steuerbelastung der natürlichen Personen ein Wettbewerbsnachteil.

Der Wirtschaftsstandort Bern hat das Image ein grüner Standort zu sein und ein grosses Kulturangebot zu besitzen. Zudem wird die Freundlichkeit und die Arbeitseinstellung der Wohnbevölkerung als sehr positiv empfunden. Auf der anderen Seite sind der Ruf als statischer und rückständiger Standort, das Image als Beamtenstadt und nicht typischer Wirtschaftsstandort, Schwächen. Eine der Herausforderungen für den Wirtschaftsstandort Bern ist es, den Standort als dynamischen, lebensfreundlichen und grünen Standort zu positionieren. Dazu gehört auch, den Ruf der Hochschulen und der Forschungseinrichtungen zu verbessern. Weiter sollen die auszubauenden Cluster genau definiert und die Tätigkeiten der Wirtschaftsförderung auf diese Gebiete konzentriert werden. Dabei sind die bereits ansässigen Unternehmen nicht zu benachteiligen und die Diversifikation aufrecht zu erhalten. Ausserdem ist das internationale Umfeld in Bern mit gezielten Massnahmen zu pflegen, damit der Standort für Internationale Unternehmen interessanter wird.

Die Resultate der Arbeit wurden aus tiefgründigen Literatur- sowie Internetrecherchen gewonnen. Zudem wurden insgesamt acht Unternehmen befragt. Fünf davon haben ihren aktuellen Standort im Wirtschaftsraum Bern. Die anderen befragten Unternehmen stammen aus dem Kanton Luzern, Zug und Zürich.

Inhalt

1. Ausgangslage	5
1.1. Motionstext	5
1.2. Antwort des Gemeinderats.....	6
2. Standortmarketing	6
2.1. Warum Standortmarketing?	6
2.2. Raumhierarchie im Standortmarketing	7
3. Relevante Akteure im Schweizer Standortmarketing	8
3.1. Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement	9
3.2. Greater Geneva Berne Area	9
3.3. Hauptstadtregion Schweiz	10
3.4. Standortförderung Kanton Bern	10
3.5. WIRTSCHAFTSRAUM BERN – Der Auftraggeber.....	11
3.5.1. Organisation	11
3.5.2. Dienstleistungen	12
3.5.3. Strategische Ausrichtung	12
3.6. Regionalkonferenz Bern-Mittelland	13
3.6.1. Teilkonferenz Wirtschaft.....	13
4. Inhaltliche Abgrenzung	13
4.1. Auftrag und Ziel	13
4.2. Geographische Abgrenzung	14
4.3. Methodik	15
4.4. Interviews	16
5. Standortfaktoren	19
5.1. Harte und weiche Standortfaktoren	19
5.2. Die verschiedenen Standortfaktoren	20
5.2.1. Harte Standortfaktoren	20
5.2.2. Weiche Standortfaktoren.....	24
6. Standortanalyse	25
6.1. Angebotsanalyse	26
6.1.1. Relevante Standortfaktoren für Zielgruppen	26
6.1.2. Stärken und Schwächen des Wrb	28
6.2. Imageanalyse	31
6.3. Umfeldanalyse	32
6.3.1. Steuern, Abgaben und Subventionen	32
6.3.2. Flächenverfügbarkeit.....	34
6.3.3. Verkehrsanbindung	35
6.3.4. Nähe zu Zulieferern.....	38
6.3.5. Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen – wissenschaftliche Kooperationsmöglichkeiten.....	38
6.3.6. Qualität und Quantität des Arbeitsangebotes	41
6.3.7. Regionaler Absatzmarkt.....	41
6.3.8. Verwaltungsflexibilität und -geschwindigkeit	42
6.3.9. Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen	42
6.3.10. Lohnniveau	43
6.3.11. Immobilienpreise und Mietzinsniveau	44
6.4. Marktanalyse	46
6.4.1. Zielgruppen.....	46
6.4.2. Bedürfnisse der Zielgruppen	47
6.4.3. Entscheidungsträger in einem Unternehmen.....	48
6.4.4. Entscheidungskriterien für einen Standort	48
6.5. Konkurrenzanalyse	48
6.5.1. Vergleichsstandorte.....	48
6.5.2. Vergleich CH-Standorte	50
6.5.3. Vergleich zu Freiburg i.B.	53

6.5.4.	Auf welche Zielgruppen konzentrieren sich die Konkurrenten?	56
6.5.5.	Stärken und Schwächen der Konkurrenzstandorte.....	65
7.	SWOT-Analyse	66
7.1.	Beeinflussung der Chancen durch Stärken und Schwächen	67
7.2.	Beeinflussung der Gefahren durch Stärken und Schwächen	70
8.	Handlungsempfehlungen.....	73
8.1.	Imageaufbau.....	73
8.2.	Cluster	74
8.3.	Internationalität fördern.....	75
9.	Fazit.....	76
9.1.	Kritische Würdigung.....	76
9.1.1.	Repräsentativität.....	76
9.1.2.	Vorgehensweise	76
9.1.3.	Endergebnis	77
9.2.	Metakognitive Reflexion.....	77
Deklaration.....	79
10.	Quellen.....	80
10.1.	Literatur	80
10.2.	Online-Artikel.....	80
10.3.	Internet.....	82
10.4.	Gesetze.....	91
10.5.	Interviews	91
10.6.	Interne Dokumente	92
11.	Abbildungsverzeichnis	93
12.	Abkürzungsverzeichnis	94

1. Ausgangslage

1.1. Motionstext

Am 03. November 2011 reichte die FDP-Fraktion um den Berner Stadtrat Bernhard Eicher die Motion mit dem Titel „Wirtschaftsstandort Bern: Fachlich fundierte und politisch neutrale Analyse“ ein.

Der Motionstext lautet folgendermassen:¹

Sämtliche grossen Lokal-Parteien sind sich wohl einig: Die Stadt Bern bildet das wirtschaftliche Zentrum des Kantons Bern. Auch darf davon ausgegangen werden, dass ein Grossteil der Parteien ein fundamentales Interesse an einer wirtschaftlichen Weiterentwicklung unserer Stadt hat. Soweit die Gemeinsamkeiten.

Sehr unterschiedlich werden allerdings die wirtschaftlichen Stärken und Schwächen Berns, respektive die Chancen und Risiken, für unsere Stadt beurteilt. Die Urteile stützen sich häufig auf persönliche Erfahrungen und politische Präferenzen. Entsprechend wäre es für künftige Diskussionen hilfreich, eine fachlich fundierte und politisch neutrale Einschätzung der wirtschaftlichen Situation von Bern zu erhalten.

Diese soll helfen, die seit Jahren blockierte Diskussion um den Wirtschaftsstandort Bern zu entkrampfen, zu entideologisieren und Raum für neue Ideen sowie gemeinsame Tätigkeiten zu schaffen. Damit die Analyse tatsächlich vom Vorwurf politisch motivierter Aussagen verschont bleibt, soll sie durch Fachspezialisten erstellt werden.

Der Gemeinderat wird deshalb beauftragt:

1. Eine externe Analyse über die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Wirtschaftsstandortes Bern (SWOT-Analyse²) inkl. Handlungsempfehlungen erstellen zu lassen (Auswahl externer Partner mittels Ausschreibung gemäss öffentlichem Beschaffungswesen).
2. Bei der Analyse soll nicht nur die Meinung von ansässigen Betrieben, Verbänden und Behörden eingeholt werden, sondern auch von untenstehenden Unternehmungen:
 - a. Unternehmen, die den Standort Bern verlassen haben

¹ Stadt Bern (2013a).

² S = Strengths; W = Weaknesses; O = Opportunities; T = Threats; Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

- b. Ansässige Unternehmen, welche grosse Investitionen ausserhalb von Bern tätigen
 - c. Unternehmen, welche sich für den Standort Bern interessieren, letzten Endes aber doch andernorts niedergelassen haben
3. Die Analyse inkl. Handlungsempfehlungen der Öffentlichkeit sowie dem Stadtrat zur Kenntnis zu bringen.

1.2. Antwort des Gemeinderats

Der Gemeinderat erachtete das Anliegen des Motionärs, eine fachlich fundierte Analyse des Wirtschaftsstandortes Bern ausarbeiten zu lassen, mit der Antwort vom 16. Mai 2012, als berechtigt. Er bestätigte zudem, dass tatsächlich keine wissenschaftliche SWOT-Analyse existiere, welche objektive Schlüsse auf die Standortqualität und die Wettbewerbsfähigkeit der Region Bern zulässt. Allerdings sollen sich aus bereits vorhandenen renommierten Arbeiten wissenschaftlich erhärtete Aussagen dazu ableiten lassen.

Entgegen des Auftrages gemäss der Motion war der Gemeinderat der Meinung, dass in Anbetracht der begrenzten finanziellen Mittel diese Arbeit nicht an einen externen Partner mittels Ausschreibung vergeben werden soll. Aus diesem Grund wurde das Wirtschaftsamt beauftragt, um aus den vorliegenden Untersuchungen, eine politisch neutrale Synthese zu erstellen und daraus Handlungsempfehlungen sowie Massnahmen abzuleiten.³

2. Standortmarketing

Aus der oben beschriebenen Motion resultiert ein Auftrag zur Erstellung einer SWOT-Analyse inklusive Handlungsempfehlungen. Dieses Aufgabengebiet ist dem Standortmarketing zu zuordnen, welches im folgenden Kapitel beschrieben wird.

2.1. Warum Standortmarketing?

Um Unternehmen zu akquirieren und sie im eigenen Gebiet anzusiedeln, reichen heute eine günstige Kostenstruktur und eine moderne Infrastruktur nicht mehr aus. Von den Wirtschaftsregionen wird eine hohe Professionalität und Kundenorientierung gefordert.⁴

Durch den globalen Wettbewerb werden Standorte austauschbar. Dazu führen der Abbau von Handels- und Investitionsbarrieren, die Entwicklung von Kommunikations- und Informationstechnologie, sinkende Transportkosten sowie flexiblere Organisationsformen. Aus

³ Stadt Bern (2013a).

⁴ Röthig u.a. (2011, S. 5).

diesem Grund benötigen Standorte ein einzigartiges und wettbewerbsfähiges Profil. Dies erreichen sie, indem die Kernkompetenzen gebündelt werden.⁵

Das oberste Ziel des Standortmarketings ist es, einen kontinuierlichen Zuwachs an Arbeitsplätzen, Einwohnern und Steuerzahlern zu schaffen und den Bestand zu halten.⁶

2.2. Raumhierarchie im Standortmarketing

Standortmarketing wird auf verschiedenen Ebenen praktiziert. Normalerweise werden diese durch politische Strukturen bestimmt, wie z. B. im Falle von Gemeinden, Städten, Kantonen, Ländern oder Ländergemeinschaften. Grössere Regionen, die eine hohe innere ökonomische Vernetzung und eine hohe Mobilität von Gütern und Personen innerhalb ihrer Grenzen aufweisen, können als Wirtschaftsräume definiert werden, auch wenn sie sich über politische Grenzen erstrecken.⁷

Die Abbildung 1 gibt eine Übersicht, auf welchen Ebenen in der Schweiz Standortmarketing betrieben wird. Zudem ist ersichtlich, welcher Organisation dies in Bezug auf die Schweiz und den Raum Bern entspricht. Zusätzlich zu den aufgeführten Räumen kann in der Schweiz noch die kantonale Ebene hinzugefügt werden. Für den Kanton Bern ist dies die Standortförderung des Kantons Bern.

Wirtschaftsräume, Kantone, Regionen und Städte treten auch als Marke auf, wenn es um das Erreichen von Entwicklungszielen geht. Diese Ziele dienen der eigenen Identifikation und geben die Stossrichtung vor, in welcher die Regionen mittel- bis langfristig arbeiten. Anhand der Entwicklungsziele, hat jede Region die Aufgabe Standortmarketing zu betreiben.⁸

Das Standortmarketing, welches eine Region betreibt, sollte mit den eigenen Bedürfnissen, Kapazitäten und der Nachfrage der Unternehmen übereinstimmen. Die Bedürfnisse der Unternehmen werden via Marktforschung erfasst. Die eigenen Bedürfnisse sollen mit den Kapazitäten und Branchenvorteile der Region übereinstimmen.⁹

⁵ Gubler/Möller (2006, S. 25).

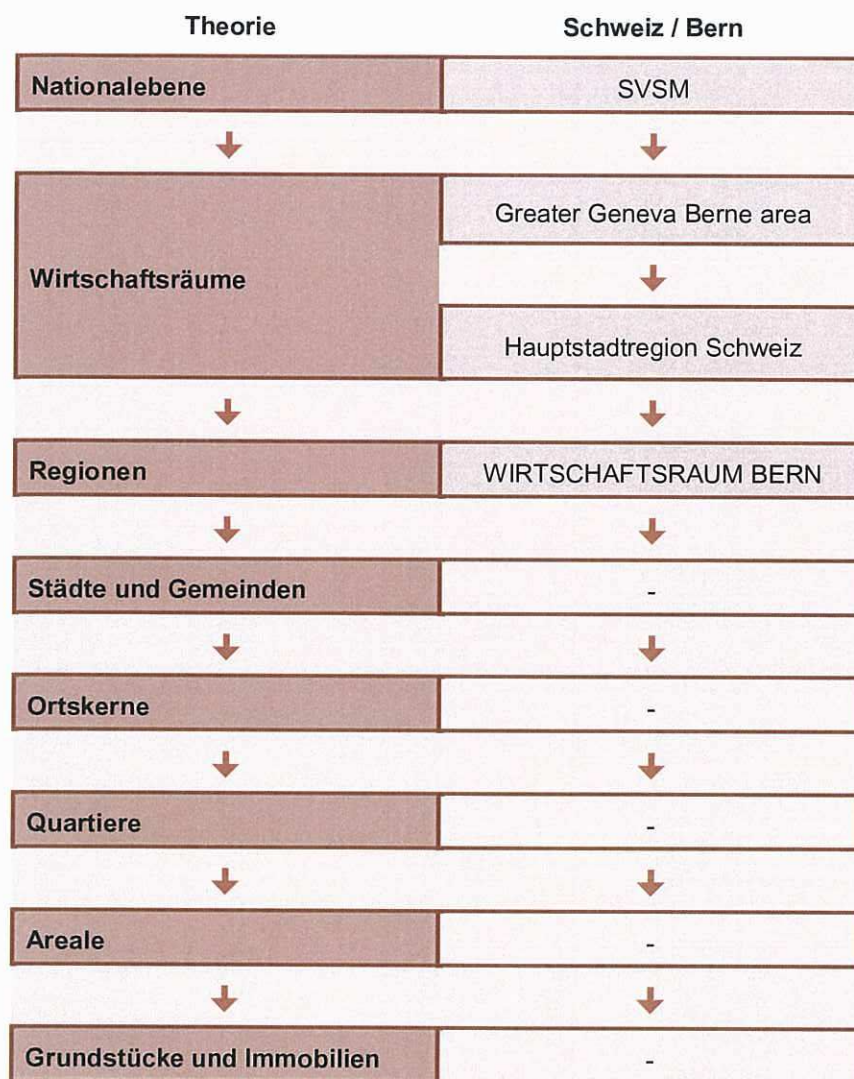
⁶ Gubler/Möller (2006, S. 15).

⁷ Gubler/Möller (2006, S. 42).

⁸ Röthig u.a. (2011, S. 15-16).

⁹ Röthig u.a. (2011, S. 19).

Abbildung 1: Raumhierarchie im Standortmarketing



Quelle: Gubler/Möller (2006, S. 42) und eigene Ergänzungen.

3. Relevante Akteure im Schweizer Standortmarketing

Öffentliche Organisationen wie Gemeinden, Kantone und der Bund sind daran interessiert, möglichst attraktive Rahmenbedingungen für Unternehmen anzubieten. Vor allem für die Gemeinden ist es nicht sinnvoll und effizient, ein eigenständiges Standortmarketing zu betreiben. Deshalb werden Organisationen gebildet, welche die Bedürfnisse der Gemeinden sammeln und deren Interessen vertreten. Nachfolgend werden mehrere relevante Organisationen, welche den Raum Bern beinhalten, aufgeführt.

3.1. Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement

Für das Standortmanagement, Standortmarketing, sowie die Siedlungsentwicklung in der Schweiz, ist seit dem Jahr 1998 die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement (SVSM) verantwortlich. Die SVSM verfolgt Ziele in den Bereichen Lehre, Forschung und Praxis. Sie setzt sich für einen interdisziplinären Austausch zwischen Organisationen, Standortverantwortlichen und Beratern ein. Die SVSM will die Professionalisierung des Standortmarketings fördern und ist Ansprechpartnerin für Fragen in diesem Bereich.¹⁰ Mitglieder der SVSM sind Gemeinden, Städte und Hochschulen.¹¹ Die Mitgliedschaft ist freiwillig.

3.2. Greater Geneva Berne Area

Die Greater Geneva Berne Area (GGBa) ist ein Verbund der Wirtschaftsförderung der Kantone Bern, Fribourg, Genf, Neuenburg, Waadt und Wallis.¹² Das oberste Ziel der Organisation ist es, im Ausland ansässige Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Aktivitäten in der Schweiz möglichst schnell und unkompliziert aufnehmen zu können.¹³ Die GGBa akquirierte bisher Unternehmen aus acht Ländern. Unter anderem in den Branchen Präzisionsindustrie, Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT), Medizintechnik, Energie- und Umwelttechnik, Dienstleistungen, Luxus und Design.¹⁴

In der nachfolgenden Abbildung, sind neben der GGBa, weitere verwandte Organisationen ersichtlich. Die Organisationen sind auf der Ebene der Grossregionen für die Standortpromotion verantwortlich und unterstützen die Unternehmen bei der Standortevaluation und der Ansiedlung.¹⁵

¹⁰ SVSM (2013a).

¹¹ SVSM (2013b).

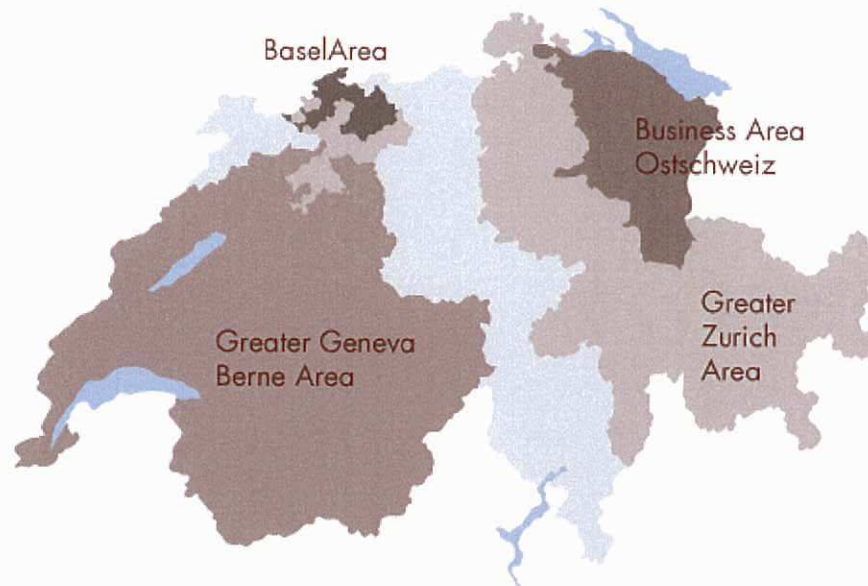
¹² Ansiedlung Schweiz (2013a).

¹³ Greater Geneva Berne area (2013a).

¹⁴ Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern (2013a).

¹⁵ Ansiedlung Schweiz (2013b).

Abbildung 2: Grossregionen für Wirtschaftsräume in der Schweiz



Quelle: Ansiedlung Schweiz (2013b).

3.3. Hauptstadtregion Schweiz

Damit die Schweiz als Wirtschaftsregion international konkurrenzfähig bleibt, setzt sich der Verein der Hauptstadtregion Schweiz für die wirtschaftliche Entwicklung, die Lebensqualität und das Wohlergehen der Bevölkerung ein. Der Verein der Hauptstadtregion Schweiz ist für Teilgebiete der Kantone Bern, Fribourg, Neuenburg, Solothurn und Wallis tätig.

Ziel des Vereines ist, die Hauptstadtregion zu vernetzen und mit anderen internationalen Metropolen wettbewerbsfähig zu bleiben. Zudem setzt sich der Verein der Hauptstadtregion für die Weiterentwicklung der in der Region bestehenden Cluster ein. Die Hauptstadtregion Schweiz soll als nationales Zentrum von Politik und Verwaltung erkannt werden.¹⁶

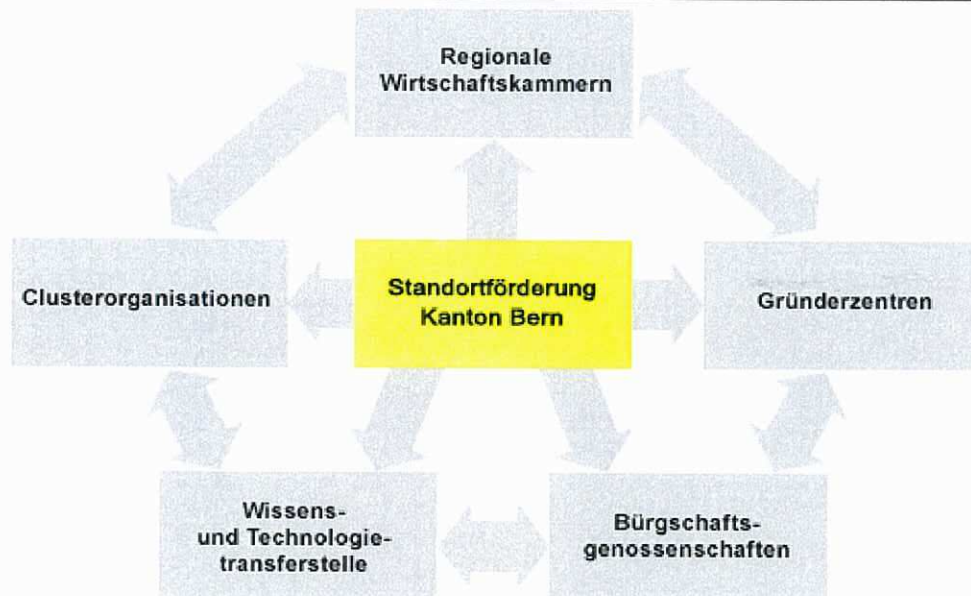
3.4. Standortförderung Kanton Bern

Im Zentrum der Aktivitäten der Standortförderung des Kantons Bern stehen die in Bern ansässigen Unternehmen. Die Standortförderung des Kantons Bern unterstützt die Unternehmen in der Kommunikation mit der kantonalen Verwaltung. Dabei konzentriert sich die Organisation auf Klein- und Mittelunternehmen (KMU). In Zusammenarbeit mit der GGBa und der Switzerland Trade & Investment Promotion, einem Kompetenzzentrum für Schweizer Aussenwirtschaftsförderung, wird der Kanton Bern als Wirtschaftsstandort

¹⁶ Hauptstadtregion Schweiz (2013).

vermarktet.¹⁷ Gestützt auf das Wirtschaftsförderungsgesetz vom 1. Januar 1998, bietet die Standortförderung des Kantons Bern, Dienstleistungen in den Bereichen Beratung, Finanzierungshilfen, Immobiliensuche, Innovationsförderung, Messebonus, Steuererleichterungen und Vermittlung an.¹⁸ Die Organisation wird in Form eines Netzwerks von Partnern unterstützt, welche in der folgenden Abbildung ersichtlich sind.

Abbildung 3: Netzwerkpartner Standortförderung Kanton Bern



Quelle: Standortförderung Kanton Bern (2013).

3.5. WIRTSCHAFTSRAUM BERN – Der Auftraggeber

Die unter diesem Abschnitt vorgestellte Organisation ist der Auftraggeber der vorliegenden Arbeit.

3.5.1. Organisation

Das Wirtschaftsamt der Stadt Bern erbringt als WIRTSCHAFTSRAUM BERN (WRB, Unterscheidung zu Abkürzung Wrb im Abkürzungsverzeichnis¹⁹ unbedingt beachten) Dienstleistungen für die Stadt Bern im Bereich der Wirtschaftsförderung. Dies erklärt, warum der Auftrag aus der Motion²⁰ dem WRB erteilt wurde. Zudem ist der WRB für die Geschäftsstelle des Bereichs Wirtschaft der Regionalkonferenz Bern-Mittelland²¹ tätig.²²

¹⁷ Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern (2013a).

¹⁸ Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern (2013b).

¹⁹ Siehe Abschnitt 12. auf S. 96.

²⁰ Siehe Abschnitt 1. auf S. 5.

²¹ Siehe Abschnitt 3.6. auf S. 13.

²² Stadt Bern (2013b).

3.5.2. Dienstleistungen

Die wichtigsten Dienstleistungen des WRB werden nachfolgend aufgeführt:²³

- Auskünfte zu administrativen Abläufen, Gesetzesgrundlagen und Wirtschaftspolitik
- Beratung von Unternehmen
- Branchenkenntnisse mit Zugang zu Marktdaten
- Hilfe bei An- und Umsiedlung von Unternehmen
- Kommunikation und Verkauf
- Nähe zur Politik
- Netzwerkanlässe
- Standortvermittlung
- Unternehmens- und Immobiliendatenbank
- Unterstützung bei Bewilligungsverfahren
- Unterstützung der Gemeindebehörden
- Verschiedene Publikationen wie BERNpunkt

Weiter ist der WRB Auftragnehmer von anderen Organisationen und arbeitet als Partner mit diesen zusammen.

3.5.3. Strategische Ausrichtung

Die strategischen Ziele des WRB betreffen im Kern folgende Punkte:²⁴

1. Im Wirtschaftsraum Bern (Wrb, Unterscheidung zu Abkürzung WRB unbedingt im Abkürzungsverzeichnis beachten) sind bis 2020 die Wirtschaftskraft (Summe aller Einkommen, Gewinne und Vermögen) und der Wohlstand (Einkommen nach Steuern, Wohnkosten, Krankenkasse) verbessert
2. Der Wrb zeichnet sich insgesamt durch zufriedene Einwohner²⁵, Unternehmen, Non-Profit-Organisationen (NPO) und einen starken regionalen Zusammenhalt aus
3. Die Anziehungskraft als Wirtschaftsstandort nimmt stetig zu

Aus den obenstehenden strategischen Zielen leiten sich folgende strategischen Themengebiete ab:²⁶

- Regionale Wirtschaftsentwicklung - Ausweitung der Dienstleistungen und der Absatzkanäle; Partielle Kommerzialisierung
- Cleantech - Erfolgreiche Ansiedlung von Unternehmen, Nummer-eins-Region

²³ WIRTSCHAFTSRAUM BERN (2013e).

²⁴ WIRTSCHAFTSRAUM BERN (2012).

²⁵ Soweit möglich wird die neutrale Formulierung verwendet. Ist nichts anderes vermerkt ist in der männlichen Formulierung auch immer die weibliche mit einbezogen.

²⁶ WIRTSCHAFTSRAUM BERN (2012).

- Medtech/Pharma - Pflege und Weiterentwicklung des bewährten Branchenstandorts
- Konzerne mit Hauptsitz in Bern - Wirtschaftliche Stärke und Stabilität bewahren
- Strategische Partnerschaften - Synergien für den Erfolg
- Politzentrum - Stärkung der Hauptstadtfunktion

3.6. Regionalkonferenz Bern-Mittelland

Die Regionalkonferenz Bern-Mittelland (RKBM) setzt sich aus 95 Gemeinden zusammen. In diesem Raum wohnen knapp 40 % der Berner Bevölkerung und stehen rund 50 % der Arbeitsplätze des Kantons Bern zur Verfügung. Die kantonale Gesetzgebung überträgt der RKBM folgende Aufgabenbereiche: Energieberatung, Kultur, Raumplanung, Regionalpolitik und Verkehr. Weitere Aufgaben der Gemeinden, wie Wirtschaft und Soziales, können der RKBM übertragen werden.²⁷ Das Ziel ist es, in den oben aufgeführten Bereichen gemeindeübergreifende Lösungen zu finden, welche den Bedürfnissen der Bevölkerung, sowie den künftigen Herausforderungen der Region Rechnung tragen.²⁸

3.6.1. Teilkonferenz Wirtschaft

Die Teilkonferenz Wirtschaft (TKW) besteht aus 36 Gemeinden, welche Aufgaben aus der Wirtschaftspolitik an die Organisation auslagern. Die Gemeinden leisten für diese Dienstleistung einen finanziellen Betrag. Damit ein professioneller und wirkungsvoller Auftritt gewährleistet werden kann, wurde das unter Abschnitt 3.5. vorgestellte Label WIRTSCHAFTSRAUM BERN gegründet.

4. Inhaltliche Abgrenzung

Nachdem in den vorangehenden Kapiteln in das Thema eingeführt wird, folgen im nächsten Kapitel die Rahmenbedingungen rund um die Bachelor Arbeit. Es ist wichtig, dass wesentliche Themen abgegrenzt und der Auftrag und dessen Ziel erläutert werden.

Nachfolgend werden der Auftrag sowie das Ziel der Bachelor Arbeit definiert und eine geographische Abgrenzung vorgenommen. In der Methodik wird erläutert, wie die Resultate erlangt wurden.

4.1. Auftrag und Ziel

Wie in der Ausgangslage geschildert wurde, hat der WRB den Auftrag des Gemeinderats erhalten, die Motion von Bernhard Eicher²⁹ zu beantworten. Aufgrund der mangelnden

²⁷ Regionalkonferenz Bern-Mittelland (2013a).

²⁸ Regionalkonferenz Bern-Mittelland (2013b).

²⁹ Siehe Abschnitt 1. auf S. 6.

4.3. Methodik

Als Grundlage für die Auseinandersetzung mit dem Fachgebiet des Standortmarketings, wird zuerst ein Theoriestudium durchgeführt. Die Literatur über das Standortmarketing soll die grundlegenden Merkmale vermitteln. Die Arbeit wird mit einer Einführung in das Gebiet des Standortmarketings³⁰ sowie einer Vorstellung der Organisationen im Schweizer Standortmarketing³¹ eingeleitet. Anschliessend werden die wichtigsten Standortfaktoren definiert und erläutert.³²

Durch weitere Recherchen wird der Ist-Zustand des Wrb definiert und mit den konkurrenzierenden in- und ausländischen Wirtschaftsräumen verglichen.³³ Den Praxisbezug der Arbeit gewähren Interviews³⁴. Diese werden hauptsächlich mit im Wrb ansässigen Unternehmen sowie mit Unternehmen aus konkurrenzierenden Standorten der Schweiz geführt. Ein weiterer Schritt dieser Arbeit besteht im Erstellen der SWOT-Analyse³⁵. Darin fliessen auch die Ergebnisse aus den vorherigen Analysen und Befragungen ein. Die Ergebnisse aus der SWOT-Analyse werden zusammengefasst und erläutert.³⁶

Die SWOT-Analyse bildet die Grundlage, aus welcher die Handlungsempfehlungen³⁷ abgeleitet werden. Diese zeigen mögliche Stossrichtungen auf, wie sich der Wrb als Wirtschaftsstandort entwickeln kann, besonders, welche Chancen zu nutzen und welche Gefahren abzuschwächen sind. Die Arbeit wird mit einer kritischen Würdigung und einer metakognitiven Reflexion in Form eines Fazits³⁸ abgerundet.

³⁰ Siehe Abschnitt 2. auf S. 6ff.

³¹ Siehe Abschnitt 3. auf S. 8ff.

³² Siehe Abschnitt 5. auf S. 19ff.

³³ Siehe Abschnitt 6. auf S. 25ff.

³⁴ Siehe Anhang 13.3 auf CD-ROM.

³⁵ Siehe Abschnitt 7. auf S. 66.

³⁶ Siehe Abschnitt 7.1. und 7.2. auf S. 67ff.

³⁷ Siehe Abschnitt 8. auf S. 73ff.

³⁸ Siehe Abschnitt 9. auf S. 76ff.

Seiten 16, 17, 18

Portraits Interviewpartner

5. Standortfaktoren

Um ein besseres Verständnis für die in den folgenden Kapiteln durchgeführten Forschungen zu erlangen, werden in diesem Abschnitt wichtige Erkenntnisse zu den Standortfaktoren erarbeitet. Sie haben Einfluss auf die Entwicklung eines Unternehmens.⁵¹ Die Ausgestaltung der Standortfaktoren eines Wirtschaftsstandorts, ist die Entscheidungsgrundlage für die Standortauswahl eines Unternehmens. Die Relevanz dieser einzelnen Faktoren für ein Unternehmen, wird später in dieser Arbeit erforscht. Es folgt lediglich eine theoretische Erklärung.

5.1. Harte und weiche Standortfaktoren

Standortfaktoren können in harte und weiche Faktoren unterteilt werden. Charakterisierend für harte Standortfaktoren ist, dass sich diese meistens objektiv bewerten und direkt beeinflussen lassen. Weiche Faktoren hingegen, lassen sich tendenziell nicht genau messen und sind oft emotional geprägt. Standortsuchende Unternehmen betrachten in einem ersten Entscheidungsschritt oft nur die harten Faktoren wie Absatzmarkt, Arbeitskräfte, Flächenverfügbarkeit, Steuern und Verkehrsanbindung. Erst beim endgültigen Entscheidung zwischen verschiedenen Standorten, die diese harten Faktoren in ähnlicher Weise erfüllen, werden die weichen Faktoren in den Entscheidungsprozess implementiert.⁵²

Abbildung 7: Harte und weiche Standortfaktoren



Quelle: Fachberatung für den Aussenhandel (2013).

⁵¹ Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (2013).

⁵² Gubler/Möller (2006, S. 62-64).

5.2. Die verschiedenen Standortfaktoren

Nicht für jede Branche und jedes Unternehmen sind die gleichen Standortfaktoren von Bedeutung. Ausserdem ist die Attraktivität einiger Standortfaktoren auf nationaler oder noch grösserer Ebene definiert (Makroebene). Dies bedeutet für ein Gebiet wie den Wrb, dass es nicht möglich ist, sich über diese Faktoren gegenüber anderen Standorten im Inland oder dem näheren Ausland abzuheben, da diese für alle gleich sind. Um die Analyse der verschiedenen Standortfaktoren zielorientiert zu gestalten, werden nur Faktoren genauer erläutert, welche in der späteren Analyse beim Vergleich von Wirtschaftsstandorten in der Schweiz und dem näheren Ausland von Bedeutung sind. Dies sind vor allem standortspezifische Faktoren auf Meso- und Mikroebene.⁵³

Nachfolgend werden die für diese Analyse wichtigen Standortfaktoren kurz erläutert. Die Auswahl wird von Abbildung 7 abgeleitet. Weitere wichtige Faktoren, welche nicht in der Grafik abgebildet sind, werden zusätzlich erläutert.

5.2.1. Harte Standortfaktoren

a) Steuern, Abgaben und Subventionen

Bei der Besteuerung der Unternehmen spielt die Rechtsform eine entscheidende Rolle. Bei Kapitalgesellschaften werden die Gewinn- und Kapitalsteuern erhoben, wobei die juristische Person steuerpflichtig ist. Bei Personengesellschaften werden das Einkommen und das Vermögen der Privatperson besteuert.⁵⁴

Juristische und natürliche Personen werden in der Schweiz auf nationaler (Bundessteuer), kantonaler (Kantonssteuer) und kommunaler Ebene (Gemeindesteuer) besteuert. Von den Kantonen und Gemeinden wird der grösste Teil der Steuern erhoben, was zu relativ grossen Unterschieden in der Steuerbelastung führt.⁵⁵ Das Vermögen von Privatpersonen und das Kapital von juristischen Personen werden nur auf Kantons- und Gemeindeebene besteuert.⁵⁶

Die Besteuerung der natürlichen Personen ist losgelöst von der Besteuerung der juristischen Personen zu betrachten. Trotzdem kommt diesem Aspekt vor allem für internationale Unternehmen eine wichtige Bedeutung bei der Rekrutierung von Fachkräften zu. Für gut qualifizierte ausländische Arbeitskräfte mit einem hohen Einkommen spielt es eine

⁵³ Kreuz (2006, S. 68).

⁵⁴ Schweizer Bundeskanzlei (2013).

⁵⁵ Startups.ch AG (2013).

⁵⁶ Mäusli-Allenspach/Oertli (2010, S. 55).

wichtige Rolle wie hoch die Besteuerung von natürlichen Personen an einem Standort ist. Aus diesem Grund kann es für ein Unternehmen schwierig werden, gut ausgebildetes Personal aus dem Ausland zu rekrutieren, wenn die Personen hohe Steuern bezahlen müssen.

Gewisse Branchen, wie die Landwirtschaft, erhalten zweckgebundene, finanzielle Unterstützung vom Staat. Das Ziel ist, einerseits die Branchen zu erhalten und andererseits vor der ausländischen Konkurrenz zu schützen. Für ein Unternehmen ist die Subventionspolitik durchaus ein Faktor, welcher die Standortwahl beeinflusst.

Auch als Subventionen, gelten Abkommen zur Steuererleichterung zwischen Kanton, Gemeinde und den Unternehmen, was ein wichtiges Instrument zur Ansiedlung von Unternehmen ist.

b) Flächenverfügbarkeit

Eine Grundvoraussetzung für die Ansiedlung eines Unternehmens in einem Wirtschaftsraum ist das Vorhandensein von Flächen, welche von Unternehmen genutzt werden können. Unter Flächen ist nicht nur Bauland zu verstehen. Vielmehr ist es für Unternehmen wichtig die Möglichkeit zu haben, Objekte für Industrie-, Büro- und Gewerbe-, Verkauf-, sowie Hotel- und/oder Restaurantbetrieb mieten oder kaufen zu können.⁵⁷

Eine wichtige Aufgabe für die Wirtschaftsförderung einer Region ist es, dafür zu sorgen, dass ansiedlungswillige Unternehmen innert nützlicher Frist geeignete Immobilien und Bauland finden, wie auch Wohnungen für einzelne Mitarbeitende.

c) Verkehrsanbindung

Die Verkehrsanbindung spielt für die Standortattraktivität in mancher Hinsicht eine Rolle. Primär ist bei der Verkehrslage die Rede von der Nähe zu Flughäfen, sowie der Zugang zu Wasserwegen, Autobahn und Bahnhöfen. Je nach Betrieb kann sogar ein eigener Gleis- und Wasseranschluss sehr wichtig sein.

Die Verkehrsanbindung hat eine Auswirkung auf weitere Standortfaktoren, wie z. B. die Nähe zu Lieferanten und Absatzmärkten. Dadurch werden z. B. die Transportkosten bei Beschaffung und Vertrieb beeinflusst. Durch die bessere Erschliessung eines Standorts kann das Absatzgebiet vergrössert werden, indem die Kunden einen kürzeren Anfahrtsweg haben oder die Distribution erleichtert wird. Zudem ist es durch einen ausgezeichneten verkehrstechnischen Anschluss möglich, geeignete Mitarbeitende aus einem grösseren Gebiet zu rekrutieren.⁵⁸

⁵⁷ WIRTSCHAFTSRAUM BERN (2013a).

⁵⁸ Wirtschaftslexikon24 (2013).

Auch bezüglich der Wohnattraktivität ist die Verkehrsanbindung ein äusserst wichtiger Aspekt. Für die verschiedenen Bevölkerungsgruppen bestimmt die Erreichbarkeit von Arbeitsplätzen, Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten die Lebensqualität an einem Standort.⁵⁹

Die Wichtigkeit der Verkehrsanbindung erklärt auch, weshalb sich viele Industriegebiete in der Nähe von Autobahnanschlüssen oder Güterbahnhöfen befinden.

d) Nähe zu Zulieferern

Besonders im zweiten Wirtschaftssektor ist die Nähe zu den Zulieferern ein Faktor, durch den vor allem Kosten optimiert werden können. Dies wirkt sich auf die gesamten Produktionskosten aus, steigert die Produktivität und als Folge auch die Konkurrenzfähigkeit.⁶⁰

Die Standorttheorie nach Alfred Weber⁶¹ behandelt die Problematik der Transportkosten. Gemäss dessen Theorie muss ein Industrieunternehmen für seinen optimalen Standort den Punkt wählen, an welchem die Transportkosten der eingesetzten Materialien zum Fertigungsbetrieb und des Fertigungserzeugnisses zum Konsumort, minimiert werden können. Folgende Annahmen sind für diese Theorie notwendig:

- Fundort der Rohmaterialien sind bekannt
- Konsumort und nachgefragte Menge sind bekannt
- Transportkosten werden aufgrund des Gewichts und der Entfernung berechnet

e) Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen – wissenschaftliche Kooperationsmöglichkeiten

Für ein Unternehmen ist die Möglichkeit wichtig, mit Fachhochschulen und Universitäten zusammenarbeiten zu können. Gemeinsame Forschungsprojekte können z. B. eine mögliche Kooperation sein.

Die Qualität des Aus- und Weiterbildungsangebotes und die gesamte Bildungspolitik eines Landes sind ein zentraler Faktor. Wenn Bildungseinrichtungen mit Unternehmen kommunizieren, können Talente entdeckt und gefördert werden. Regionen bleiben so konkurrenzfähig und können sich nachhaltig weiterentwickeln.⁶² Die örtliche Nähe der Unternehmen zu Bildungsstätten ist für eine effiziente Zusammenarbeit wichtig. Längerfristig können durch die enge Zusammenarbeit Cluster gebildet werden. Cluster stellen die

⁵⁹ Credit Suisse Economic Research (2009, S. 20).

⁶⁰ Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart (2013).

⁶¹ Kreuz (2006, S. 61).

⁶² Osec (2013, S. 16).

Grundlage für Innovationen dar. Darauf beruhen der unternehmerische Fortschritt und der Erhalt der wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit einer Unternehmung.⁶³

f) Qualität und Quantität des Arbeitsangebotes

Veränderungen wie technologischer Fortschritt, zunehmende Spezialisierung und die Internationalisierung der Wirtschaft sorgen dafür, dass in allen Wirtschaftssektoren vermehrt hochqualifizierte Arbeitskräfte benötigt werden. Verfügt eine Region über eine erwerbsfähige Bevölkerung mit einem höheren Bildungsniveau, ist sie gegenüber anderen Wirtschaftsregionen klar im Vorteil. Als Mass für die Verfügbarkeit von hochqualifizierten Arbeitskräften kann z. B. der Prozentsatz der Bevölkerung im Alter zwischen 25 und 69 Jahren mit einem Abschluss auf Tertiärstufe (Höhere Fach- und Berufsausbildung, Höhere Fachschule, Fachhochschule, Universität) herangezogen werden. Bei KMU's ist die Nachfrage nach hochqualifizierten Arbeitskräften nicht so gross, wie bei international tätigen Unternehmen. Für KMU's spielen die guten Berufsqualifikationen der Arbeitskräfte, wie sie das duale Bildungssystem der Schweiz hervorbringt, eine wichtige Rolle.⁶⁴ Der Ausbildungsstand der Bevölkerung ist ein Treiber des Wirtschaftswachstums einer Wirtschaftsregion, sie gewährleistet eine höhere Produktivitätsleistung und steigert die Attraktivität eines Kantons oder einer Region.⁶⁵

g) Regionaler Absatzmarkt

Für ein Unternehmen ist es von Interesse möglichst nahe beim Kunden zu arbeiten. Die Nähe bringt Vorteile, wie tiefere Transportkosten und erleichterte Kommunikation. Je nach Grösse des Unternehmens, kann der regionale Absatzmarkt eine unterschiedlich hohe Relevanz haben.

h) Verwaltungsflexibilität und -geschwindigkeit

Die Verwaltungsflexibilität und -geschwindigkeit sind für ein Unternehmen ebenfalls von entscheidender Bedeutung. Durch eine gute und unkomplizierte Zusammenarbeit mit den Behörden kann z. B. der Ansiedlungsprozess extrem vereinfacht werden. Zudem sind Unternehmen interessiert, dass ihre Anliegen von Seiten der öffentlichen Verwaltung wahrgenommen werden.

i) Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen

Die politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen spielen für ein Standort suchendes Unternehmen ebenfalls eine wichtige Rolle. Wenn wenige Arbeitsmarktregulierungen, wie z. B.

⁶³ UBS (2013, S. 4).

⁶⁴ Credit Suisse (2009, S. 19).

⁶⁵ UBS (2013, S. 4).

Mindestlöhne, Restriktionen bei Anstellung und Entlassung von Arbeitskräften oder Restriktionen zu Arbeitszeiten bestehen, ist dies für die Flexibilität des Unternehmens ein Vorteil.⁶⁶ Sie beeinflussen die unternehmerische Freiheit und den Entscheidungsprozess sowie die Geschwindigkeit in der Umsetzung. Es ist wichtig, dass Institutionen, wie Arbeitnehmergewerkschaften, ihre Forderungen mit den Arbeitgebern ausdiskutieren und nicht als erste Massnahme mit Streiken drohen.

j) Lohnniveau

Das Lohnniveau kann zwischen den einzelnen Wirtschaftsregionen relativ stark variieren.⁶⁷ Weil die Lohnkosten einen erheblichen Bestandteil der Ausgaben bilden, möchten sich Unternehmen eher in jenen Regionen ansiedeln, wo tiefe Löhne bezahlt werden. Schliesslich machen die Lohnkosten im Dienstleistungssektor, 70 bis 80 % der Gesamtkosten eines Unternehmens aus.

k) Immobilienpreise / Mietzinsniveau

Im Standortentscheidungsprozess spielen die Immobilienpreise oder das Mietzinsniveau eine wesentliche Rolle. Es ist zu beachten, dass nicht nur die Mietzinse und Immobilienpreise für Geschäftsräumlichkeiten bei der Standortwahl von Bedeutung sind. Das Unternehmen muss dabei auch das Mietzinsniveau und die Immobilienkosten für Wohnungen berücksichtigen, welche durch die Mitarbeitenden bezogen werden. Ein tiefes Mietzinsniveau und attraktive Immobilienpreise können einen Standort interessanter machen, da potenzielle Mitarbeitende, auch aus dem Ausland, eher in eine günstige Region ziehen. Innerhalb der Schweiz weist das Mietzinsniveau zwischen den Kantonen, besonders im Gewerbe, wesentliche Unterschiede auf.⁶⁸ Dies begründet die Wichtigkeit dieses Standortfaktors. Vor allem für Branchen, in welchen die Unternehmen eine grosse Fläche für ihre Produktion benötigen, ist dieser Standortfaktor ein wichtiges Entscheidungskriterium.

5.2.2. Weiche Standortfaktoren

a) Freizeitangebot, Kultur und Wohnwert

Die Lebensqualität gewinnt bei der Standortwahl immer mehr an Bedeutung.⁶⁹ Die obigen Standortfaktoren dienen dem Wohlbefinden der Mitarbeitenden eines Unternehmens. Freizeit, Kultur und Wohnen haben Einfluss auf die Produktivität und Arbeitseinstellung eines Mitarbeitenden. Deshalb kann es ein Anliegen des Unternehmens sein, sich in Regionen

⁶⁶ Infowilplus (2013).

⁶⁷ Bundesamt für Statistik (2008, S. 17).

⁶⁸ ImmoInfo24 (2013).

⁶⁹ Stadt Wien (2013).

anzusiedeln, wo ein Angebot dieser Faktoren besteht. Die Ansiedlung in einer entwickelten Region, kann längerfristig Einfluss auf Produktivität, Performance und Image (z. B. auch Personalimage), des Unternehmens haben.

b) Image des Wirtschaftsstandortes

Das Ansehen eines Wirtschaftsstandortes kann für ein Unternehmen durchaus ein Entscheidungsfaktor sein. Für international tätige Unternehmen spielt in erster Linie das Image eines Landes eine Rolle. Erst dann rücken die einzelnen Wirtschaftsregionen in den Vordergrund. Deswegen führen Wirtschaftsstandorte Marktforschungen als Standortbestimmung durch, um die Akzeptanz und Bedürfnisse im Standortmarkt zu erfragen.⁷⁰

c) Mentalität der Wohnbevölkerung und Arbeitseinstellung

Für ein Unternehmen ist es von Bedeutung, an einem potenziellen Standort, Mitarbeitende zu rekrutieren, welche eine gesunde Arbeitsmoral besitzen. Zudem spielt unter Umständen das Wertesystem der Wohnbevölkerung eine Rolle, ob sich ein Unternehmen bestimmter Branchen in einem Gebiet ansiedeln kann.⁷¹ Es kann sein, dass Unternehmen einer bestimmten Branche, in einer Region nicht akzeptiert werden und mit Widerständen aus der Bevölkerung zu kämpfen haben.

d) Emotionale Bindung

Die emotionale Bindung zu einem Standort beeinflusst den Entscheidungsprozess eines Unternehmens ebenfalls. Dieses Kriterium der emotionalen Bindung wird wohl auf keinem Entscheidungsraster aufgeführt werden. Die emotionale Bindung zu einem gewissen Standort wird jedoch während des ganzen Entscheidungsprozesses die Bewertung der Standortkriterien von potentiellen Standorten unbewusst beeinflussen.⁷²

6. Standortanalyse

Die Standortanalyse in dieser Arbeit stützt sich auf das Vorgehen gemäss Gubler, Robert E./Möller, Christian (2006): Standortmarketing, Konzeption, Organisation und Umsetzung. Das Vorgehen eignet sich im Kern sehr gut als Basis für die Erstellung einer SWOT-Analyse. Einzig die Potenzialanalyse, in welcher es bereits um Handlungsempfehlungen geht, wird aus der Standortanalyse gestrichen und später in der Arbeit in einem einzelnen Kapitel auf der Basis der Erkenntnisse erstellt.

⁷⁰ Röthig u.a. (2011, S. 17).

⁷¹ Institut für Wirtschaftswissenschaften (2013, S. 8).

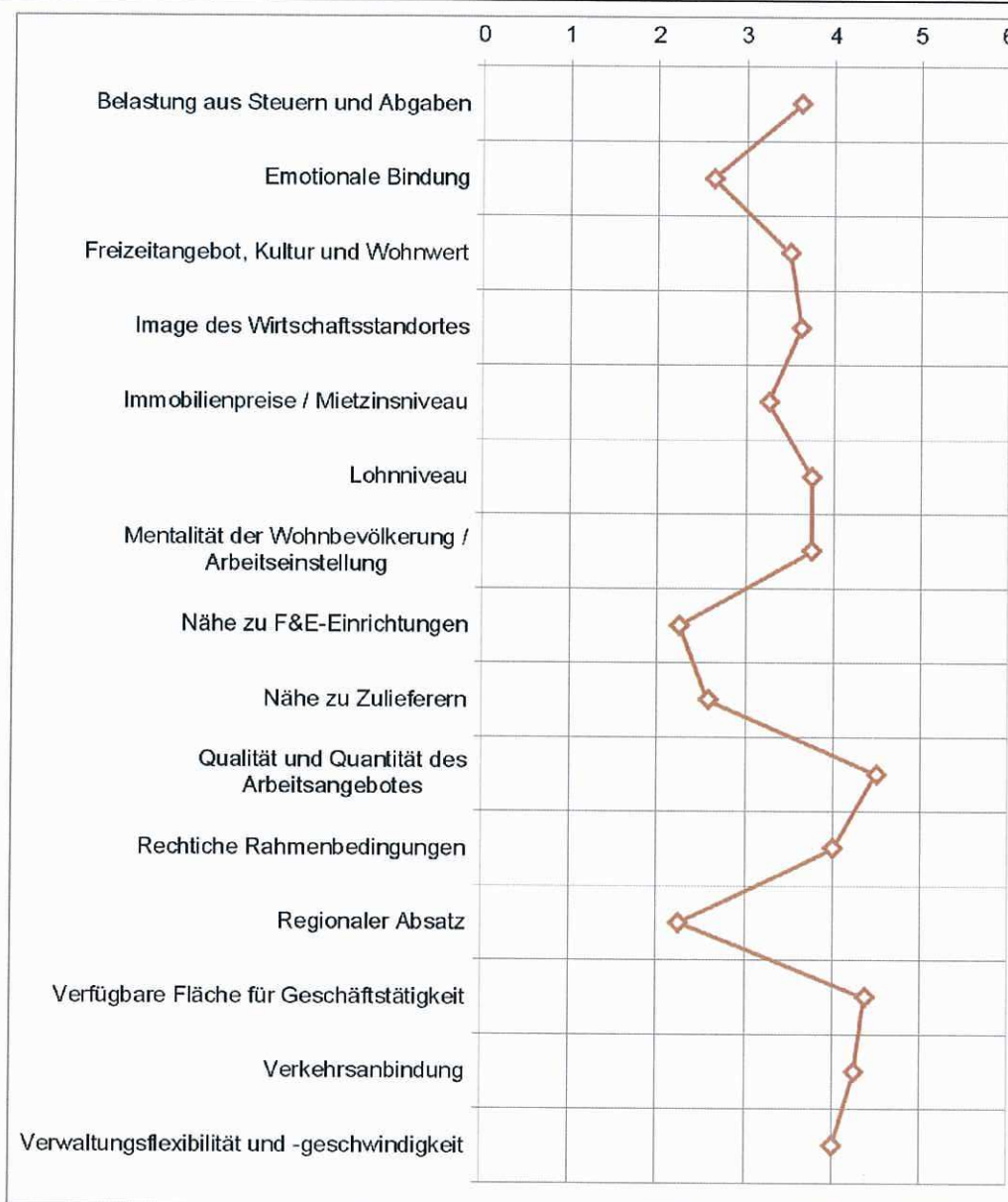
⁷² Derungs (2008, S. 29).

6.1. Angebotsanalyse

6.1.1. Relevante Standortfaktoren für Zielgruppen

In der Abbildung 8 ist ersichtlich, wie die befragten acht Unternehmen⁷³ die Standortfaktoren nach ihrer Relevanz bei der Standortwahl eingestuft haben. Die Qualität und Quantität des Arbeitsangebotes, die rechtlichen Rahmenbedingungen, die verfügbare Fläche für Geschäftstätigkeit, die Verkehrsanbindung, sowie die Verwaltungsgeschwindigkeit und -flexibilität sind die wichtigsten Standortfaktoren, welche im Durchschnitt eine Bewertung von 4 (von maximal 6 Punkte) oder mehr erhalten haben. Die emotionale Bindung, die Nähe zu Forschungs- und Entwicklungs-Einrichtungen (F&E-Einrichtungen), die Nähe zu Zulieferern und der regionale Absatzmarkt sind für die befragten Unternehmen eher unwichtig. Diese Faktoren erhielten eine Bewertung kleiner als 3.

Abbildung 8: Relevanz der Standortfaktoren für die befragten Unternehmen



Quelle: Gubler/Möller (2006, S. 75) und eigene Ergänzungen.

Qualität und Quantität des Arbeitsangebotes

Bezüglich Qualität und Quantität des Arbeitsangebotes wurde aus den Befragungen ersichtlich, dass in der Schweiz gewisse Branchen über grosses Know-how verfügen. Dieses variiert jedoch von Region zu Region. Unternehmen nutzen dieses Know-how indem sie den Standort auswählen, an welchem dieses vorhanden ist.⁷⁴ Auch wenn in der

Schweiz höhere Produktionskosten entstehen, können diese durch produktive Mitarbeitende und Qualität „made in Switzerland“ kompensiert werden.⁷⁵

Rechtliche Rahmenbedingungen

Sie sind für die Unternehmen sehr wichtig. Vor allem für international tätige Unternehmen ist es unerlässlich ein stabiles Rechtssystem vorzufinden. Auch das liberale Arbeitsgesetz ist gemäss mehreren Aussagen in den Interviews ein wichtiger Punkt für die Ansiedlung in der Schweiz.

Flächenverfügbarkeit

Frei verfügbare Flächen sind für erfolgreiche und wachsende Unternehmen von zentraler Bedeutung. Es sollte die Möglichkeit vorhanden sein am gleichen Standort oder in gut erreichbarer Nähe zu wachsen, so dass die Mitarbeitende gehalten werden können.

Verkehrsanbindung

Der Zugang zum Unternehmen ist für verschiedene Stakeholder⁷⁷ wie Lieferanten, Kunden und auch Mitarbeitende wichtig. In den meisten Interviews wurde angegeben, dass es ein wichtiges, jedoch in den meisten Fällen kein Knock-out-Kriterium ist. Daraus lässt sich schliessen, dass eine gute Verkehrsanbindung über alle Branchen und Unternehmensarten wichtig, jedoch nicht immer unverzichtbar ist.

Verwaltungsflexibilität und -geschwindigkeit

In Bezug auf die Zusammenarbeit mit der Verwaltung, wünschen die Unternehmen generell eine gute Betreuung bei Bauprojekten. Zudem schätzen sie, wenn bei der Rekrutierung von ausländischem Personal die Behörden unkompliziert funktionieren.

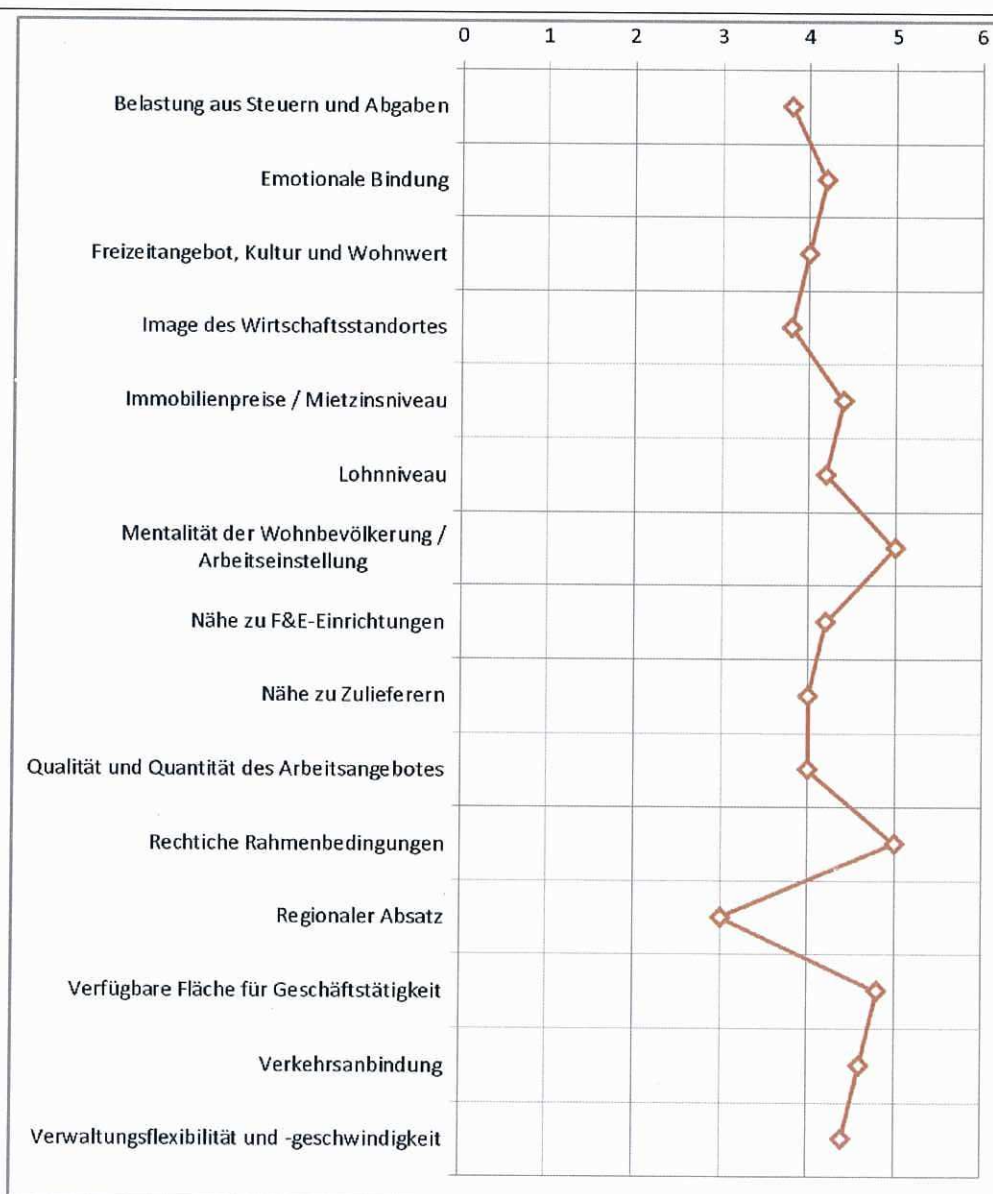
6.1.2. Stärken und Schwächen des Wrb

Die nachstehende Grafik zeigt, wie die fünf von acht befragten Unternehmen, welche den Sitz im Wrb haben⁷⁸, die Standortfaktoren des Wrb bewerten. Diese Darstellung gibt einen Hinweis auf die Stärken und Schwächen des Wrb. Jedoch muss beachtet werden, dass

⁷⁵ Interview mit einem Schweizer Unternehmer, 16. Juni 2010.
⁷⁶ Interview mit einem Schweizer Unternehmer, 16. Juni 2010.
⁷⁷ Interview mit einem Schweizer Unternehmer, 16. Juni 2010.
⁷⁸ Interview mit einem Schweizer Unternehmer, 16. Juni 2010.

Wenn die Fakten mit anderen Wirtschaftsräumen verglichen werden, was in der Konkurrenzanalyse⁷⁹ dieser Arbeit gemacht wird, können andere Stärken und Schwächen aus der Analyse hervorgehen.

Abbildung 9: Stärken und Schwächen Wrb, aus Befragung der im Wrb ansässigen Unternehmen



Quelle: Gubler/Möller (2006, S. 75) und eigene Ergänzungen.

⁷⁹ Siehe Abschnitt 6.5. auf S. 47ff.

Als Stärken des Wrb gehen die Mentalität der Wohnbevölkerung, die Arbeitseinstellung, die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie die verfügbaren Flächen für Geschäftstätigkeiten aus der Befragung hervor. Die einzige Schwäche zeigt sich im regionalen Absatzmarkt.

Mentalität und Arbeitseinstellung

Die Mentalität und die Arbeitseinstellung der Wohnbevölkerung im internationalen Vergleich wurden von den befragten Personen gesamtschweizerisch als überdurchschnittlich beurteilt. Dies lässt sich vor allem auch durch Abwesenheitstage messen. Auf den Wrb bezogen wurde die Bevölkerung als bodenständig, effizient und zuverlässig beurteilt.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Für den Standort Schweiz wurde der Faktor der rechtlichen Rahmenbedingungen als sehr gut bewertet. Es wurde angegeben, dass eine stabile Rechtssituation besteht. Ein weiterer Grund, dass dieser Faktor so gut eingestuft wird, ist das liberale Arbeitsgesetz in der Schweiz. Ausserdem gibt es in der Schweiz kaum Streiks wie im näheren Ausland. Diese Sicherheit ist für die Unternehmen extrem wertvoll.

Flächenverfügbarkeit

Der Faktor der verfügbaren Fläche wurde im Durchschnitt mit etwas weniger als fünf bewertet.

Regionaler Absatzmarkt

Die einzige Schwäche, welche sich aus der Befragung ergibt, ist der regionale Absatzmarkt in Bern. Es ist jedoch zu beachten, dass die in die Analyse einbezogenen Unter-

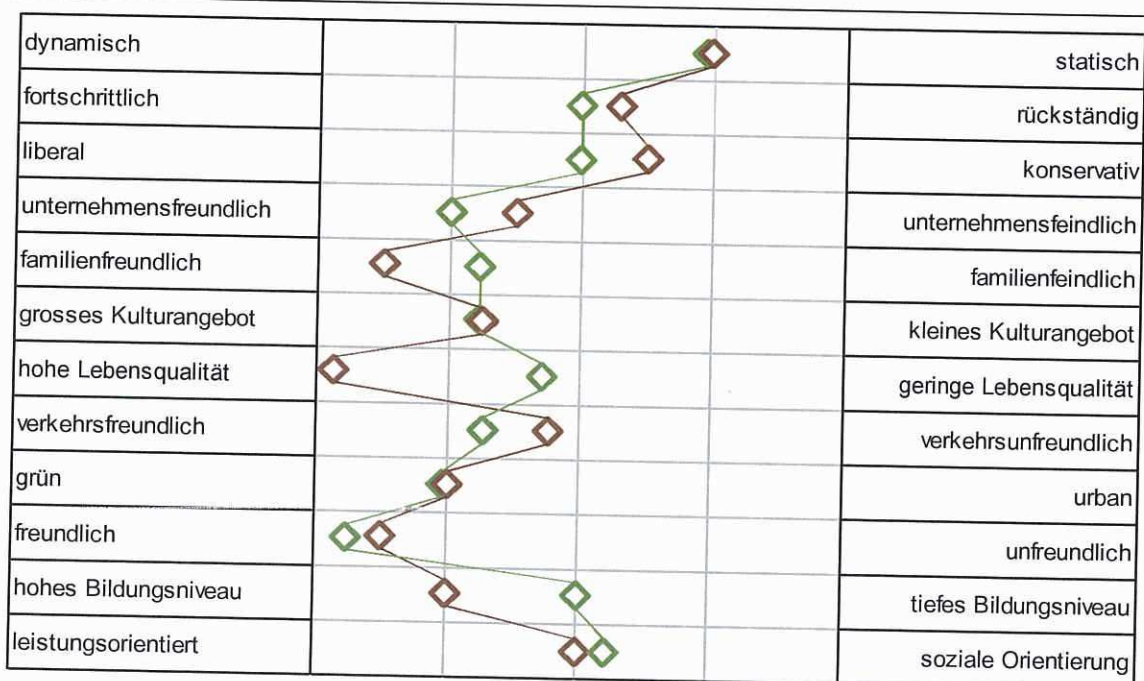
6.2. Imageanalyse

Um die Komplexität von Informationen über irgendetwas reduzieren zu können, entsteht ein Image. Ein Standortimage entsteht durch die Übertragung von Images einzelner Aspekte auf den ganzen Wirtschaftsraum. Ein gutes Image zu besitzen, ist für einen Standort äusserst wichtig, da oft ein Standort erst aufgrund des Images in eine detailliertere Standortanalyse einbezogen wird.⁸³

Um Informationen zum Image des Wrb zu erhalten wurden in Bern ansässige Unternehmen sowie Unternehmen ausserhalb des Wrb befragt. Durch dieses Vorgehen ist es möglich, die Ansicht interner und externer Standortakteure zu erforschen und die Diskrepanz zu erfassen.

Die Abbildung 10 zeigt, wie sieben von acht Interviewpartnern den Wrb einschätzen.

Abbildung 10: Image Wrb aller befragten Unternehmen



Legende:

Gemäss innerhalb des Wrb ansässigen Unternehmen

Gemäss ausserhalb des Wrb ansässigen Unternehmen

Quelle: Gubler/Möller (2006, S. 77) und eigene Ergänzungen.

Die innerhalb des Wrb ansässigen Unternehmen⁸⁴ erachten den Standort Bern eher als statisch, rückständig und konservativ. Aus der Grafik ist zudem ersichtlich, dass die im Wrb ansässigen Unternehmen die Lebensqualität, die Familienfreundlichkeit und die Freundlichkeit der Menschen sehr hoch einstufen.

Das Image von Bern ist bei den ausserhalb des Wrb ansässigen Unternehmen⁸⁵ nicht viel anders als bei den im Wrb ansässigen Unternehmen. Die grösste Abweichung ist bei der Einschätzung der Lebensqualität festzustellen. Diese wird von den ausserhalb des Wrb ansässigen Unternehmen als durchschnittlich eingeschätzt. Auch das Bildungsniveau wird tiefer bewertet.

6.3. Umfeldanalyse

Die Umfeldanalyse zeigt auf, wie die einzelnen Standortfaktoren im Wrb ausgestaltet sind. Die Analyse in diesem Kapitel dient später dazu, den Wrb mit den Konkurrenzstandorten zu vergleichen. In diesem Teil der Standortanalyse spielt die Befragung der Unternehmen bei den meisten Standortfaktoren keine Rolle, da die Ergebnisse aus Internet und Literaturrecherchen gewonnen werden. Dabei werden nur die harten Standortfaktoren des Wrb behandelt, da die weichen Standortfaktoren in dieser Form nicht messbar sind.

6.3.1. Steuern, Abgaben und Subventionen

Die steuerliche Belastung wirkt sich auf die Mitarbeitenden einer Unternehmung (natürliche Personen) und auf die Unternehmung (juristische Personen) in ihrer Geschäftstätigkeit aus. Die Besteuerung der natürlichen Personen ist mitverantwortlich für die Wohnattraktivität eines Kantons oder einer Gemeinde. Subventionen werden im Rahmen von Steuererleichterungen erteilt.

a) Natürlichen Personen

Auf Bundesebene werden die natürlichen Personen gemäss Bundesgesetz über die direkte Bundessteuer besteuert. Hierbei wird vom sogenannten Steuersatz, welcher mit zunehmendem Einkommen progressiv ansteigt, gesprochen.⁸⁶

Die Unterscheidung zu anderen Kantonen in der Schweiz findet über die kantonale Steueranlage (auch Steuerfuss genannt) statt. Dieser gilt für alle Gemeinden im Kanton. Ein unterschiedlicher Steuerfuss zwischen den Gemeinden führt dazu, dass innerhalb des

Kantons die Besteuerung unterschiedlich ausfällt.⁸⁷ Nicht jeder Kanton verwendet das gleiche Steuerberechnungssystem wie der Kanton Bern.

Um aufzuzeigen, wie unterschiedlich die Steueranlagen der Gemeinden in der TKW der RKBM ausfallen, werden in der folgenden Abbildung die Steueranlagen der Mitgliedsgemeinden für die Einkommens- und Vermögenssteuern aufgeführt.

Abbildung 11: Steueranlage des Kantons Bern und der Teilkonferenz Wirtschaft

Kanton Bern					
Steueranlage des Kantons Bern					3.06
Steueranlage der Gemeinde der Teilkonferenz Wirtschaft (Steueranlage in aufsteigender Reihenfolge)					
Muri b. Bern	1.07	Urtenen-Schönbühl	1.45	Münsingen	1.64
Ittigen	1.24	Köniz	1.49	Toffen	1.64
Mühleberg	1.25	Kriechenwil	1.49	Kaufdorf	1.65
Belp	1.34	Bolligen	1.50	Rümligen	1.65
Jegenstorf	1.38	Stettlen	1.50	Ostermundigen	1.69
Allmendingen	1.39	Bern	1.54	Wald BE	1.69
Zollikofen	1.40	Meikirch	1.54	Vechigen	1.70
Bremgarten b. Bern	1.44	Wohlen b. Bern	1.54	Riggisberg	1.82
Rubigen	1.44	Münchenbuchsee	1.56	Schwarzenburg	1.86
Zuzwil BE	1.44	Laupen	1.59	Mülchi	1.90
Kehrsatz	1.45	Worb	1.60	Schalunen	1.92
Kirchlindach	1.45	Frauenkappelen	1.64	Guggisberg	1.99

Quelle: Berner Zeitung (2013a) und Finanzdirektion des Kantons Bern (2013a).

Um die zu bezahlende Einkommenssteuer zu berechnen, muss zuerst die einfache Einkommenssteuer berechnet werden. Danach kann dieser Betrag mit der Addition des kantonalen und kommunalen Steuerfusses multipliziert werden. Wie die einfache Steuer berechnet wird, ist im Steuergesetz (StG) des Kantons Bern in Artikel 42 definiert.⁸⁸

Die Berechnung der zu bezahlenden Vermögenssteuer erfolgt gleich wie bei der Berechnung der zu bezahlenden Einkommenssteuer. Zuerst muss die einfache Steuer berechnet werden, danach wird dieser Betrag mit der Addition des kantonalen und kommunalen Steuerfusses multipliziert. Die gesetzliche Grundlage für die einfache Vermögenssteuer ist Artikel 65 im StG des Kantons Bern.⁸⁹

⁸⁷ Finanzdirektion des Kantons Bern (2013a).

⁸⁸ Steuergesetz (StG), Art. 42).

⁸⁹ Steuergesetz (StG), Art. 65).

b) Juristische Personen

Für die Unternehmen gilt der gleiche Steuerfuss, wie bei den natürlichen Personen. Es ist jedoch zu beachten, dass sich eine juristische Person nicht von der Kirchensteuer befreien kann. Daher wird zwingend zu den Sätzen in der vorausgehenden Tabelle noch der Steuerfuss für die Kirchensteuer dazugerechnet. Die Unterschiede zwischen den Gemeinden sind jedoch so gering, dass auf eine Auflistung der verschiedenen Kirchensteuerfüsse verzichtet wird. Die zu bezahlenden Gewinn- und Vermögenssteuer errechnet sich wie bei den natürlichen Personen. Die einfachen Gewinnsteuern sind in Artikel 95⁹⁰ und die einfachen Kapitalsteuern in Artikel 106⁹¹ des StG des Kantons Bern geregelt.

c) Steuererleichterungen

Im Rahmen der Regionalpolitik können seit dem 1. Januar 2008 rund 30 Regionen den Unternehmen Steuererleichterungen gewähren. Davon profitieren können Unternehmen, welche für einen Wirtschaftsstandort eine wichtige Rolle spielen, indem sie Arbeitsplätze schaffen und die Wirtschaft stärken. Um von den Steuererleichterungen profitieren zu können, muss ein Unternehmen eine Steuererleichterung beantragen und mit der zuständigen Behörde aushandeln. Der Bundesrat erhofft sich damit, die Wirtschaftsattraktivität von ländlichen Regionen zu stärken.⁹²

Im Kanton Bern erhalten Unternehmen während maximal zehn Jahren Steuererleichterungen bei der Kapital- und Gewinnsteuer auf kommunaler und kantonaler Ebene.⁹³

6.3.2. Flächenverfügbarkeit

Im Wrb wird das Angebot für Büro-, Gewerbe-, Lager und Produktionsräume ständig erweitert. Nachfolgend sind die aktuell wichtigsten Projekte aufgeführt.

Abbildung 12: Wichtige Bauprojekte im Wrb

Projektname	Kategorie	Gesamtfläche in m ²
ARK 143- Murtenstrasse, Bern	Büro-, Gewerbe-, Lager- und Wohnfläche	9'754
Murifeld Ost und West, Bern	Büro- und Gewerbefläche	24'722
Airport Modulpark, Hühnerhubelstrasse, Belp	Gewerbe- und Produktionsfläche	8'607
Grossraumbüros, Sägewerk 17, Gümligen	Grossraumbüros	zu je 470

Quelle: Wirtschaftsförderung Kanton Bern (2013)b.

⁹⁰ Steuergesetz (StG), Art. 95).

⁹¹ Steuergesetz (StG), Art. 106).

⁹² Staatssekretariat für Wirtschaft SECO (2013).

⁹³ Finanzdirektion des Kantons Bern (2013b).

Damit auch die Nachfrage nach Wohnungen gedeckt werden kann, muss das Wohnungsangebot kontinuierlich ausgebaut werden. Der Gemeinderat hatte sich in den Legislaturrichtlichen 2009 bis 2012 zum Ziel gesetzt, 500 neue Wohnungen zu erstellen.⁹⁴ Aktuell, Stand vom 19.04.2013 sind in der Stadt Bern 13 Wohnbauprojekte in der Realisierungsphase, sowie 14 Wohnbauprojekte in Planung.⁹⁵

In der Grundstückdatenbank des WRB sind für die Region Bern-Mittelland 209 Mietobjekte und 40 Investitionsprojekte verfügbar (Stand: 05.05.2013). Es sind Räumlichkeiten welche für die Nutzung als Büroräumlichkeiten vorgesehen sind oder im Bereich Gewerbe/Industrie genutzt werden können. Die Grösse der Objekte bewegt sich zwischen 13 m² und 40'000 m². Es gibt sowohl Angebote direkt in der Stadt Bern sowie in der Agglomeration und dem ländlichen Gebiet. Unter den insgesamt 249 Objekten befinden sich sowohl bestehende Objekte sowie Bauland, auf welchen Investitionen getätigt werden können. Alle Grundstücke, welche erfasst sind, können in einem Zeithorizont die nächsten fünf Jahre genutzt werden.⁹⁶

6.3.3. Verkehrsanbindung

Der Wrb verfügt über nationale und internationale Luft-, Strassen- und Schienenanschlüsse. Zudem verfügt die Grossregion Bern über ein ausgezeichnetes S-Bahnnetz, welches die meisten Orte mit mindesten einem Halbstundentakt erschliesst.

Dank des Flughafens Bern-Belp können wichtige Destinationen (z. B. Amsterdam, Berlin, Hamburg, Köln, London, Paris, Rom und Wien) in kürzester Zeit per Linienflug erreicht werden. Die Reisenden profitieren von kurzen Check-in Zeiten und dadurch von einer kurzfristigen Anreise vor dem Flug.⁹⁷

Weitere Flughäfen wie Basel EuroAirport, Genève-Aéroport und Zürich Flughafen können mit dem Zug und Bus erreicht werden. Im Falle von Genf und Zürich fährt der Zug direkt zum Flughafen. Von diesen Flughäfen können Destinationen in der ganzen Welt erreicht werden.

⁹⁴ Stadt Bern (2010, S. 11).

⁹⁵ Stadt Bern (2013d).

⁹⁶ WIRTSCHAFTSRAUM BERN (2013a).

⁹⁷ Alpar AG (2013).

Abbildung 13: Fahrzeit mit dem öV ab Bern Hauptbahnhof (HB) zu internationalen CH-Flughäfen

Destination	Reisezeit von Bern HB
Basel EuroAirport	1h19min
Genève-Aéroport	1h50min
Zürich Flughafen	1h14min

Quelle: Schweizerische Bundesbahnen SBB (2013).

Über den Zugverkehr ab Bern lassen sich regionale, nationale und internationale Destinationen in kürzester Zeit erreichen. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Reisezeit ab Bern HB zu den wichtigsten nationalen und internationalen Destinationen auf.

Abbildung 14: Fahrzeit mit dem öV ab Bern HB in die Grossstädte der Schweiz

Destination	Reisezeit von Bern HB
Basel HB	55min
Genf	1h41min
Lausanne	1h06min
Luzern	1h00min
St. Gallen	2h13min
Zürich HB	56min

Quelle: Schweizerische Bundesbahnen SBB (2013).

Abbildung 15: Fahrzeit mit dem öV ab Bern HB zu wichtigen internationalen Destinationen

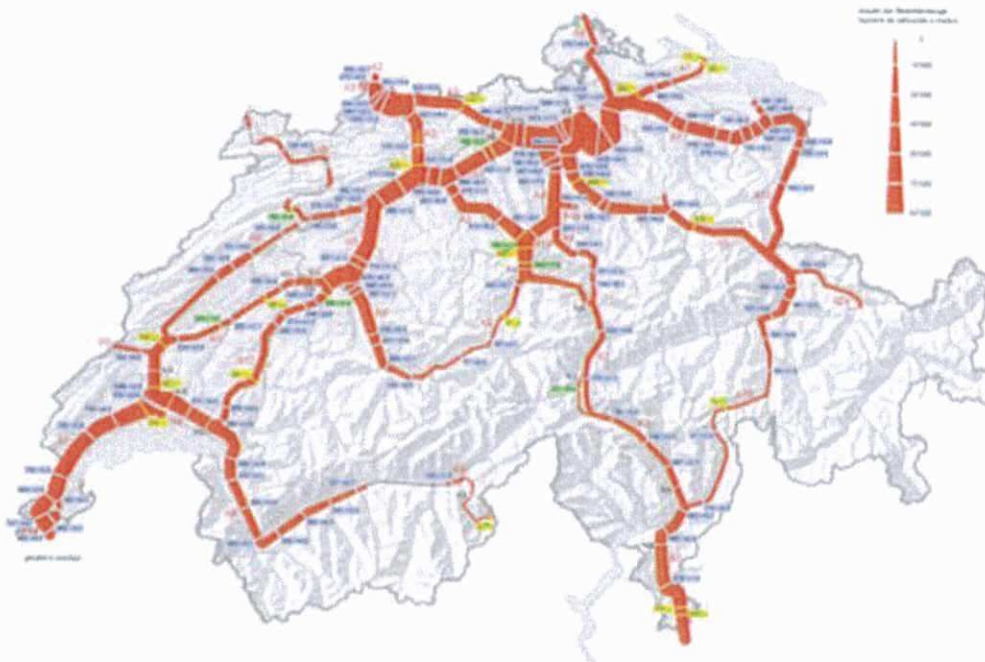
Destination	Reisezeit von Bern HB
Berlin (D)	8h20min
Frankfurt (D)	4h04min
Mailand (I)	3h04min
München (D)	5h55min
Paris (F)	4h42min

Quelle: Schweizerische Bundesbahnen SBB (2013).

Auch mit dem Auto sind die wichtigsten nationalen Standorte in 1 bis 1,5h erreichbar. Der Anschluss an die Autobahn A1 ermöglicht kurze Reisezeiten nach Basel, Genf, Lausanne, Luzern und Zürich.

Zusätzlich können Städte wie Biel, Fribourg, Neuenburg und Thun sehr einfach erreicht werden.⁹⁸ Eine Statistik über die Belastung der Nationalstrassen des Bundesamts für Strassen ASTRA zeigt, dass in Bern und Umgebung eine, im Vergleich zu den restlichen Städten in der Schweiz, ein eher geringeres Verkehrsaufkommen herrscht, jedoch gesamtschweizerisch eine Zunahme der Strassenauslastung stattfindet.⁹⁹

Abbildung 16: Belastungskarte CH-Nationalstrassen



Quelle: Bundesamt für Strassen ASTRA (2013b).

Belastung des Strassenverkehrs

Eine ausgereifte Verkehrsplanung ist in Bern notwendig. Die Stadt Bern ist eine beliebte Wohnstadt, welche heute knapp 132'000 Bewohner zählt. Mit 152'000 Arbeitsplätzen, weist die Stadt Bern mehr Arbeitsplätze als Bewohner auf. Dies hat Auswirkungen auf den öffentlichen wie auch den individuellen Verkehr und die Belastung.¹⁰⁰

Im Verkehrsbereich wurden in den letzten Jahren viele Bauprojekte durchgeführt oder befinden sich aktuell in der Umsetzung oder in Planung. Folgende Projekte führen dazu, dass sich die verkehrstechnische Situation stetig verbessert:

⁹⁸ Bundesamt für Strassen ASTRA (2013a).

⁹⁹ Bundesamt für Strassen ASTRA (2013b).

¹⁰⁰ Stadt Bern (2012, S. 14).

-
- Projekt Bahn 2000, Welle von Bern (2004)
 - Renovation Bahnhofplatz Bern (2008)
 - Neufeldtunnel (2009)
 - Tram Bern-West (2010)
 - Gesamterneuerung Stadttangente Bern (2008 bis 2012)
 - Wankdorfplatz (2008 bis 2012)
 - RBS Bahnhof Bern (2012 Variantenentscheid gefallen)
 - Tram Region Bern (Baubeginn 2014/2015)

6.3.4. Nähe zu Zulieferern

Die Cluster im Wrb ermöglichen es den Unternehmen von den gebündelten Kompetenzen zu profitieren. Folgende Branchen sind im Wrb stark vertreten.¹⁰¹

- Cleantech/Umwelt/Energie
- Consulting
- Gesundheit
- Verwaltungsnahe ICT-Branche

Weiterverarbeitungsunternehmen in den oben aufgeführten Branchen profitieren im Wrb von der Nähe zu ihren Lieferanten.

6.3.5. Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen – wissenschaftliche Kooperationsmöglichkeiten

Der Standort Bern bietet ansässigen Unternehmen verschiedene Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen, welche eine wissenschaftliche Kooperationsmöglichkeit für die Unternehmen darstellen. Nachfolgend werden wichtige Institutionen beschrieben.

Universität Bern

Die Universität Bern verfügt über die nachstehenden acht Fakultäten.¹⁰²

- Medizinische Fakultät
- Philosophisch-historische Fakultät
- Philosophisch-humanwissenschaftliche Fakultät
- Philosophisch-naturwissenschaftliche Fakultät
- Rechtswissenschaftliche Fakultät
- Theologische Fakultät
- Vetsuisse Fakultät (Zusammenarbeit mit Universität Zürich)
- Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät

¹⁰¹ WIRTSCHAFTSRAUM BERN (2013c).

¹⁰² Universität Bern (2013a).

Ein wichtiger Bestandteil der Universität Bern sind zudem die verschiedenen strategischen Forschungs-, Kompetenz- und fakultären Zentren:¹⁰³

- Albert Einstein Center for Fundamental Physics
- ARTORG Center for Biomedical Engineering Research
- Center for Cognition, Learning and Memory
- Centre for Development & Environment
- Center for Space and Habitability
- Oeschger Centre for Climate Change Research
- World Trade Institute

Berner Fachhochschule

Die Berner Fachhochschule ist eine weitere wichtige Institution, welche für Unternehmen wertvolle Arbeitskräfte ausbildet und Forschungsprojekte durchführt. Folgende Departemente sind Bestandteile der Organisation:¹⁰⁴

- Architektur, Holz und Bau
- Eidgenössische Hochschule für Sport Magglingen (EHSM)
- Hochschule der Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaft
- Hochschule der Künste Bern
- Technik und Informatik
- Wirtschaft, Gesundheit und soziale Arbeit

Für Studierende bietet sich die Möglichkeit in den oben aufgeführten Departementen verschiedene Studiengänge zu besuchen. Unternehmen können in Zusammenarbeit mit der Berner Fachhochschule Forschungsprojekte durchführen und vom Know-how im Bereich der Forschung stark profitieren.¹⁰⁵

Berner Bildungszentrum für Pflege

Seit dem 1. September 2007 führt das Bildungszentrum für Pflege die Ausbildung „Bildungsgang HF Pflege“ durch. Den Unterricht können die Studierenden an den Standorten in Bern und Thun besuchen. Mit insgesamt 1'263 Lernenden und Studierenden ist das Berner Bildungszentrum für Pflege eine wichtige Bildungsinstitution für die in Bern in grosser Anzahl vertretenen Unternehmen der Gesundheitsbranche. Neben dem Ausbil-

¹⁰³ Universität Bern (2013b).

¹⁰⁴ Berner Fachhochschule (2013a).

¹⁰⁵ Berner Fachhochschule (2013b).

dungsangebot haben die Studierenden die Möglichkeit, nach der Ausbildung verschiedene Weiterbildungskurse zu besuchen.¹⁰⁶

Feusi Bildungszentrum

Das Feusi Bildungszentrum ist die führende, private Bildungseinrichtung in Bern und Solothurn. Für alle Bildungsstufen stellt das Feusi Bildungszentrum eine Alternative zu den staatlichen Angeboten bereit.¹⁰⁷ Das Feusi Bildungszentrum bietet im Bereich Weiterbildung vor allem Betriebswirtschaftliche Studiengänge an. Grosse Investitionen, welche vor kurzer Zeit getätigt wurden, machen das Feusi Bildungszentrum zu einer der wichtigsten Bildungsinstitutionen in Bern.

Wirtschafts- und Kaderschule Bern – WKS

Die WKS bildet Kaufleute, Buchhändler, Drogisten und Fachleute Kundendialog aus. Nebst der Grundbildung¹⁰⁸ bietet die Institution ein breites Angebot an betriebswirtschaftlichen Weiterbildungen bis hin zur tertiären Bildungsstufe.¹⁰⁹

Inselspital – Universitätsspital Bern

Das Inselspital in Bern ist eines der Universitätsspitäler der Schweiz. Das Inselspital steht für ein internationales Kompetenzzentrum in den Bereichen Medizin, Hochtechnologie und Wissen. Das Universitätsspital ist ausserdem ein Zentrum für die Forschung und Wissenschaft. Das Inselspital wurde im Jahr 1354 eröffnet und gilt heute als eine der bedeutendsten Institutionen im Schweizerischen Gesundheitswesen.¹¹⁰ Das Inselspital ist ein Herz-, Gefäss-, Tumor, Schlaf-Wach- und Neurozentrum.¹¹¹

Am 5. März 2013 präsentierte das Inselspital ihr Neubauprojekt, das Schweizerische Herz- und Gefässzentrum. Dies ist der erste Neubau im Rahmen des Jahrhundertprojekts „Masterplan“. Dieses Projekt, wird durch das Inselspital selbst finanziert und soll Bern als führenden Medizinalstandort bestätigen.¹¹² Ab 2020 soll der Neubau vollendet sein und die drei Universitätskliniken für Gefäss-, Herzmedizin und Herz- und Gefässchirurgie zusammenschliessen.¹¹³

¹⁰⁶ Bildungszentrum für Pflege (2013).

¹⁰⁷ Feusi Bildungszentrum AG (2013).

¹⁰⁸ Wirtschafts- und Kaderschule KV Bildung (2013a).

¹⁰⁹ Wirtschafts- und Kaderschule KV Bildung (2013b, S. 2-3).

¹¹⁰ Inselspital Universitätsspital Bern (2013a).

¹¹¹ Inselspital Universitätsspital Bern (2013b).

¹¹² Universität Bern (2013c).

¹¹³ Inselspital Universitätsspital Bern (2013c).

Alexander Tschäppät, Stadtpräsident, kommentiert das Projekt wie folgt:¹¹⁴ „Das *Inselspital* ist einer der wichtigsten Motoren für den Wirtschafts- und Bildungsstandort Bern. Damit sichern wir hochqualifizierte Arbeitsplätze und legen den Grundstein für das weitere Wachstum im Medizinalbereich in der ganzen Hauptstadtregion.“

International School of Berne

Die International School of Berne wurde im Jahr 1961 gegründet. Sie richtet sich an ausländische Familien mit diplomatischem, akademischem und hochqualifiziertem Hintergrund. Das Angebot der International School of Berne setzt auf englischsprachige Schulbildung. Das Zielpublikum sind 3- bis 19-jährige Kinder und Jugendliche. Der Unterricht basiert auf verschiedenen Schulstufen nach dem International Baccalaureate Lehrplan durch ein umfassendes Angebot an Freizeitkurse abgerundet.¹¹⁵ Zurzeit erstellt die International School of Berne in Gümligen ein neues Schulgebäude mit einer Dreifachsporthalle. Der Name des Projekts ist Campus 2014. Ab dem Schuljahr 2014/2015 soll das rund Schweizer Franken (CHF) 30 Millionen teure Projekt vollendet sein. Die neue Infrastruktur ermöglicht es bis zu 400 Kindern zu betreuen.¹¹⁶

6.3.6. Qualität und Quantität des Arbeitsangebotes

Gemäss des Economic Research Berichts der Credit Suisse aus dem Jahr 2009¹¹⁷ verfügt der Kanton über einen Ausbildungsstand der Bevölkerung, welcher dem schweizerischen Durchschnitt entspricht. Ebenfalls als durchschnittlich wird die Verfügbarkeit von hochqualifizierten Arbeitskräften eingestuft. Dabei wurde für die Berechnung des allgemeinen Ausbildungsstands der Bevölkerung der Anteil der Bevölkerung im Alter zwischen 19 und 69 Jahren betrachtet, welche mindestens eine Berufslehre (Sekundarstufe II) abgeschlossen haben. Um die Verfügbarkeit von hochqualifizierten Personen zu ermitteln wurde der Anteil der Bevölkerung im Alter zwischen 25 und 69 Jahren betrachtet, welche über eine abgeschlossene Ausbildung auf Tertiärstufe verfügen.¹¹⁸

6.3.7. Regionaler Absatzmarkt

Es ist nicht möglich generell zu sagen, dass Bern einen guten regionalen Absatzmarkt besitzt. Für jede Branche oder sogar für jede Unternehmung ist ein anderer regionaler Absatzmarkt gewünscht.

¹¹⁴ Inselspital Universitätsspital Bern (2013d).

¹¹⁵ International School of Berne (2013).

¹¹⁶ Berner Zeitung (2013b).

¹¹⁷ Credit Suisse (2009).

¹¹⁸ Credit Suisse (2009, S. 9).

Für den Consulting und ICT Cluster¹¹⁹ bieten die in Bern ansässige öffentliche Verwaltung und die bundesnahen Grossunternehmen, wie die Post, SBB und Swisscom einen ausgezeichneten regionalen Absatzmarkt. Zudem haben auch grosse private Unternehmen den Sitz im Wrb. Die im Wrb ansässigen Medtech- und Pharmaunternehmen profitieren von den grossen Spitälern im Raum Bern. Der regionale Absatz ist möglich, jedoch für die Medtech- und Pharmaunternehmen nicht wichtig, da diese Unternehmen ihre Produkte oft weltweit vertreiben.

6.3.8. Verwaltungsflexibilität und -geschwindigkeit

Um zu beurteilen, wie die Verwaltungsflexibilität und -geschwindigkeit in Bern ausgestaltet ist, werden die Ergebnisse aus der Befragung der in Bern ansässigen Unternehmen¹²⁰ herangezogen. Daraus resultierte die Ansicht, dass die Unternehmen mit der Verwaltungsflexibilität und -geschwindigkeit zufrieden sind. Diese Aussage muss jedoch kritisch hinterfragt werden. Je nach Gemeinde und Fall kann die Qualität der Dienstleistungen variieren. Durch die Aussage der Unternehmen lässt sich schliessen, dass die nötigen Strukturen in der öffentlichen Verwaltung vorhanden sind, um den Unternehmen von Seiten der öffentlichen Verwaltung qualitativ gute Dienstleistungen anzubieten.

6.3.9. Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen

Für ein Unternehmen ist es von Vorteil, wenn wenige rechtliche Normen vorhanden sind, welche die Handlungsfähigkeit einschränken. Innerhalb der Schweiz weichen zum Beispiel die Arbeitsmarktregulierungen nicht stark voneinander ab. Im internationalen Vergleich weist die Schweiz eine Arbeitsmarktregulierung auf, welche Flexibilität betont und entsprechend wenig starre Regulierungen aufweist. Nachfolgend sind die wesentlichen fünf Elemente der flexiblen Ausgestaltung des Schweizer Arbeitsmarktes aufgeführt:¹²¹

- Keine über alle Branchen gültige Mindestlöhne
- Dezentrale Lohnverhandlungen
- Wenige Restriktionen bei der Anstellung und Entlassung von Arbeitskräften
- Kaum Restriktionen der Arbeitszeit

Die flexiblen rechtlichen Rahmenbedingungen ermöglichen es der Schweiz international einen Standortfaktor zu erlangen.

¹¹⁹ Siehe Abschnitt 6.5.4. b) auf Seite 59ff.

¹²¹ Brunetti (2009, S. 237-239).

6.3.10. Lohnniveau

Da für den Wrb keine statistischen Zahlen zum Lohnniveau verfügbar sind und es bei der Analyse des Lohnniveaus üblich ist die Werte für eine Grossregion zu errechnen und zu vergleichen, werden in den folgenden Abbildung 17 und 18 die Werte für die Grossregion Espace Mittelland, welche die Kantone Bern, Neuenburg, Fribourg, Solothurn und Jura beinhaltet, aufgeführt. Dabei wird das Lohnniveau nach Bildungsstand und Branchen ermittelt. Die Werte sind geschlechterübergreifend.

Abbildung 17: Lohnniveau nach Bildungsstand

Ausbildung	Monatlicher Bruttolohn in CHF	Abweichung vom schweizerischen Niveau	
		in %	in CHF
Universitäre Hochschulen UNI, ETH	12'293	-11.5	-1'597
Fachhochschule (FH), PH	10'707	-3.7	-409
Höhere Berufsbildung, Fachschule	8'667	-4.0	-360
Lehrerpatent	7'675	0.5	38
Matura	7'573	-16.2	-1'465
Abgeschlossene Berufsausbildung	6'900	-5.0	-362
Unternehmensinterne Ausbildung	7'564	14.6	961
Ohne abgeschlossene Berufsausbildung	5'098	-13.3	-784
Andere Ausbildungsabschlüsse	12'929	-0.8	-109
Durchschnitt	8'823		

Quelle: Bundesamt für Statistik (2013a) und eigene Ergänzungen.

Abbildung 18: Lohnniveau nach Branchen

Ausbildung	Monatlicher Bruttolohn in CHF	Abweichung vom schweizerischen Niveau	
		in %	in CHF
2. Sektor	5'889	-2.6	-159
Herstellung von Nahrungsmitteln; Getränkeherstellung	5'230	-0.7	-39
Herstellung von Textilien und Bekleidung	5'167	+5.9	+287
Herstellung von Holzwaren und Papier; Druckerzeugnisse	5'784	-0.8	-49
Herstellung von chemischen Erzeugnissen	6'278	-13.2	-958
Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen	7'216	-19.3	-1'725
Maschinenbau	6'446	-3.7	-246
Baugewerbe	5'785	-1.1	-63
3. Sektor	5'621	-3.6	-209
Detailhandel	4'505	-2.2	-100
Telekommunikation	8'491	-0.4	-36
Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	6'787	-27.3	2'544
Versicherungen	7'445	-2.7	-208
Gesundheits- und Sozialwesen	5'884	-1.1	-65

Quelle: Bundesamt für Statistik (2013b) und eigene Ergänzungen.

Wenn, wie in den obenstehenden Abbildungen aufgezeigt, der durchschnittliche monatliche Bruttolohn nach Grossregionen berechnet wird, muss berücksichtigt werden, dass das Lohnniveau innerhalb der Grossregion ebenfalls variieren kann.

6.3.11. Immobilienpreise und Mietzinsniveau

Ein Standortfaktor, der innerhalb der Schweiz extrem variiert, sind die Immobilienpreise und das Mietzinsniveau. Selbst innerhalb des Wrb können die Immobilienpreise und das Mietzinsniveau stark schwanken.

a) Immobilienpreise

Gemäss einem Fact-Sheet des Wirtschaftsförderung Kanton Bern (WFB), sind die Immobilienpreise im Kanton Bern im CH-Vergleich rund 15 bis 20 % tiefer. Wesentlich teurer ist es in den Städten Bern und Biel, jedoch können die Preise in den Agglomerationen tiefer ausfallen. In der nachfolgenden Abbildung 19 sind die Immobilien- und Grundstückspreise nach Art und Qualität der Immobilie gegliedert.

Abbildung 19: Immobilien- und Grundstückspreise im Kanton Bern

Immobilienpreise umgerechnet in CHF zum Kurs von gerundet 1.22 CHF (Stand: 19.04.2013) ¹²²		Best price	Durchschnitt	Premium
Industriegelände, erschlossen	Kaufpreis pro m ²	46	115	305
Industriebauten	Miete (Preis pro m ² /Jahr)	61	115	195
	Kaufpreis pro m ²	769	1'147	1'952
Büros	Miete (Preis pro m ² /Jahr)	92	138	232
Wohnungen (3-4 Zimmer / 80m ²)	Monatliche Miete	915	1'379	2'135
	Kaufpreis	305'000	463'600	774'700
Einfamilienhäuser (5-6 Zimmer / 160-200m ²)	Monatliche Miete	1'525	2'135	3'050
	Kaufpreis	463'600	762'500	1'525'000
Bauland in Wohnzone erschlossen	Kaufpreis pro m ²	115	195	464

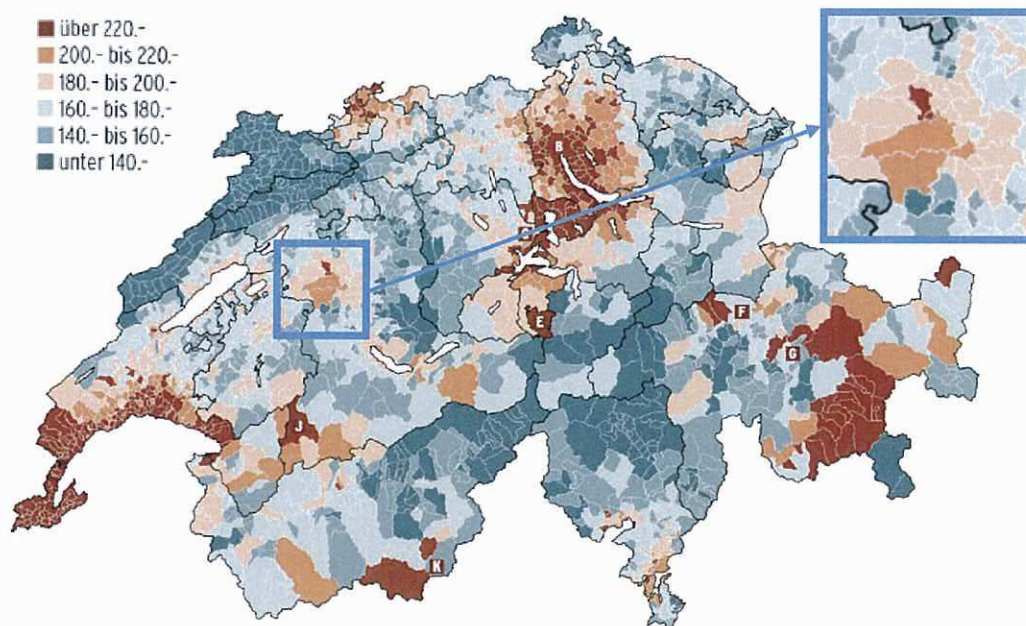
Quelle: Wirtschaftsförderung Kanton Bern (2008, S. 1) und eigene Ergänzungen.

b) Mietzinsniveau

Die folgende Grafik zeigt den Mietzins pro Quadratmeter (m²) und Jahr in der Schweiz (Stand Ende 2009). Betrachtet man den Wrb näher, wird ersichtlich, dass das Mietzinsniveau lediglich in den Gemeinden Bremgarten b. Bern und Kirchlindach auf eine Höhe von über CHF 220 pro m² im Jahr gestiegen ist. In den Gemeinden Bern, Köniz und Muri b. Bern bewegt sich das Mietzinsniveau zwischen CHF 200 und CHF 220 pro m² im Jahr. In Agglomerationsgemeinden betragen die Preise zwischen CHF 180 und CHF 200 pro m² im Jahr und in den ländlichen Regionen liegt das Niveau unter CHF 180.

¹²² SIX Financial Information AG (2013).

Abbildung 20: Jahresmietzins je m² in der Schweiz und des Wrb



Quelle: Der Schweizerische Beobachter (2010) und eigene Ergänzungen.

6.4. Marktanalyse

Damit der Wrb als Wirtschaftsstandort attraktiv bleibt und neue Unternehmen in die Region locken kann, müssen die Standortförderungsorganisationen deren Bedürfnisse wahrnehmen und befriedigen. Bei der Marktanalyse geht es in erster Linie darum festzustellen, wer die Zielgruppen des WRB sind, welche Bedürfnisse diese haben und wer die Entscheidungsträger sind. Zudem ist zu ermitteln, wo potenzielle Zuzüger, Unternehmen und Investoren gefunden werden können.¹²³

6.4.1. Zielgruppen

Grundsätzlich sind alle Privatpersonen und Unternehmen Zielgruppen des WRB. Das Ziel ist es, durch die Ansiedlung von Privatpersonen und Unternehmen ein stabiles Steuersubstrat zu generieren. Nicht zu vergessen ist jedoch, dass bereits ansässige Privatpersonen und Unternehmen ebenfalls zu den Zielgruppen gehören.

Es gibt Bereiche, auf welche sich der WRB speziell konzentrieren will. Folgende Zielgruppen stehen im Fokus:

- Cleantech Unternehmen
- Medtech/Pharma Unternehmen
- Bundesnahe Grossunternehmen (Post, SBB und Swisscom)

¹²³ Gubler/Möller (2006, S. 79-80).

Im Bereich Cleantech will sich der WRB als Nummer-eins Region auf dem Markt durchsetzen. Bereits heute hat der Wrb in vielerlei Hinsicht einiges zu bieten, um einen wichtigen, attraktiven Standort für Cleantech-Unternehmen zu werden.

Im Wrb werden in einem dichten Netz von Ärzten, Spitälern, Kliniken und dem eng mit der Universität verbundenen Inselspital sowie der Pharmaindustrie an Tausenden Arbeitsplätzen Spitzenleistungen auf international konkurrenzfähigem Niveau erbracht. Der Wrb soll zum besten Schweizer Standort für Medizinaltechnik und zu einem bedeutenden Nischenplayer im Bereich Pharma werden.¹²⁴

Im Wrb sind traditionell wichtige, bundesnahe Grossunternehmen angesiedelt, wie die Post, SBB und Swisscom. Diese Unternehmen sind eine der Grundlagen für die wirtschaftliche Stärke und Stabilität des Wrb, ihre Bedeutung als Arbeitgeber ist gross.

6.4.2. Bedürfnisse der Zielgruppen

Die Bedürfnisse, welche die Zielgruppen gegenüber der Standortförderungsorganisation haben, wurden in der Befragung erforscht. In diesem Falle werden Unternehmen aller Branchen in die Analyse einbezogen. Folgende Bedürfnisse bestehen von Seiten der befragten Unternehmen:¹²⁵

- Suche von geeigneten Grundstücken für die Ansiedlung
- Beschleunigung der Verwaltungsverfahren
- Kontaktvermittlung zu Behörden und Politik
- Intensive Zusammenarbeit um Kunden für das Unternehmen zu gewinnen
- Unterstützung in punkto Steuerprivileg
- Unterstützung in punkto Arbeitsbewilligungen für ausländisches Personal
- Unterstützung in rechtlichen Belangen aller Art im Auslandgeschäft
- Bereitstellung von internationalen Schulen

Über diese Bedürfnisse hinaus wünschen sich die bereits ansässigen Unternehmen¹²⁶, dass die Standortförderungsorganisationen¹²⁷ auch für die bereits im Wirtschaftsraum ansässigen Unternehmen zur Verfügung stehen, und sich nicht nur auf die Neuansiedlung

von Unternehmen fokussieren. Da viele verschiedene Organisationen auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen¹²⁸ Standortförderung betreiben, ist es für die Unternehmen nicht immer klar, wer für was zuständig ist. Hier sollten die Standortförderungsorganisationen die Zuständigkeiten besser kommunizieren.

6.4.3. Entscheidungsträger in einem Unternehmen

Der Standortentscheid ist für ein Unternehmen eine strategisch relevante Entscheidung, die langfristige Folgen mit sich bringt. Aus diesem Grund sind die Entscheidungsträger meistens Personen aus der Unternehmensführung. Bei internationalen Unternehmen sind die Entscheidungsträger oft Personen aus der Konzernleitung im Ausland.

6.4.4. Entscheidungskriterien für einen Standort

Die Entscheidungskriterien für einen Standort sind in der Umfeldanalyse¹²⁹ ersichtlich.

6.5. Konkurrenzanalyse

Um die Stärken und Schwächen des Wrb besser einschätzen zu können, werden Konkurrenzstandorte definiert. Das Ziel ist es, den Wrb vor allem mit inländischen Wirtschaftsstandorten zu vergleichen. Zusätzlich wird ein Standort aus dem Ausland, als Vergleich herangezogen.

6.5.1. Vergleichsstandorte

Nachfolgend sind die Vergleichsstandorte aufgeführt. Zudem wird kurz erklärt, weshalb diese Standorte in die Analyse mit einbezogen werden.

a) Basel (Basel-Stadt und Basel-Landschaft)

Die zwei Halbkantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft (nachfolgend Basel genannt) sind aus der Schweizer Wirtschaft nicht wegzudenken. Basel liegt im Dreispitz Deutschland Frankreich Schweiz und verfügt über einen Hafen, der vor allem für den Güterverkehr eine zentrale Rolle spielt. Basel ist ausserdem durch Ihre Cluster Pharma, Biotech und Life Sciences bekannt. Die Dreispitzregion ist auch unter dem Begriff Bio Valley bekannt. Die Popularität Basels liegt auch daran, dass zwei von fünf der international renommiertesten Unternehmen der Pharmaindustrie in Basel ihren Hauptsitz haben.¹³⁰

¹²⁸ Siehe Abbildung 1 auf S. 8.

¹²⁹ Siehe Abschnitt 6.3 auf S. 32ff.

¹³⁰ Präsidialdepartement des Kantons Basel-Stadt Aussenbeziehung und Standortmarketing (2013b).

b) Genf

Bern ist mit Genf in der Organisation der GGBa¹³¹ und weist wie Bern eine hohe Diversifikation auf. Die Region um Genf ist einer der grössten Wirtschaftsstandorte in der Schweiz. Die beiden Wirtschaftsregionen teilen sich diverse Cluster. Bern ist gegen Westen ausgerichtet und Genf repräsentiert als Wirtschaftsstandort die Westschweiz. Genf vertritt in dieser Analyse die Westschweiz.

c) Luzern

Die Wirtschaftsregion Luzern hat in den letzten Jahren sehr viel in die Wirtschaftsförderung investiert. Luzern gewährt tiefe Steuersätze¹³² und ist deshalb sehr attraktiv. Mit einer jungen Bevölkerungsgruppe¹³³, weist Luzern ein enormes Potenzial in der Produktivität und Wirtschaftsentwicklung auf. Eine Analyse dieser Wirtschaftsregion ist deshalb in Bezug auf Chancen und Gefahren des Standortmarketings sehr interessant.

d) Zürich

Die Wirtschaftsregion Zürich ist ein zentraler Standort in der Schweizer Wirtschaft. Zürich gilt als das internationale Aushängeschild der Schweiz.¹³⁴ Ausserdem weist der Standort eine hohe Lebensqualität¹³⁵ auf, was ein wichtiger Faktor für Unternehmen ist. In dieser Analyse ist die Wirtschaftsregion nicht wegzudenken.

e) Freiburg im Breisgau (i.B.)

Die Region Freiburg i.B. liegt, wie Basel, im Dreispitz Deutschland, Frankreich und der Schweiz. Der Standort, durch diese zentrale Lage im europäischen Raum sehr attraktiv.¹³⁶ Die Region konkurrenziert in gewisser Hinsicht die Wirtschaftsstandorte der Schweiz, besonders jene, welche an Deutschland angrenzen.

¹³¹ Siehe Abschnitt auf S. 3.2. auf S. 9f.

¹³² UBS (2013, S. 9).

¹³³ UBS (2013, S. 9).

¹³⁴ Stadt Zürich (2013a).

¹³⁵ Stadt Zürich (2013b).

¹³⁶ Wirtschaftsförderung Region Freiburg e.V. (2013a).

6.5.2. Vergleich CH-Standorte

Abbildung 21: Konkurrenzanalyse

Vergleichswerte ¹³⁷	Bern	Basel	Genf	Luzern	Zürich
Steuern, Abgaben und Subventionen					
Die Informationen zum Vergleich der steuerlichen Belastung können sowohl für natürliche und juristische Personen aus dem Economic Research der Credit Suisse zur Standortqualität entnommen werden. Die Analyse wird auf Ebene der Kantone durchgeführt.					
Für die Steuerbemessung der natürlichen Personen werden die Einkommens- und Vermögenssteuern in Prozent des Bruttoeinkommens beziehungsweise des Reinvermögens auf der Ebene Bund, Kanton und Gemeinde betrachtet. Damit die Steuerprogression ebenfalls sichtbar wird, ist eine Einkommensspanne von CHF 50'000.- bis CHF 300'000.- berücksichtigt. Aus den entsprechenden Einkommensstufen wird ein Index für die Einkommensteuergrösse für jede Gemeinde gewonnen. Bei der Analyse werden folgende Haushaltstypen berücksichtigt: Alleinstehende, Ehepaar mit Kindern, Ehepaar ohne Kinder und Rentner. Bei der Vermögenssteuer wird die Steuerhöhe in Prozent des steuerbaren Vermögens über eine Vermögensspanne von CHF 100'000 bis CHF 1'000'000 ermittelt. Es werden die Ebenen Kanton und Gemeinde berücksichtigt.	-	BS =	-	=	++
		BL =			
Für die Bemessung der Besteuerung der juristischen Personen werden die Reingewinn- und Kapitalsteuern in Prozent des Reingewinns für sämtliche Gemeinden ermittelt. Es wird schlussendlich ein Totalindex erstellt, welcher die Gesamtsteuerbelastung von Gewinn- und Kapitalsteuern auf Ebene Bund, Kanton und Gemeinde misst. Es werden alle Kirchen- und Liegenschaftssteuern berücksichtigt. Individuelle Steuererleichterungen sind nicht in der Analyse eingeschlossen.	=	BS --	--	++	=
		BL +			
Flächenverfügbarkeit					
Da die kompletten Daten bezüglich der freierverfügbaren Fläche nicht zuverlässig erhoben werden können, wird auf einen Vergleich zwischen Bern und den Konkurrenzstandorten verzichtet. Grundsätzlich muss an einem Standort ein geeignetes Stück Fläche verfügbar sein. Ob daneben noch viel mehr freierverfügbare Fläche vorhanden ist, spielt für das ansiedlungswillige Unternehmen keine Rolle.					
Verkehrsanbindung					
Die verschiedenen Standorte können aufgrund der Economic Research der Credit Suisse zur Standortqualität bewertet werden. In der Analyse wird die verkehrstechnische Erreichbarkeit der verschiedenen Standorte errechnet. Dabei werden der öffentliche Verkehr sowie der motorisierte Individualverkehr einbezogen. Die Analyse wird auf Ebene der Kantone vorgenommen. Eine detailliertere Ansicht ist im Anhang ¹³⁸ ersichtlich. Die Bewertung wird nach folgender Skala vorgenommen: ¹³⁹ ++/+ Attraktiver als CH-Mittel --/- Weniger attraktiv als CH-Mittel = CH-Mittel	=	BS ++	+	=	++
		BL +			
Zusätzlich zu der oben aufgeführten Bewertung werden spezielle verkehrstechnische Einrichtungen, wie Flughäfen und Wasserverbindungen, der einzelnen Standorte aufgeführt.	Internationaler Flughafen				
	Europaweit	Weltweit	Weltweit		Weltweit
	Wasserverbindung				
		Rheinhafen			

¹³⁷ Credit Suisse (2009, S. 6).¹³⁸ Siehe Anhang 13.1.1. auf S. 96.¹³⁹ Credit Suisse (2009, S. 9).

Vergleichswerte	Bern	Basel	Genf	Luzern	Zürich
Nähe zu Zulieferern					
Für diesen Faktor werden die Cluster ¹⁴⁰ als Vergleichswert definiert.	<ul style="list-style-type: none"> Consulting Cluster Energie Cluster ICT Cluster Medical Cluster 	<ul style="list-style-type: none"> Life Sciences / Bio Valley Logistik Unternehmensnahe Dienstleistungen Nano, Green-tech, Innovation 	<ul style="list-style-type: none"> Bio, Medtech, BioAlps Micronarc TIC, AlpICT 	<ul style="list-style-type: none"> Gesundheit (LucerneHealth) 	<ul style="list-style-type: none"> Finance Life Sciences IKT Kreativwirtschaft Cleantech Aerospace
Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen – Wissenschaftliche Kooperationsmöglichkeiten					
Hochschulen, Fachhochschulen und Universitäten unterstützen Unternehmen in der Forschung und Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen. Die Nähe zur Forschung und Entwicklung vereinfacht die Zusammenarbeit und verbessert die gegenseitige Unterstützung. Für beide Parteien entsteht eine win-win Situation. Institutionen wie Universitäten und Hochschulen sind wichtige Partner von Unternehmen. Die angebotenen Fakultäten, Forschungsschwerpunkte und Studiengänge geben Aufschluss, über die Kompetenzen einer Bildungseinrichtung. Diese werden im Anhang ¹⁴¹ erläutert.	Universitäten				
	<ul style="list-style-type: none"> Universität Bern 	<ul style="list-style-type: none"> Universität Basel 	<ul style="list-style-type: none"> Université de Genève (Universität Genf) 	<ul style="list-style-type: none"> Universität Luzern 	<ul style="list-style-type: none"> Universität Zürich
	Hochschulen / Fachhochschulen				
	<ul style="list-style-type: none"> Berner Fachhochschule 	<ul style="list-style-type: none"> Fachhochschule Nordwestschweiz 	<ul style="list-style-type: none"> Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale (Fachhochschule Genf) 	<ul style="list-style-type: none"> Hochschule Luzern 	<ul style="list-style-type: none"> Zürcher Fachhochschule Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETH) Zürcher Fachhochschule
Qualität und Quantität des Arbeitsangebotes					
Um die Qualität und die Quantität des Arbeitsangebotes zwischen den jeweiligen Standorten zu vergleichen, wird auf den Economic Research Bereich zur Standortqualität der Credit Suisse zurückgegriffen, welcher auf Ebene der Kantone den Ausbildungsstand der Bevölkerung und die Verfügbarkeit der hochqualifizierten Arbeitskräfte bewertet. Für die Berechnung des allgemeinen Ausbildungsstands der Bevölkerung wird der Anteil der Personen einer Bevölkerung im Alter zwischen 19 und 69 Jahren betrachtet, welche mindestens eine abgeschlossene Berufslehre aufweisen. Darunter fallen alle Personen, welche eine Ausbildung auf Sekundarstufe II oder auf Tertiärstufe abgeschlossen haben. Um die Verfügbarkeit der hochqualifizierten Arbeitskräfte zu errechnen, wird der Anteil der Bevölkerung im Alter zwischen 25 und 69 Jahren errechnet, welche über einen Abschluss auf Tertiärstufe verfügt. Darunter fallen höhere Fach- und Berufsausbildungen, Höhere Fachschulen, Fachhochschulen und Universitäten. Die Bewertung wird nach folgender Skala vorgenommen ¹⁴² : ++/+ Attraktiver als CH-Mittel --/- Weniger attraktiv als CH-Mittel = CH-Mittel	Ausbildungsstand				
	=	<ul style="list-style-type: none"> BS = BL + 	=	=	+
	Verfügbarkeit				
=	<ul style="list-style-type: none"> BS ++ BL + 	++	=	+	

¹⁴⁰ Schweizerische Eidgenossenschaft (2010, S. 20).

¹⁴¹ Siehe Anhang 13.1.2. auf S. 97.

¹⁴² Credit Suisse (2009, S. 9).

Vergleichswerte	Bern	Basel	Genf	Luzern	Zürich
Regionaler Absatzmarkt					
Dieser Bereich hat sich aus den geführten Gesprächen in den Interviews als ein nicht besonders wichtiger Faktor herausgestellt. Einerseits kann der regionale Absatzmarkt mit den in der Region vertretenen Cluster hergeleitet werden. Je nachdem, in welchem Teil der Wertschöpfungskette die Unternehmen tätig sind, gehört der Endverbraucher zum Absatzmarkt. Regionale Betriebe sind eher auf den regionalen Absatzmarkt angewiesen, während die nationalen oder internationalen Unternehmen ein grösseres Zielpublikum bedienen können, und der regionale Absatzmarkt nicht einzeln betrachtet wird.					
Verwaltungsflexibilität und -geschwindigkeit / Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen					
Die Verwaltung und die politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen können gesamtschweizerisch als einheitlich gesehen werden. Die politischen Grenzen gehen weit über die Wirtschaftsregionen hinaus. Zwischen den einzelnen Kantonen bestehen keine Nennenswerten Unterschiede. Die Schweiz gilt als politisch stabiles Land und ist international ein Vorbild in der Verwaltungsflexibilität und -geschwindigkeit.					
Lohnniveau					
Das Lohnniveau wird im Rahmen der Konkurrenzanalyse aufgrund der Grossregionen und Kantone verglichen. Folgende Grossregionen wurden für die jeweiligen Standorte berücksichtigt ¹⁴³ : <ul style="list-style-type: none"> • Nordwestschweiz AG, BL, BS (Basel) • Espace Mittelland BE, FR, JU, NE, SO (Bern) • Genferseeregion GE, VD, VS (Genf) • Zentralschweiz LU, NW, OW, SZ, UR, ZG (Luzern) • Kanton Zürich (Zürich) 	Lohnniveau nach Bildungsniveau in CHF¹⁴⁴				
	8'823	9'812	9'323	9'227	10'674
	Lohnniveau im zweiten Wirtschaftssektor in CHF¹⁴⁵				
	5'889	6'648	6'206	6'648	6'346
Lohnniveau im dritten Wirtschaftssektor in CHF¹⁴⁶					
5'621	5'857	5'958	5'740	6'331	
Immobilienpreise und Mietzinsniveau in CHF¹⁴⁷					
Mietwohnung 4.5-Zimmer, Neubau, MFH 11-15 Wohnungen, 2. Obergeschoss, Wohnfläche 115m ² , durchschnittlicher Standard, Balkon vorhanden, durchschnittliche Wohnlage, Hülle isoliert, nicht Minergie-Standard. Beträge repräsentieren Netto-Marktmiete in CHF/Mt.	2'167	2'323	3'607	2'199	2'653
Eigentumswohnung 4.5-Zimmer, Neubau, 2. Obergeschoss, Wohnfläche 115m ² , durchschnittlicher Standard, Balkon vorhanden, gute Wohnlage. Beträge repräsentieren Marktwert in CHF.	883'120	927'000	1'546'750	825'000	1'064'091
Einfamilienhaus 5.5-Zimmer, Neubau, einseitig angebaut, Grundstück 450m ² , Volumen 710m ³ , durchschnittlicher Standard, gute Wohnlage. Beträge repräsentieren Marktwert in CHF.	1'311'800	1'504'154	2'435'500	1'180'571	1'725'727
Bürofläche, Neubau, 1. Obergeschoss, 200m ² , Edelrohbau, durchschnittlicher Standard, durchschnittliche Bürolage. Beträge repräsentieren Netto-Marktmiete in CHF/m ² Jahr.	250	256	448	233	289
Verkaufsfläche, Neubau, Erdgeschoss, 200m ² , Edelrohbau, durchschnittlicher Standard, gute Verkehrslage. Beträge repräsentieren Netto-Marktmiete in CHF/m ² Jahr.	348	285	460	291	324

Quelle: Eigene Darstellung (2013).

¹⁴³ Siehe Anhang 13.1.3. auf S. 100.¹⁴⁴ Bundesamt für Statistik (2013a).¹⁴⁵ Bundesamt für Statistik (2013b).¹⁴⁶ Bundesamt für Statistik (2013b).¹⁴⁷ Fahrländer u. a. (2012, S. 261-266) und eigene Berechnung.

6.5.3. Vergleich zu Freiburg i.B.

Da für den Standort nicht dieselben Daten zur Verfügung stehen, wird Freiburg i.B. aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht in der obenstehenden Tabelle erläutert. Die Standortfaktoren für den Standort Freiburg i.B. werden nachfolgend in Textform erläutert. Ein direkter Vergleich mit den CH-Standorten wird nicht vorgenommen, weil ein realer Vergleich mit den in dieser Arbeit zur Verfügung stehenden Werten nicht realistisch wäre.

Steuersystem Deutschland

Der Bundesstaat Deutschland weist eine andere Steuerpolitik auf als die Schweiz. Deshalb werden erst die wichtigsten Begriffe im Zusammenhang mit den Steuern in Deutschland erläutert. Die nachfolgende Analyse gilt als Referenz für den Standortfaktor der Steuern.

Natürlichen Personen

Die Lohnsteuer wird aus dem Salär des Arbeitnehmenden als Einkommenssteuer erhoben. Die Steuer wird bei jeder Lohnzahlung fällig. Die Höhe der Lohnsteuer wird aus der Lohnsteuerkarte, welche jährlich von der Gemeinde ausgestellt wird, berechnet. Die Einkommenssteuer von Personenunternehmen wird bei der natürlichen Person erhoben.¹⁴⁸ Die Einkommensteuer wird ab einem Einkommen von 7'644 Euro (Einzelhaushalt) erhoben. Diese wird zwischen dem Bund, den Ländern und der Gemeinde aufgeteilt. Der Steuersatz beträgt zwischen 15 und 45 %. Neben der Einkommenssteuer wird zusätzlich eine Vermögenssteuer erhoben. Der Steuersatz beträgt zwischen 0.5 bis 1 % des Nettovermögens.¹⁴⁹

Juristische Personen

Für Unternehmen mit der Rechtsform Aktiengesellschaft (AG), Genossenschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) sowie bei Vereinen wird eine Körperschaftsteuer erhoben. Das Unternehmen zahlt auf dem Einkommen einen 25 %igen Anteil Steuern. Neben der Körperschaftssteuer, wird einer juristischen Person eine Gewerbesteuer belastet, welche nach dem Gewerbeertrag entrichtet wird. Die Steuer zugunsten der Gemeinde, richtet sich an alle Unternehmen, unabhängig von der Rechtsform, exklusiv Freiberufler und Landwirtschaftsbetriebe. Der Steuersatz ist Stadtabhängig.

¹⁴⁸ Business Location Center (2013).

¹⁴⁹ Kirchner A. (2013).

Die natürlichen und die juristischen Personen unterliegen noch zusätzlichen Steuern. Diese aufzuführen macht für diese Arbeit jedoch keinen Sinn.¹⁵⁰

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Rangliste der OECD-Länder. In einer Studie über die Steuerbelastung der OECD-Länder, schnitt Deutschland als Land mit der dritthöchsten Steuer- und Abgabelast ab. Die Schweiz ist im unteren Mittelfeld positioniert.

Abbildung 22: Vergleich Steuer- und Abgabelast aller OECD-Länder

Land	Steuern und Abgaben in Prozent der Arbeitskosten 2009	Veränderung zu 2008 in Prozentpunkten
Belgien	55,2	-0,54
Ungarn	53,4	-0,72
Deutschland	50,9	-0,57
Frankreich	49,2	-0,05
Österreich	47,9	-0,91
Italien	46,5	-0,03
Schweden	43,2	-1,65
Finnland	42,4	-1,39
Tschechische Republik	41,9	-1,55
Griechenland	41,5	-0,06
Dänemark	39,4	-1,28
Spanien	38,2	0,19
Niederlande	38,0	-0,96
Slowakei	37,6	-1,17
Türkei	37,5	-2,29
Norwegen	37,4	-0,12
Portugal	37,2	-0,07
Polen	34,0	-0,52
Luxemburg	34,0	-1,16
Großbritannien	32,5	-0,34
Kanada	30,8	-0,50
USA	29,4	0,22
Schweiz	29,3	0,09
Japan	29,2	-0,26
Irland	28,6	1,54
Island	28,3	0,03
Australien	26,7	-0,21
Korea	19,7	-0,27
Neuseeland	18,4	-2,66
Mexiko	15,3	0,21

Quelle: Spiegel Online GmbH (2013).

Flächenverfügbarkeit

In der Region Freiburg ist der Bedarf an Gewerbeflächen aufgrund des Strukturwandels vom Produktionssektor in den Dienstleistungs- und Wissenschaftssektor gesunken. Einen wachsenden Bedarf verbuchen die Bildungsinstitute. Die Aufteilung der Fläche von Total ca. 15'300 Hektar, wird in Freiburg zu ca. 10 % für die Gewerbeindustrie und zu ca. 90 %

¹⁵⁰ Kirchner A. (2013).

für Wohnen, Freizeit und Natur aufgeteilt. Für Unternehmensansiedlungen ist es auch wichtig, qualitativ hochwertige Wohnungen in der Region anzubieten und Flächen im natürlichen Zustand zu belassen, um mehr Flexibilität für Umzonungen zu haben. Die Region Freiburg i.B. betreibt deswegen eine aktive Liegenschaftspolitik, mit Marktanalysen, Vermittlungen und Nutzkonzepten.¹⁵¹

Verkehrsanbindung

Die Region Freiburg i.B. ist heute durch ihre zentrale Lage im europäischen Raum eine sehr attraktive Region.

Flugverkehr

Die Region Freiburg i.B. liegt unmittelbar in der Nähe mehrerer Flughäfen (International EuroAirport Basel, Baden-Airpark, Strasbourg). Der Flughafen Freiburg kann mit Privatmaschinen bedient werden. Für interkontinentale Flugdestinationen stehen die Flughäfen in Stuttgart, Frankfurt und Zürich zur Verfügung. Diese können mit dem Bahnnetz oder mit dem Individualverkehr innert zwei Fahrstunden erreicht werden.¹⁵²

Bahnverkehr

Heute wird die Region Freiburg i.B. durch die europäische Hauptstrecke Hamburg – Basel – Mailand durch den IC / ICE bedient. Der Güter-Bahnverkehr ist mit einem Container Terminal ebenfalls in der Region vertreten.¹⁵³

Um mit der wirtschaftlichen Entwicklung der Region mitzuhalten, wird ordentlich in den Bahnverkehr investiert. Die Region wird auch durch den TGV und die Bahn 2000 bedient.¹⁵⁴

Strassen

Die Region Freiburg i.B. liegt an einer verkehrsgünstigen Lage und verfügt über einen internationalen Autobahnanschluss auf der Achse Hamburg-Frankfurt-Basel-Mailand. National ist die Region mit Bundesstrassen in alle verschiedenen Himmelsrichtungen angeschlossen.¹⁵⁵

¹⁵¹ Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 23).

¹⁵² Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 26).

¹⁵³ Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 27).

¹⁵⁴ Wirtschaftsförderung Region Freiburg e.V. (2013c).

¹⁵⁵ Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 28), Wirtschaftsförderung Region Freiburg e.V. (2013b), Wirtschaftsförderung Region Freiburg e.V. (2013d).

Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen – wissenschaftliche Kooperationsmöglichkeiten

Die Wirtschaftsregion Freiburg i.B. gilt als eine Bildungsregion, denn sie verfügt über eine Vielzahl von Einrichtungen. Auf akademischer Ebene sind vier staatliche und drei private Hochschulen angesiedelt sowie die in Deutschland renommierte Albert-Ludwigs-Universität und acht weitere Universitäten.¹⁵⁶

Qualität und Quantität des Arbeitsangebotes

Die Region Freiburg i.B. weist national einen überdurchschnittlichen Anteil an hochqualifizierten Arbeitnehmern auf, sowie einen Zuwachs von Angestellten mit akademischer Ausbildung. Die Arbeitslosenquote in der Region Freiburg i.B. ist im nationalen Vergleich seit langem eher tief.¹⁵⁷

Lohnniveau

Um das Lohnniveau der Region zu definieren, wird ein direkter Vergleich Deutschland – Schweiz des Lohnniveaus einer Vollzeitarbeitsstelle im Jahr 2010 herbeigezogen. Gemäss dem Bundesamt für Statistik¹⁵⁸ liegt das Einkommen in Euro in der Schweiz bei 56'059 und in Deutschland bei 42'400 Euro. Es gilt jedoch zu erwähnen, dass die Kaufkraft in der Schweiz mit 38'172 Euro tiefer liegt als in Deutschland mit 40'687 Euro.

Immobilienpreise und Mietzinsniveau

Die Immobilienpreise in Freiburg i.B. stiegen in den letzten Jahren erheblich. Die wachsende Nachfrage ist eine der Ursachen dafür. Im Jahr 2009 liegen die Durchschnittspreise für eine Eigentumswohnung bei 2'879 im Neubau und 1'838 Euro je m² Wohnfläche im Wiederverkauf. Ein Anstieg ist auch bei den Mietobjekten festzustellen.¹⁵⁹

6.5.4. Auf welche Zielgruppen konzentrieren sich die Konkurrenten?

Die Bildung von Cluster vernetzt die Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette. Wirtschaftsstandorte sind generell an der Ansiedlung und Erhaltung jedes Unternehmens interessiert, unabhängig, ob es einem Cluster zuordenbar ist. Wenn ein Standort eine Dichte an Unternehmen und Forschungseinrichtungen in einer gewissen Branche oder entlang der Wertschöpfungskette anbieten kann, ist dies für andere Unternehmen attraktiv

¹⁵⁶ Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 30).

¹⁵⁷ Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 10-12).

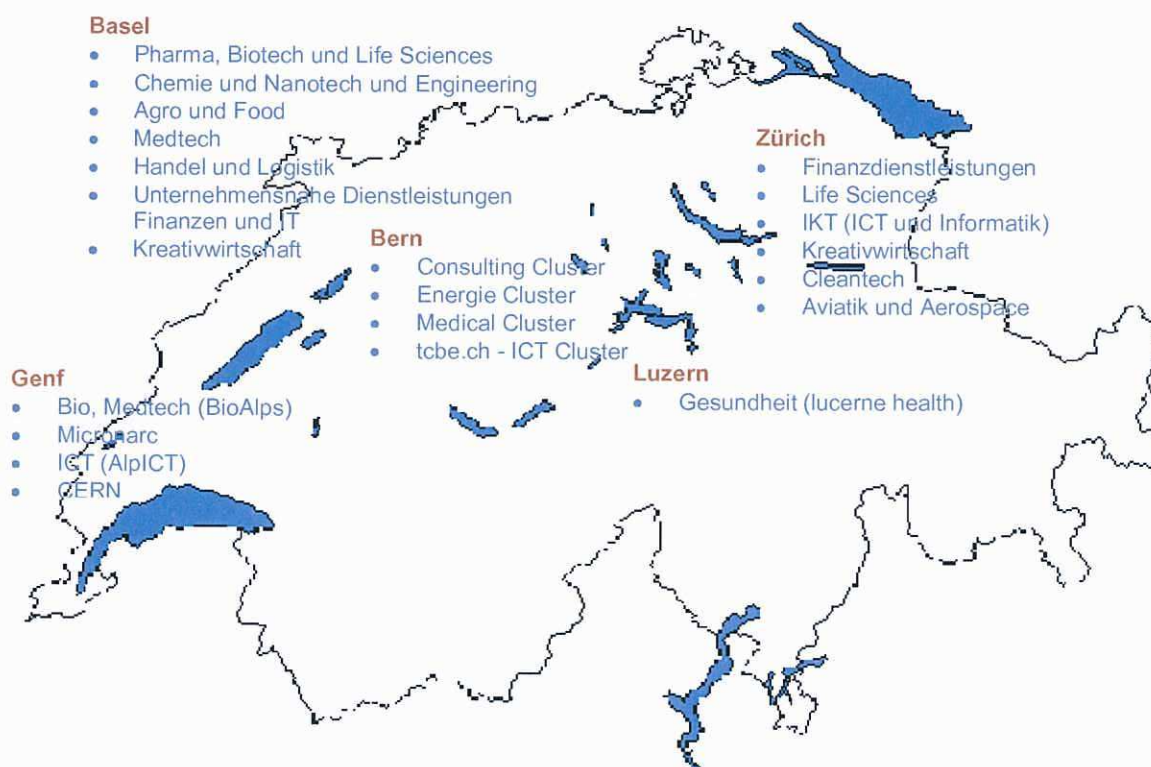
¹⁵⁸ Bundesamt für Statistik (2013c).

¹⁵⁹ GEWOS (2011, S. 48-52).

um Synergieeffekte nutzen zu können. Die Wirtschaftsstandorte in der Schweiz¹⁶⁰ konzentrieren sich auf verschiedene Cluster. Es kommt jedoch auch vor, dass ein Cluster in mehreren Wirtschaftsstandorten präsent ist.¹⁶¹ Eine Folge der Cluster ist, dass diese ein Arbeitsangebot in der Branche erschaffen und somit Personal einfacher rekrutiert werden kann.¹⁶²

In der untenstehenden Abbildung ist ersichtlich, in welchen Cluster sich die Wirtschaftsregionen Basel, Bern, Genf, Luzern und Zürich spezialisiert haben.¹⁶³ Anschliessend werden die wichtigsten Cluster je Region näher erläutert.

Abbildung 23: Die Schweiz und ihre Cluster



Quelle: Otto Hegnauer (2013) und eigene Ergänzungen.

¹⁶⁰ Basel, Bern, Genf, Luzern und Zürich.

¹⁶¹ Eco'Diagnostic (2008, S. 37).

¹⁶³ Schweizerische Eidgenossenschaft (2010, S. 39-41).

a) **Basel** (Basel-Stadt und Basel-Landschaft)

Life-Sciences

Im Bereich Life-Sciences deckt Basel die gesamte Wertschöpfungskette ab. Zudem sind zwei der fünf grössten Konzerne der Branche in Basel angesiedelt. Nebst den grossen Konzernen sind viele KMU der Branche in Basel präsent. Dies macht diesen Wirtschaftsstandort zum weltweit erfolgreichsten Life-Sciences-Standort.¹⁶⁴

Chemie und Nanotech, Medtech und Engineering

In Basel sind viele Unternehmen ansässig, welche in der Branche erfolgreich sind. Von der Nähe zu Life Sciences und der Materialwissenschaft profitiert der Bereich der Medizinaltechnik (Medtech). Die Mikrotechnik sowie der Maschinen- und Anlagebau gehören zu den traditionellen Stärken des Wirtschaftsstandortes.¹⁶⁵ Die chemische Industrie wird vor allem durch den in Basel verbreiteten Life-Sciences-Bereich – Biovalley unterstützt.¹⁶⁶

Logistik

Basel gilt als Logistikcenter der Schweiz. Die geografische Lage, im Dreispitz zwischen Deutschland, Frankreich und der Schweiz, macht Basel zum Knotenpunkt für den Strassen- und Schienenverkehr. Basel verfügt mit dem Rheinhafen und dem Flughafen über eine hervorragende Frachtinfrastruktur.¹⁶⁷ Die Wichtigkeit dieser traditionellen Branche für den Wirtschaftsstandort Basel lässt sich durch die Ernennung der Logistik zur Ziel- und Leitbranche im Legislaturprogramm 09/13 des Kantons Basel-Stadt erahnen.¹⁶⁸

Unternehmensnahe Dienstleistungen – Finanzen und IT

Im Finanzbereich sind neben weltweiten Vermögensverwaltern, auch Versicherungen, Privatbanken und Risikokapitalgesellschaften vertreten. Im gleichen Einzugsgebiet haben sich viele renommierte IT-Unternehmen angesiedelt. Im IT-Umfeld entstanden durch Start-ups führende Unternehmen im Bereich der Bioinformatik¹⁶⁹, welcher ein Bestandteil

¹⁶⁴ BaselArea (2013a).

¹⁶⁵ BaselArea (2013a).

¹⁶⁶ Eco'Diagnostic (2008, S. 39).

¹⁶⁷ BaselArea (2008).

¹⁶⁸ Handelskammer beider Basel (2013).

¹⁶⁹ BaselArea (2013a), Wissenschaft aus Lebenswissenschaft und computergeschützten Methoden.

der Biowissenschaft ist und durch Computertechnologie die Erforschung biologischer Zusammenhänge unterstützt.¹⁷⁰

Kreativwirtschaft

Die Messe BaselWorld und die Art Basel, welche jährlich in Basel stattfinden, machen den Wirtschaftsstandort zum Mekka für den Handel von Uhren und Schmuck. Die Kreativwirtschaft ist in Basel mit der Wirtschaft eng verbunden, sie ist eine der Zielbranchen der Basler Wirtschaftspolitik.¹⁷¹

b) Bern

Der Wrb verfügt über die folgenden Cluster:¹⁷²

Consulting Cluster

Das Berner Consulting Cluster wurde im Jahr 1998 gegründet. Mit 600 Mitgliedern umfasst er alle wichtigen Beratungsbereiche und verfügt über ein breites Netzwerk für die Vermittlung von Fachkompetenz, den Wissenstransfer und zum Erfahrungsaustausch. Bern bietet für der Consulting Cluster eine optimale Vernetzung der öffentlichen und privaten Beratung.¹⁷³

Energie Cluster

Mit einer grossen Beteiligung der Unternehmen, Schulen und der öffentlichen Hand wurde im Jahr 2004 der Energie Cluster gegründet. Der Verein fördert F&E-Einrichtungen in den Bereichen:¹⁷⁴

- Aus- und Weiterbildung
- Exportförderung
- Förderung von Startups
- Kooperationen
- Networking
- Standortpromotion
- Technologie- und Wissenstransfer

¹⁷⁰ Bibliographisches Institut GmbH (2013).

¹⁷¹ BaselArea (2013a), Präsidialdepartement des Kantons Basel-Stadt Aussenbeziehung und Standortmarketing (2013a).

¹⁷² WIRTSCHAFTSRAUM BERN (2013c).

¹⁷³ Consulting Cluster (2013).

¹⁷⁴ Energie-cluster.ch (2013a).

Der Energie Cluster hat zum Ziel, die erneuerbare Energie durch Innovationen zu fördern, die CO2-Emissionen zu reduzieren und die Zusammenarbeit über die Branche hinaus zu stimulieren.¹⁷⁵ Der EnergieCluster kann nicht als typischer Berner Cluster definiert werden, die Tätigkeiten erstrecken sich über die ganze Schweiz.

Tcbe.ch – ICT Cluster

Der ICT Cluster Bern, auch als tcbe.ch bekannt, wurde im Jahr 1996 als Verein durch einen Zusammenschluss von Unternehmungen, Ausbildungsinstitutionen, Verbände und Behörden gegründet.

Die Stärkung des Wirtschaftsraumes Bern im Bereich der Telekommunikation und Information gehört zum Ziel des Vereins. Heute verfügt der ICT Cluster über ein Netzwerk von 200 Mitgliedern.¹⁷⁶

Medical Cluster

Der Medical Cluster ist ein nicht politisches Netzwerk aus Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette in der Medizinaltechnik. Darin sind Dienstleistungs- und Forschungsunternehmen sowie Hersteller und Zulieferer zusammengeschlossen. Der Cluster bestrebt den Wissensaustausch und die Kooperationsmöglichkeit zwischen den Unternehmen der Branche. Die Zusammenarbeit der Exportplattform Medtech Switzerland soll die Exporttätigkeiten unterstützen.¹⁷⁷

Die Region Bern besitzt mit dem Inselspital als Forschungsstation und vielen international ausgerichteten Unternehmen aus dem Medtech und Pharma Bereich, eine gute Vernetzungsmöglichkeit und Entwicklungsplattform.¹⁷⁸

c) Genf

Genf besitzt keine eigenen Clusterorganisationen. Der Standort arbeitet mit interkantonalen Organisationen, wie der GGBa zusammen.

Bio, Medtech (BioAlps)

Die Region um den Genfersee gilt als führender europäischer Cluster für die Forschung im Bereich Life-Sciences. In der Region der GGBa sind viele Unternehmen der Biotechnologie Branche angesiedelt. Zudem existieren an diesem Standort viele Forschungseinrichtungen, Universitäten, Universitätskrankenhäuser sowie technische Hochschulen. Sie

¹⁷⁵ Energie-cluster.ch (2013b).

¹⁷⁶ tcbe.ch – ICT-Cluster Bern (2013).

¹⁷⁷ Medical Cluster (2013).

¹⁷⁸ WIRTSCHAFTSRAUM BERN (2013d).

bilden das Netzwerk des BioAlps und des Medical Clusters und machen die Region attraktiv. Die Stärke der Region in diesem Cluster wird durch die Anwesenheit vieler weltweit renommierter Unternehmen dieser Branche sichtbar.¹⁷⁹

Micronarc, Mikro-Nanotechnologie und Präzisionstechnologie

Die Stärke der GGBa in der Mikrotechnologie stammt aus der Uhrenherstellung, welche in der Region stark verwurzelt ist. Dies wirkt sich heute in vielen Bereichen, wie der Medizintechnik, Biotechnik, Hochpräzisionsoptik und dem Bereich ICT, aus. Auch auf diesem Gebiet profitieren viele internationale Unternehmen vom Wissen und der Erfahrung der in der Zone des GGBa angesiedelt Betriebe. Der Bereich Micronarc beinhaltet die Kommunikationsplattform für die Mikro-Nanotechnologie der Westschweiz. Sie ist für die F&E-Einrichtungen, Bildungsstrukturen etc. zuständig.¹⁸⁰

Informations- und Kommunikationstechnologie, ICT (AlpICT)

Die Region der GGBa hat sich in letzter Zeit zu einem beliebten ICT Standort entwickelt. Besonders viele Start-up-Unternehmen im Bereich der Bioinformatik, Verschlüsselungssysteme, Internet und Netzwerksicherheit, haben sich angesiedelt, welche von Grosskonzernen (z. B. Banken) sehr gefragt sind. Der Standort wird auch durch politische Entscheidungsträger, F&E-Einrichtungen sowie internationalen Aufsichtsstellen im Bereich ICT gefördert. Der ICT Standort rund um den Genfer-See wird als AlpICT bezeichnet.¹⁸¹

CERN

Eine ganz wichtige Forschungsinstitution für den Standort Genf und die ganze Schweiz ist das CERN. Es wurde 1952 von 20 Mitgliedstaaten gegründet um die Kernforschung voranzutreiben. Zu dieser Zeit wurde die Forschung darauf beschränkt, das Innenleben eines Atoms besser zu verstehen. Heute wird am CERN die Entstehung des Universums untersucht. Das Forschungszentrum ist eine Institution, die weltweite Anerkennung genießt. Aus diesem Grund zieht das CERN Fachspezialisten der Physik aus der ganze Welt an.¹⁸²

¹⁷⁹ Greater Geneva Bern area (2013b).

¹⁸⁰ Greater Geneva Bern area (2013c).

¹⁸¹ Greater Geneva Berne area (2013d).

¹⁸² CERN (2013).

d) Luzern

Luzern verfügt über keine eigenen Cluster. In Luzern ist vor nicht allzu langer Zeit ein Verein mit dem Namen LucerneHealth¹⁸³ gegründet worden. Dieser tritt in Form eines Kompetenzzentrums wie ein Cluster auf.

Gesundheit – Lucerne Health

Gegründet wurde der Verein Lucerne Health von Spitälern, das Schweizer-Paraplegiker-Zentrum (SPZ), Tourismus Luzern und einigen Hotels des oberen Preissegmentes mit Unterstützung des Kantons und der Stadt Luzern sowie der Wirtschaftsförderung Luzern.¹⁸⁴ Lucerne Health ist eine Koordinationsstelle für ausländische Kunden, welche von der Schweizer Spitzenmedizin und von der gehobenen Spital-Hotellerie profitieren möchten. Die Region Luzern verfügt mit dem Vierwaldstättersee über eine hohe Lebensqualität und ein einzigartiges Erholungsgebiet.¹⁸⁵

e) Zürich

Finanzdienstleistungen

Der Wirtschaftsstandort Zürich gilt als nationaler und internationaler Finanzplatz. Ein Drittel aller Banken und Versicherungen haben ihren Hauptsitz in Zürich und Umgebung.¹⁸⁶ Zürich teilt sich den Finanz Cluster interkantonal auf.¹⁸⁷ Nebst zwei Teilmärkten gehören die Börse, übrige Finanzdienstleister, Bildungseinrichtungen und Branchenorganisationen dazu. Daraus ergibt sich eine Sammlung von Know-how in diesem Bereich. Dies stärkt den Wirtschaftsstandort Zürich im Finanzsektor.¹⁸⁸

Life Sciences

Der Bereich der Lebenswissenschaft hat sich in Zürich in den letzten fünf Jahren entwickelt. Dazu haben die Ansiedlung von Unternehmen aus den verschiedensten Teilen der Wertkette beigetragen sowie die wachsende Anzahl von Spin-off Unternehmen aus dem Bereich der Hochschulen.¹⁸⁹

¹⁸³ www.lucernehealth.com

¹⁸⁴ Hinnen (2011).

¹⁸⁵ Lucerne Health Association (2013).

¹⁸⁶ Staatskanzlei des Kantons Zürich (2013a).

¹⁸⁷ Eco'Diagnostic (2008, S. 39ff).

¹⁸⁸ Staatskanzlei des Kantons Zürich (2013a).

¹⁸⁹ Staatskanzlei des Kantons Zürich (2013b).

IKT (Informations- und Kommunikationstechnologie)

Der Cluster IKT umfasst eine Anzahl verschiedener Branchen im Bereich Handel, Herstellung und Services. Die grosse Dichte an Finanzunternehmen und übrigen Branchen in der Region, lässt die Nachfrage für IKT Dienstleistungen ansteigen und ist für diese Clusterbildung verantwortlich. Oft sind IKT-Fachleute nicht in der eigenen Branche eingestellt, sondern Grossunternehmen beschäftigen eigenes IKT-Personal.¹⁹⁰

Kreativwirtschaft

Die Region Zürich ist in vier Teilmärkten präsent: Architektur, Design, Game Design und Presse. Die Kreativwirtschaft trägt mit diversen Aktivitäten zur Wohn- und Lebensqualität in der Region bei und kann in Zürich als weltweit führend bezeichnet werden.¹⁹¹

Cleantech

Cleantech ist keine klar definierte Branche. Ihre Tätigkeiten erstrecken sich über die gesamte Wertschöpfungskette.¹⁹² Der Bereich Cleantech setzt sich für ressourcenschonendes und nachhaltiges Wirtschaften ein. Die natürlichen Ressourcen sollen erhalten bleiben.¹⁹³

In Zürich sind einige international renommierte Institutionen vertreten, wie der „Club of Rome“¹⁹⁴, wie auch ETH-Spin-off-Unternehmen sowie weitere Unternehmen, die sich in diesem Bereich einsetzen. Der Standort Zürich verfügt im internationalen Vergleich über eine grosse Anzahl an Bildungs- und Forschungseinrichtungen, wie z. B. ETH Zürich, Universität und die Fachhochschulen.¹⁹⁵

Aviatic und Aerospace (Luft- und Raumfahrt)

Dem Cluster Aerospace können folgende Tätigkeiten zugeordnet werden: Luftfahrt, Raumfahrt und Satellitennavigation. Im Raum Zürich sind verschiedene renommierte Unternehmen der Branche angesiedelt, wie z. B. SR Technics, Ruag Space, Siemens, Acutronic, Bucher Leichtbau, Huber + Suhner, u-blox sowie verschiedene Forschungsinsti-

¹⁹⁰ Staatskanzlei des Kantons Zürich (2013c).

¹⁹¹ Staatskanzlei des Kantons Zürich (2013d).

¹⁹² Staatskanzlei des Kantons Zürich (2013e).

¹⁹³ Cleantech (2013).

¹⁹⁴ CLUBE OF ROME (2013).

¹⁹⁵ Staatskanzlei des Kantons Zürich (2013e).

tute.¹⁹⁶ Der Standort Zürich ist mit dem Amt für Wirtschaft und Arbeit, Standortförderung ein aktives Mitglied des swiss aerospace cluster.¹⁹⁷

f) Freiburg i.B.

Auch diese Wirtschaftsregion verfügt über eine Vielzahl von Cluster. Zu den wichtigsten zählen die Gesundheitswirtschaft / Life Sciences, Handwerk, Handel, Microsystemtechnik, Tourismus Umweltwirtschaft und Wissenschaft.¹⁹⁸

Gesundheitswirtschaft / Life Sciences

Die Gesundheitswirtschaft erstreckt sich über den produzierenden Bereich, Einzel- und Grosshandel der Pharmazie, Medizintechnik und Biotechnologie bis zu Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen wie Spitäler, Arztpraxen etc.. Der Life Sciences Cluster erstreckt sich über die Grenzen hinaus.¹⁹⁹

Umwelt- und Solarwirtschaft / Green City

Die Umweltwirtschaft setzt sich aus mehreren KMU zusammen, welche den Markt mit Umweltprodukten versorgen. Diese Branche weist in der Region ein erhebliches Potenzial auf. Insbesondere nehmen die Unternehmen eine führende Pionierrolle in den Bereichen Entwicklung, Wissenstransfer und Umweltbildung ein. Rund 3 % der Erwerbstätigen sind in diesem Cluster tätig.

Microsystemtechnik

Im Bereich der Microsystemtechnik erfolgte seit den 1980er Jahren ein enormes Wachstum. In der Region Freiburg i.B. sind einige internationale Unternehmen und KMU angesiedelt. Zudem befinden sich in der Region eine Vielzahl von Forschungsinstituten.²⁰⁰

IT-, Medienwirtschaft und Kreativwirtschaft

Der IT- und Medienwirtschaft ist mit einer Vielzahl von Beschäftigten (durch das traditionelle Verlagsgewerbe) ein wichtiger Wirtschaftssektor der Region. Die Kreativwirtschaft wird durch das im Jahr 2002 eröffnete „Location Office Region Freiburg“ mit der Betreuung von Kino- und Fernsehfilmen gefördert. Der Bereich Kreativwirtschaft wird mit gezielten Strategien und Massnahmen weiterhin forciert. Foren im Bereich Informationstechno-

¹⁹⁶ Staatskanzlei des Kantons Zürich (2013f).

¹⁹⁷ Swiss aerospace cluster (2013).

¹⁹⁸ Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 18).

¹⁹⁹ Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 32).

²⁰⁰ Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 34).

logie, Medien und IT-Branchen fördern die Zusammenarbeit mit Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft.²⁰¹

6.5.5. Stärken und Schwächen der Konkurrenzstandorte

Die nachstehende Tabelle ist eine Zusammenfassung über die durchgeführte Konkurrenzanalyse und Analyse der Zielgruppen. Anbei werden die auffälligen Stärken und Schwächen der konkurrenzierenden Wirtschaftsstandorte in der Schweiz und Freiburg i.B. dargestellt.

Abbildung 24: Stärken und Schwächen der Konkurrenzstandorte

	Auffällige Stärken	Auffällige Schwächen
Basel	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsanbindung • Verfügbarkeit von hochqualifizierten Arbeitskräften • Cluster (Pharma, Biotech, Life Sciences, Chemie und Nanotech) 	<ul style="list-style-type: none"> • Besteuerung der juristischen Personen im Kanton Basel-Stadt • Lohnniveau
Freiburg i.B.	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsanbindung • F&E-Einrichtungen • Lohnniveau 	<ul style="list-style-type: none"> • Steuerbelastung (Deutschland)
Genf	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsanbindung • Verfügbarkeit von hochqualifizierten Arbeitskräften • Cluster (CERN) 	<ul style="list-style-type: none"> • Besteuerung der juristischen Personen im Kanton Genf • Lohnniveau • Mietzinsniveau und Immobilienpreise
Luzern	<ul style="list-style-type: none"> • Besteuerung der juristischen Personen • Mietzinsniveau und Immobilienpreise 	<ul style="list-style-type: none"> • Kein internationaler Flughafen • Wenig Cluster
Zürich	<ul style="list-style-type: none"> • Besteuerung der natürlichen Personen • Verkehrsanbindung • Cluster (Finanzdienstleistungen, Life Sciences, Cleantech, Aviatik und Aerospace) 	<ul style="list-style-type: none"> • Lohnniveau • Mietzinsniveau und Immobilienpreise

Quelle: Eigene Darstellung.

²⁰¹ Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (2013, S. 35).

7. SWOT-Analyse

In der nachfolgenden SWOT-Analyse werden sämtlichen aus der Standortanalyse die Stärken (S), Schwächen (W), Chancen (O) und Gefahren (T) des Wrb dargestellt.

Abbildung 25: SWOT-Analyse

Stärken (S)	Schwächen (W)
<ul style="list-style-type: none"> • Anschluss zur West-Schweiz • Bundesnahe Grossunternehmen (SBB, Post, Swisscom) • Einstellung der Arbeitsbevölkerung (bodenständig, effizient und zuverlässig) • Freie verfügbare Fläche • Image als grüner Standort • Image als Standort mit freundlichem Umfeld • Image für grosses Kulturangebot • Investitionen in die International School • Konjunkturunabhängige Wirtschaft • Kooperation der F&E Inselspital • Stetige Investition in die Gebäude-Infrastruktur • Stetige Investition in die Verkehrs-Infrastruktur (viele laufende Projekte) • Tiefe Immobilienpreise • Tiefes Lohnniveau (national) • UNESCO Weltkulturerbe (Bern-Altstadt) • Universitätsspital Inselspital – Herzzentrum • Verkehrsanbindung (Autobahn, S-Bahn, Fernverkehr, Flughafen) • Wohn- und Lebensqualität • Zentrale Lage in der Schweiz (1h von Basel, Lausanne, Luzern und Zürich) • Zweisprachigkeit Deutsch-Französisch 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Steuerbelastung der natürlichen Personen • Image als „statischer“ und „rückständiger“ Standort • Image als Beamtenstadt • Image als nicht typischer Wirtschaftsstandort • Image als Standort mit eher durchschnittlicher Lebensqualität (externe Sicht) • Standortmarketing zu wenig zielgerichtet
Chancen (O)	Gefahren (T)
<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau Cleantech Cluster (Mitwerbend mit Zürich) • Ausbau Cluster Kreativwirtschaft (Mitwerbend mit Basel und Zürich) • Ausbau Consulting Cluster (Zielgruppe: Bundesbetriebe) • Bern als internationalen Wirtschaftsstandort fördern • Image als dynamischer Standort vermitteln (Gegenteil „statisch“) • Image der Hochschulen stärken • Label „made in Switzerland“ nutzen • Positionierung als grüner Standort • Standortfaktor „emotionale Bindung“ stärken und nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> • Fokussierung ausschliesslich auf neue Unternehmen • Kürzung der öffentlichen Ausgaben auf Bundesebene (Bundesbetriebe, Bildung) • Paralleler / Doppelter Aufbau von Consulting Cluster (Basel, Genf, Zürich) • Paralleler Aufbau Cluster Bern-Genf • Schwierige Rekrutierung von Top-Management (aufgrund hoher steuerlicher Belastung) • Starker CHF-Kurs • Überforderung durch Vielzahl von WiFö Organisationen (verschiedene Ebenen) • Verlust der Lebensqualität durch Urbanisierung • Wegfall von regelmässigen internationalen Flugverbindungen ab Bern-Belp • Widerstand Bevölkerung bei Umzonung (Industriegebiet, besonders bei Ansiedlung von Produktionsbetriebe) • Zu starke Fokussierung auf Bundesbetriebe

Quelle: Eigene Darstellung.

7.1. Beeinflussung der Chancen durch Stärken und Schwächen

In diesem Abschnitt wird dargestellt, welche Chancen des Wrb durch welche Stärken und Schwächen beeinflusst werden. Damit wird sichtbar, welche Stärken zur Umsetzung der Chancen maximiert werden können respektive welche Schwächen zu Minimieren sind.

Abbildung 26: Beeinflussung Chancen durch Stärken und Schwächen

Chancen (O)	Stärken (S) / Schwächen (W)	Erklärung
Image als dynamischer Standort vermitteln	<p>S: Einstellung der Arbeitsbevölkerung</p> <p>S: Universitätsspital Inselspital – Herzzentrum</p> <p>W: Image als „statischer“ und „rückständiger“ Standort</p> <p>W: Image als nicht typischer Wirtschaftsstandort</p> <p>W: Image als Beamtenstadt</p>	<p>Die Arbeitseinstellung der Wohnbevölkerung im Raum Bern wurde von den in Bern ansässigen Unternehmen als bodenständig, effizient und zuverlässig eingestuft, was den Aufbau eines dynamischen Standortes fördert. Zudem fördern Investitionsprojekte wie das Herz- und Gefässzentrum des Inselspitals den Ruf des Wrb positiv.</p> <p>Das Image, welches sowohl bei internen, und externen Akteuren als statisch, rückständig und konservativ gilt, hemmt den Aufbau eines dynamischen Images. Auch das Image als nicht typischer Wirtschaftsstandort und als Beamtenstadt ist ein Hindernis für den Imagewandel.</p>

Chancen (O)	Stärken (S) / Schwächen (W)	Erklärung
Ausbau Consulting Cluster	<p>S: Bundesnahe Grossunternehmen</p> <p>S: Tiefes Lohnniveau</p> <p>S: Tiefe Immobilienpreise</p> <p>W: Hohe Steuerbelastung der natürlichen Personen</p> <p>W: Image als „statischer“ und „rückständiger“ Standort</p>	<p>Die Ansammlung von bundesnahen Grossunternehmen und die ansässige Bundesverwaltung bereiten Consultingunternehmen einen attraktiven Absatzmarkt. Daneben fördern auch das tiefe Lohnniveau und die tiefen Immobilien- und Mietpreise, den Ausbau des Consulting Clusters.</p> <p>Die hohe steuerliche Belastung der natürlichen Personen ist ein Hemmfaktor für den Ausbau des Consulting Clusters. Mögliche Unternehmer und Mitarbeitende in der Consulting Branche möchten nicht in den Kanton Bern ziehen, weil sie sonst höhere Steuern bezahlen müssten. Dies schränkt auch den Aufbau von Unternehmen im Wrb ein. Zudem ist das Image als „statischer“ und „rückständiger“ Standort ein Hindernis für den Ausbau des Consulting Clusters, da potenzielle Unternehmen den Eindruck bekommen zu wenig Aufträge zu erhalten.</p>
Ausbau Cleantech Cluster	<p>S: Image als grüner Standort</p> <p>W: Hohe Steuerbelastung der natürlichen Personen</p> <p>W: Standortmarketing zu wenig zielgerichtet</p>	<p>Was den Ausbau des Cleantech Cluster fördern könnte, ist das Image als „grüner“ Standort. Interne und externe Unternehmen betrachten den Wrb als „grün“, was gut zu einem Cleantech-Standort passen würde.</p> <p>Was auch hier die Ansiedlung von Unternehmen verhindern könnte, ist die hohe steuerliche Belastung der natürlichen Personen. Unternehmer und Mitarbeitende sind aufgrund der steuerlichen Belastung eher abgeneigt in den Kanton Bern zu ziehen. Dies hemmt auch Neugründungen sowie den Zuzug von Unternehmen. Der Ausbau des Cleantech Cluster ist gemäss Strategie des WRB ein zentrales Ziel.²⁰² Die Kommunikation ist jedoch im Moment nicht auf dieses Ziel ausgerichtet</p>

²⁰² Siehe Abschnitt 3.5.3. auf S. 12.

Chancen (O)	Stärken (S) / Schwächen (W)	Erklärung
Ausbau Cluster Kreativwirtschaft	<p>S: UNESCO Weltkulturerbe</p> <p>S: Image für grosses Kulturangebot</p>	Bern gilt als Stadt und Region mit einem grossen Kulturangebot. Zudem ist die Altstadt UNESCO Weltkulturerbe. Diese beiden Stärken bilden eine ausgezeichnete Voraussetzung, um Bern zu einem Standort der Kreativwirtschaft zu machen.
Image der Hochschulen stärken	<p>S: Universitätsspital Inselspital – Herzzentrum</p>	Um das Image der Hochschulen zu verbessern empfiehlt es sich Prestigeprojekte wie die Eröffnung des Herz- und Gefässzentrums, ausführlich zu kommunizieren.
Positionierung als grüner Standort	<p>S: Image als grüner Standort</p> <p>S: Wohnqualität / Lebensqualität</p> <p>W: Standortmarketing zu wenig zielgerichtet</p>	Bern eignet sich hervorragend zur Vermarktung als „grüner Standort“. Das Image ist bereits vorhanden, könnte noch ausgebaut werden. Die Wohn- und Lebensqualität helfen dabei, den Standort als „Wohlfühlstandort“ zu vermarkten. Die Schwäche der schlechten Vermarktung lässt im Moment die Positionierung als grüner Standort noch nicht optimal zu.
Bern als internationalen Wirtschaftsstandort fördern	<p>S: Investitionen in die International School</p> <p>W: Image als „statischer“ und „rückständiger“ Standort</p> <p>W: Image als nicht typischer Wirtschaftsstandort</p> <p>W: Image als Standort mit eher durchschnittlicher Lebensqualität</p>	<p>Die International School of Berne ist für den Wrb extrem wichtig. Für ausländische Manager und vor allem deren Familien muss das Umfeld stimmen. Daher ist der Ausbau der International School extrem wichtig.</p> <p>Internationale und Schweizer Unternehmen könnten sich aufgrund des „statischen“ und „rückständigen“ Images gegen Bern entscheiden. Zudem besitzt Bern im Moment nicht das Image als typischer Wirtschaftsstandort und auch das Image bezüglich Lebensqualität ist nur durchschnittlich, was den Ruf als internationalen Wirtschaftsstandort nicht fördert.</p>

Chancen (O)	Stärken (S) / Schwächen (W)	Erklärung
Label „made in Switzerland“	S: UNESCO Weltkulturerbe S: Einstellung der Arbeitsbevölkerung	Produkte „made in Switzerland“ sind in der Schweiz sowie im Ausland sehr begehrt. Da Bern als besonders schweizerisch und schön gilt, ist es für die Unternehmen eine Möglichkeit sich über den Standort Bern zu vermarkten. Dabei hilft sicher auch das Label der UNESCO. Zudem ist die Arbeitseinstellung der Schweizer Bevölkerung ein Pluspunkt. Diese gilt als sehr effizient und präzise.

Quelle: Eigene Darstellung (2013).

7.2. Beeinflussung der Gefahren durch Stärken und Schwächen

In diesem Abschnitt wird dargestellt, welche Gefahren des Wrb durch welche Stärken und Schwächen beeinflusst werden. Dies zeigt auf, welche Stärken zur Minimierung der Gefahren eingesetzt werden können respektive welche Schwächen zu Minimieren sind.

Abbildung 27: Beeinflussung Gefahren durch Stärken und Schwächen

Gefahren (W)	Stärken (S) / Schwächen (W)	Erklärung
Wegfall von regelmässigen internationalen Flugverbindungen ab Bern-Belp	S: Zentrale Lage in der Schweiz	Zurzeit deckt der Flugplan ab Bern-Belp viele internationale Destinationen ab. Es besteht die Gefahr, dass Fluggesellschaften ihr Angebot abbauen und den Flughafen nicht mehr bedienen. Dennoch bleibt der Wrb durch seine zentrale Lage in der Schweiz attraktiv. Innerhalb weniger als 2h Fahrzeit mit dem öffentlichen Verkehr ab Bern HB, können drei internationale Flughäfen erreicht werden.

Gefahren (W)	Stärken (S) / Schwächen (W)	Erklärung
Verlust der Lebensqualität durch Urbanisierung	<p>S: Stetige Investition in die Verkehrs-Infrastruktur</p> <p>S: Stetige Investition in die Gebäude-Infrastruktur</p> <p>W: Hohe Steuerbelastung der natürlichen Personen</p> <p>W: Image als Standort mit eher durchschnittlicher Lebensqualität</p>	<p>In den letzten Jahren wurde im Wrb sehr viel in die Gebäude- und Verkehrsinfrastruktur investiert. Die Investitionen machen den Wrb attraktiv und zeitgemäss. Diese sind mit der Gefahr verbunden, dass ein Stück des Erholungsgebietes durch bauliche Massnahmen verschwindet.</p> <p>Die Schwäche, durch welches der Wrb bekannt ist, die hohe Steuerbelastung der natürlichen Personen, wird in diesem Falle zur Stärke für die Region. Wie auch das Image, dass die Lebensqualität in Bern als eher durchschnittlich erachtet wird. Denn sie hemmen eine Übersiedlung in die Region und damit verhindern sie grosse Bauinvestitionen und Umzonungen und der Erhalt der Lebensqualität.</p>
Paralleler Aufbau von Cluster	<p>S: Bundesnahe Grossunternehmen</p> <p>W: Hohe Steuerbelastung der natürlichen Personen</p> <p>W: Image als „statischer“ und „rückständiger“ Standort</p> <p>W: Image als nicht typischer Wirtschaftsstandort</p> <p>W: Image als Standort mit eher durchschnittlicher Lebensqualität</p>	<p>Im Wrb angesiedelt sind bundesnahe Grossunternehmen im Dienstleistungssektor. Sie fragen Beratungs-Dienstleistungen nach. Der Consulting Cluster ist in mehreren schweizerischen Wirtschaftsräumen vertreten. Die Gefahr besteht, dass Ressourcen nicht effizient eingesetzt werden und sich die Cluster gegenseitig konkurrenzieren. Bern kann sich durch die potentielle Kundschaft der Cluster entwickeln. Hemmend ist die hohe Steuerbelastung für natürliche Personen, welche die Rekrutierung erschwert.</p>
Schwierige Rekrutierung von Top-Management aufgrund hoher steuerlicher Belastung	<p>S: Wohn- und Lebensqualität</p> <p>S: Image als Standort mit freundlichem Umfeld</p> <p>W: Hohe Steuerbelastung der natürlichen Personen</p> <p>W: Image als Standort mit eher durchschnittlicher Lebensqualität</p>	<p>Die Gefahr besteht, dass für Unternehmen die Rekrutierung von Personal im Bereich des Top-Managements erschwert wird, aufgrund der hohen Steuerbelastung für natürliche Personen sowie das eher durchschnittliche Image für die Lebensqualität im Wrb.</p> <p>Die Schwächen sind in dieser Konstellation der Stärken leicht überlegen. Die Rekrutierung des oberen Kaders wird durch deren hohe Steuerbelastung gehemmt sowie durch das eher durchschnittliche Image der Lebensqualität.</p>

Gefahren (W)	Stärken (S) / Schwächen (W)	Erklärung
Kürzung öffentliche Ausgaben Bund	S: Kooperation F&E Inselspital W: Bundesnahe Grossunternehmen	<p>Bundesausgaben werden stets optimiert, gar gekürzt. Der Bereich der F&E ist eines der Bereiche, wie die Bildung, wo Kosten eingespart werden. Weil im Wrb einen grossen Anteil von Bundesbetriebe wie auch bundesnahe Betriebe angesiedelt sind, besteht für den Standort einen Klumpenrisiko. Durch Sparmassnahmen des Bundes, sind Projekte und Investitionen gefährdet.</p> <p>Die Umsetzung des Masterplanes des Universitätsspitals Inselspital Bern, entsteht für den Wrb ein grosses Potenzial und mit dem Medizinalbereich eine nachhaltige Diversifikation.</p>

Quelle: Eigene Darstellung (2013).

8. Handlungsempfehlungen

Die vorliegenden Handlungsempfehlungen richten sich an den WRB. Sie sind ein Bestandteil der Forderungen aus der Motion von Herrn Bernhard Eicher, Stadtrat.²⁰³

Die Handlungsempfehlungen werden aus der erarbeiteten SWOT-Analyse²⁰⁴ abgeleitet. Die Empfehlungen werden in verschiedene Handlungsgebiete unterteilt. Die Ausgestaltung und die benötigten Massnahmen für die Umsetzung, werden in der Ausarbeitung nicht berücksichtigt.

8.1. Imageaufbau

Dynamischer Standort

Die Imageanalyse²⁰⁵ hat gezeigt, dass der Wrb ein Image als statischer Standort besitzt. Bern soll von diesem Ruf wegkommen. Das Kreieren neuer Botschaften ist ein Mittel, wie der Wrb diese Schwäche eindämmen kann. Für die Vermittlung eines dynamischen Umfeldes dienen Projekte mit hohem Ansehen, wie der Aufbau des Herzzentrums im Inselspital. Auch Bauprojekte, welche für die Dynamik des Standortes sprechen, können zum Aushängeschild werden. Die öffentliche Verwaltung und die bundesnahen Betriebe sind für den Wrb von zentraler Bedeutung. Trotzdem sollte versucht werden gegen aussen das Image als Beamtenstadt abzulegen.

Hochschulen und F&E-Einrichtungen vor allem in den Cluster

Es ist wichtig, dass die Berner Hochschulen Studiengänge anbieten, welche auf die Tätigkeitsfelder in den verschiedenen Cluster zugeschnitten sind. Dadurch kann das Arbeitsangebot für die im Wrb ansässigen Unternehmen verbessert werden. Für die Unternehmen der Cluster, auf welche sich der Wrb konzentriert, entsteht durch das gute Arbeitsangebot ein erheblicher Mehrwert. Die Qualität des Arbeitsangebotes stellt für die Unternehmen einen der wichtigsten Standortfaktoren dar. Auch Forschungsprojekte sollten an die Bedürfnisse der Unternehmen angepasst werden.

Grüner Standort

Die Imageanalyse²⁰⁶ hat ergeben, dass Bern von internen, und externen Unternehmen als grüner Standort angesehen wird. Dieses Image kann als positiv wahrgenommen werden. Diese Ausgangslage soll für die Erreichung der strategischen Ziele, wie die Entwicklung

²⁰³ Siehe Abschnitt 1. auf S. 5ff.

²⁰⁴ Siehe Abschnitt 7. auf S. 66.

²⁰⁵ Siehe Abschnitt 6.2 auf S. 31f.

²⁰⁶ Siehe Abschnitt 6.2 auf S. 31f.

des Cleantech Cluster, genutzt werden. Grün steht für Lebensqualität, welche für Unternehmen einen wichtigen Standortfaktor darstellt. Die strategischen Ziele sollen von den Organisationen kontinuierlich und zielgerichtet an potenzielle Anspruchsgruppen vermittelt werden.

Image der Lebensqualität

Mitarbeitende sind der Motor eines Unternehmens. Ihre Produktivität hängt von ihrem Wohlbefinden ab. Weil in der Befragung besonders externe Unternehmen Bern als einen Standort mit eher durchschnittlicher Lebensqualität sehen, müssen Massnahmen getroffen werden, welche dieses Image verbessern. Das Angebot an Lebensqualität soll flankierend zu den harten Standortfaktoren kommuniziert werden, um die Schwächen des Wirtschaftsstandortes (z. B. hohe Steuerbelastung für natürliche Personen) zu mildern.

8.2. Cluster

Ausbau Consulting Cluster

Die Förderung und Erhaltung des Consulting Cluster sollte zu einem zentralen strategischem Ziel umfunktioniert werden. Es soll vermieden werden, dass im Wrb ansässige Unternehmen Beratungsdienstleistungen ausserhalb des Wrb beziehen.

Die Unterstützung von Start-ups, die Ansiedlung von Unternehmen und die Pflege von bereits ansässigen Unternehmen aus der Consultingbranche helfen dieses Ziel zu erreichen. Für Beratungsunternehmen ist die Nähe zum Absatzmarkt ein wichtiger Faktor bei der Ansiedlung in einem bestimmten Gebiet. Bern weist gute Voraussetzungen auf, um mit den bundesnahe Betrieben und der öffentlichen Verwaltung, für die Anziehung von Beratungsunternehmen in den Wrb zu holen.

Ausbau Cleantech Cluster

Eines der strategischen Handlungsfelder des WRB ist es, im Bereich Cleantech der Nummer-eins Standort der Schweiz zu werden²⁰⁷. Dieses Ziel kann durch einen verbesserten Gesamtauftritt erreicht werden. Instrumente für eine klarere Positionierung können Veranstaltungen zum Thema Cleantech sein oder die vermehrte Förderung von Forschungsprojekten in diesem Gebiet. Speziell auf die Branchen ausgerichtete Ausbildungs- und Weiterbildungsstudiengänge sollen das Arbeitsangebot sicherstellen.

Das strategische Ziel soll gegen aussen kommuniziert werden. Es ist wichtig, dass alle Organisationen, welche für das Standortmarketing im Wrb zuständig sind, diese Positionierung vermitteln. Der Wrb soll bei internen und externen Akteuren direkt mit der Cleantech-Branche in Verbindung gebracht werden.

²⁰⁷ Siehe Abschnitt 3.5.3. auf S. 12ff.

Kreativwirtschaft

Der Wrb hat gute Voraussetzungen um den Wirtschaftszweig Kreativwirtschaft auszubauen. Bern gilt als Kulturstadt. Der Wirtschaftszweig kann neben dem Aufbau der anderen Cluster als komplementärer Bereich verstärkt werden.

Diversifizierung beibehalten

Der Wrb weist eine hohe Diversifikation der Wirtschaft aus. Diese Breite an Unternehmen aus verschiedenen Branchen sollte beibehalten werden. Auch wenn der Hauptfokus auf neue Unternehmen in den Bereichen Cleantech und Consulting gelegt werden soll, dürfen Unternehmen aus anderen Branchen und der öffentlichen Verwaltung nicht benachteiligt werden. Bereits ansässige Unternehmen gilt es in dieser Beziehung ebenfalls zu fördern, damit die Diversifikation beibehalten werden kann.

8.3. Internationalität fördern

Basel, Genf und Zürich sind die Wirtschaftsmotoren der Schweiz. Die meisten der ausländischen Grossunternehmen sind in diesen Städten ansässig. Obwohl der Wrb bei den meisten harten Standortfaktoren mithalten kann oder sich sogar abheben könnte, zieht es internationale Unternehmen in die oben aufgeführten Standorte. Dies lässt darauf schliessen, dass die Internationalität wichtig ist, um Unternehmen aus dem Ausland anzuziehen.

Flughafen Bern-Belp

Schon aus Imagegründen ist es wichtig, einen Flughafen mit internationalen Verbindungen zu haben. Der Flughafen Bern-Belp soll daher unterstützt werden, damit das bestehende Angebot erhalten bleibt. Auch gilt es Rahmenbedingungen für ausländische Arbeitskräfte mit Familie attraktiv zu gestalten.

International School of Berne

Die Bildungsmöglichkeiten für Kinder sind ein zentraler Punkt, damit Bern überhaupt als Arbeitsort in Frage kommt. Daher muss eine enge Zusammenarbeit mit der International School of Berne gepflegt werden. Die Einrichtung muss ins Netzwerk der Standortförderungsorganisationen aufgenommen werden. Ein regelmässiger Austausch und eine gute Zusammenarbeit sind ein Muss.

Besteuerung der natürlichen Personen

Die im Vergleich zu anderen Standorten in der Schweiz hohe Steuerbelastung der natürlichen Personen schreckt hochqualifizierte Arbeitskräfte ab, eine Stelle in Bern anzunehmen und nach Bern zu ziehen. Aus diesem Grund muss in der kantonalen Politik die Positionierung innerhalb des Steuerwettbewerbs erneut debattiert werden.

Integration der ausländischen Mitarbeitenden

Für Arbeitnehmende aus dem Ausland und deren Umfeld müssen vermehrt Angebote für einen erleichterten Einstieg angeboten werden, damit sie sich sofort wohlfühlen und sich ein Netzwerk aufbauen können.

9. Fazit

9.1. Kritische Würdigung

Um dem Leser aufzuzeigen, was die vorliegende Bachelor Arbeit aussagt, wird unter diesem Kapitel eine kritische Würdigung in Bezug auf die Repräsentativität, die Vorgehensweise und der Endergebnisse verfasst.

9.1.1. Repräsentativität

Durch die im Rahmen der Bachelor Arbeit durchgeführten Interviews mit acht Unternehmen konnte kein Resultate gewonnen werden, welches die in Bern ansässigen Unternehmen, und damit die Zielgruppe des WRB, repräsentiert. Da sich die Zeitdauer zur Erstellung der Bachelor Arbeit über gut vier Monate erstreckt, war bereits zu Beginn der Arbeit klar, dass nicht genügend Interviews durchgeführt werden können, um ein repräsentatives Ergebnis aus den Interviews zu erhalten. Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde versucht Unternehmen auszuwählen, welche den Zielgruppen des WRB zugeordnet werden können. Obwohl keine Repräsentativität erreicht werden konnte, wurden wichtige Erkenntnisse gewonnen, welche für die Erstellung der SWOT-Analyse und der Handlungsempfehlungen unerlässlich sind.

9.1.2. Vorgehensweise

Der Hauptteil der Arbeit stützt sich stark auf die Untersuchung der als wichtig klassifizierten Standortfaktoren. Zuerst wurde versucht zu ergründen, weshalb die einzelnen Standortfaktoren für ein Unternehmen eine Rolle bei der Standortwahl spielen. In Kapitel 6 wurde die Standortanalyse auf der Basis von Gubler, Robert E./Möller, Christian (2006) vorgenommen, welche sich ebenfalls mehrheitlich auf die Untersuchung der Standortfaktoren bezieht. Um zu einer SWOT-Analyse und Handlungsempfehlungen zu gelangen, hätten auch andere Vorgehensweisen angewandt werden können. Zum Beispiel wäre es möglich gewesen, den Standortwahlentscheidungsprozess der Unternehmen detaillierter zu erfassen und damit eher durch eine prozessuale Analyse ein Verständnis für das Thema aufzubauen. Es hätten aber auch andere Standortfaktoren in die Analyse einbezogen werden können, welche unter Umständen zu einem anderen Ergebnis geführt hätten.

9.1.3. Endergebnis

Das Endergebnis der Arbeit konzentriert sich auf den Imageaufbau, die Entwicklung der verschiedenen Cluster und die Internationalisierung. Auf den ersten Blick scheinen die Handlungsempfehlungen nicht gross mit der Untersuchung der einzelnen Standortfaktoren zusammen zu hängen. Um zu erkennen, dass der Wrb in Bezug auf die Ausgestaltung der harten Standortfaktoren mit den Konkurrenzstandorten mithalten kann, oder für Unternehmen im Vergleich mit anderen Standorten sogar attraktiver ist, musste diese Analyse der Standortfaktoren durchgeführt werden. Nach den ausführlichen Untersuchungen der Standortfaktoren kann es sein, dass der Leser Handlungsempfehlungen in Bezug auf die einzelnen Faktoren erwartet. Diese bewusst zu steuern ist in manchen Fällen kaum möglich. Nach Ansicht der Autoren ist es für einen Wirtschaftsstandort jedoch viel wichtiger zu entscheiden für was er stehen will und zu definieren in welchen Bereichen für eine gewisse Gruppe von Unternehmen einen Mehrwert geschaffen werden soll. Wenn diese Erkenntnis vorhanden ist, kann ein Wirtschaftsraum seine Zielgruppen und -Märkte sowie -Branchen genau definieren.

9.2. Metakognitive Reflexion

Deklaration

Die Länge des vorliegenden Textes ab und inklusive Kapitelüberschrift 1 bis vor diesen Abschnitt beträgt 16'589 Wörter.

Wir bestätigen, die vorliegende Arbeit selbständig verfasst zu haben. Sämtliche Textstellen, die nicht von uns stammen, sind als Zitate gekennzeichnet und mit dem genauen Hinweis auf ihre Herkunft versehen.

Die verwendeten Quellen (gilt auch für Abbildungen, Grafiken u.ä.) sind im Literatur- bzw. Quellenverzeichnis aufgeführt.

Bern, 11. Mai 2013

Oliver Oberlin

Antonio Scapoli

