regiosuisse
Netzwerkstelle Regionalentwicklung
Centre du réseau de développement régional
Centro della rete di sviluppo regionale
Center da la rait per il svilup regiunal

formation-regiosuisse

NRP – Ein Fall für die Privatwirtschaft!

Beobachtungen und Erkenntnisse

14.-15. September 2009, Kartause Ittingen, TG

ZIEL UND AUFGABE DER SEMINARBEOBACHTUNG

Luis Fidlschuster hatte als Experte von regiosuisse die Aufgabe, den Ablauf des Seminars zu beobachten und interessante Aussagen und Erkenntnisse während des Seminars in einem abschliessenden Statement zu verdichten und zusammenzufassen.

Dadurch sollte erreicht werden, dass signifikante Einschätzungen und Erfahrungen bezüglich der NRP zum Abschluss des Seminars noch einmal im Bewusstsein der Teilnehmenden verankert werden. Die im Folgenden zusammengefassten Beobachtungen sind persönliche Eindrücke von Luis Fidlschuster, die nicht als objektive Zusammenfassung, sondern als Anregung für Diskussionen zu verstehen sind.

INHALT

Die Ergebnisse der Beobachtung fokussieren auf folgende vier Themen:

- Marketing – Kommunikation – Motivation für die NRP
- Strukturen für die Umsetzung der NRP
- Wege zur Einbindung von KMU in die NRP
- Konflikte und Synergien – Konkurrenz und Kooperation

1) Marketing – Kommunikation – Motivation

Die Präsentationen im Rahmen des Seminars waren fachlich hochwertig und gaben einen guten Einblick in aktuelle Herausforderungen und Perspektiven für die Umsetzung der NRP. Eine besondere Botschaft wurde aber nur in einem Nebensatz unter der Headline «wo es noch harzt» angesprochen: «Die NRP ist eine historische politische Veränderung». Diese Aussage ist aus meiner Sicht eine zentrale Botschaft. Das Ziel, Unternehmen stärker in die Regionalentwicklung einzubinden, stärker in der Regionalpolitik zu berücksichtigen sehe ich als spannendes Experiment und als eine hoch interessante Innovation, die zu einer Aufwertung der Regionalpolitik führen kann. Mit der NRP bekommen alle Akteurinnen und Akteure der Regionalpolitik – auf nationaler, kantonaler und regionaler Ebene – die Chance, sich aktiv in einen Innovationsprozess einzubringen, der sowohl hinsichtlich strategischer Ausrichtung der regionalen Entwicklung als auch bei konkreten Projekten neue Perspektiven eröffnen kann. Diese «Vision» für die NRP sollte neben den konkreten Aktivitäten zur Umsetzung der NRP nicht ganz aus dem Blick verloren werden und im Marketing für die NRP als wichtige Motivation für alle beteiligten Akteurinnen und Akteure bewusst und gezielt kommuniziert werden.

Da im Fokus des Seminars die Unternehmen standen, wurden andere Ziele und Aufgaben der Regionalpolitik natürlich nicht angesprochen. Für Fachleute und Strukturen einer ganzheitlichen Regionalentwicklung ist es aber mit Sicherheit wichtig, klar festzustellen, dass Regionalpolitik mehr ist als Wirtschaftsförderung.

2) Strukturen für die Umsetzung der NRP

Eine These vorweg: Wenn sich die Regionalpolitik verändert, müssen sich auch die Strukturen für die Regionalentwicklung verändern, anpassen und erneuern. Bei vielen Projektpräsentationen im Rahmen des Seminars fiel auf, dass z.B. die Regionalmanagements überhaupt nicht beteiligt waren. Bei klassischen Regionalmanagements und Regionalverbänden könnte es daher erforderlich sein, das Rollenverständnis neu zu definieren oder zumindest etwas zu adaptieren. Auch die personelle Zusammensetzung und das Know-how von Regionalmanagements könnte eine gewisse Anpassung an die Bedürfnisse der Zielgruppe Unternehmen erfordern (Weiterbildung, neue Mitarbeitrinnen und Mitarbeiter) ohne aus RegionalmanagerInnen UnternehmensberaterInnen zu machen. Eine wichtige Frage in diesem Zusammenhang könnte lauten: Welche produktive Rolle können Regionalmanagements und Regionalverbände in einem heterogenen regionalen Netzwerk (Technozentren, Wirtschafts- und Unternehmerverbände, Regionalmanagements und -verbände) bei der Umsetzung der NRP spielen?

Das Beispiel RegioHER: Das Regionalmanagement der RegioHER war ein beeindruckendes Beispiel dafür, wie ein Regionalmanagement unter den neuen Rahmenbedingungen der NRP agieren kann. Zur Illustration dieses Eindruckes einige Aussagen von Guido Roos: Die Entwicklung der Regionalpolitik spiegelt sich auch in den Strukturen von RegioHER wider. Wir haben unser Team entsprechend aufgestellt. Wir haben schon 2005 im Sinne eines antizipierenden Verhaltens überlegt, wie die Organisation aussehen muss, damit sie 2008 für die NRP passt. Wir müssen die Unternehmen verstehen. Wir erbringen Dienstleistungen für Unternehmen und Kunden. (Anmerkung: sämtliche Zitate sind sinngemäss, nicht wörtlich wiedergegeben.)

Interessant war auch die Feststellung von Guido Roos, dass Unternehmen schnelle Entscheidungen brauchen und aufgrund guter Kooperation der RegioHER mit dem Kanton die Genehmigung von Projekten nur zwischen 2–4 Monate dauert. Bestätigt wurden die Aussagen von Guido Roos von seinem Co-Referenten, dem Unternehmer Alois Müller. Dieser begründete die Kooperation mit RegioHER mit der Feststellung «die RegioHER ist als innovative Organisation bekannt».

3) Wege zur Einbindung von KMU in die NRP

Die Hauptbotschaft für die Einbindung von KMU in die NRP lautete: Es müssen klare Akzente gesetzt werden. Das heisst konkret: Unternehmen muss ihre Bedeutung im Rahmen der NRP sehr deutlich vermittelt werden. In den Präsentationen waren unterschiedliche strategische Ansätze bei der Einbindung von Unternehmen zu erkennen:

Intensive organisatorische Einbindung: Bei den «Visonen für Schaffhausen» waren in der Projektorganisation und in der Steuerungsgruppe 50 Prozent Unternehmerinnen bzw. Unternehmer. Hier wurden die Unternehmen nachhaltig strukturell verankert.

Strategische Bedeutung innovativer Unternehmen betonen: Im Projekt «Die Rolle der Vorzeigeunternehmen für die Entwicklung des Val de Travers» wurden Unternehmen explizit in den Mittelpunkt gestellt. Die Vorzeigeunternehmen bekamen damit eine wichtige Rolle für die Entwicklung der Region, die durch folgende Maßnahmen glaubhaft unterstrichen wurde: Ernennung eines Projektbeauftragten für die Vorzeigeunternehmen, Entwicklung konkreter Projekte für die Unternehmen (F&E, Kinderbetreuung, Ausbildungslehrgang) und Begleitung komplexer Expansionsprojekte.

Intensive Kommunikation und bewusster Aufbau von Beziehungen: Die RegioHER hat ihre Beziehungen zu Unternehmen langfristig gezielt entwickelt: Ab 2007 gab es spezielle Info-Veranstaltungen für Unternehmerinnen und Unternehmer. Zweimal pro Jahr wurden und werden Unternehmertagungen organisiert. Und es wurde ein Beirat für Wirtschaftsförderung eingerichtet.

Kooperation mit einem regionalen Leitbetrieb: Ein gutes Beispiel dafür war das Projekt Rhy Tech – ein PPP-Modell zwischen Kanton, Technozentrum und dem Unternehmen Alcan Technology.

4) Konflikte und Synergien – Konkurrenz und Kooperation

Dieses Thema wurde im Rahmen des Seminars kaum angesprochen. Im Beitrag eines Vertreters des Schweizerischen Gewerbeverbandes wurde aber doch spürbar, dass die Neuausrichtung der Schweizer Regionalpolitik bei dieser Organisation nicht unbedingt auf grosses Interesse stösst. Als Aussenstehender konnte man den Eindruck bekommen, dass die NRP eher als Einmischung empfunden wird und weniger als eine willkommene Unterstützung beim Aufbau von z.B. Kooperationen zwischen F&E und KMU.

Neue Kooperationen und damit verbundene Synergien sind mit Sicherheit eine wichtige Basis für eine erfolgreiche Umsetzung der NRP. Die Neuausrichtung eines Politikfeldes ist aber immer auch mit Ängsten einschlägiger Organisationen und positiven Erwartungen von Einrichtungen, die neu ins Spiel kommen könnten, verbunden. Allzu negative Befürchtungen und überzogene Erwartungen sind in diesem Zusammenhang der Stoff, aus dem Konflikte und Konkurrenz entstehen können. Das Thema (regionale) Systementwicklung zur Umsetzung der NRP wäre wohl eine genauere Betrachtung wert.