

wissensgemein-
schaften

communautés
du savoir-faire

comunità
delle conoscenze

NRP & wirtschaft

wie die NRP mit den unternehmern funktioniert



der Einbezug der Privatwirtschaft in die neue Regionalpolitik (NRP) erweist sich bisher als schwieriger als erwartet. Um zu klären, wie innovative Unternehmerinnen und Unternehmer sensibilisiert, für die Ziele der NRP begeistert und bei der Umsetzung von Projekten und Prozessen besser unterstützt werden können, wurde die Wissensgemeinschaft (WiGe) «NRP & Wirtschaft» ins Leben gerufen. Diese hat im Rahmen von Sitzungen und Round-Table-Gesprächen einen Katalog von Ideen erarbeitet, die jetzt in einem Ergebnisblatt kompakt zusammengefasst vorliegen.

PIRMIN SCHILLIGER — LUZERN

Für die NRP mit ihrem wertschöpfungsorientierten Ansatz ist folglich das Mitwirken von engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern unabdingbar. Die angestrebte Einbindung der Privatwirtschaft in die NRP ist bislang allerdings noch ungenügend. Wie es im Idealfall vor sich gehen könnte, zeigt das Beispiel der Hinterland International AG. An diesem Unternehmen sind fünf Firmen aus dem Luzerner Hinterland beteiligt. Gegründet wurde es mit dem Ziel, einen sogenannten «Ernteträgertraktor» zu produzieren, einen Spezialtraktor, der bei der Ernte in landwirtschaftlichen Sonderkulturen eingesetzt werden kann. Die Entwicklungsphase für diese neue Maschine ist inzwischen abgeschlossen, auch dank Unterstützung durch die NRP. Diese gewährte ein Darlehen von 290 000 Franken und zahlte einen A-fonds-perdu-Beitrag von 200 000 Franken. «Damit haben wir in einer frühen Phase, in der wir noch nicht bei den Banken anklopfen konnten, einen entscheidenden finanziellen Schub erhalten», lobt Projektleiter Kilian Rölli. Er ist auch Geschäftsführer der ForboKress in Hüswil LU, die landwirtschaftliche Geräte und Erntemaschinen herstellt.

die richtigen Partner – über NRP-Netzwerk

Im Alleingang hätte seine Firma die Neuentwicklung nicht stemmen können. «Dank der professionellen Unterstützung durch das Regionalmanagement LUZERN WEST haben wir für unser Vorhaben die richtigen Partner gewonnen und sind zielstrebig vorangekommen», so Rölli. Noch ist die neue Maschine nicht fertig. Momentan befindet man sich in der Phase des Prototypenbaus. Läuft alles plangemäss, können in zwei Jahren die ersten Traktoren auf den Markt gebracht werden. Mit der anvisierten Jahresproduktion von 20 bis 50 Maschinen könnten dank diesem überbetrieblichen Vernetzungsprojekt in der Region mittelfristig 30 bis 40 neue Arbeitsplätze geschaffen werden.

Schön wäre es, wenn ähnliche Initiativen in sämtlichen NRP-Regionen gleich dutzendweise spriessen würden. Das ist bislang zwar eine Wunschvorstellung, muss es aber in Zukunft nicht länger bleiben. Denn Ansätze, wie Unternehmen für die NRP gewonnen werden könnten, liegen vor, zumindest auf dem Papier: Auf dem Ergebnisblatt der WiGe «NRP & Wirtschaft» ist detailliert aufgelistet, wie sich die NRP für Unternehmen attraktiver machen kann.

tipps aus der praxis – für die praxis

Die Vorschläge sind das Ergebnis von Sitzungen und Round-Table-Gesprächen, die zwischen Juni 2010 und März 2011 über die Bühne gingen. Es handelt sich um Erfahrungen und Tipps aus der Praxis – für die Praxis. Teilnehmende waren Privatunternehmer aus verschiedenen Regionen der Schweiz, unter anderem auch Kilian Rölli, Regionalmanagerinnen und -manager sowie ein Vertreter des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO).

netzwerke, kommunikation und image-offensive

Wie die NRP für Unternehmen attraktiver werden kann, wird im Ergebnisblatt der WiGe «NRP & Wirtschaft» in acht Punkten aufgelistet (hier eine gekürzte Wiedergabe):

- **Kommunikationsoffensive:** Die NRP ist den Unternehmerinnen und Unternehmern offensichtlich noch zu wenig bekannt. Die Wirkungsweise und die Ziele der NRP müssen deshalb in Zukunft mit klaren Botschaften und beispielhaften Projekten gezeigt werden. Zudem gilt es, die Kommunikation branchen- und zielgruppenspezifischer auszurichten.
- **Vermittlernetzwerke:** Fachhochschulen, Berufsschulen und Branchenverbände wären geeignet, die NRP bei der Wirtschaft zu vermitteln. Ihr Wissen über die NRP ist aber in der Regel zu klein, sodass sie ihre Mittler- und Multiplikatorenfunktion nur ungenügend wahrnehmen. Es sind deshalb gezielt Vermittlernetzwerke aufzubauen.
- **Image stärken:** Unternehmen, die ein NRP-Projekt durchführen, haftet teilweise das Image an, ohne staatliche Unterstützung offenbar nicht lebensfähig zu sein. Dieses Image, das auf falschen Vorstellungen und Vorurteilen beruht, gilt es zu korrigieren.
- **Hemmschwellen abbauen:** Unternehmerinnen und Unternehmer mit Ideen sollten sich nicht scheuen, den Schritt zur «NRP-Beratung» zu unternehmen. Das geschieht noch nicht wie gewünscht – allenfalls auch mangels personeller Ressourcen.
- **Vertrauensbasis aufbauen:** Aufgaben und Kompetenzen des Regionalmanagements müssen für alle klar und verständlich sein.
- **Einfache Unterstützung:** Viele Unternehmen benötigen weniger eine finanzielle Unterstützung als punktuelle Hilfe und ein gezieltes Coaching.
- **Förderkriterien nicht zu eng auslegen:** Es gilt eine wirtschaftsnahe Politik zu betreiben und die Förderkriterien an wirtschaftsnahe Strukturen anzupassen.
- **NRP und Standortförderung weniger scharf abgrenzen:** Die beiden Politiken müssen koordiniert werden. Die strikte Trennung wird in Unternehmenskreisen nicht verstanden.

Die erarbeiteten Tipps und Vorschläge sind im Internet detailliert ausgeführt und abrufbar unter: www.regiosuisse.ch/wissen → WiGe «NRP & Wirtschaft»

Organisiert und moderiert wurden die Anlässe von Johannes Heeb, Katharina Conradin und Sebastian Bellwald von regio-suisse. Sie haben in den Diskussionen immer wieder feststellen können, dass es entlang der gesamten Prozesskette – von einer Projektidee über die Umsetzung bis zur Promotion und Wissensverbreitung – noch grosse Verbesserungsmöglichkeiten gibt. Heeb betont: «Für das Regionalmanagement ist es nach wie vor eine grosse Herausforderung, die NRP der Wirtschaft verständlich zu machen.»

Im Laufe der Sitzungen und Round-Table-Gespräche hat sich ein deutliches Bild herausgeschält: Bei konkreten Projekten wünschen die Firmenvertreter eine unbürokratische Unterstützung mit einfachen Antragsprozessen und einer Anschubfinanzierung. Das Regionalmanagement sehen sie als «one-stop-shop», der alle für ein Projekt notwendige Hilfe selbst anbietet oder diese zumindest, etwa über eine niederschwellige Kompetenzbörse, vermitteln kann.



«Die Unternehmen wünschen eine unbürokratische Unterstützung mit einfachen Antragsprozessen und einer Anschubfinanzierung.»

Beispiele sind die beste Botschaft

Die Unternehmen erwarten von der NRP im Weiteren, dass deren Akteurinnen und Akteure die Bedürfnisse und Probleme der regionalen Wirtschaft analysieren, die interessierten Kräfte aus



que font les entreprises de la NPR ?

L'implication de l'économie privée dans la NPR s'est révélée plus complexe que prévu. C'est pour comprendre comment des entrepreneurs innovants peuvent être sensibilisés, enthousiasmés par la NPR et soutenus dans la réalisation de leurs projets et processus, que la communauté du savoir-faire (CoSF) «NPR & économie» a été créée. Cette CoSF a dressé un catalogue d'idées qui ont été récapitulées dans une Feuille de résultats.

Toutes ces propositions ont été formulées lors de réunions et de tables rondes qui ont eu lieu entre les mois de juin 2010 et mars 2011 et au cours desquelles les participants – entrepreneurs privés de différentes régions de Suisse, managers régionaux, représentants du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) – ont pu faire part de leur expérience du terrain. Les rencontres ont été animées par Johannes Heeb, Katharina Conradin et Sebastian Bellwald de regiosuisse.

Au cours des discussions, les contours de la situation sont devenus de plus en plus nets: lorsqu'ils ont un projet spéci-

fique, les entrepreneurs souhaiteraient avoir accès à un soutien non-bureaucratique, avec des processus de requête simples et des incitations financières. Des acteurs de la NPR, ils attendent une analyse des besoins et des problèmes de l'économie régionale, mais aussi la mise en réseau des forces de l'économie et de la société. Il faudrait aussi des entreprises prêtes à s'investir dans la promotion de l'économie rurale et de la NPR.

C'est ce que fait par exemple Kilian Rölli avec Hinterland International AG, à laquelle participent cinq entreprises de l'arrière-pays lucernois et dont le but est de produire un tracteur spécial. Ce projet de mise en réseau transversal montre comment, dans l'idéal, l'implication de l'économie privée dans la NPR pourrait fonctionner.

Les conseils et propositions de la CoSF sont présentés sur le site Internet de regiosuisse. \\\

www.regiosuisse.ch/savoir/economie

Wirtschaft und Gesellschaft in informellen Netzwerken zusammenbringen und generell für ein unternehmerfreundliches Klima in der Region sorgen. Zudem brauche es Firmen, die bereit seien, ein positives Bild des ländlichen Unternehmertums und der NRP weiterzuvermitteln.

Das macht beispielsweise Kilian Rölli, der über seine Erfahrungen mit der Hinterland International AG in Form von Vorträgen berichtet hat. Um dabei bezüglich NRP festzuhalten: «Wir haben von einem bereits vorhandenen Netzwerk profitiert und werden zielorientiert und effizient unterstützt.» Die Botschaft kommt – zusammen mit dem Ernteträgertraktor – zweifellos an. \\\

www.regiosuisse.ch/wissen/wirtschaft



La NPR e l'economia privata

Finora, il coinvolgimento dell'economia privata nella NPR si è rivelato più difficile del previsto. Per capire come sensibilizzare le aziende innovative, motivarle a perseguire gli obiettivi della NPR e sostenerle nell'attuazione di progetti e processi è stata creata la Comunità delle conoscenze «NPR & economia». La Comunità ha elaborato una lista di idee che sono state riassunte in una scheda dei risultati.

Le proposte formulate, frutto di riunioni e tavole rotonde condotte dal giugno 2010 al marzo 2011, tengono conto delle esperienze e dei suggerimenti tratti dalla pratica. I partecipanti, infatti, erano imprenditori privati provenienti da varie regioni del paese, manager regionali e un rappresentante della Segreteria di Stato dell'economia (SECO). Gli incontri sono stati moderati da Johannes Heeb, Katharina Conradin e Sebastian Bellwald di regiosuisse.

Le discussioni hanno permesso di tracciare un quadro molto chiaro delle aspettative dell'economia privata: per determinati progetti gli imprenditori auspicano procedure semplici e snelle

e un finanziamento iniziale. Gli attori della NPR dovrebbero analizzare i bisogni e i problemi dell'economia regionale e mettere in rete i portatori di interesse dell'economia e della società. Servono inoltre aziende disposte a promuovere e diffondere un'immagine positiva dell'imprenditoria rurale e della NPR.

È il caso di Kilian Rölli e della Hinterland International AG, una società creata per produrre un trattore speciale e alla quale partecipano cinque aziende dell'hinterland lucernese. Questo progetto di cooperazione interaziendale mostra come il coinvolgimento dell'economia privata nella NPR può funzionare.

I consigli e le proposte sono esposti in dettaglio al sito www.regiosuisse.ch. \\\

www.regiosuisse.ch/conoscenze/economia