

Mesure de l'efficacité des projets NPR et Interreg 2012

Rapports succincts sur les projets

Wirkungsmessung NRP- und Interreg-Projekte 2012

Kurzberichte zu den Projekten

Projekt «Angebotserweiterung Oberstufe ISSH (Variante Push)»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Schaffhausen
Beginn des Förderprojekts	Januar 2009
Ende des Förderprojekts	Ende 2011
Unterstützung Finanzierung	Bund: 2 Mio. CHF (NRP-Investitionsdarlehen, zu 2%) und 61'333 CHF A-fonds-perdu-Beitrag Kanton: Äquivalenzleistungen 750'000 CHF (Investitionsbeitrag) und 61'333 CHF A-fonds-perdu-Beitrag
Projektkosten	Ca. 6,1 Mio. CHF
Inhalt Gesamtprojekt	Das Gesamtprojekt «Angebotserweiterung» der Internationalen Schule Schaffhausen (ISSH) beinhaltet zwei Phasen: <ul style="list-style-type: none"> – Phase 1: ISSH Push (Bau, Vorbereitung und Einführung 2009–2011). In dieser Phase sollen die notwendigen Infrastrukturen für die Schuljahre 10 bis 12 aufgebaut werden und in den mittleren Klassen eine breite Basis für das «Diploma Programme» (11. und 12. Schuljahr) geschaffen werden. – Phase 2: ISSH 2012+ (Produktentwicklung 2011–2015). In der zweiten Phase soll das Leistungsangebot weiterentwickelt werden (Abgleich mit internationalen Standards) und ein höherer Kostendeckungsgrad der mittleren Klassen erreicht werden.
Inhalt NRP-Projekt	Die Phase 1 ist Gegenstand der hier durchgeführten Wirkungsmessung: An der Internationalen Schule in Schaffhausen (ISSH) endete bisher mit dem 9. Schuljahr das Ausbildungsangebot. Für das 10. Schuljahr (letztes Jahr der «Middle Years») und das 11. und 12. Schuljahr («Diploma Programme»), die für die Zulassung zu einer Universität notwendig sind, fehlten in Schaffhausen die Angebote. Das Projekt hat daher zum Ziel: <ul style="list-style-type: none"> – Einführung der 10. Klasse und Steigerung der Schülerzahl in den «Middle Years» – Bilden einer Basis für die Einführung des «Diploma Programme» und Einführung der Schuljahre 11 und 12 – Ausbau des neuen Domizils «Logierhaus» mit zusätzlichen Klassenzimmern (Kapazitätssteigerung) – Steigerung der Attraktivität der Gesamtschule – Verbesserung der Standortqualität und Erzielen einer volkswirtschaftlichen Wirkung

Projektaufbau und -umsetzung

Aufbau

- Schule bietet Expatriaten die Möglichkeit, ihre Kinder nach internationalen Standards zu bilden
- Aufbau gemeinsam durch ISSH und Kanton (Wirtschaftsförderung)
- Ziel: Attraktivität der mittleren Klassen stärken und «Diploma Programme» aufbauen
- NRP-Finanzierung als Starthilfe für schnellen Ausbau des Angebots
- Umzug in neuen Standort «Logierhaus» war bereits beschlossen

- Die Schule bietet die Möglichkeiten, um die Kinder sogenannter «Expatriate»¹ internationaler Firmen im Kanton Schaffhausen nach internationalen Standards zu unterrichten.
- Die Internationale Schule Schaffhausen (ISSH) stellte gemeinsam mit dem Kanton Schaffhausen fest, dass die Schule nicht genügend Platz zur Aufnahme weiterer Schüler hat. Ebenso war sie nicht genügend attraktiv für potenzielle und bestehende internationale Firmen, da sie die «Middle Years» nicht im vollen Umfang und kein «Diploma Programme» anbieten konnte.
- Gemeinsam wurde beschlossen, einerseits mehr Platz für die Klassen zu schaffen, andererseits Qualität und Angebot der mittleren Klassen zu stärken und neu das «Diploma Programme» einzuführen. Mit dem Ausbau der «Middle Years» sollte ein breiter Unterbau für die höheren Klassen geschaffen werden.
- Die Form der Finanzierung mittels NRP-Darlehen und -Beiträgen wurde als Anschubfinanzierung und zur Beschleunigung der Angebotsentwicklung gewählt. Statt der schrittweisen Einführung 2011 bis 2012 (wie vorgesehen) sollten die Angebote dank der Unterstützung bereits 2010 eingeführt werden.
- Schon vor dem Projektantrag war klar, dass die Schule in ihr neues Domizil im «Logierhaus» umziehen würde. Dafür erhielt die Schule von der Stadt Schaffhausen einen Erlass auf den Kaufpreis im Umfang von 600'000 CHF. Dieser Beitrag an die Schule sowie die Übernahme der Liegenschaft im Baurecht wurde in einer städtischen Volksabstimmung mit rund 54% Ja-Stimmenanteil gutgeheissen.

Umsetzung

- Mehr Klassenzimmer für «Middle Years»
- EDV, Labor, Bibliothek und Sporthalle
- Marketing und Kommunikation ausweiten
- Weiterbildung für Lehrkräfte
- Einstellen weiterer Lehrkräfte
- Verbesserung der Erreichbarkeit

- Das Projekt beinhaltete insbesondere die folgenden Teile:
- Zusätzliche Klassenzimmer für die «Middle Years» und neue Gruppenräume
 - Investitionen in EDV-Zimmer, Laborräumlichkeiten, Technologie- und Kunsträume, Bibliothek und Sportbereich (Infrastruktur und Ausstattung)
 - Marketing- und Kommunikationsmassnahmen
 - Externe Audits und Qualitätssicherung
 - Vorbereitung der Lehrkräfte auf neues Angebot (Weiterbildung)
 - Zusätzliche Lehrkräfte anstellen
 - Verbesserung der Erreichbarkeit
- Sämtliche Projektteile wurden umgesetzt. Bereits ist der Antrag auf die Fortsetzung des Projektes (Phase 2) bewilligt worden, mit dem die Arbeit fortgesetzt und die erreichten Ziele gesichert werden sollen.

¹ Umschreibung des Begriffs Expatriate/Expats (engl.): «[...] rasch wachsende Bevölkerungsgruppe der hoch qualifizierten, finanziell abgesicherten Arbeitsmigrantinnen und -migranten mit ihren Familienangehörigen [...]». vgl. Ecos (2011): Potenziale und Herausforderungen der Expats-Integration in der Region Basel, Schlussbericht, Basel.

Finanzierung

- NRP-Beiträge
- Finanzierung durch Eigenmittel und Schulgelder
- Sponsoring durch Firmen und Privatpersonen
- Eigenleistungen der Schule

- Zusätzlich zu den NRP-Beiträgen (Bund und Kanton) brachte die ISSH AG rund 3,2 Mio. CHF an Eigenmitteln ein. Davon rund 350'000 CHF an Schulgeldern.
- Dank gutem Netzwerk konnten auch Sponsoren aus der Privatwirtschaft gewonnen werden.
- Daneben wurden viele Stunden in Eigenleistung erbracht. Insbesondere durch das Board der ISSH AG und ISSH Foundation (ehrenamtlich), aber auch durch die Administration der ISSH.

Betriebsphase

Angebot / Nutzung

- Steigerung des Schülertotal von 155 auf 226 zwischen 2010 und 2012
- «Middle Years»: Steigerung um rund 30 auf 72 Schüler zwischen 2010 und 2012
- «Diploma Programme»: Rund 5–6 Schüler seit der Einführung 2011

- Die Schülerzahlen der ISSH sind seit 2010 sprunghaft angestiegen. Dies ist einerseits auf den neuen Standort, andererseits auf das neue Angebot mit Erweiterung der «Middle Years» zurückzuführen. Es konnten bereits 2011 rund 5 Schüler in das «Diploma Programme» aufgenommen werden.
- 2010: 155 Schüler, davon 41 in den «Middle Years».
 - 2011: 202 Schüler, davon 58 in den «Middle Years» und 5 im neu geschaffenen «Diploma Programme»
 - 2012: 226 Schüler, davon 72 in den «Middle Years» und 6 im «Diploma Programme»
 - Insgesamt sind 2012 rund 17 Schüler in den neu im Rahmen des NRP-Projekts geschaffenen Schuljahren 10 bis 12 an der ISSH

Herkunft der Schüler und Familien

- Rund 10% der Schüler stammen aus der Schweiz
- 70% der Schüler sind aus dem Umfeld internationaler Firmen
- Rund 45% der Schüler stammen aus dem Umfeld der Firma «Unilever»

- Rund 71% der Schüler sind sogenannte «Company Students», d.h. sie sind aufgrund von internationalen Firmen im Kanton Schaffhausen. Zu einem Grossteil handelt es sich um Kinder sogenannter Expatriaten von internationalen Unternehmen mit Sitz in der Schweiz oder in Süddeutschland
- Rund 45% der Schüler (71 Schüler) sind aufgrund der im Kanton Schaffhausen angesiedelten Firma «Unilever» an der ISSH
- Rund 15% der Schüler stammen ursprünglich aus den USA und je rund 10% aus der Schweiz, Deutschland, Grossbritannien, Holland und Brasilien
- Die meisten Familien/Schüler verlassen die Schule bzw. Schaffhausen nach 4 bis 5 Jahren wieder

Auswirkungen

Neu gegründete / angesiedelte Unternehmen

- Kausaler Zusammenhang zwischen Neuansiedlungen und dem NRP-Projekt lässt sich nicht herstellen bzw. das Ausmass lässt sich nicht quantifizieren
- Internationale Schule sei aber ein Muss-Kriterium für internationale Firmen (Expatriaten)

Investitionen

- Rund 4,25 Mio. CHF investiert

Direkt kausal im Zusammenhang mit dem NRP-Projekt gegründete Unternehmen sind keine bekannt.

- Inwiefern die Ergänzung des «Diploma Programme» den Zugang von Unternehmen und Privatpersonen begünstigt hat, lässt sich nicht quantifizieren.
- Gemäss Projektträger ist aber die Verfügbarkeit einer Internationalen Schule am Standort ein Muss-Kriterium für viele internationale Unternehmen mit Expatriaten.
- Im Jahr 2011 baute Unilever seine Präsenz in Schaffhausen auf rund 400 Mitarbeitende aus. Rund 45% der Schüler an der ISSH stammen aus dem Umfeld von Unilever.

- Im Rahmen des NRP-Projekts (1. Phase) wurden Investitionen von rund 4,25 Mio. CHF getätigt (2009 bis 2011)
- Diese Investitionen flossen zu einem überwiegenden Teil an Unternehmen und Handwerker aus der Region und führten zu Umsatz in der Region. Die Investitionen trugen damit temporär zur Erhaltung oder Schaffung neuer Arbeitsplätze bzw. Wertschöpfung bei.

Umsatzvolumen / Vorleistungsbezüge

- Die Schule bezieht rund 80% ihrer Vorleistungen aus der Region
- Die in der Region bezogenen Vorleistungen sind seit 2008/09 aufgrund des NRP-Projekts um rund 220'000 CHF gestiegen (grobe Schätzung)
- Eine umfassende Quantifizierung des Umsatzes durch neu angesiedelte oder «gehaltene» Firmen ist nicht möglich
- Fallbeispiel «Unilever» zeigt einen geschätzten Umsatz von 280'000 CHF pro Jahr alleine bei Taxiunternehmen

Direktes Umsatzvolumen (bzw. Vorleistungsbezug)

Über den gesamten Umsatz des Unternehmens ISSH sind keine Details bekannt. Seit 2008/09 sind aber die Vorleistungen², die aus der Region bezogen wurden, um rund 440'000 CHF gestiegen. Diese Steigerung ist einerseits auf den Umzug ins «Logierhaus», andererseits aber auch auf das Wachstum der Schülerzahlen aufgrund des NRP-Projekts zurückzuführen. Es wird hier angenommen, dass rund 50% der Steigerung durch das NRP-Projekt zustande gekommen sind. Durch das NRP-Projekt sind die Vorleistungsbezüge somit um rund 220'000 CHF gestiegen.

Umsatzvolumen (bzw. Vorleistungsbezug) durch Unternehmen und Familien

Die Attraktivität des Standortes Schaffhausen für internationale Firmen wird durch die ISSH wesentlich mitgeprägt. Es lässt sich jedoch nicht feststellen, welche Firmen aufgrund der Schule in Schaffhausen angesiedelt wurden oder welche Firmen ohne die Schule heute nicht (mehr) in Schaffhausen stationiert wären. Daher ist auch eine quantitative Abschätzung des Umsatzes der Firmen die aufgrund der Schule – oder gar direkt aufgrund des NRP-Projekts – den Standort Schaffhausen gewählt, ausgebaut oder beibehalten haben, nicht möglich. Entsprechend sind auch keine Aussagen zur Umsatzentwicklung möglich.

Eine Fallanalyse der Wirtschaftsförderung Schaffhausen zeigt am Beispiel der Firma Unilever auf, dass alleine die Taxifahrten der Familien und Manager von Unilever zu rund 280'000 CHF Umsatz pro Jahr führen.

² Hier: Betriebsaufwand der ISSH AG abzüglich der Personalkosten, davon werden 80% in der Region ausgegeben.

Arbeitsplätze

- 5–7 neue Vollzeitstellen an der ISSH aufgrund des NRP-Projekts
- Durch den Bezug von Vorleistungen und den Konsum aus den zusätzlichen Einkommen werden weitere Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten (ca. 3 Vollzeitstellen).

- Insgesamt wurden rund 8–10 Vollzeitstellen geschaffen oder blieben erhalten.

Direkter Beschäftigungseffekt

Im Laufe des NRP-Projekts wurden eine neue Stelle in der Kommunikation geschaffen und 6 neue Lehrpersonen angestellt. Mindestens 4 Lehrpersonen sind direkt aufgrund des NRP-Projektes eingestellt worden (Vollzeit). Insgesamt wurden somit 5–7 neue Vollzeitstellen geschaffen.

Ohne NRP-Projekt wäre diese Entwicklung wohl auch eingetreten, jedoch schrittweise und über einen längeren Zeitraum.

Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt

Durch den Bezug von Vorleistungen und den Konsum aus zusätzlichen Löhnen können weitere Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten werden. Eine grobe Schätzung weist auf ein Potenzial von rund zusätzlichen 3 Vollzeitstellen hin.

Nicht eingerechnet wurden hier die durch neu angesiedelte oder ausgebauten Firmensitze geschaffenen Arbeitsplätze, da diese nicht quantifiziert und kausal dem Projekt zugeordnet werden können.

Gesamter Beschäftigungseffekt

Insgesamt hat die erste Phase des Projekts «Angebotserweiterung Oberstufe ISSH» zu rund 5–7 neuen Vollzeitstellen geführt und birgt ein Potenzial zur Schaffung oder Erhaltung von 3 weiteren Vollzeitstellen. Total ergibt dies ein Potenzial von rund 8–10 zusätzlichen oder erhaltenen Vollzeitstellen.

Wertschöpfung

- Steigerung der Wertschöpfung um rund 470'000 CHF durch NRP-Projekt (grobe Schätzung)

Zusätzliche regionale Wertschöpfung

Durch das NRP-Projekt entsteht grob geschätzt eine zusätzliche Wertschöpfung von rund 470'000 CHF in der Region.

Dieser Wert beinhaltet keine Wertschöpfung, die durch die Ansiedelung von internationalen Firmen entstanden ist. Dieser Betrag ist einerseits nicht quantifizierbar, andererseits könnte er nicht eindeutig kausal dem NRP-Projekt zugeordnet werden. Die Tatsache, dass in den mittleren und oberen Klassen heute bedeutend mehr Schüler zu verzeichnen sind, lässt die volkswirtschaftliche Bedeutung – neben den Investitionen und direkten Beschäftigungseffekten an der Schule – erahnen.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Standortattraktivität und Standortwettbewerb
- Steuererträge
- Schaffung von Wettbewerbsvorteilen gegenüber Zürcher Schulen
- Internationales «Flair» für Schaffhausen
- Angebote ausserhalb der Schule für die wachsende internationale Zielgruppe

Weitere Effekte:

- Steigerung der Standortattraktivität durch gutes Bildungsangebot für internationale Firmen und Einheimische
- Steigerung der Konkurrenzfähigkeit Schaffhausens im interkantonalen und internationalen Standortwettbewerb. Andere internationale Schulen z.B. in Zürich haben heute lange Wartelisten. Durch den Angebotsausbau können mehr Plätze geschaffen und Wartelisten vermieden werden, was im Vergleich zu Zürich eine Attraktivitätssteigerung bedeutet.
- Bei Ansiedelung internationaler Firmen werden zusätzliche Steuererträge generiert.
- Familien und Schüler bringen internationales «Flair» in die Stadt Schaffhausen.
- Es entwickeln sich immer mehr Angebote ausserhalb der Schule für die internationalen Familien (Restaurants, möblierte Miethäuser usw.). Zur Positionierung dieser Produkte und Dienstleistungen versuchen die lokalen Unternehmen vermehrt, diese auch in englischer Sprache anzubieten.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Matthias Amacher / matthias.amacher@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	ISSH AG und ISSH Foundation
Einbezogene Personen	Gundula Kohlhaas / Schulleiterin ISSH / g.kohlhaas@issh.ch Ueli Jäger / Wirtschaftsförderung Kanton Schaffhausen und Mitglied des Board ISSH Foundation / ueli.jaeger@generis.ch
Zeitrahmen	September–Oktober 2012

Projet « Apprendre à Entreprendre (AàE) »

Le projet en bref	
Canton	Canton du Valais.
Début du soutien	Soutien de la NPR depuis le 1 ^{er} janvier 2008
Fin du soutien	Soutien NPR prévu jusqu'au 31 décembre 2015
Aide financière	L'aide fédérale au titre de la NPR est de 100'000.– par année pour la période 2012-2015 Depuis 2008, les activités d'« Apprendre à Entreprendre » (AàE) ont évolué d'année en année. Le budget annuel et les contreparties cantonales ont varié selon les années. Pour l'année scolaire 2012-2013 (20 classes), les financements cantonaux sont les suivants :
Coûts du projet	<ul style="list-style-type: none"> – 162'000.– provenant du Département de l'économie, de l'énergie et du territoire (DEET), dont 100'000.– au titre de la NPR; – 97'500.– provenant du Département de la formation et de la sécurité (DFS) sous forme de périodes d'enseignement mises à la disposition des écoles concernées; – 6'000.– provenant d'UBS Valais pour le Prix Sommet Junior.
Contenu	Budget annuel (année scolaire 2012-2013) : 265'500.– Le principe : 1 classe, 1 année scolaire, 1 « vraie » entreprise qui doit pouvoir vendre un produit ou un service La démarche AàE permet la mise en place durant une année scolaire d'un cours dans des classes du secondaire II (Ecoles de commerce et gymnases) et de la formation professionnelle, ayant pour vocation principale le développement de l'esprit d'entreprise des jeunes de 15 à 19 ans. La création et le développement d'une nouvelle entreprise fait figure de support et de fil rouge aux différents travaux de la classe. Les objectifs généraux d'AàE sont les suivants :
Porteur de projet	<ul style="list-style-type: none"> – Eveiller la perception de la culture d'entreprise (état d'esprit, esprit d'initiative, dynamisme, responsabilité, etc.) dans les écoles. – Découvrir et mettre en pratique les activités spécifiques liées à la création, au développement et au fonctionnement d'une entreprise. – Ancrer la démarche par des activités pratiques. – Intégrer la sensibilisation au développement durable dans les différentes activités. – Tisser des passerelles entre l'école et le monde du travail. <p>La démarche est conduite de manière interne à l'Etat du Valais. Le délégué « Ecole-Economie » (dépendant du DFS et du DEET) du canton est en charge de la mise en œuvre et du développement du projet.</p> <p>Site Internet d'Ecole-Economie :</p> <ul style="list-style-type: none"> – www.ecole-economie.ch ou – www.schulen-wirtschaft.ch

Phase de construction du projet

Montage du projet

- Un concept qui a été développé dans les années 1990
- Combinaison de compétences économiques (coaching) et pédagogiques

Le concept du projet AàE a été développé dans les années 1990 par l'actuel délégué d'Ecole-Economie du canton du VS en collaboration avec un partenaire économique (Genilem) et quelques enseignants (combinaison de compétences économiques et pédagogiques). Plusieurs constats sont à la base de la réflexion :

- Les acteurs de la formation sont souvent ignorés comme catalyseurs de l'esprit d'entreprise.
- La capacité de créativité et de responsabilisation des élèves est souvent mal exploitée.
- Le développement de l'esprit d'entreprise chez les jeunes contribue de manière importante, à terme, au développement économique d'une région.
- Les secteurs de la formation et de l'économie sont fortement cloisonnés.
- La grande majorité des projets visant à développer l'esprit d'entreprise ne concernent pas le public des jeunes entre 15 et 19 ans.

L'idée a alors été de concevoir et d'adapter les outils de coaching et d'aide à l'entrepreneuriat au milieu scolaire. Basé sur une démarche pédagogique appropriée, un projet-pilote a été testé dans deux classes. Sur cette base, la démarche s'est progressivement développée dans tout le canton.

Phase opérationnelle

Activités

Aspects généraux

La démarche AàE est organisée sous la forme d'un cours d'une année :

- 20 classes pour l'année 2012-2013.
- Classes de 2èmes année de maturité professionnelle commerciale et/ou technique et classes de gymnases (secondaire II).
- Selon la voie de formation, entre 2 et 4 heures de cours par semaine
- 1 à 2 projets entrepreneuriaux développés dans chaque classe

<p>Déroulement de l'année</p>	<p>Les activités suivantes sont proposées lors de l'année dans chaque classe :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Identification et recherche de plusieurs idées de projets entrepreneuriaux – Sélection d'un ou deux projets par classe. Ils constitueront la base de la création de l'entreprise. – Mise à disposition d'une aide financière de 3'000.– par classe pour développer le(s) projet(s). – Interventions régulières d'un coach professionnel pour faire évoluer le(s) projet(s) retenus(s) (gestion de projet, business plan). – Un module communication et marketing (expression visuelle, site web, publicité, rédaction de textes promotionnels, etc.). – Un module développement durable. – Complémentarités et synergies avec les cours habituels (comptabilité, informatique, etc.). <p>Durant l'année, les étudiants font progresser le projet entrepreneurial en travaillant tour à tour dans les différentes fonctions de l'entreprise.</p>
<p>Concours de fin d'année</p>	<p>En partenariat avec l'UBS, le « Prix Somment Junior » est organisé et récompense les meilleurs projets :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Tournage d'une vidéo de présentation ; – Rédaction d'un article de presse ; – Evaluation par les coaches intervenant en cours d'année et particulièrement par des entrepreneurs ; – Médiatisation des projets et organisation d'un vote public.
<p>Possibilité de reprise du projet</p>	<p>En fin d'année scolaire, les étudiants ont la possibilité de reprendre et de continuer le projet à titre privé et hors du contexte scolaire. Un soutien est apporté aux repreneurs pour la phase de transition. Une aide maximale de 2'000.– est également disponible.</p>
<p>« Business Experience » (BEX)</p>	<p>Ecole- Economie est responsable de la démarche AàE, mais elle soutient financièrement une autre démarche (Business Experience / BEX) destinée aux futurs diplômés de la Haute école spécialisée de Suisse-Occidentale (HES-SO) Valais. BEX a pour but de favoriser l'esprit d'entreprise et l'interdisciplinarité parmi les étudiants économistes, informaticiens et ingénieurs de la HES-SO Valais.</p>
<p>Activités en cours de développement</p>	<p>Actuellement, Ecole-Economie développe et teste une démarche AàE mieux adaptée aux apprentis des écoles professionnelles.</p>
<p>Utilisation et effets Perception de la faisabilité et capacité de mise en œuvre des étudiants</p>	<p>Une étude a été réalisée (2011-2012) sous mandat de l'OFFT afin de mesurer l'impact des cours en entrepreneuriat. Le projet AàE a été associé à cette évaluation. L'étude révèle que le programme AàE a une influence significative sur deux variables :</p> <ul style="list-style-type: none"> – La perception de faisabilité d'un projet d'entreprise – La capacité à mettre en œuvre un projet et de le gérer <p>De manière générale, le cours permet une démystification de l'entrepreneuriat.</p>

Effet apprentissage	La démarche AàE s'avère complémentaire avec de nombreuses branches telles que l'informatique, la comptabilité, etc. Des synergies peuvent ainsi être activées à travers une approche interdisciplinaire qui est indispensable dans une telle démarche. De manière générale, le projet entrepreneurial développé lors des cours AàE offre une situation concrète qui permet de mettre en perspective la théorie dispensée dans les autres cours.
---------------------	---

Liens entre les mondes économique et pédagogique	La démarche AàE favorise un rapprochement de nombreux acteurs des mondes de l'économie et de l'enseignement.
--	--

Impact

Chiffre d'affaires et exportations	Les projets entrepreneuriaux développés en classe génèrent régulièrement un petit chiffre d'affaires (vente de produits ou services). Les montants générés sont toutefois modestes et ne font pas l'objet d'une évaluation. Les éventuels gains sont répartis entre les membres de la classe.
– Hausse du chiffre d'affaires, du nombre de clients et d'employés	

Nouvelles entreprises	Quelques projets entrepreneuriaux ont été poursuivis par certains élèves, parfois pendant quelques années. Néanmoins, il n'existe pas d'exemples de spin-offs pérennes. Notons encore que le succès de la démarche AàE ne se mesure pas au nombre d'entreprises créées en fin d'année scolaire. Comme ces cours ont lieu en 2ème année de formation, il est très difficile pour les étudiants de concilier les travaux scolaires des années suivantes avec les exigences liées au fonctionnement d'une entreprise qui doit se développer hors école.
– Spin-offs	

Informations sur l'analyse réalisée	
Type	Analyse des effets d'un projet mature
Conduite de l'analyse	Frédéric Quiquerez / frederic.quiquerez@regiosuisse.ch
Porteur de projet	Canton du Valais
Personnes ressources	Entretien avec M. Stéphane Dayer / Délégué Ecole-Economie du canton du VS / stephane.dayer@netplus.ch / www.ecole-economie.ch / www.schulen-wirtschaft.ch Consultation de M. Vincent Reynard / Service du développement économique VS / vincent.reynard@admin.vs.ch
Calendrier de réalisation du monitoring	Octobre 2012. Actualisé en mai 2013.

Projekt «Arealentwicklung Gebenloo-Tüfi»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	St. Gallen
Beginn des Förderprojekts	Juli 2010
Ende des Förderprojekts	Ende 2011
Unterstützung Finanzierung	0,84 Mio. CHF je 50% von Bund und Kanton
Projektkosten	Ca. 2,4 Mio. CHF
Inhalt Gesamtprojekt	In der Stadt Will (ehemals Gemeinde Bronschhofen; die Gemeinde Bronschhofen und die Stadt Will haben per 1. Januar 2013 fusioniert) befindet sich das teilweise eingezonte Areal Gebenloo-Tüfi mit einer nutzbaren Fläche von ca. 4,3 ha. Die Gemeinde hat zum Ziel, auf dem Areal einen Gewerbe-, Büro- und Industriepark zu realisieren.
Inhalt NRP-Projekt	Das NRP-Projekt hat zum Ziel: <ul style="list-style-type: none"> – Abstimmen der Planungen der Gemeinde mit den Bedürfnissen der Eigentümer und den Plänen der Region (Agglomerationsprogramm) – Aufzeigen der weiteren notwendigen Planungs-, Aufbereitungs-, und Vermarktungsschritte – Aufzeigen des weiteren Vorgehens für deren Umsetzung – Realisierung der Erschliessung des Areals

Projektaufbau und -umsetzung

Aufbau

- Aufbau durch die Gemeinde Bronschhofen unter Leitung von M. Rohr (damaliger Gemeindepräsident)
- Projektantrag im Jahr 2009

- Im Rahmen der Revision des Zonenplans der Gemeinde Bronschhofen 2004/05 wurde diskutiert, ob das als Wohn-/ Gewerbezone und übriges Gemeindegebiet ausgeschiedene Gebiet nicht für Gewerbe und Industrie geeigneter wäre. Es bestand eine grosse Nachfrage nach solchen geeigneten Standorten im Kanton.
- Daraufhin wurde eine Arealentwicklung durchgeführt und ein Überbauungsplan erstellt. Es fand eine enge Koordination mit den Anstössern und den Landeigentümern statt. Die breite Öffentlichkeit wurde mittels des gemeindeeigenen Mitteilungsblattes informiert.
- Im Jahr 2009 wurde entschieden, für die notwendige Erschliessung des Areals einen NRP-Projektantrag zu stellen.
- Die Erschliessung und Entwicklung des Areals als Gewerbe- und Industriestandort deckt sich mit den Zielen des Kantons und der Region.

Umsetzung

- Erstellen eines Überbauungsplans
- Landumlegung
- Einbezug von betroffenen Akteuren
- Innere Erschliessung des Areals

- Es wurde ein Überbauungsplan für das Areal erstellt.
- Für eine sinnvolle Nutzung und Erschliessung wurde eine Landumlegung durchgeführt.
- Die Anliegen der Anwohner, Landeigentümer, Gemeinde, Agglomeration Wil und des Kantons wurden in den Prozess einbezogen.
- Das Gebiet wurde mit einer neuen Strasse erschlossen.

Investitionen

- Investitionsvolumen: bisher rund 2 Mio. CHF

- Bis anhin wurden schätzungsweise rund 2 Mio. CHF investiert. Die Aufträge wurden an Baufirmen aus der Region vergeben. Geplant sind Ausgaben von rund 4,6 Mio. CHF.
- Bei der Ansiedelung der Firmen werden weitere private Investitionen ausgelöst.
- Investitionen in dieser Höhe schaffen temporär Arbeitsplätze und (über den Bezug von Vorleistungen) zusätzliche Ausgaben in der Region.

Betriebsphase

Angebot

- Erschlossenes Grundstück

- Nach Abschluss der Arealentwicklung steht interessierten Unternehmen ein optimal erschlossenes Grundstück zur Verfügung.

Auswirkungen

Auswirkungen des NRP-Projekts (i.e.S)

- Schaffung der notwendigen planerischen Grundlagen
- Durchführung einer Landumlegung
- Definition von Nutzungsvorschriften

- Es wurden die planerischen Grundlagen für die Umzonung und Erschliessung des Areals geschaffen.
- Für eine sinnvolle Nutzung und Erschliessung musste eine Landumlegung durchgeführt werden.
- Es wurden Nutzungsvorschriften definiert, die eine ausreichende Arbeitsplatzdichte, gute bauliche Qualität sowie die Unter- oder Übernutzung des Areals verhindern sollen.

Neu angesiedelte Unternehmen

- Bisher keine neuen Unternehmen angesiedelt
- Offenbar besteht aber eine ausreichende Nachfrage

- Die Entwicklung ist so weit abgeschlossen, dass das Areal um- und eingezont werden konnte und ein konkretes Gewerbebeparkprojekt kurz vor der Realisierung steht.
- Die Nachfrage von Unternehmen nach geeigneten Standorten in der Gemeinde Bronschhofen/Wil ist nach wie vor gross.
- Der Druck dürfte in den nächsten Jahren noch zunehmen, da Unternehmen aus dem Zentrum Wil vermehrt in die Umlandgemeinden ziehen möchten.

**Arbeitsplätze
Gesamtprojekt**

- Durch Ansiedelung neuer Unternehmen rund 200 neue Vollzeitstellen möglich
- Durch den Bezug von Vorleistungen und dem Konsum aus den zusätzlichen Einkommen können in der Region ca. 100 Vollzeitstellen geschaffen oder erhalten werden
- Insgesamt kann die vollständige Entwicklung des Areals zur Schaffung oder Erhaltung von rund 300 Vollzeitstellen in der Region führen.

Direkter Beschäftigungseffekt durch angesiedelte Unternehmen

Das Areal bietet ein Potenzial durch die Ansiedelung von Gewerbe- und Industriebetrieben. Geht man von rund 50 Vollzeitstellen pro Hektare aus³, so besteht auf den 4,3 Hektaren des Areals ein Potenzial von rund 200 Vollzeitstellen. Sofern diese nicht innerhalb der Region umziehen, gelten diese als zusätzliche Arbeitsplätze. Zudem ist zum aktuellen Zeitpunkt nicht abschätzbar, welcher Anteil dieses Potenzials tatsächlich ausgeschöpft werden kann. Der Überbauungsplan definiert Vorschriften zur minimalen und maximalen Ausnutzung und verhindert so die Ansiedelung von publikumsintensiven Einrichtungen und von reinen Lagerstätten.

Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt

Durch den Bezug von Vorleistungen sowie den Konsum aus zusätzlichem Einkommen entsteht ein Potenzial an zusätzlichen Arbeitsplätzen. Mittels eines regionalen Beschäftigungsmultiplikators kann ein Potenzial von weiteren rund 100 Vollzeitstellen in der Region grob geschätzt werden.

Gesamter Beschäftigungseffekt

In der Summe ergibt sich bei vollständiger Nutzung des Areals ein Beschäftigungseffekt von ca. 300 Vollzeitstellen, die sich auf die Gemeinde Bronschhofen, die Region oder den ganzen Kanton verteilen.

**Umsatzvolumen
Gesamtprojekt**

- Umsatzvolumen lässt sich nicht abschätzen

Direktes Umsatzvolumen Arealentwicklung

Das NRP-Projekt bzw. die «Arealentwicklung» führt nicht direkt zu Umsatz, da keine Produkte oder Leistungen angeboten werden.

Umsatzvolumen durch angesiedelte Unternehmen

Durch die angesiedelten Unternehmen entsteht zusätzlicher Umsatz in der regionalen Wirtschaft. Dieser lässt sich aber nicht beziffern, da die Art der Unternehmen nicht im Detail bekannt ist.

**Wertschöpfung
Gesamtprojekt**

- Die Ansiedelung von Firmen birgt ein Wertschöpfungspotenzial von rund 30 Mio. CHF

Zusätzliche regionale Wertschöpfung

Wenn die Anzahl Firmen und Arbeitsplätze im angenommenen Ausmass angesiedelt werden können, entsteht ein Potenzial von geschätzten rund 30 Mio. CHF an Wertschöpfung. Wie viel dieses Potenzials in der Gemeinde oder der Region verbleibt, kann zum jetzigen Zeitpunkt nicht beurteilt werden.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Weitere Auswirkungen und Vorteile

Weitere Auswirkungen wie z.B.:

- Vermarktung der Gemeinde und des Areals als Gewerbe- und Industriestandort
- Erhaltung des Ortsbildes und Beschränkung der Emissionen dank ganzheitlichem Konzept mit Nutzungsbeschränkungen
- Steuererträge für Gemeinde und evtl. Region / Kanton

³ Dieser Wert wurde bei der Entwicklung des Areals «Ebnet-Eschenau» in Bronschhofen erzielt.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Matthias Amacher / matthias.amacher@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Politische Gemeinde Bronschhofen
Einbezogene Personen	Max Rohr / Projektleiter «Arealentwicklung Gebenloo-Tüfi» / Ehem. Gemeindepräsident Bronschhofen / max.rohr@gmx.ch
Zeitraumen	Juni–August 2012

Projekt «Aufbau und Umsetzung von e-Marketing im Tourismusbereich»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Appenzell Innerrhoden
Beginn des Förderprojekts	Dezember 2009
Ende des Förderprojekts	Februar 2011
Unterstützung Finanzierung	20'000 CHF A-fonds-perdu-Beitrag (je 50% von Kanton und Bund)
Projektkosten	Total 90'000 CHF
Inhalt Gesamtprojekt	<p>Die Zusammenarbeit in der Vermarktung des «Appenzellerlandes» mit dem Kanton Appenzell Ausserrhoden wurde 2009 beendet. Die Rechte des Auftritts «appenzellerland.ch» gingen an den Kanton AR über. Doch auch für einen kleinen Kanton wie Appenzell Innerrhoden (AI) ist es wichtig, einen qualitativ hochstehenden Internetauftritt bereitzustellen und zu betreiben. Das Gesamtprojekt hat daher zum Ziel, einen konkurrenzfähigen Auftritt für den Kanton Appenzell Innerrhoden «appenzell.ch» bzw. «appenzell.info» aufzubauen. Insgesamt waren zum Zeitpunkt des ersten NRP-Projektantrags im Dezember 2009 vier Teilprojekte vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Information: Vermittlung von touristischen Informationen – Verkauf / Aktualisierung: Verkauf und laufende Aktualisierung der Online-Angebote – Bewegte Bilder («Alpstein von oben») – Touristisches Informationssystem (nicht realisiert)
Inhalt NRP-Projekt	<p>Das Projekt «Aufbau und Umsetzung von e-Marketing im Tourismusbereich» beinhaltet die Teilprojekte Information sowie Verkauf / Aktualisierung.</p> <p>Die Internetplattform des Appenzell Innerrhoder Tourismus soll damit den touristischen Leistungsträgern die Möglichkeit bieten, ihre Angebote direkt über diese Plattform zu vermarkten und zu verkaufen. Ziele bei diesem Projekt sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Stärkung der Plattform «appenzell.ch» und «appenzell.info» – Anbieten von Hotelzimmern, Pauschalen, Ausflügen und Führungen zur Online-Buchung und Aufschalten von Stellenangeboten – Dezentrale Eingabe der Angebote durch touristische Leistungsträger – Zentrale Informationsplattform für Touristen, Einheimische und Medien, insbesondere für den Alpstein

Projektaufbau und -umsetzung

Aufbau

- Idee und Aufbau durch G. Buob als Geschäftsleiter des Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI)
- Projektantrag von Lenkungsgruppe NRP als einmalige Anschubfinanzierung zur Unterstützung empfohlen

- Der Projektantrag wurde am 20.11.2009 durch den Projektverantwortlichen eingereicht. Auslöser war die Idee des Bergwirtevereins Alpstein zu einer gemeinsamen Internetvermarktung der Angebote.
- An der Sitzung der Lenkungsgruppe NRP des Kantons Appenzell Innerrhoden vom 10. Dezember 2009 wurde der Projektantrag diskutiert und schliesslich angenommen. Der Beitrag wurde als eine einmalige Anschubfinanzierung für den Aufbau des e-Marketing verstanden.
- Der Entscheid der Lenkungsgruppe hat den Charakter einer Empfehlung. Definitiv beschlossen wurde die Unterstützung von der Wirtschaftsförderungskommission.

Umsetzung

- Verkaufs- und Gästeorientierte Umsetzung des e-Marketing
- Politische Abgrenzung als Anfangsschwierigkeit
- Kurze Wege und gute Vernetzung dank Überschaubarkeit des kleinen AI
- Intensive Kontakte zu touristischen Leistungsträgern
- Commitment der Gemeinden zum Verzicht auf eigene touristische Vermarktung wird in Kürze erwartet

- Die Plattform sollte verkaufs- und gästeorientiert aufgebaut werden.
- Schwierig gestaltete sich die politische Abgrenzung des Angebots. Der Verein «Appenzellerland Tourismus Appenzell Innerrhoden» (VAT AI) wird teilweise durch den Kanton Appenzell Innerrhoden (und damit durch Hoteliers aus AI) finanziert. Es sind jedoch auch Hotels aus dem Kanton Appenzell Auserroden auf der Plattform vorhanden. Dies liegt an den Bedürfnissen der Gäste, die sich nicht über Kantonsgrenzen definieren lassen.
- Die Überschaubarkeit des kleinen Kantons Appenzell Innerrhoden mündet in kurzen Wegen und einer guten Vernetzung aller relevanten Akteure. Dies half bei der Umsetzung des Vorhabens mit. Kontakte mit den touristischen Leistungsträgern und Organisationen sowie mit den politischen Entscheidungsträgern (z.B. in Gemeinden) konnten schnell hergestellt und intensiv gepflegt werden.
- Zwei der fünf Gemeinden in AI verzichten offiziell auf die Vermarktung des Tourismus auf ihren eigenen Websites. Ein offizielles Commitment der übrigen Gemeinden wird in Kürze erwartet.

Finanzierung

- NRP-Beiträge
- Tourismusförderungsfonds des Kantons Appenzell Innerrhoden

- Die NRP-Beiträge sind als Anschubfinanzierung für das e-Marketing zu verstehen.
- Der Aufbau und der Betrieb des Internetauftritts sind im Grundauftrag des VAT AI enthalten und gehen zu Lasten seines ordentlichen Budgets.
- Der VAT AI wird teilweise aus dem Tourismusförderungsfonds des Kantons Appenzell Innerrhoden finanziert.

Betriebsphase

Angebot

- Dezentrales System zur Erfassung, Vermarktung und Buchung von touristischen Angeboten
- Spezielles Portal «Alpstein» bietet Übersicht über Öffnungs- und Betriebszeiten
- Tourismusbetriebe können Server des VAT AI für eigenen Auftritt nutzen
- Es konnte eine Vielzahl an Anbietern für die Nutzung des e-Marketing gewonnen werden

- Mittels der Plattform *appenzell.info* können die touristischen Leistungsanbieter im Appenzellerland ihre Angebote an zentraler Stelle online vermarkten und verkaufen (Anlässe, Führungen, Hotelzimmer, Stellenangebote usw.).
- Der Anbieter kann per Webinterface die eigenen Angebote und Informationen eintragen. Diese Angebote erscheinen danach auf der Plattform, können aber auch in die eigene Website des Anbieters eingebunden werden.
- Die Website *alpstein.ch* verweist direkt auf einen Teilbereich des Online-Portals. Darin sind alle Berggasthäuser und die Seilbahnen auf dem Alpstein erfasst (Angebote, Neuigkeiten, Anlässe, Betriebszeiten usw.).
- Betriebe können Speicherplatz auf dem Server des VAT AI für ihre eigenen Websites nutzen.
- Es konnten viele Anbieter, darunter auch namhafte wie das Hotel «Hof Weissbad» für die Nutzung der e-Marketing-Services gewonnen werden.

Nutzung

- Besucherzahlen stiegen seit Lancierung im Jahr 2010 stetig an
- Deutlicher Anstieg der Seitenaufrufe im Sommer 2011
- Neuerlicher Niveauanstieg Anfang Jahr 2012 sichtbar
- Sprunghafter Anstieg im Mai 2012 aufgrund «Alpstein von oben»

- Seit Lancierung der Plattform *appenzell.info* im Februar 2010 sind die Besucherzahlen stetig angestiegen. Im Sommerhalbjahr sind jeweils deutlich höhere Besucherzahlen festzustellen. Dies liegt an der Saison des Appenzeller Tourismus, die vor allem im Sommer stattfindet. Ein Anstieg der Buchungen konnte hingegen nicht ermittelt werden, da keine Vergleichsmöglichkeiten mit den Zahlen vor 2010 existieren (Bis 2010 bestand eine gemeinsame Plattform mit dem Tourismus im Appenzell Ausserrhoden. Die Zusammenarbeit der beiden Halbkantone in der Tourismusvermarktung wurde jedoch 2009 aufgelöst.).
- Im Mai 2012 wurde die Funktion «Alpstein von oben» (anderes NRP-Projekt mit 10'000 CHF A-fonds-perdu-Beitrag) eingeführt. Die Zahl der Besucher stieg danach sprunghaft (auf über 35'000) an und verblieb auf einem hohen Niveau.
- Bereits im Januar 2012 wurde eine deutlich höhere Zahl an Besuchern (ca. 15'000 Besucher) und Seitenaufrufen festgestellt als in der gleichen Periode im Jahr 2011 (ca. 10'000 Besucher).

Exportorientierung

- Rund 85% der Plattformbesucher stammen aus der Schweiz

- Rund 85% der Plattformbesucher stammen aus der Schweiz und rund 15% aus dem Ausland.

Auswirkungen

Neu gegründete Unternehmen

- Im Zuge des NRP-Projekts ist kein neues Unternehmen gegründet worden

- Bisher ist kein neues Unternehmen entstanden.

Investitionen

- Investitionsvolumen: rund 90'000 CHF

- Die Investitionen von rund 90'000 CHF sind alle in die Region Appenzell geflossen.
- Davon wurden rund 20'000 CHF (also 100% der NRP-Mittel) in das e-Marketing investiert.

Umsatz und Kosten

- Leistungsträger können die Dienstleistungen kostenlos nutzen
- Für die e-Marketing-Plattform fallen jährlich laufende Kosten von 30–40'000 CHF an
- Eine Steigerung des Umsatzes bei gebuchten Angeboten ist nicht feststellbar
- Logiernächte im Appenzell Innerrhoden stagnieren
- Stagnation wird im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld als Erfolg gewertet

Direktes Umsatzvolumen Verein

Eine Änderung des Umsatzvolumens des Vereins Appenzellerland Tourismus AI lässt sich nicht durch das NRP-Projekts begründen. Die e-Marketing-Plattform kann durch die Leistungsträger kostenlos genutzt werden. Die Vermarktung des Tourismus gehört zum Grundauftrag des VAT AI.

Der Betrieb der Webplattform (inkl. e-Marketing) führt zu jährlichen Kosten von rund 30–40'000 CHF pro Jahr (Personal und Bezug von Vorleistungen).

Direktes Umsatzvolumen Ausgaben der Besucher

Eine Steigerung des Umsatzvolumens bei den gebuchten Angeboten ist nicht festzustellen bzw. kann aufgrund mangelnder Vergleichsdaten nicht quantifiziert werden.

Gemäss der Logiernächtestatistik des Kantons Appenzell Innerrhoden ist (nur) eine leichte Abnahme bzw. eine Stagnation der Logiernächte zu beobachten. Im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld mit der Frankenstärke, der Finanz- und Wirtschaftskrise und schweizweit sinkenden Logiernächtezahlen wertet der Projektträger dies allerdings als einen Erfolg. Inwieweit dieser Erfolg durch das e-Marketing und die neue Webplattform herbeigeführt worden ist, lässt sich jedoch nicht beurteilen.

Arbeitsplätze
<ul style="list-style-type: none"> – Zusätzliche Lehrstelle in der Geschäftsstelle – Auslastung einer 50%-Stelle in Appenzell für die professionelle Betreuung des Webauftritts – Quantifizierung der im Tourismus geschaffenen oder erhaltenen Arbeitsplätze ist nicht möglich

<p>Direkter Beschäftigungseffekt</p> <p>Im Laufe des NRP-Projektes wurde in der Geschäftsstelle des VAT AI eine neue KV-Lehrstelle eingeführt. Während einem Drittel der Ausbildungszeit widmet sich der Lehrling der Kontrolle und Pflege des Webauftritts inklusive der e-Marketing-Angebote.</p> <p>Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt</p> <p>Vom Betrieb der Webplattform kann insbesondere eine lokale Internetfirma profitieren. Diese kann dank der Plattform einen Mitarbeiter bis zu 50% auslasten.</p> <p>Gesamter Beschäftigungseffekt durch Ausgaben der Besucher</p> <p>Wie erwähnt, ist es nicht möglich, die aufgrund der e-Marketing-Plattform zusätzlich gebuchten Angebote und den Umsatz (bzw. die zusätzlichen Besucher) zu quantifizieren. Die allgemeine Entwicklung des Appenzeller Tourismus lässt im Lichte der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung ohnehin eher auf die Erhaltung denn auf die Schaffung von Arbeitsplätzen im Tourismus schliessen.</p> <p>Gesamter Beschäftigungseffekt</p> <p>Schaffung von mindestens einer Lehrstelle sowie gesicherte Auslastung in einem Appenzeller Betrieb.</p>
--

Weitere Auswirkungen des Projekts
<ul style="list-style-type: none"> – Zentrale Anlaufstelle und Schaufenster für Tourismus – Intensivierte Zusammenarbeit mit Partnern – Commitment zu gemeinsamem Webauftritt – Informationsplattform

<p>Zur Einschätzung der Wirkung des e-Marketing-Angebots sind folgende Punkte zu erwähnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Schaffung einer zentralen Anlaufstelle und eines qualitativ hochstehenden Schaufensters für den Tourismus im Appenzellerland / Alpstein inkl. zusätzlichem Kommunikationskanal – Senkung der Kosten von Tourismus-Websites durch gemeinsames Hosting – Umfassende Informationen zum Tourismus für Einheimische, Touristen und Medien – Commitment der Gemeinden und touristischen Leistungsträger zur gemeinsamen Verkaufs- und Vermarktungsplattform – Zusammenarbeit mit anderen Partnern (z.B. Schweiz Tourismus, E-Domizil (Buchung von Ferienhäusern) etc.) ausgedehnt
--

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung	
Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Matthias Amacher / matthias.amacher@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Verein Appenzellerland Tourismus Appenzell Innerrhoden (VAT AI)
Einbezogene Personen	Guido Buob / Geschäftsleiter VAT AI) / guido.buob@appenzell.ch Markus Walt / Leiter Amt für Wirtschaft des Kantons Appenzell Innerrhoden / markus.walt@vd.ai.ch
Zeitraumen	August–Oktober 2012

Projekt «Ausbau & Professionalisierung Appenzellerland Regionalmarketing AG»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Appenzell Innerrhoden
Projektträger	Appenzellerland Regionalmarketing AG
Beginn des Förderprojekts	2009
Ende des Förderprojekts	2010
NRP-Finanzierung	40'000 CHF (je zur Hälfte Kanton AI und Bund)
Projektkosten	40'000 CHF für den Strategieplan; weitere rund 60'000 CHF intern bis zum Start der Umsetzung
Inhalt Gesamtprojekt	Die Appenzellerland Regionalmarketing AG fördert die Vermarktung von Produkten regionaler Handwerker und Gewerbebetriebe unter einem gemeinsamen Label. Ziel ist es, eine starke gemeinsame Marke aufzubauen und Massnahmen umzusetzen, die insbesondere den Kleinbetrieben einen höheren Absatz ermöglichen.
Inhalt NRP-Projekt	Beim NRP-Projekt handelt es sich um das Erstellen eines Strategieplans für das Regionalmarketing durch einen externen Experten.

Projektaufbau und -umsetzung

- Bestehende Regionalmarketingorganisation sehr breit aufgestellt, Fokus zu wenig klar
- Aufbau durch ein Team von ca. 10 Personen

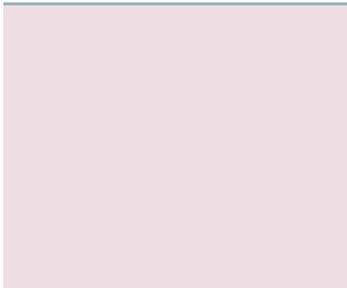
- Vor 2010: Regionalmarketing der beiden Kantone Appenzell Innerrhoden und Ausserrhoden hat eine Vielzahl mit Mitgliedern aus unterschiedlichen Bereichen (Handwerker, Gewerbebetriebe, aber auch touristische Dienstleister und Seilbahnen) aber ein kleines Budget.
- Idee: klarere Strategie entwickeln, um knappe Ressourcen zielgerichteter einsetzen zu können
- Umsetzung mittels eines externen Beraters, um eine Aussen-sicht ohne politischen Einfluss zu erhalten
- In Projektaufbau und -begleitung waren die zwei Mitarbeitenden der Appenzellerland Regionalmarketing AG und sowie der Verwaltungsrat beteiligt. Insgesamt rund 10 Personen.

Strategiepapier

- Strategiepapier wurde durch externen Experten erstellt

Ergebnis NRP-Projekt:

- Im Rahmen des Projekts wurde ein Strategiepapier inkl. Massnahmenplan erstellt. Das Projektziel ist somit erreicht.
 - Dafür wurden 40 Unternehmen persönlich befragt (alle damaligen Partner im Regionalmarketing)
 - Das Ergebnis (Strategiepapier) ist dem VR zwar zu wenig kritisch und detailliert; der Prozess zur Strategieentwicklung und insbes. der Einbezug aller Partner wird aber insgesamt als sehr positiv empfunden.
 - Aufbauend auf die Studie konnte eine detailliertere Strategieformulierung vorgenommen werden.
 - Ohne die NRP-Mittel hätte man den Strategieprozess sehr wahrscheinlich nicht in diesem Umfang anstossen können.
- Empfehlungen im Strategiepapier bez. Regionalmarketing:
- Klare Vorgehensstrategie entwerfen
 - Mittelaufstockung



- Mehr Partner finden: im Papier vorgesehen sind dabei Handwerker UND Tourismus-Dienstleister (→ Die tatsächliche heutige Strategie sieht aber eine Trennung von (handwerklichen) Produkten und touristischen Dienstleistungen vor!)
- Enge Abstimmung mit überregional tätigen Firmen, die das Bild des Appenzellerlands massgeblich mitprägen
- Gemeinsame Qualitätskriterien der Hersteller festlegen
- Bessere Medienarbeit
- Effektiverer Auftritt bei Messen und Promotionen

Betriebsphase

Geplante Aktivitäten

- Verschiedene gemeinsame Aktivitäten geplant

Die Ideen im NRP-finanzierten Papier wurden wie folgt konkretisiert bzw. angepasst:

- Klare Trennung von Produktherstellern und touristischen Dienstleistungen: Erstere können Mitglied im Regionalmarketing sein; weitere werden durch die bereits bestehenden kantonalen Tourismusorganisationen betreut.
- Neues Partnerschaftsmodell mit 3 verschiedenen Partnermodellen, die sich in Jahresbeitrag, Rechten und Pflichten unterscheiden (Handwerker, Produzenten A (gross) und Produzenten B (kleiner))

Die folgenden Massnahmen sollen zukünftig gemeinsam umgesetzt werden:

- Gemeinsame Messeauftritte
- Gemeinsame Promotionen
- Gemeinsame Werbung
- Gemeinsame Marketingkoordinationssitzung (Appenzellerland Regionalmarketing AG, die 5 grössten Partnerfirmen sowie die kantonalen Tourismusorganisationen)
- Koordinierte Medienbetreuung
- Gastkantonsauftritte
- Gastregionsauftritte

Beteiligung Unternehmen

- 25-30 Unternehmen beteiligt
- Potenzial für Ausbau

- Die Anzahl Partner sank von 48 im Jahr 2007 auf heute rund 25-30 Unternehmen.
- Dies hängt zum einen damit zusammen, dass die Anbieter vor dem Strategiewechsel unzufrieden mit dem Kosten-Nutzen-Verhältnis ihrer Mitgliedschaft in der Organisation waren.
- Zum anderen ist es auch ein Resultat der Neuorientierung: keine touristischen und anderen Dienstleister mehr im Regionalmarketing
- Es gibt noch regionale Unternehmen, die ihre Produkte unter dem Schirm des Regionalmarketings anbieten könnten, dies aber noch nicht tun.
- Schwierigkeit: die Produzenten haben alle ganz unterschiedliche Kulturen; es ist nicht einfach, z.B. einen gemeinsamen Auftritt an einer Messe zu planen.
- Die 5 grössten Anbieter produzieren Käse, Bier, Mineral, Alpenbitter, Biberli.

Finanzierung

- Zu 20% über Beiträge der Unternehmen finanziert

- Das Regionalmarketing finanziert sich heute zu 80% über gleich hohe Beiträge der beiden Kantone und zu 20% über die Beiträge der Unternehmen.
- Knapp 30 % der Kosten fallen für Löhne und Infrastruktur an.
- Damit stehen rund 70 % des Budgets für Marketingmittel zur Verfügung.

Auswirkungen

Produktionserweiterungen

- Vor allem bei kleineren Partnern erwartet

- Insbes. bei den kleineren Unternehmen werden Absatzsteigerungen erwartet.
- Ziel: in der Grössenordnung von 10% Umsatzsteigerung
- Bei den grösseren Unternehmen geht es eher um Imagepflege
- Die Appenzellerland Regionalmarketing AG kann z.B. handeln, wenn andere Anbieter die Marke widerrechtlich nutzen.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Gemeinsame Produktideen werden entwickelt

- Dadurch, dass die Beteiligten vermehrt miteinander zu tun haben, werden auch ausserhalb des Projekts gemeinsame Ideen entwickelt.
- Aus der Reorganisation heraus entstand z.B. die Idee von Geschenkkörben mit Produkten aus dem Appenzellerland.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Sarah Werner / sarah.werner@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Appenzellerland Regionalmarketing AG
Einbezogene Personen	- Guido Buob / Geschäftsführer Appenzellerland Regionalmarketing AG / regionalmarketing@appenzell.ch - Markus Walt / NRP-Verantwortlicher Kanton Appenzell Innerrhoden / markus.walt@vd.ai.ch
Projekt-Website	www.appenzeller-produkte.ch
Zeitraumen	September–Oktober 2012

Projekt «Bioburn – Integrierte Biomasse-Nutzung»

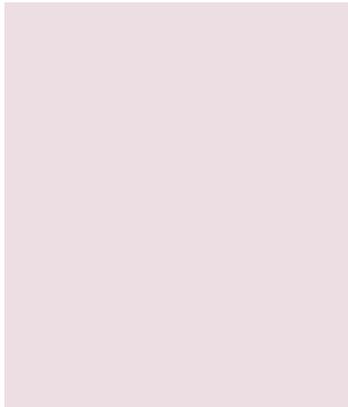
Das Projekt in Kürze	
Kanton	Luzern
Projektträger	Studer Maschinenbau AG in Partnerschaft mit Informationsstellen, Energieversorgern, Gemeinde, Landwirten, regionalem Gewerbe und Fachhochschulen
Beginn des Förderprojekts	2008
Ende des Förderprojekts	2009
NRP-Finanzierung	280'000 CHF für die Jahre 2008 und 2009
Projektkosten	Bisher ca. 1 Mio. CHF
Inhalt Gesamtprojekt	Die lokal anfallende Biomasse aus landwirtschaftlicher Produktion, der Wald- und Forstwirtschaft sowie aus der Nahrungs- und Futtermittelproduktion soll auf eine innovative Art und Weise genutzt werden. Durch das Projekt soll ein erstmaliger Zusammenschluss von auf dem Markt bereits vorhandenen Technologien und Anlagen realisiert werden. Das sind eine Graspressmaschine, eine Grastrocknungsanlage, eine Anlage zur Herstellung von Pellets, eine Biogasanlage sowie ein Verbrennungsofen für Heizpellets. Durch diese innovative Kombination entsteht eine vielfache Umwandlung von Biomasse in Strom, Wärme, Heizpellets oder Viehfutterwürfel. Die Realisierung einer ersten Gesamtanlage soll ausgehend von vorhandenen Infrastrukturen am Standort der Gras- und Maistrocknungsanlage Zell geprüft werden.
Inhalt NRP-Projekt	<p>Erarbeiten der Machbarkeitsstudie mit den Zielen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Effiziente Herstellung von Strom, Wärme, Heizpellets und Pellets für Viehfutter aus einheimischer fester und flüssiger Biomasse in einer gesamten Wertschöpfungskette zu ermöglichen – Die Integration verschiedener Komponenten (d.h. modernster Anlagen) umsetzen zu können – Die Verkleinerung der Grossanlage zu serienmässig herstellbaren Biomasse-Kompaktanlagen realistisch aufzeigen können <p>Abschluss der Projektierung (Grob- und Detailplanung): Bis und mit Fertigstellung eines Prototyps der Anlage</p>

Projektaufbau und -umsetzung

Aufbau

- Projektidee aus der lokalen Wirtschaft heraus
- Support durch Fachhochschule für technische Fragen

- Die Projektidee wurde von Führungskräften der lokalen Wirtschaft (Maschinenfabrik Studer AG, Trocknungsanlage Zell) entwickelt. Antrieb war die Suche nach einer effizienteren Nutzung und nach neuen Verwertungsmöglichkeiten der lokal reichlich vorhandenen Biomasse. Öffentliche Stellen (Region Luzern West u. Kanton Luzern) stiessen erst im Zeitverlauf zum Projekt.
- Die ursprüngliche Projektidee ging von drei über verschiedene Stoffflüsse miteinander verbundenen Nutzungsprozessen für Biomasse aus:
 - Viehfutter (A): Pressen von feuchter Biomasse → Feuchtpelletierung → Trocknung → Verfütterung der Pellets
 - Fermentierung (B): Gewinnung von Biogas, Restwasser /



Komposterde als Nebenprodukte (z.B. als Düngemittel einsetzbar)

- Verbrennung (C): Feuchtpelletierung → Trocknung → Verbrennung der Pellets bzw. Gewinnung von Energie/Wärme

Die drei Stossrichtungen A, B und C richten sich aufgrund der von ihnen benötigten Inputs und Outputs an unterschiedliche mögliche Partner. Aus diesem Grund interessieren sich immer wieder andere Akteure für eine Weiterentwicklung einzelner Teile des Gesamtsystems.

- Für die Abklärung der technischen Machbarkeit dieser verschiedenen Prozesse wurde auf die Kompetenzen der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW), Hochschule für Technik in Windisch zurückgegriffen.

Umsetzung

- Technische Machbarkeit des Gesamtsystems nachgewiesen
- Staatliche Regulierungen als Hindernis für die Umsetzung des Gesamtprojekts
- Ansonsten günstige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung

- In der Machbarkeitsstudie der Hochschule für Technik der FHNW wurde für zentrale Elemente des Gesamtsystems «Integrierte Biomasse-Nutzung» (alle drei Nutzungsprozesse) die technische Machbarkeit und die ökologische Zielerfüllung nachgewiesen.
- Für die Stossrichtungen Fermentierung (B) und Verbrennen (C) zeigten die Projektarbeiten Umsetzungshindernisse auf: bei (B) die nicht gegebene Wirtschaftlichkeit unter den aktuellen, von der öffentlichen Hand geschaffenen Rahmenbedingungen, bei (C) geltende Lufthygienebestimmungen, die die Verbrennung von nicht-holzartiger Biomasse verunmöglichen, obwohl die Emissionen mit jener der Holzverbrennung vergleichbar sind.
- Ansonsten wären die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung des Gesamtprojekts gut:
 - Übereinstimmung mit wichtigen und aktuellen politischen Vorhaben: Energiestrategie 2050, Schaffen von Zusatzeinkommen in der Landwirtschaft, Reduktion Entsorgungskosten Biomasse, Beitrag zur Düngerproduktion und zur Entschärfung der Phosphorknappheit in der Schweiz
 - Vielzahl von Akteuren, die aus einer Projektumsetzung Nutzen ziehen könnten: Landwirtschaft, Industrie und Gewerbe, Energieversorgungsunternehmen, Trocknungsanlagen, Kläranlagen, Kehrlichtverbrennungsanlagen, öffentliche Hand
 - Abgeklärte technische Machbarkeit und vorhandener Industriepartner für die Produktion der teilweise patentgeschützten Anlagen (Bioburn AG)
 - Vorhandenes Geschäftsmodell für Einbindung landwirtschaftlicher Betriebe (Franchisingsystem mit Abnahmegarantie für die dezentral hergestellten Biomasse-Pellets)

Eingesetzte Ressourcen und Finanzierung

- Bisherige Gesamtkosten in der Grössenordnung von 1 Mio. CHF
- NRP-Förderung im Umfang von 280'000 CHF

- Die gesamten bisherigen Investitionen in das Projekt «Bioburn» belaufen sich auf eine Grössenordnung von mind. 1 Mio. CHF.
- Über die NRP wurden die Durchführung der Machbarkeitsstudie durch die FHNW sowie die Arbeiten bis zum Abschluss der Projektierung (Herstellung eines Prototypen der Pelletiermaschine) mit A-fonds-perdu-Beiträgen von 280'000 CHF mitfinanziert.
- Die v.a. betrieblichen und personellen Eigenleistungen sind mit rund 75% hoch.

Betriebsphase

Erstellte Produkte bzw. Anlagen

- Realisierung Gesamtanlage wegen Umsetzungshindernissen nicht möglich
- Erfolgreiche Herstellung eines Prototypen einer Feuchtpelletieranlage
- Aufbau von wettbewerbsrelevantem Know-how
- Weitergehende Unternehmensvernetzung bei Umsetzung Gesamtprojekt

- Wegen der Umsetzungshindernisse für die Stossrichtungen B und C (vgl. oben) ist es derzeit nicht möglich, gemäss der ursprünglichen Zielsetzung eine Gesamtanlage zu bauen, die alle drei Stossrichtungen integriert, und diese anschliessend zu einer Kompaktanlage für den dezentralen Einsatz auf landwirtschaftlichen Betrieben zu verkleinern.
- Am Projektstandort Zell ist ein Prototyp einer automatischen Pelletieranlage für feuchte Biomasse hergestellt worden. Die Anlage ist in der Trocknungsanlage von Zell im Einsatz. Sie kann sowohl Futter- und Dünger- als auch Brenn-Pellets herstellen. Die Anlage dient auch als Demonstrationsobjekt für Interessierte.
- Durch den Einsatz des Prototyps konnte viel Know-how über die geeignete Mischung unterschiedlicher Biomassen zur Herstellung von Pellets von möglichst einheitlicher Qualität aufgebaut werden. Dieses Wissen würde bei einer breiten Umsetzung der Projektidee einen relevanten Wettbewerbsvorteil darstellen. Dieser dürfte sogar grösser sein als jener aus der Technologie der Anlage selber, obwohl Teile der Anlage patentgeschützt sind.
- Für die Entwicklung des Prototypen der Pelletiermaschine zeichnete die Studer Maschinenfabrik AG (ein KMU mit 16 Mitarbeitenden) bzw. die aus ihr heraus gegründete Bioburn AG allein verantwortlich. Wegen des integrierten Ansatzes würde die Umsetzung des Gesamtprojekts eine weitergehende Vernetzung von regionalen Wirtschaftsakteuren fördern.

Nutzung

- Interessenten aus verschiedenen Kreisen der Wirtschaft
- Interessenten aus dem Ausland
- Franchisingsystem als interessanter Ansatz für landwirtschaftliche Betriebe

- Entsprechend der verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten der Biomasse-Pellets bzw. der Koppelprodukte aus ihrer Produktion und Verwendung interessieren sich verschiedene Akteure für die Weiterentwicklung / Umsetzung von einzelnen Elementen des Gesamtprojekts (z.B. Trocknungsanlagen, Pharmaindustrie, Abwasserreinigungsanlagen).
- Interessenten aus der ganzen Welt sind angereist, um sich vor Ort über die Pilotanlage in Zell zu informieren.
- Das angedachte Franchisingsystem würde die einfache, weil nicht kapitalintensive Einbindung landwirtschaftlicher Betriebe ermöglichen.

Auswirkungen Gesamtprojekt

Neue Unternehmen

- Gründung eines Unternehmens zur Projektumsetzung

Wie erwähnt ist erst ein Prototyp einer Pelletiermaschine hergestellt worden. Die Auswirkungen auf den Umsatz der herstellenden Maschinenfabrik sind noch unbedeutend. Aus dem Projekt heraus ist das Unternehmen Bioburn AG gegründet worden.

Umsatzvolumen und Arbeitsplätze

- Beschäftigungseffekt erst nach weitergehender Umsetzung des Gesamtprojekts einschätzbar

- In Zusammenhang mit der bisherigen Projektbearbeitung und der Herstellung des Prototyps sind noch keine Arbeitsplätze geschaffen worden.
- Arbeitsplatzeffekte würden sich im Fall einer erfolgreichen Umsetzung des Projekts am Markt nicht nur für den Hersteller der Anlagen ergeben. Über das generierbare Zusatzeinkommen für die Biomasse-Produzenten, im Wesentlichen landwirtschaftliche Betriebe, könnte ein Beitrag zum Erhalt von Arbeitsplätzen in der Landwirtschaft geleistet werden.

Wertschöpfung

- Bei Umsetzung: Gute Voraussetzungen für einen relevanten regionalen Wertschöpfungseffekt

- So wie das Gesamtprojekt angelegt ist, wäre bei einer erfolgreichen Umsetzung ein relevanter regionaler Wertschöpfungseffekt zu erwarten.
- Einerseits bei der Herstellung der Anlagen: Schätzungsweise 70-80% der Vorleistungen würden ebenfalls in der Region erbracht werden. Einzig bei den verwendeten Materialien (Stahl, Blech etc.) wäre dieser regionale Bezug nicht vorhanden. Auch Spezialarbeiten (z.B. Präzisionsschweissen) müssten national eingekauft werden.
 - Andererseits nach erfolgter Projektumsetzung: regionaler Bezug von Biomasse, regionale Verwendung der Pellets und der übrigen resultierenden Outputs (Energie, Wärme, Asche und Restwasser als Dünger)

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Neben den wirtschaftlichen Effekten würden die bereits oben genannten weiteren Effekte resultieren:
- Verstärkter Einsatz erneuerbarer Energien, Reduktion der Gas-/ Öl-Abhängigkeit,
 - Beitrag zur CO₂-Reduktion
 - Energieeinsparungen (im Fall von Trocknungsanlagen bspw. ca. 25%)
 - Beitrag zur Entschärfung der Phosphorknappheit in der Schweiz
 - Beitrag zur nachhaltigen Düngerproduktion
 - Etc.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Stefan Suter / stefan.suter@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Studer Maschinenbau AG bzw. Bioburn AG
Einbezogene Personen	Janez Zekar / Geschäftsführer und Mitinhaber Studer Maschinenbau AG und Bioburn AG Guido Roos / Region Luzern West
Projekt-Website	www.bioburn.ch
Zeitraumen	September–Oktober 2012

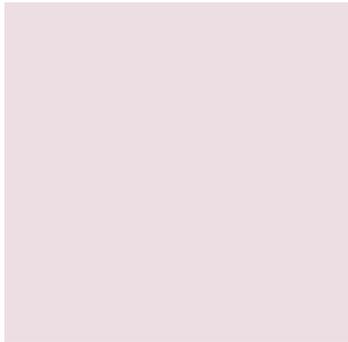
Projekt «Kompetenz-Zentrum Erneuerbare Energie SüdThurgau (KEEST)»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Thurgau
Projektträger	Verein Wirtschaftsraum Südthurgau
Beginn des Förderprojekts	initiiert 2008, operativ ab 2009
Ende des Förderprojekts	2011
NRP-Finanzierung	256'800 CHF, 2008–2011, plus 4'000 CHF (2010 aus SG)
Projektkosten	701'125 CHF über drei Jahre, 2009–2011 Betriebsertrag: 805'734 CHF über drei Jahre, 2009–2011 (NRP, Ertrag aus Beratungen und Projekten, TG Energiefonds, TG Arbeitsmarktfonds, Verein WRST, SG Regio Wil)
Inhalt Gesamtprojekt	<p>Durch den Aufbau und Betrieb des Kompetenzzentrums soll das Wissen im Bereich erneuerbare Energien und Energieeffizienz vermehrt und insbesondere den KMU einfacher zugänglich gemacht werden. Das Kompetenzzentrum soll unterstützend auf die regionale Clusterbildung im Bereich erneuerbare Energien und Energieeffizienz wirken. Das Kompetenzzentrum soll unmittelbar einen Beitrag dazu leisten, dass die KMU wesentliche Einsparungen im Bereich Energiebedarf erzielen können. Zudem sollen Aktivitäten der Clusterbildung positive Einflüsse auf die arbeitsmarktliche Situation in der Region haben.</p> <p>Es gibt somit 3 Hauptziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einsparungen im Energiebedarf in bestehenden KMU fördern (durch Steigerung der Energieeffizienz), was Kosten spart, die KMU wettbewerbsfähiger macht und damit Arbeitsplätze sichert. – Anbieter von innovativen Technologien im Bereich erneuerbare Energien bei der Lancierung ihrer Produkte unterstützen, was zur Reduktion fossiler Brennstoffe bzw. des CO₂-Ausstosses beiträgt. – Noch nicht im Kanton ansässige Unternehmen im Bereich erneuerbare Energien dazu motivieren, sich im Kanton anzusiedeln, was neue Arbeitsplätze in der Region schafft.
Inhalt NRP-Projekt	<p>Das KEEST wird als Gesamtprojekt unterstützt.</p> <p>→ <i>Das NRP-Projekt der ersten Phase wurde per Ende 2011 abgeschlossen. Das Gesamtprojekt KEEST wird weitergeführt.</i></p>

Projektaufbau und -umsetzung

– Projektaufbau durch PPP

- Der «Verein Wirtschaftsraum Südthurgau» vereint Wirtschafts- und Gemeindevertreter sowie Politiker.
- Der Verein suchte ein innovatives «Vehikel», um die Publizität der Region zu verbessern und damit die positive Wahrnehmung als Wirtschaftsstandort zu steigern.
- Die Projektgruppe des Vereins erstellte unter Mithilfe einer Werbeagentur den Businessplan.
- Danach erfolgte der Entscheid durch den RR, das KEEST aufzubauen und einen Geschäftsführer (50%) zu rekrutieren.
- Der Geschäftsführer (auf Mandatsbasis) kommt aus der Industrie und ist regional gut vernetzt.
- Er hat selbständig, basierend auf dem Businessplan, das Leistungs- und Kommunikationskonzept entwickelt und konkrete



Beratungsdienstleistungen aufgebaut. Die Umsetzung der Dienstleistungen erfolgt fallweise mit Partnern.

- Verschiedene meist kostenfreie Kommunikationskanäle wurden genutzt: Unternehmerforen, Presse und TV (v.a. Interviews).
- Der Schlüsselerfolg des Projekts: Public-private-Partnership (PPP): Diese umfasst die partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand (Regierung, Verwaltung), Privaten (Wirtschaft) und Politik (Kantonsräte) zur effizienten Erfüllung der Zielsetzungen im Bereich erneuerbarer Energien und Energieeffizienz. Alle Akteure ziehen am gleichen Strick.

Betriebsphase

Angebot und Nutzung

- Vielzahl unterschiedlicher Angebote.
- 40 Firmen haben durch die Angebote des KEEST eine Ersparnis und/oder ein Payback erzielt.

Konkrete Angebote des KEEST:

Grobanalyse (erste Problemerkennung):

- «Energie-Check KMU» (Sofortmassnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz sowie Verbesserung der Konzepte zur Energieversorgung)

Feinanalyse (Lagebeurteilung):

- «Technische Prozess-Analysen» (Studien)
- «Machbarkeitsstudien»

Umsetzung:

- «Energie-Prozess-Optimierung» (konkrete Umsetzungsprojekte in den Firmen)

Vermittlung von Contracting

- Unternehmen kaufen z.B. keine Heizanlage oder Beleuchtungssysteme mehr, sondern «Wärme» und «Licht» bei einem Anbieter
- Hintergrund: keine Kapitalbindung

Weitere Aktivitäten:

- Beleuchtungssanierungen (Einsparmöglichkeiten durch den Ersatz alter Leuchtstoffröhren)
- Innovationstransfer / Networking (z.B. durch Unternehmerforen, Ausstellungen, Austauschgespräche mit Erfindern)
- Unterstützung bei der Ansiedelung neuer Unternehmen (inkl. Hilfe beim Businessplan, Vernetzung, Kapitalbeschaffung)
- Lobbying bei Bund und Kanton
- Cluster-Aufbau: Erstellen einer Datenbank aller wichtigen Player im Bereich erneuerbare Energie

Das Netzwerk ist elementar: Bei der Akquise sind immer verschiedene Spezialisten aus der Branche mit dabei.

Insgesamt haben 40 Firmen durch die Angebote des KEEST eine Ersparnis und/oder einen Payback erzielt. Die Firmen stammen aus unterschiedlichsten Bereichen: z.B. Food, Motorenbau, Stahlbau, Medizin, Brauerei, Kloster etc.

Neue Unternehmen

- 4 neue Firmen

Das KEEST hat vier Firmen bei der Neuansiedelung unterstützt

- Eine der Firmen kam aus Deutschland.
- Drei der Firmen stammen aus anderen Schweizer Kantonen.

Finanzierung

- Ca. 70% der Aktivitäten werden 2012 durch die Geschäftstätigkeit finanziert

- Die Aktivitäten des KEEST werden heute über den Kanton Thurgau (Energiefonds und Arbeitsmarktfonds) und die Einnahmen aus der Geschäftstätigkeit finanziert.
- Es war vorgesehen, dass das KEEST nach 3 Jahren selbsttragend ist; dieses Ziel konnte per Ende 2011 noch nicht erreicht werden. Ein Grund dafür ist die Absicht, Kosten für KMU so gering wie möglich zu halten, um einen Anreiz zu schaffen.

Auswirkungen

Einsparungen

- Als Ergebnis der KEEST-Projekte sparen die Firmen jährlich rund 1,5 Mio. CHF / 15 Mio. kWh Energie

Nach 2,5 Jahren Tätigkeit schätzt das KEEST seinen Impact wie folgt ein:

Effektivität (Wirtschaft)

- Jährliche Kosteneinsparungen der Firmen durch Energie-Checks KMU, Technische Prozess-Analysen und Beleuchtungssanierung: 1,5 Mio. CHF pro Jahr
- Pro Firma: im Schnitt 40'000 CHF pro Jahr

Effizienz (Energieeinsparung)

- Jährliche Einsparungen von 15 Mio. kWh pro Jahr
- entspricht ca. 1,5 Mio. Liter Heizöl
- entspricht ca. 3'960 Tonnen CO₂

Annahme des KEEST zur Berechnung dieser Zahlen: empfohlene Sofortmassnahmen des KEEST werden umgesetzt

Arbeitsplätze

- 4 neue Arbeitsplätze und weiteres Potenzial

- Bei den neu angesiedelten Firmen handelt es sich bis anhin um 4 neu geschaffene Arbeitsplätze.
- Falls im Rahmen eines der Ansiedelungsprojekte der Prototyp einer innovativen neuen Energieversorgungsanlage in die Serienproduktion überführt werden kann, werden voraussichtlich viele zusätzliche Stellen geschaffen.
- Durch die Einsparungen in bestehenden Firmen (vgl. oben) wird die Wettbewerbsfähigkeit dieser Unternehmen erhöht, was zum Stellenerhalt in der Schweiz beiträgt.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Positiver ökologischer Effekt

- Neben dem wirtschaftlichen Impact gibt es vor allem auch positive ökologische Auswirkungen: eine Win-win-Situation.
- Das KEEST bringt sich als Vertreter des Vereins WRST auch in interregionale Planungsgruppen ein und vertritt dort die wirtschaftlichen Interessen der Region Südthurgau, z.B. bei der Frage eines Autobahnanschlusses.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Sarah Werner / sarah.werner@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Verein Wirtschaftsraum Südthurgau
Einbezogene Personen	– Andreas Koch, Geschäftsführer KEEST / andreas.koch@keest.ch – Dieter Sahli / Amt für Wirtschaft und Arbeit Kanton Thurgau / Fachstelle Regionalentwicklung / dieter.sahli@tg.ch.
Projekt-Website	www.keest.ch
Zeitraumen	August–Oktober 2012

Projekt «Machbarkeit Ruinaulta – Teilprojekt II»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Graubünden
Beginn des Förderprojekts	März 2011
Ende des Förderprojekts	Ende 2011
Unterstützung Finanzierung	57'000 CHF A-fonds-perdu-Beitrag; je 50% durch Bund und Kanton GR; Rest durch Verein «Die Rheinschlucht», Regionalverbände und Gemeinden getragen
Projektkosten	114'000 CHF (exkl. Kosten der Richtplananpassung von 20'000 CHF)
Inhalt Gesamtprojekt	<p>Der Verein «Die Rheinschlucht/Ruinaulta» wurde mit dem Zweck gegründet, das Naturmonument Rheinschlucht touristisch in Wert zu setzen. Das Gesamtkonzept beinhaltet 3 Teilprojekte, in denen unter anderem die Wanderwege erstellt, signalisiert und instandgehalten werden. Der Verein koordiniert und überwacht die Umsetzung des Gesamtkonzepts zur touristischen Inwertsetzung der Rheinschlucht.</p> <p>Der Verein und seine Vorgängerorganisation «Rheinschlucht-Kommission» wurden bisher in insgesamt drei NRP-Projekten finanziell unterstützt.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Im Jahr 2008 wurde im Rahmen eines NRP-Projekts das Ruinaultakonzept erarbeitet – Im Jahr 2010 wurde die Erstellung eines Umsetzungskonzepts unterstützt – Seit 2011 wurde die Machbarkeit des Teilprojekts II geprüft und durch NRP-Fördermittel unterstützt. <p>→ Die Bemühungen zum weiteren touristischen Ausbau der Rheinschlucht werden durch den Verein und den Kanton fortgeführt werden.</p>
Inhalt NRP-Projekt	<p>Das abgeschlossene NRP-Projekt «Machbarkeit Ruinaulta – Teilprojekt II» beinhaltet Machbarkeitsabklärungen zur Erstellung eines durchgehenden, flussnahen Wanderwegs durch die Rheinschlucht (Ruinaulta). Das Projekt hat zum Ziel:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Durchführen ökologischer, geologischer und wirtschaftlicher Abklärungen für die Erstellung eines durchgängigen Wanderwegs – Grundlagen schaffen für eine Vertiefung des Planungsprozesses und für die Anpassung der regionalen Richtpläne sowie des kantonalen Richtplans <p>→ Das NRP-Projekt ist seit Ende 2011 abgeschlossen.</p>

Projektaufbau und -umsetzung

Aufbau

- Förderverein «Die Rheinschlucht» als Trägerschaft
- Unterstützung des Projekts durch 11 Gemeinden und den Kanton

- Teile des Wanderwegs in der Rheinschlucht sind bereits seit 2005 von einzelnen Gemeinden erstellt und unterhalten worden. Es war jedoch kein durchgehender Wanderweg geplant. Auch bestand kein Gesamtkonzept für die Inwertsetzung des Wanderwegs. Für die Planungen zeichnete die «Rheinschlucht-Kommission» verantwortlich.
- Die Planung wurde im Jahr 2008 vom Verein «Die Rheinschlucht» bestehend aus 11 Gemeinden übernommen. Der Vereinsvorstand setzt das Vorhaben um.
- Diverse Partner wurden einbezogen (Rhätische Bahn, Berghilfe, Tourismusvereine, externe Berater, HTW Chur, Gemeindevertreter, Amt für Wirtschaft und Tourismus, Fachstelle für Langsamverkehr, Amt für Energie und Verkehr usw.)
- Die Bevölkerung reagiert fast durchwegs positiv. Das Projekt wurde bereits im Richtplan 2000 erwähnt. Der durchgängige Wanderweg wird in der aktuellen Revision 2012 (mit durchgängigem Weg) aufgenommen.

Umsetzung

- Verschiedene Machbarkeitsabklärungen durchgeführt
- Richtplananpassungen in der Vernehmlassung

- Es wurden verschiedene Machbarkeitsabklärungen zur Herstellung des durchgängigen Wanderwegs durchgeführt.
- Ständige und begleitende Kommunikation, grosses Medienecho und Prix «Rando» Gewinner im Jahr 2012
- Unter anderem wurden die Auswirkungen auf Natur und Umwelt (Atragene in Chur), geologische Aspekte (GeoConCav in Castrisch) sowie die mögliche bautechnische Ausführung (Walter Bieler in Bonaduz) aufgezeigt und Felsvermessungen durchgeführt (Menego & Partner).
- Die Anpassungen in den regionalen Richtplänen und im kantonalen Richtplan befinden sich in der Vernehmlassung. Auf Einwände durch Natur- und Umweltschutz wurde mit flankierenden Massnahmen reagiert.

Finanzierung

- Gemeinden unterstützen Verein mit 70'000 CHF pro Jahr
- Ehrenamtliche Arbeit

- Zusätzlich zu den NRP-Beiträgen wird die Finanzierung des Trägervereins durch die 11 Territorialgemeinden mit einem jährlichen Beitrag von 7'000 CHF pro Gemeinde sichergestellt.
- Ein Grossteil der Arbeiten wird zudem ehrenamtlich durch den Vereinsvorstand erbracht.

Betriebsphase

Angebot

- Ein durchgängiger Wanderweg ist das Ziel des Teilprojekts II
- Zusatzangebote müssen durch private Investoren realisiert werden

- Mit dem Teilprojekt II des Gesamtprojekts «Rheinschlucht» wird ein durchgängiger Wanderweg zwischen Ilanz und Tamins erstellt. Rund 16 des 19 Kilometer langen Weges stehen bereits. Ohne die Realisierung des letzten Teilstücks besteht ein Sicherheitsrisiko für die Wanderer.
- Zusatzangebote wie z.B. Bistros oder eine Lounge sind im Gesamtkonzept angedacht. Diese und andere Projekte müssten aber durch Private finanziert und realisiert werden und nicht unter dem Titel NRP.

Nutzung / Auslastung

- Bisher rund 95'000 Gäste pro Jahr in der Rheinschlucht
- Steigerung um rund 15'000 bis 20'000 aufgrund des durchgängigen Wegs erwartet

- Insgesamt besuchten rund 95'000 Gäste jährlich die Ruinaulta (Schätzung 2007).
- Bereits das erste Teilprojekt hat gemäss Verein und Kanton eine Steigerung bewirkt. Eine Quantifizierung des Effekts ist zurzeit nicht möglich.
- Eine zusätzliche Steigerung um rund 15'000 bis 20'000 Gäste aufgrund des durchgängigen Wegs erachtet der Verein als realistisch. Um diese Nachfragesteigerung zu erreichen wird jedoch zwingend der durchgängige und flussnahe (flache) Weg benötigt.
- Hotels existieren in der Region genügend, insbesondere in Flims-Laax. Diese sind im Sommer nicht ausgelastet, was sich durch die Angebote rund um den Wanderweg verbessern sollte.

Exportorientierung

- Rund 46% der Gäste in Graubünden kommen aus dem Ausland

- Angaben zur Herkunft der heutigen und künftigen Besucher sind nicht vorhanden.
- Gemäss Statistik des BFS (2012) sind in der Tourismusregion Graubünden rund 54% der Übernachtungen auf Schweizer Gäste zurückzuführen.
- 23% der Übernachtungen entfallen auf Gäste aus Deutschland. Die übrigen 23% sind Gäste aus Japan, Österreich, USA, Grossbritannien und alle übrigen Länder.

Auswirkungen

Neu geschaffene Unternehmen

- Bisher keine Unternehmen gegründet

- Bisher sind aus dem Projekt keine eigenständigen Unternehmen hervorgegangen oder neue Unternehmen angesiedelt worden.

Auswirkungen des NRP-Projekts (i.e.S)

- Die Machbarkeitsabklärungen wurden fertiggestellt
- Richtplananpassungen in der Vernehmlassung
- Viel Öffentlichkeitsarbeit betrieben

- Durch die Machbarkeitsabklärungen konnten insbesondere die Anpassung der kantonalen und regionalen Richtpläne vorangetrieben werden sowie die Auswirkungen eines durchgängigen Wegs auf die Umwelt und Natur aufgezeigt werden.
- Flankierende Massnahmen zum Schutz der Umwelt (BLN-Gebiet) wurden erarbeitet und werden im weiteren Verlauf der Richtplangenehmigung vertieft.
- Durch laufende Öffentlichkeitsarbeit konnte der Bekanntheitsgrad der Region und der Rheinschlucht gesteigert werden, was dem Tourismus dient. Die Bevölkerung steht hinter dem Projekt.
- Es werden Möglichkeiten und Chancen eines Angebotsausbaus (z.B. Rheinschlucht-Lodge, Restaurants, Bistros etc.) aufgezeigt und so die Risiken für mögliche private Investoren reduziert.

Investitionen

- Investitionsvolumen TP I: rund 2 Mio. CHF
- Geplant sind weitere Investitionen von rund 4,2 Mio. CHF (TP II und III)

- Für das realisierte Teilprojekt I wurden rund 2 Mio. CHF investiert. Daran waren verschiedene Akteure beteiligt.⁴ Rund 90% flossen an lokale und regionale Unternehmungen (Handwerksfirmen, Baufirmen, Ingenieure, Fachhochschule).
- Investitionen in dieser Höhe schaffen temporär Arbeitsplätze und (über den Bezug von Vorleistungen) zusätzliche Ausgaben in der Region.
- Weitere rund 4,2 Mio. CHF an Investitionen sind für Teilprojekt II und III geplant. Diese können erst ausgelöst werden, wenn die Richtplananpassungen abgeschlossen sind.

Umsatzvolumen

- Durch die Instandhaltung des Wanderwegs wird ein Umsatz von rund 100'000 CHF generiert
- Die zusätzlich erwarteten Besucher geben rund 1,5 Mio. CHF für Verpflegung, Transport und Übernachtungen aus

Direktes Umsatzvolumen Wanderweg «Rheinschlucht»

Für Instandstellung, Signalisation und Unterhalt des Wanderwegs wird mit Ausgaben von jährlich rund 100'000 CHF gerechnet. Diese Aufgabe wird künftig durch die Gemeinden wahrgenommen.

Direktes Umsatzvolumen übrige Ausgaben (Besucher)

Gemäss Hochrechnung auf Basis einer Schätzung des Vereins «Rheinschlucht» geben die zusätzlich erwarteten Besucher bis zu 1,5 Mio. CHF pro Jahr in der Region aus für Übernachtung, Transportleistungen und Verpflegung.

Eine Befragung der HTW Chur (2007) zeigt, dass rund 60% der Besucher im Frühling bis Herbst aufgrund der Rheinschlucht in die Region kommen. D.h. ein grosser Anteil der zusätzlichen Umsätze dürfte auf den Wanderweg «Rheinschlucht» zurückzuführen sein.

Arbeitsplätze

- Vereinsvorstand (5) und beigezogene Berater arbeiten laufend am Projekt
- Dank der zusätzlichen Ausgaben der Besucher in der Region können in der Sommersaison Arbeitsplätze im Tourismus geschaffen oder erhalten werden (ca. 10–15 Vollzeitstellen).
- Durch den Bezug von Vorleistungen und dem Konsum aus den zusätzlichen Einkommen werden weitere Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten (ca. 4–6 Vollzeitstellen).
- Insgesamt birgt die «Attraktion» Rheinschlucht ein Potenzial von rund 14–21 Vollzeitstellen in der Region

Direkter Beschäftigungseffekt Wanderweg «Rheinschlucht»

Im Aufbau des Projekts waren insgesamt 10 Personen tätig. Diese arbeiten meist teilzeit, zu einem grossen Teil ehrenamtlich. Der Verein wird zwar nach Fertigstellung des Wanderwegs nach wie vor eine Aufsichtsfunktion übernehmen, jedoch nicht aktiv Angebote vermarkten. Der direkte Beschäftigungseffekt ist daher gering.

Direkter Beschäftigungseffekt übrige Ausgaben

Bisher sind die bestehenden Angebote grösstenteils auf den Wintertourismus ausgelegt. Insbesondere im Sommer sind die Hotels und übrigen Betriebe nicht voll ausgelastet. Der Umsatz durch die zusätzlich erwarteten Besucher in der Region (geschätzte 1,5 Mio. CHF) erhöht den Auslastungsgrad der Mitarbeitenden in Hotels und in den übrigen stark touristisch geprägten Infrastrukturen oder schafft evtl. auch neue Arbeitsplätze. Insgesamt entsprechen die 1,5 Mio. CHF an geschätztem Mehrumsatz etwa 10–15 Vollzeitstellen.

Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt

Über den Bezug von Vorleistungen und den Konsum aus den zusätzlichen Einkommen werden weitere Arbeitsplätze in der Region geschaffen (indem z.B. für den Unterhalt des Wanderwegs lokale Handwerker engagiert werden, die wiederum regionales Material einkaufen).

Mittels eines regionalen Beschäftigungsmultiplikators kann so ein Potenzial von rund 4–6 weiteren Vollzeitarbeitsstellen in der Region grob geschätzt werden.

Wertschöpfung

- Die Rheinschlucht generiert heute eine Wertschöpfung von rund 3,2 Mio. CHF
- Der durchgängige Wanderweg kann zu einer Steigerung der Wertschöpfung um rund 1,1 Mio. CHF führen

Zusätzliche regionale Wertschöpfung

Die bisherigen Besucher erwirtschaften eine Wertschöpfung von rund 3,2 Mio. CHF.

Basierend auf dem Umsatz durch die geschätzten rund 15–20'000 zusätzlichen Besucher abzüglich der Vorleistungen kann von einer zusätzlichen Wertschöpfung von ca. 600'000 CHF ausgegangen werden. Durch indirekte und induzierte Effekte ist eine Wertschöpfung von rund 500'000 CHF erzielbar. Insgesamt kann durch den durchgängigen, flussnahen Wanderweg somit eine Wertschöpfung von rund 1,1 Mio. CHF (Schätzung) generiert werden.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Weitere Auswirkungen

Bei Realisierung des durchgängigen Wanderwegs werden weitere Auswirkungen erwartet. Z.B.:

- Bessere Auslastung der Angebote in der Sommersaison
- Wanderweg und Bikewege für die Naherholung der Bevölkerung
- Verstärkte Zusammenarbeit mit lokalen Hotels / Gastronomie
- Rhätische Bahn kann Kunden gewinnen durch Zusatzangebote auf Bahnstrecke
- Ausstrahlung des Projekts über die Region hinaus

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Matthias Amacher / matthias.amacher@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Verein Die Rheinschlucht/Ruinaulta
Einbezogene Personen	Christian Theus / Projektverantwortlicher / Gemeindepräsident Bonaduz / christian.theus@bonaduz.ch Marco Hörler / Amt für Wirtschaft und Tourismus Kanton Graubünden / marco.hoerler@awt.gr.ch
Zeitraumen	Mai–Oktober 2012

⁴ Direkt betroffene Gemeinden Bonaduz, Tamins und Trin (850'000 CHF), Kanton Graubünden (600'000 CHF), Schweizer Berghilfe (600'000 CHF). Weitere Nebenleistungen ohne Verrechnung wurden u.a. durch die RhB und den Zivilschutz in der Grössenordnung von 200'000 CHF erbracht.

Projekt «Nano-Cluster Bodensee (NCB)»

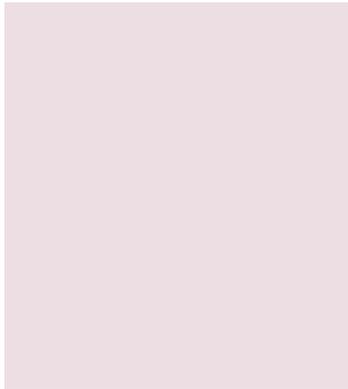
Das Projekt in Kürze	
Kantone	St.Gallen (von Beginn an) 2010–2011: Appenzell Ausserrhoden, Graubünden, Schaffhausen, St.Gallen, Thurgau, Zürich
Projektträger	Verein Mikro- und Nanotechnologie Euregio Bodensee
Beginn des Förderprojekts	2004-2007 Pilotprojekthase, 2008 Beginn Projektphase
Ende des Förderprojekts	2011 (eine weitere Förderung ist in Verhandlung)
NRP-Finanzierung	Beteiligung Bund (2008–2011): 643'888 CHF Beteiligung Kantone (2008–2011): 643'808 CHF
Projektkosten	– Projektgesamtkosten über die Laufdauer (2008–2011): 2'118'350 CHF – Betriebskosten 2012: rund 500'000 CHF
Inhalt Gesamtprojekt und NRP-Projekt	Der Nano-Cluster Bodensee (NCB) fördert die wirtschaftliche Umsetzung von Forschungsergebnissen in der Mikro- und Nanotechnologie im vorwettbewerblichen Bereich, mit dem Ziel der Steigerung der Innovationskraft und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Cluster-Veranstaltungen vermitteln Innovationsimpulse und bieten Raum zur Vernetzung von regionalen Unternehmen untereinander, mehrheitlich KMU und wo gefragt, mit Forschungsinstituten. Der Transfer von Forschungsergebnissen in industrielle Prozesse und Produkte wird unternehmens-, disziplin- und branchenübergreifend initiiert und organisiert. → Das NRP-Projekt wurde per Ende 2011 abgeschlossen. Das Gesamtprojekt Nano-Cluster wird weitergeführt.

Projektaufbau und -umsetzung

Projektgründung und -aufbau

- Anstoss durch die Leistungsschau «Top Nano 21»
- Aufbau durch ein kleines, interdisziplinäres Team

- Anstoss für das Projekt war die Leistungsschau des technologieorientierten Programms «Top Nano 21» in SG.
- Die anfängliche Idee war es, die Impulse aus einer jährlichen Veranstaltung (NanoEurope), an der regionale Firmen sich mit Spitzenforscherinnen und -forschern vernetzen und die sie als eine Plattform mit überregionaler Ausstrahlung nutzen können, mit einem Cluster zu verbinden.
- Die Plattform sollte auch zur Anbahnung und Durchführung von Nano-Projekten genutzt werden → Impulse für gemeinsame Nano-Projekte im Firmenverbund (überbetriebliche Zusammenarbeit).
- 2004 wurde dazu ein Trägerverein von einem interdisziplinären Team gegründet: EMPA SG, Interstaatliche Hochschule für Technik Buchs NTB, Olma Messen, sowie eine Privatperson (vormaliger Leiter des Amtes für Wirtschaft SG).
- Mitgebrachte Voraussetzungen: technisches Fachwissen, umfassende Kenntnisse der regionalen Wirtschaftsstrukturen und eine starke regionale Vernetzung
- Das Konzept für den Cluster (Verein) wurde bereits zu Beginn in einem Businessplan ausgearbeitet und den Bedürfnissen der regionalen Wirtschaft entsprechend laufend angepasst.
- Das regionale Bedürfnis wurde schon im Vorfeld der Leistungsschau «Top Nano 21» von zahlreichen interessierten



Ostschweizer Unternehmen artikuliert.

- Für die länderübergreifende öffentliche Finanzierung des Clusters wurden statutarisch die Grundlagen gelegt. Die länderübergreifende Finanzierung hat sich aufgrund unterschiedlich gelagerter Interessen der Wirtschaftsförderungen jedoch als sehr ambitiös erwiesen. In den Clusteraktivitäten arbeiten jedoch Unternehmen länderübergreifend gut zusammen. Der Trägerverein vereint auch Mitglieder aus Süddeutschland und Vorarlberg.
- Seit 2008 wird die NanoEurope nicht mehr organisiert. Dieser Entscheid erfolgte im Rahmen eines Ausbaus resp. einer Konzentration auf stärker regional fokussierte Angebote.

Betriebsphase

Angebot und Nutzung

- 4 Angebotslinien
- Jährlich wachsende Teilnehmerzahlen seit 2008
- 2012: über 100 Firmen als regelmässige Kunden

Der Nano-Cluster bietet den Unternehmen vier Angebote:

- Interaktive Fokusgruppen: z.B. gemeinsame Technologieevaluationen
- Kooperationsprojekte: konkrete Zusammenarbeit, häufig als Ergebnis der Fokusgruppen
- Industriepattformen: auf spezifische Branchen zugeschnittenes Programm, um die branchenspezifische Herausforderung des Technologietransfers und des Wissensaufbaus in der Region in Wettbewerbsvorteile zu entwickeln
- Umsetzungskoaching: durch ad hoc beigezogene Experten aus dem Nano-Cluster (auf Mandatsbasis, teils unbezahlt, immer ohne NRP-Mittel)

Die Nutzung der Angebote ist zwischen 2008 und 2010 kontinuierlich gestiegen, wie beispielsweise bei:

- Interaktive Fokusgruppen: von 85 auf 91 Personen (mit Teilnahme je an mehreren Workshops pro Fokusgruppen)
- Kooperationsprojekte: von 13 auf 29 teilnehmenden Firmen und Forschungsinstitutionen
- Veranstaltungen: von 490 auf 630 teilnehmende Personen
- Beratungen / Vermittlungen: von 22 auf 36

Per Mitte 2012: 32 Mitglieder im Trägerverein und über 100 Firmen, die sich qualifiziert in Fokusgruppen, an Kooperationsprojekten oder an Veranstaltungen einbringen (nicht nur Teilnahme).

Rund 30% der Teilnehmenden an den Clusterveranstaltungen bewerten ihren Nutzen als «hoch» oder «sehr hoch».

Finanzierung

- Eigenfinanzierungsgrad von 40%

- Die Kosten für die Aktivitäten des Nano-Clusters werden heute zu rund 40% eigenfinanziert (2011).
- Die restlichen Kosten tragen je zur Hälfte Bund und die oben erwähnten Kantone.
- Die ursprüngliche Idee der vollständigen Finanzierung über Mitgliederbeiträge hat sich als nicht praktikabel erwiesen, weil insb. KMU vor hohen Grundbeiträgen zurückschrecken.
- Viele Unternehmen sind eher bereit, für konkrete Projekte zu bezahlen, resp. die nach Zustandekommen von Kooperationen anfallenden Kosten zu tragen. Für die Anbahnungsphase ist eine vollständige private Abgeltung schwierig zu erreichen.
- In den NCB-Kooperationsprojekten tragen die beteiligten Unternehmen und Forschungsinstitute heute rund 90% der in der Kooperation anfallenden Kosten (Konzept: je höher der individuelle Nutzen, desto höher die private Kostenbeteiligung durch die Unternehmen).

Förderung Unternehmertum

- Angebot für bestehende Firmen und für Start-ups wertvoll
- Punktuelle Unterstützung bei der Ansiedelung neuer Unternehmen

Der Nano-Cluster fördert das regionale Unternehmertum auf verschiedenen Stufen:

- Bestehende Firmen können durch die Teilnahme an Fokusgruppen und Kooperationsprojekten ihre Wettbewerbsfähigkeit erhalten resp. verstärken und so Arbeitsplätze erhalten bzw. ausbauen. Grundlage ist die überbetriebliche Zusammenarbeit in Kooperationen für den Technologietransfer.
- Zentrale unternehmerische Vorteile sind: komplementäre Ergänzung von Kompetenzen und Funktionen in Kooperationen sowie Beschleunigung der Kommerzialisierung neuer Technologien durch vertikale Zusammenarbeit in Wertschöpfungsketten.
- Start-ups (junge Unternehmen) mit einem limitierten Beziehungsnetz profitieren stark vom Netzwerk des Clusters und den Kontaktmöglichkeiten an den Veranstaltungen.
- In bisher drei Fällen wurde Unterstützung bei der Ansiedelung ausländischer Unternehmen im Schweizer Wirkungsgebiet des Nano-Clusters geleistet.

Auswirkungen

Umsatzvolumen

- Durch Aktivitäten des NCB ausgelöstes Umsatzvolumen: 57 Mio. CHF (Schätzwert Momentaufnahme 2009)

Erhebung zum Projektportfolio 2009:

- Die Kooperationsprojekte des NCB lösen in den Unternehmen ein geschätztes jährliches Umsatzvolumen von rund 35,5 Mio. CHF aus (Bandbreitenschätzungen der Unternehmensleitungen für Projektbusinesspläne; Mittelwert durch Uni SG berechnet)
- Sekundärwirkung aus den Fokusgruppen auf den Umsatz in den beteiligten Unternehmen wird mit weiteren ca. 21 Mio. CHF beziffert (Schätzung der NCB-Projektleiter zusammen mit den Unternehmen). Darin enthalten sind bilaterale Zusammenarbeiten und Entwicklungsprojekte (Technologie, Produkte).

Die nachfolgenden Berechnungen basieren auf den einmalig erhobenen Schätzwerten zum Projektportfolio 2009. Tatsächliche Umsatzzahlen unterliegen der unternehmerischen Geheimhaltung.

Zum Umsatzvolumen, das aus den Industriepattformen und dem Umsetzungscoaching generiert wird, sind keine Zahlen bekannt.

Wertschöpfung

- Die Projekte des NCB generieren eine geschätzte zusätzliche regionale Wertschöpfung von insgesamt rund 23 Mio. CHF pro Jahr (basierend auf Schätzwert 2009)

Direkter Wertschöpfungseffekt

Die Branchenverflechtungen der vom Nano-Cluster bedienten Branchen legen nahe, dass rund 60% des zusätzlich ausgelösten direkten Umsatzes Vorleistungsbezüge (z.B. Rohmaterial) sind. Die zusätzlich generierte Wertschöpfung entspricht damit rund 40% des Umsatzes.

Durch die Fokusgruppen und Kooperationsprojekte wird also eine direkte regionale Wertschöpfung in der folgenden Grössenordnung ausgelöst (basierend auf Schätzungen für 2009):

- Kooperationsprojekte: 14,2 Mio. CHF
- Fokusgruppen: 8,4 Mio. CHF
- Total: rund 23 Mio. CHF

Indirekter und induzierter Wertschöpfungseffekt

- Über den Bezug von Vorleistungen und den Konsum aus den zusätzlichen Einkommen wird weitere Wertschöpfung in der Region geschaffen.

- Dieser Wert liegt grob geschätzt bei 9 Mio. CHF.

Auch ohne den Nano-Cluster hätten die Unternehmen evtl. in Kooperationen investiert und evtl. auch damit Umsatz generiert.

Arbeitsplätze

- Die zusätzlich generierte Wertschöpfung entspricht insgesamt rund 220 Vollzeitstellen

Direkter Beschäftigungseffekt

- Die zusätzliche generierte Wertschöpfung entspricht mehr als 140 Vollzeitstellen innerhalb der NCB-Firmen.
- Es werden dabei gemäss Aussage des Projektträgers nicht unbedingt neue Arbeitsplätze geschaffen; häufig geht es um die Erhaltung bestehender Arbeitsplätze.

Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt

- Für die Generierung des oben ausgewiesenen Umsatzes müssen Vorleistungen bezogen werden.
- Ausserdem konsumieren die Beschäftigten, die den zusätzlichen Umsatz generieren, einen Teil ihres Lohns in der Region.
- Das schafft oder erhält wiederum Arbeitsplätze, die mittels eines regionalen Beschäftigungsmultiplikators grob geschätzt

werden können: es handelt sich um weitere rund 60 Vollzeitstellen im NCB-Wirkungsperimeter (Größenordnungen!).

Weitere Auswirkungen des Projekts

– Viel Nutzen, der durch Vernetzung entsteht, kann nicht gemessen werden

- Unternehmen und Forschungsinstitute lernen sich teilweise durch den Nano-Cluster kennen, kooperieren später aber bilateral. Es sind Beispiele bekannt, wie auch aus diesen Kontakten bzw. Kooperationen zusätzlicher Umsatz generiert wurde.
- Die Erfahrungen aus dem Projekt «Nano-Cluster Bodensee» waren auch für den Aufbau weiterer sogenannter «Innovationszellen» in der Nordostschweiz wertvoll.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Durchführung	Sarah Werner / sarah.werner@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Verein Mikro- und Nanotechnologie Euregio Bodensee
Einbezogene Personen	Jörg Güttinger / Geschäftsführer Nano-Cluster Bodensee / joerg.guettinger@ncb.ch Monika Beck / Kanton St. Gallen
Projekt-Website	www.ncb.ch
Zeitraumen	Juni–Juli 2012

Projekt «Nationalparkregion – Gesundheitsregion»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Graubünden
Projektträger	Stiftung Center da sandá Engiadina Bassa (CSEB)
Beginn des Förderprojekts	September 2011, Vorarbeiten ab 2008
Ende des Förderprojekts	2015
NRP-Finanzierung	NRP-Mittel: 690'000 CHF über 5 Jahre
Projektkosten	Bis Ende 2015: 1'380'000 CHF
Inhalt Gesamtprojekt	Durch das Projekt sollen bestehende und neue Angebote von Tourismus, Gesundheitswesen und Wellness inhaltlich auf innovative Weise verbunden und gemeinsam vermarktet werden. Auf diese Weise sollen für die Nationalparkregion neue zusätzliche Gästesegmente erschlossen, aufgebaut und nachhaltig gesichert werden.
Inhalt NRP-Projekt	Mobilisierung der Schlüsselakteure, Entwicklung und Vergemeinschaftung eines attraktiven Zukunftsbildes: <ul style="list-style-type: none"> – Durchführung eines organisationsübergreifenden und regional verankerten Strategieprozesses mit allen Schlüsselakteuren – Entwicklung und Terminierung eines Portfolios von Umsetzungsprojekten – Sofortige Umsetzung von «Low Hanging Fruits» – Sukzessive Realisationsarbeit, einschliesslich Vermarktung und Umsetzung – Projektmonitoring – Fortlaufende wissenschaftliche Aufarbeitung der Realisationserfahrungen – Schlussdokumentation

Projektaufbau und -umsetzung

Entwicklung Projektidee

- Folgephase eines Zusammenschlusses regionaler Leistungsanbieter aus dem Gesundheitsbereich

- Weiterentwicklung bzw. Folgephase des regionalen Zusammenschlusses von Leistungsanbietern aus dem Gesundheitsbereich (Gesundheitszentrum Unterengadin, CSEB) mit dem Ziel, weitere/neue Impulse zur Regionalentwicklung in der Nationalparkregion zu setzen
- Umsetzung in einem detaillierten und umfassenden Projektbeschrieb zuhanden des kantonalen Amtes für Wirtschaft und Tourismus

Ressourcen für den Projektaufbau

- Projektaufbau durch eine kleine, aber sehr gut abgestützte und hochkarätig besetzte Projektgruppe

- Die Entwicklung der Projektidee erfolgt durch eine Projektgruppe, in der mit dem CSEB und der Tourismusorganisation DMO Engadin Scuol Samnaun die wichtigsten Akteure aus den betroffenen thematischen Feldern vertreten sind.
- Mit dem Institut für Systemisches Management und Public Governance (IMP-HSG) der Universität St. Gallen besteht von Anfang an eine starke wissenschaftliche Abstützung.
- Die erwähnten Institutionen sind in der Projektgruppe durch ihre Führungsspitzen vertreten.

Ressourcen für den Projekttaufbau

- Neben finanziellen auch personelle und betriebliche Eigenleistungen der beteiligten Projektpartner
- Keine Infrastrukturinvestitionen direkt aus dem Projekt heraus

- Eigenleistungen: finanzielle Eigenleistungen im Umfang von 315'000 CHF von verschiedenen Partnern aus der Region (AVINA-Stiftung, HSG, Wirtschaftsforum Nationalparkregion, DMO, CESB, Bogn Engiadina Scuol). Hinzu kommen betriebliche und personelle Eigenleistungen der beteiligten Partner von insgesamt 375'000 CHF. Die vergleichsweise hohen Eigenleistungen weisen auf einen starken Projektsupport durch die verschiedenen Partner hin.
- Finanzielle Unterstützung über NRP-Mittel: 138'000 CHF pro Jahr, während 5 Jahren
- Infrastrukturinvestitionen waren und sind keine vorgesehen bzw. erfolgen bei Bedarf durch die Leistungserbringer aus dem Tourismus- und Gesundheitsbereich.

Konkretisierung Projektidee

- Definition von konkreten Umsetzungsprojekten
- Festlegen der prioritär weiterzuentwickelnden Umsetzungsprojekte in fachlich gut abgestützten Priorisierungsprozess
- Einbindung der regionalen Leistungserbringer
- Informationsanlässe für weitere Akteure und Stakeholder

- Ausgehend vom Projektbeschrieb definiert die Projektgruppe 18 mögliche Umsetzungsprojekte
- Anhand eines Kriterienrasters und unter Einbindung von fachlichem Experten-Know-how werden in einem Priorisierungsprozess acht Umsetzungsprojekte identifiziert, die mit hoher Priorität weiterverfolgt werden sollen. Die weniger prioritären Projekte fließen in einen Themenspeicher für spätere Aktivitäten. Die acht Umsetzungsprojekte hoher Priorität sind:
 - 1) Workshops und Bildungsangebote
 - 2) Gesundheitliche Aufladung von Volumenthemen (z.B. Wandern, Velofahren)
 - 3) Vortrags- und Exkursionsreihen zu Gesundheit/Prävention
 - 4) Ferienbetten bzw. Tagesstätten für Pflegebedürftige
 - 5) Ferienangebote für Gäste mit einer Nahrungsmittelunverträglichkeit
 - 6) Angebote in Zusammenarbeit mit Leistungsanbietern aus den Bereichen Tiermedizin und Tierferien
 - 7) Psycho-onkologische Rehabilitation
 - 8) Muskulo-skeletale Rehabilitation (kam etwas später hinzu)
- Auf der Basis der konkretisierten Vorstellungen zu den einzelnen Umsetzungsprojekten werden regionale Leistungserbringer aus den Bereichen Gesundheit und Tourismus angegangen und in das Projekt integriert: Die Weiterentwicklung der acht prioritären Umsetzungsprojekte erfolgt durch Projektteams, in denen die Leistungserbringer eine tragende Rolle spielen.
- Die interessierte Öffentlichkeit wird durch Informationsanlässe zum Projekt bei wichtigen Stakeholdern (z. B. Regionalversammlung Pro Engiadina Bassa, Hotelier-Hock, diverse private Leistungsanbieter) und durch zahlreiche bilaterale Gespräche mit wichtigen Exponenten der Region eingebunden.

Umsetzungskonzept

- Vertiefte Machbarkeitsanalysen für die prioritären Projekte

- Für die acht Umsetzungsprojekte hoher Priorität werden vertiefende Abklärungen durchgeführt: Aufarbeitung der bestehenden Angebote in der Region, Durchführung von Bedarfs-, Markt- und Zielgruppenanalysen mit regionalem, nationalem und internationalem Blickwinkel, Durchführung von Wettbewerbsanalysen anderer Regionen

Umsetzungskonzept

- Einheitliche Projekt-Charter für jedes Umsetzungsprojekt mit den wichtigsten Angaben zum Projekt
- Ex-post-Evaluationen und bei Bedarf Projektanpassungen geplant
- Kommunikation der Umsetzungsprojekte über verschiedene Kanäle

- Für jedes Umsetzungsprojekt werden in einem Projekt-Charter die Projektziele, die erwarteten Projektergebnisse, die Projektabgrenzung, die Projekt-Governance, der Hintergrund/Kontext des Projekts, die kritischen Erfolgsvoraussetzungen, die wichtigen Stakeholder und der Projekt(zeit)plan festgehalten.
- Mit Auswertungen über Testgäste wird in ca. einem Jahr ex-post geprüft werden, wie die neuen Angebote beim Zielpublikum ankommen. Die Angebotsausgestaltung ist flexibel genug, um auf entsprechende Feedbacks reagieren zu können.
- Die Kommunikation des Projekts erfolgt über mehrere Kanäle: Ein Logo ist angedacht, Kommunikationsanlässe sind geplant, sobald «Quick Wins» präsentiert werden können, bilaterale Kontakte mit Stakeholdern werden weiterhin gepflegt.

Schaffen geeigneter Rahmenbedingungen

- Gute Positionierung der zentralen Projektakteure
- Hohes gegenseitiges Vertrauen
- Klare Rollendefinition
- Geringer Einfluss der kurzfristigen Tagespolitik auf Projektfortschritt

Die bisher geschaffenen Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Projektumsetzung können als ideal bezeichnet werden:

- Die zentralen Akteure des Projekts sind von ihren Kompetenzen und ihren Funktionen her bestens positioniert. In der Auswirkung besteht hohe Glaubwürdigkeit.
- Zwischen den entscheidenden Akteuren herrscht grosses gegenseitiges Vertrauen.
- Das strategische Leitgremium funktioniert sehr gut und generiert von den relevanten Akteuren getragene Entscheidungen.
- Die Rollen zwischen den involvierten Akteuren sind geklärt.
- Nach gefällten politischen Grundsatzentscheidungen dominiert bei der Projektausarbeitung und -umsetzung die sachliche Projektlogik. Der Einfluss von kurzfristigen Aktualitäten und Interessen der Tagespolitik ist gering.

Vernetzung von Unternehmen, Kooperationen

- Breite Vernetzung regionaler Akteure aus unterschiedlichen Bereichen mit unterschiedlichen Funktionen
- Auslegeordnung der vorhandenen regionalen Leistungserbringer als Startpunkt für Vernetzung

Im Rahmen der Konkretisierung der Umsetzungsprojekte bis Ende 2012 werden zahlreiche regionale Leistungserbringer eingebunden:

- Tourismusanbieter (Hotellerie, Restauration, Event-Anbieter etc.)
- Detailhandel
- Landwirtschaft, Nahrungsmittelproduzenten und weitere Unternehmen des lokalen Gewerbes
- Fachleute, Expertinnen etc. (für Vortragsreihen, Workshops etc.)

In jedem Umsetzungsprojekt wird dafür eine umfassende Auslegeordnung der vorhandenen regionalen Leistungserbringer erstellt.

Betriebsphase: Ausblick

Neue Produkte und Angebote

- Umsetzung der Projekte noch nicht erfolgt
- Pilotphasen und Evaluationen zur Justierung vorgesehen

Die Angebote werden erst aufgebaut. Es können noch keine auf gemachten Erfahrungen basierende Aussagen zu den bereitgestellten neuen Produkten und Angeboten gemacht werden.

Folgende Hinweise:

- Bei den meisten Umsetzungsprojekten sind Pilotphasen vorgesehen.

Neue Produkte und Angebote

- Potenziale in Markt- und Wettbewerbsanalysen identifiziert

- Mittels Befragungen/Evaluationen werden die Erkenntnisse aus den Pilotphasen aufgearbeitet. Auf der Basis dieser Erkenntnisse wird die Ausgestaltung der Angebote/Produkte bei Bedarf angepasst werden.
- Markt- und Wettbewerbsanalysen (vgl. oben) haben gezeigt, dass einzelne Umsetzungsprojekte ein grosses Potenzial aufweisen.

Zusätzliche BesucherInnen / NutzerInnen der Angebote

- Gesicherte Aussagen erst nach Projektumsetzung möglich, aber gute Ausgangslage für positive Effekte vorhanden
- Gesundheitstourismus als Wachstumsmarkt
- Starke Positionierung der Region im Gesundheitsbereich, Tourismus als weiterer wichtiger Pfeiler der regionalen Wirtschaft
- Erfolgreiche Einbindung der regionalen Leistungserbringer als Indiz für kommerzielle Erfolgsaussichten
- Grosses Projektvolumen: sieben Umsetzungsprojekte parallel vorangetrieben, weitere im Zeitverlauf

- Angesichts des aktuellen Projektstandes können noch keine Aussagen zu den Auswirkungen in der Betriebsphase gemacht werden. Folgende Punkte zu deren Einschätzung:
- Gemäss Schätzungen des Reisekonzerns TUI wächst der Gesundheitstourismus in Deutschland im Durchschnitt um 10% pro Jahr. Eine ähnliche Entwicklung kann für die Schweiz angenommen werden.
 - Das Projekt setzt also in einem Segment an, in dem auch mittel- bis längerfristig gute Wachstumsaussichten bestehen. Daran soll partizipiert werden. Die Ausgangslage dafür ist gut: Die Region ist im Gesundheitsbereich stark und gut positioniert und die Verknüpfung von Gesundheit und Tourismus – einem weiteren zentralen Pfeiler der regionalen Wirtschaft – spielte in der Region schon immer eine bedeutende Rolle (historisch die Mineralwasserquellen, in jüngster Vergangenheit das Bogn Engiadina Scuol). Auf diesen Erfolgspotenzialen soll aufgebaut werden. Hier besteht angesichts der Entwicklung in anderen Regionen und v.a. angesichts der strategischen Erfolgspotenziale im Unterengadin und Val Müstair eine gute Ausgangslage.
 - Die frühe und v.a. erfolgreiche Einbindung der regionalen Leistungserbringer ist Indiz dafür, dass die letztlich entscheidenden Akteure von den kommerziellen Perspektiven der Umsetzungsprojekte überzeugt sind.
 - Vom Volumen her handelt es sich für die betrachtete Region um ein grosses Projekt. Dank dieser Grösse (inkl. Eigenleistung) können alle zentralen Akteure aus dem Gesundheitswesen und aus dem Tourismus angegangen und eingebunden werden. Zudem können mehrere Umsetzungsprojekte mit je eigenem Wirkungsbeitrag gleichzeitig vorangetrieben werden.
 - Das Projekt ist mit der Realisierung der acht Umsetzungsprojekte mit hoher Priorität nicht abgeschlossen. Vielmehr wird angestrebt, dass im Zeitverlauf neue Initiativen / Umsetzungsprojekte hinzukommen. Mit den bereits identifizierten Umsetzungsprojekten mit mittlerer und geringer Priorität (aus heutiger Sicht) ist ein Themenspeicher vorhanden.

Auswirkungen

Arbeitsplätze

- Beschäftigungseffekt erst nach Realisierung der Umsetzungsprojekte einschätzbar

- Aus dem NRP-Projekt heraus werden zwei neue Stellen geschaffen.
- Die relevanten Beschäftigungseffekte ergeben sich aber aus der Nutzung der neuen Angebote und der damit verbundenen erhöhten Konsumausgaben der neuen Besucherinnen / Nutzer. Die Höhe lässt sich noch nicht abschätzen.

Wertschöpfung

- Induzierter Wertschöpfungs-effekt als Haupteffekt
- Wertschöpfung aus Konsumausgaben
- Hoher in der Region verbleibender Wertschöpfungsanteil

Können dank den neuen Angeboten zusätzliche und neue Gäste gewonnen werden, wird sich ein relevanter Wertschöpfungseffekt daraus ergeben, dass die Gäste nicht nur die neuen Angebote konsumieren, sondern in der Region weitere Konsumausgaben tätigen (zusätzliche Übernachtungen, Nutzungen von bestehenden touristischen Angebote, Verpflegungen, Transport etc.).

Der induzierte Wertschöpfungseffekt dürfte im vorliegenden Fall grösser sein als der direkte und indirekte Effekt aus den neuen Angeboten.

Die Konsumausgaben setzen sich im Wesentlichen aus Ausgaben für zusätzliche Übernachtungen (ca. 75–125 CHF / Übernachtung) sowie aus Tagesausgaben von vielleicht 100 CHF / Tag und Person zusammen.

Plausibilisierung Tagesausgaben

Mittagessen	25.00 CHF
Nachtessen	40.00 CHF
Kaffee, Mineral, Snacks, Glace tagsüber	15.00 CHF
Souvenirs, Eintritte, Transport, Einzelhandel	20.00 CHF
Total	100.00 CHF

Da in erster Linie regionale Leistungserbringer und regionale Produkte eingebunden sind, wird ein erheblicher Teil der Wertschöpfung in der Region verbleiben.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Beitrag zur Sicherstellung der Grundversorgung als willkommener «Nebennutzen» des Projekts

- Im Erfolgsfall verbessert das Projekt die Rahmenbedingungen für die Sicherstellung einer qualitativ hochstehenden Grundversorgung der regionalen Bevölkerung. Der mit diesem «Nebenprodukt» des Projekts verbundene Nutzen zu Gunsten der einheimischen Bevölkerung führt zu einer hohen Legitimation des Projekts.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Begleitende Wirkungsmessung
Durchführung	Stefan Suter / stefan.suter@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Projekträger: Center da sandà Engiadina Bassa; Projektpartner: DMO Engadin Scuol Samnaun, Institut für Systemisches Management und Public Governance (IMP-HSG) der Universität St. Gallen (HSG)
Einbezogene Personen	Dr. Matthias Mitterlechner / Projektkoordinator / matthias.mitterlechner@unisg.ch
Zeitraumen	Juni–August 2012, Aktualisierung Anzahl Teilprojekte im Mai 2013

Projekt «natürli Milchspezialitäten»

Das Projekt in Kürze	
Kantone	Zürich mit Beteiligung der Kantone Thurgau und St.Gallen
Projektträger	Pro Zürcher Berggebiet PZB
Beginn des Förderprojekts	2008
Ende des Förderprojekts	2011
NRP-Finanzierung	Bundes- und Kantonsmittel: Rund 900'000 CHF
Projektkosten	Projektgesamtkosten über die Laufdauer (2008–2011): rund 1'140'000 CHF (Ursprünglich budgetiert: 920'000)
Inhalt Gesamtprojekt	<p>Das Projekt fördert die Produktion und die Vermarktung insbesondere von Milch- und Käsespezialitäten aus der Region Zürcher Berggebiet. Die Produkte werden gemeinsam unter dem Label «natürli® us de Region Zürcher Berggebiet» über ein eigenständiges Verkaufsnetz vermarktet.</p> <p>Die Absatzförderung bewirkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> – höhere Wertschöpfung für Käsereien, – dadurch einen besseren Milchpreis und sicheren Milchabsatz für die Milchwirtschaftsbetriebe der Region – und trägt so zur Landschaftspflege und -gestaltung der Region bei.
Inhalt NRP-Projekt	<p>Das NRP-Projekt hat 9 Handlungsachsen (=Teilprojekte):</p> <p>H1: Optimierung bestehender Strukturen und Erschliessung neuer Absatzmärkte</p> <p>H2: Markenschutz «natürli» ausbauen</p> <p>H3: natürli-Events organisieren</p> <p>H4: Integration der Projektleitung in die neuen Strukturen</p> <p>H5: Detaillistenschulung (Käseschulung)</p> <p>H6: Aufbau Edellinie natürli</p> <p>H7: Neue Produkte (Fleisch- und Backwaren)</p> <p>H8: Geschenksservice («natürli-Box»)</p> <p>H9: Entwicklung neuer Produkte (Käse)</p> <p>→ Das NRP-Projekt der ersten Phase wurde per Ende 2011 abgeschlossen. Das Gesamtprojekt wird weitergeführt und weiterhin mit NRP-Geldern unterstützt.</p>

Projektaufbau und -umsetzung

Marke «natürli» gibt es seit den 1990er-Jahren

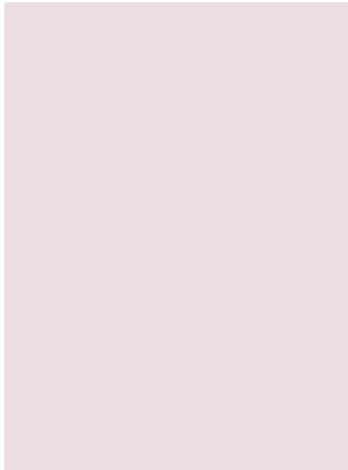
NRP-Projekt: Organisationsoptimierungen, Marketingaufbau und Angebotserweiterungen

Die Marke und der gemeinsame Vertrieb unter dem Label «natürli» gibt es seit den 1990er-Jahren

Mit der NRP sollten verschiedene Vorhaben in den folgenden Bereichen angegangen werden:

- Optimierung der Strukturen, bessere Zusammenarbeit, Absatzsteigerung
- Ausbau der Marke «natürli», Events und neue Produkte (neue Käsesorten, aber auch Fleisch- und Backwaren).
- Detaillistenschulung (Schulung Verkaufspersonal auf natürli-Spezialitäten)

Aus diesen Bereichen wurden die eingangs erwähnten 9 Handlungsachsen für das NRP-Projekt «natürli» 2008–2011



identifiziert.

Hintergrundinformation zum Punkt «Optimierung der Strukturen»: Die über die Jahre gewachsene Struktur wurde zum Hindernis für das weitere wirtschaftliche Fortkommen des Regionalmarketingprojekts (Aufteilung von Gebäude, Marke und Vertrieb auf verschiedenen Firmen; starke Beteiligung der öffentlichen Hand im Verwaltungsrat einer der Firmen). Dies sollte optimiert werden.

Ein wichtiges Ziel war es, im Rahmen des NRP-Projekts eine Unternehmensstruktur zu schaffen, die nicht mehr zu 100% vom bisherigen Inhaber (Vermarktungsfirma), abhängig ist und die breiter abgestützt und getragen wird: eine Firma mit Geschäftsführer und unternehmerischem Verwaltungsrat mit wichtigen Branchenkenntnissen (Käseunion, Einkauf Grosshandel, Wirtschaftsprüfung etc.).

Betriebsphase

Aktivitäten und Kunden

9 verschiedene Handlungsachsen

Aktivitäten im Rahmen des NRP-Projekts:

Handlungsachse 1 (H1): Es wurde eine Leistungsvereinbarung für die Zusammenarbeit mit dem Logistikbetrieb (natürli Bieri AG) unterzeichnet. Verschiedene neue Absatzkanäle wurden erschlossen. Um die Absatzmenge zu steigern wurde sowohl das Projekt natürli-Franchising ins Leben gerufen (Vertrieb der Produkte über Marktstände) als auch eine Kooperation mit der Dachorganisation für Regionalprodukte «Das Beste der Region» eingegangen. Ausserdem war man Gastregion am 4. Schweizer Regionalproduktwettbewerb. Ein vorgesehene Projekt zur «Wertschöpfungskette» konnte nicht umgesetzt werden, weil die Verarbeitungsbetriebe ihre Zahlen nicht offengelegt haben.

H2: Die Marke natürli konnte geschützt werden. Beim Markenschutz wollte PZB ein eigenes Zertifizierungssystem und für jeden Betrieb ein Pflichtenheft aufbauen. Aus Gründen der Praktikabilität und der Kosten wurde davon abgesehen und die Zertifizierung über «Das Beste der Region» vorgenommen.

H3: Jährlich wurden 80–100 Events innerhalb (im eigenen Eventraum) und ausserhalb der Region realisiert.

H4: Es wurde eine gute Zusammenarbeit der Projektleitung mit der natürli Bieri AG aufgebaut.

H5: Mittels 5–10 Schulungen pro Jahr wurde das Verkaufspersonal von Detaillisten auf natürli-Spezialitäten geschult.

H6: Der Aufbau einer Edellinie von natürli wurde zurückgestellt, bis eine klare Markenstrategie ausgearbeitet ist.

H7: Rund 25 neue Fleisch-, Back- und Teigwaren wurden ins Sortiment aufgenommen. Der Aufwand zur Gewinnung neuer Anbieter war relativ hoch.

H8: Der Geschenkservice «natürlibox.ch» ist erfolgreich angelaufen (800 verkaufte Boxen in den ersten zwei Monaten Nov. und Dez. 2010).

H9: In der Versuchskäserei wurden 3 neue Käse lanciert und ins Sortiment aufgenommen.

Das Sortiment umfasst nun über 150 Artikel aus Kuh-, Schaf- und Ziegenmilch sowie weitere Artikel im Bereich Fleisch- und Backwaren.

Zu den **Kunden** zählen über 300 Detaillisten und 100

	Gastrobetriebe. Ab 2012 können die natürli-Produkte voraussichtlich in 6 Coop Megastores im Grossraum Zürich vertrieben werden.
Finanzierung	Mit der NRP-Finanzierung wurden die oben beschriebenen Arbeiten 2008–2011 finanziert.
Finanzierung des Regionalmarketingprojekts über die Verkaufseinnahmen	In den Folgejahren soll sich das Regionalmarketingprojekt grundsätzlich über den generierten Umsatz selbst finanzieren. Der Betrieb wird aber von weiteren NRP-Projekten begleitet.

Auswirkungen

Neue Unternehmen	NRP-Projekt
Ein Unternehmen im Rahmen des NRP-Projekts gegründet (Franchise GmbH)	Ein Unternehmen wurde im Rahmen des NRP-Projekts gegründet: die Franchise GmbH (Eigene Firma für Verkauf der natürli-Produkte an Marktständen; Umsetzungskonzept in Erarbeitung).
Ein weiteres im Nachgang zum NRP-Projekt	Gesamtprojekt
	U.a. dank der Vorarbeiten im NRP-Projekt 2008–2011 konnte im 2012 durch eine Fusionierung die Firma «natürli zürloberland AG» geschaffen werden (AG mit Geschäftsführer und Verwaltungsrat aus der Branche; das war eine sehr wichtige Voraussetzung, um die Liquidität stark zu erhöhen und neue Absatzmärkte im Grosshandel erschliessen zu können).
Umsatzvolumen	Über das Gesamtprojekt sind folgende Zahlen bekannt:
Im Jahr 2011: Geschenkboxen: 73'000 CHF; Events: 261'000 CHF	Bis 2012 Umsatz von rund 12 Mio. CHF; bis anhin Vertrieb nur über Detailhandel / Gastronomie
Ausblick in die Zukunft: Umstrukturierung im 2012 hat Kooperation mit Grosshandel ermöglicht: dadurch Umsatzverdopplung möglich	Darin enthalten sind folgende Umsätze aus dem NRP-Projekt : Geschenkboxen: 73'000 CHF Events: 261'000 CHF
	Die neuen Strukturen, die 2012 u.a. dank der Vorarbeiten der Handlungsachse 1 im NRP-Projekt aufgebaut werden konnten, ermöglichen eine Kooperation mit Grossverteilern: Vertrieb über natürli-Theken in 6 Coop Megastores vorgesehen
	Durch die Zusammenarbeit mit verschiedenen Grossverteilern wird – zum Zeitpunkt der Wirkungsmessung – eine Umsatzsteigerung in den nächsten 6–8 Jahren von 13 Mio. CHF (auf insg. 25 Mio. CHF) erwartet.
	Ziel für 2013: Umsatzsteigerung um 1,5 Mio. CHF.
	Zum Vergleich: Die regionale Milchproduktion ermöglicht ein Umsatzpotenzial von bis zu 30 Mio. CHF.

Wertschöpfung

32% des Umsatzes sind Wertschöpfung innerhalb von natürl

NRP-Projekt:

Die direkte Wertschöpfung der natürl zürloberland AG macht 32% des Umsatzes aus. Das bedeutet, dass mit dem oben ausgewiesenen Umsatz 2011 durch Events und natürl-Boxen eine direkte Wertschöpfung von rund 107'000 CHF generiert wurde.

Gesamtprojekt

Der zusätzlich erwartete Umsatz in 6 bis 8 Jahren über den Grosshandel würde einer Wertschöpfung von rund 4,2 Mio. CHF pro Jahr entsprechen.

Über den Bezug von Vorleistungen und den Konsum aus den zusätzlichen Einkommen würde weitere Wertschöpfung in der Region geschaffen.

Dieser Wert liegt grob geschätzt bei 2,7 Mio. CHF (Grössenordnung!).

Export

Vertrieb primär (über)regional

30% des Umsatzes werden ausserhalb der engeren Region verkauft (= überregionaler Export), v.a. in den Kantonen AG, SH, ZG und SG.

Es gibt kaum Export ins Ausland: die Stadt und Agglomeration Zürich sind Hauptabsatzmarkt.

Wenn der erwartete zusätzliche Umsatz im Gesamtprojekt generiert werden kann, ist davon auszugehen, dass der Grossteil des Umsatzes innerhalb der Kantons Grenzen generiert wird (Vertrieb über natürl-Theken in 20 Grosshandelsfilialen im Kanton Zürich geplant).

Diese Binnenorientierung ist gewollt: Der Kanton Zürich sieht bei regionalen Spezialitäten das Umsatzpotenzial vor allem im Binnenmarkt und hält eine Exportorientierung daher für wenig sinnvoll.

Arbeitsplätze

Die im NRP-Projekt geschaffene Wertschöpfung entspricht knapp einer Vollzeitarbeitsstelle

Die geplante zusätzliche Wertschöpfung entspräche insgesamt rund 44 Vollzeitarbeitsstellen

NRP-Projekt

Die über Events und natürl-Boxen geschaffene direkte Wertschöpfung entspricht knapp einer Vollzeitarbeitsstelle.

Gesamtprojekt

Die zukünftig erwartete zusätzliche Wertschöpfung über den Grosshandel entspräche rund 26 Vollzeitarbeitsplätzen innerhalb der natürl zürloberland AG.

Für die Generierung des oben ausgewiesenen erwarteten Umsatzes müssten Vorleistungen bezogen werden; die Beschäftigten, die den zusätzlichen Umsatz generieren, würden ausserdem einen Teil ihres Lohns in der Region ausgeben.

Das würde wiederum Arbeitsplätze schaffen oder erhalten, die mittels eines regionalen Beschäftigungsmultiplikators grob geschätzt werden können: es würde sich um weitere rund 18 Vollzeitarbeitsstellen in der Region handeln (Grössenordnung!).

Weitere Auswirkungen des Projekts

Weitere regionale Auswirkungen spürbar

Die regionalen gewerblichen Milchverarbeitungsfirmen können erhalten bleiben.

Es gibt starke Synergien zur touristischen Vermarktung (Genuss und Premiumqualität).

Evtl. können weitere Produkte mit grossem Potenzial unter der Marke «natürl» produziert werden, z.B. das Tafelwasser der Quelle Fischen. Das hätte weitere Umsatzeffekte zur Folge.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Sarah Werner / sarah.werner@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Pro Zürcher Berggebiet
Einbezogene Personen	Alfred Bieri / Geschäftsführer naturli zürioberland AG Michael Dubach / Regionalmanager Marco Pezzatti / stv. Chef Amt für Landschaft und Natur / NRP- Fachstelle des Kantons Zürich
Projekt-Website	www.naturli.ch
Zeitraumen	Juli–August 2012

Projekt «Phaenovum»

Das Projekt in Kürze	
EU	Stadt Lörrach, Bundesland Baden-Württemberg (D)
Kantone	Basel-Stadt und Basel-Landschaft
Beginn des Förderprojekts	1. März 2009
Ende des Förderprojekts	28. Februar 2013
NRP-Finanzierung	EU – INTERREG IV: Rund 1,1 Mio. EUR Schweiz NRP: Total 120'000 EUR, davon – Bund (Regio Basilensis): 60'000 EUR – Kantone Basel-Landschaft und Basel-Stadt: 60'000 EUR
Projektkosten	Gesamt: 2,4 Mio. EUR (D + F + EU + CH) D (Baden-Württemberg): rund 2 Mio. EUR F: rund 160'000 EUR CH: 166'000 EUR (ca. 260'000 CHF) ⁵
NRP-Projekt (EU-INTERREG IV)	Die Region des südlichen Oberrheinraumes ist wirtschaftlich geprägt von öffentlichen und privaten Forschungsinstituten. Für die Weiterentwicklung der Region braucht es qualifizierte Fachkräfte in Forschung und Entwicklung. Dafür ist die Förderung des Nachwuchses unabdingbar. Das Projekt «Phaenovum – Trinationales Schülerforschungsnetzwerk Dreiländereck» hat daher zum Ziel, Kinder und Jugendliche für Naturwissenschaften und Technik zu begeistern. Dazu gehört, diese gut auszubilden und an die Region zu binden. Das Projekt besteht aus drei Teilprojekten: – TP 1: Ausbau Schülerforschungszentrum Dreiländereck in Lörrach (D) – TP 2: Anbieten ausserschulischer Unterrichtsangebote – TP 3: Verbesserung der Frühförderung Dabei stehen die folgenden Ziele im Mittelpunkt: – Bildung von Kindern und Jugendlichen im Alter von 4 bis 19 Jahren in den Bereichen «Physik», «Biologie», «Chemie» und «Informationstechnologie» – Aufbau eines trinationalen Netzwerks von Akteuren aus Bildungsinstitutionen und Unternehmen – Austausch in naturwissenschaftlichen und technischen Fächern – Zusammenarbeit und Entwicklung neuer ausserschulischer Angebote – Stärkung des südlichen Oberrheinraums als integrierte Bildungs-, Arbeits- und Wohnregion

⁵ Festgelegter Wechselkurs 1,56 CHF/EUR am 23.8.2011. In den Projektunterlagen wurden unterschiedliche Wechselkurse vereinbart. Die Schweizer Projektpartner haben sich auf einen Kurs von 1,56 CHF/EUR geeinigt.

Schweizer Beitrag	<p>Schweizer Beiträge wurden vor allem in den Teilprojekten 2 und 3 geleistet. Die Ziele des Bundes und der Kantone Basel-Land sowie Basel-Stadt sowie der Projektpartner waren wie folgt definiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Steigerung der naturwissenschaftlich-technischen Kompetenzen – Mangel an qualifizierten Fachkräften vorbeugen – Steigerung der Lehrlings- und Studierendenzahlen in naturwissenschaftlich-technischen Fächern – Vernetzung von Forschern, Schulen, Lehrpersonen und Firmen
-------------------	--

Projektaufbau und -umsetzung

Aufbau

- Aufbau durch Gesamtprojektleitung Stadt Lörrach
- Anfrage an Schweizer Partner für eine Zusammenarbeit
- Projektbeschriebe durch einzelne Projektpartner, aber gemeinsamer Projektantrag zuhanden der Kantone BL und BS
- Koordination der Arbeiten in der Schweiz durch Regio Basiliensis

- Aufbau und Gesamtkoordination des Projektes durch Vertreter der Stadt Lörrach. Die Schweizer Projektpartner (Co-Finanzierer) wurden durch die deutsche Projektleitung angefragt, ob sie an einer Zusammenarbeit im Rahmen des Projektes interessiert sind.
- In der Schweiz gab es einen zentralen Ansprechpartner, der u.a. auch für die finanzielle Abwicklung des Projekts in der Schweiz zuständig war. Diese Rolle wurde von der Pädagogischen Hochschule der FHNW wahrgenommen. Die Koordination zwischen EU und Schweizer Beteiligung erfolgte über Regio Basiliensis.
- Interesse der Kantone an Projekt war zunächst gross. Nach Bekanntwerden der Kosten war jedoch noch Überzeugungsarbeit seitens der Projektpartner notwendig. Letztlich konnten die Kantone aber an einer gemeinsamen Sitzung vom Nutzen des Projekts überzeugt werden.
- Projektbeschriebe wurden von den einzelnen Projektpartnern erarbeitet. Die formellen Anforderungen an Beschrieb und Budgetplanung waren gross, konnten aber dank der Unterstützung durch die Projektleitung aus Lörrach und Regio Basiliensis gemeistert werden.

<p>Umsetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> – Organisation und Durchführung von CAS-Lehrgang – Unterrichtsmaterialien für Gymnasium im Bereich Life-Sciences (Experimente, Lego-Roboter) – Entwicklung und Modernisierung des praxisnahen Unterrichts am Gymnasium in Life-Sciences – Vernetzung von Lehrkräften, Bildungsinstitutionen und Firmen – Lobbying bei Schweizer Firmen notwendig – Schweizer profitieren von ausgebautem Schülerforschungszentrum in Lörrach 	<p>Das Projekt in der Schweiz beinhaltete insbes. folgende Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Organisation und Durchführung eines Certificate in Advanced Studies (CAS) Lehrganges für Primar- und Kindergartenlehrpersonen durch die FHNW – Beschaffung und Bereitstellung von Unterrichtsmaterialien sowie Unterrichts- und Schulentwicklung in den Bereichen «Life-Sciences» und «Informatik» (Gymnasium Bäumlhof) – Erweiterte Vernetzung von Lehrkräften, Universitäten, Fachhochschulen und Firmen über das bestehende BioValley-College-Netzwerk⁶ hinaus – Lobbying bei Schweizer Firmen im Life-Sciences-Bereich für Praktika von Schülern, Maturaarbeiten oder Exkursionen. Der Widerstand seitens der Firmen ist hier aber gross. Es bestanden insbesondere Sicherheitsbedenken bzw. strikte Sicherheitsvorschriften. Grösser war die Bereitschaft zur Zusammenarbeit bei der Universität Basel (z.B. Durchführung von Maturaarbeiten) <p>Die Schweizer Beteiligten können auch von den mit Hilfe von EU-Geldern finanzierten Infrastrukturen profitieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Das Schülerforschungszentrum «Phaenovum» in Lörrach wurde im Rahmen des INTERREG-Projekts ausgebaut (ohne wesentliche Schweizer Beteiligung). Die dort angebotenen Veranstaltungen, Kurse und Exkursionen stehen auch Schweizer Schülern offen.
<p>Finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> – NRP-Beiträge – Löhne an Lehrpersonen und Dozenten (z.B. für die Freistellung vom regulären Unterricht) wurden von den Projektpartnern selbst bezahlt – Overheadkosten wurden im ordentlichen Budget verrechnet – Fixierter Wechselkurs als Glücksfall für Projektpartner 	<ul style="list-style-type: none"> – Das Projekt erhielt Beiträge des Bundes sowie von den Kantonen Basel-Landschaft und Basel-Stadt: Je 60'000 EUR. – Die Schweizer Projektpartner (FHNW, Gymnasium Bäumlhof) steuerten rund 46'000 EUR zur Finanzierung bei. – Overheadkosten, die Entlohnung der Dozenten (CAS-Lehrgänge) sowie der engagierten Lehrpersonen (Gymnasium Bäumlhof) wurden über das ordentliche Budget der Projektpartner abgerechnet. – Dank der Fixierung des Wechselkurses in der Leistungsvereinbarung konnten finanzielle Einbussen verhindert werden.

⁶ BioValley-College-Netzwerk: Netzwerk von engagierten Lehrpersonen der Kantonsschulen in der Region Dreiländereck im Bereich «Life-Sciences». Das Ziel des Netzwerks ist es, den Life-Sciences zu einer besseren Stellung im Schulalltag zu verhelfen. Das Netzwerk organisiert u.a. seit 2004 jährlich den CollegeDay, an dem Schüler und Lehrpersonen Einblick in aktuelle Forschungsbereiche der Life-Sciences an der Universität und an Fachhochschulen erhalten.

Betriebsphase

Angebot / Nutzung

- CAS-Lehrgänge für Primar- und Kindergartenlehrpersonen
- Experimente im Life-Sciences-Bereich an Gymnasium möglich (in Schwerpunktfächern)
- Lehrpersonen und Schule können von Netzwerken profitieren
- Austausch an Sitzung mit Projektpartnern aus D, F und CH
- Angebote am Schülerforschungszentrum in Lörrach stehen Schweizer Schülern zur Verfügung

Folgende Angebote wurden im Rahmen des Projektes lanciert bzw. durchgeführt:

- CAS-Lehrgang «Naturwissenschaftlich-technische Grundbildung für 4- bis 11-jährige Kinder» im Zeitraum 2010–2012
- Interne Projekte am Gymnasium Bäumlhof: Einrichten eines Labors für Experimente in Life-Sciences und Robotikworkshop für die Schwerpunktklassen
- Maturanden des Gymnasiums konnten an der Universität Basel Maturaarbeiten im Life-Sciences-Bereich durchführen.
- Pflege und Ausbau der vorhandenen Lehrernetzwerke (BioValley-College-Network, Universitäten, Fachhochschulen, Firmen)
- An den zweimal jährlich stattfindenden Sitzungen der Projektpartner werden die gemachten Erfahrungen ausgetauscht.
- Auch Schweizer Schülerinnen und Schülern stehen die Angebote des ausgebauten trinationalen Schülerforschungszentrums «Phaenovum» in Lörrach zur Verfügung. Die Schüler in der Schweiz können für die Teilnahme an diesen und anderen Veranstaltungen vom regulären Unterricht freigestellt werden.

Nutzung

- Die CAS-Kurse 2010/11 wurden von rund 70 Lehrpersonen aus CH, D und F besucht.
- Lehrpersonen profitieren von den bestehenden und neuen Netzwerken
- Schüleraustausch funktioniert noch nicht wie erwartet

- Am CAS-Grundkurs nahmen ca. 60 Personen aus drei Ländern (CH, D, F) teil. Am Aufbaukurs ca. 20 Personen. Die Beteiligung aus Frankreich war eher klein, weil der Kurs nur auf Deutsch angeboten wurde. Für die Teilnahme mussten die Teilnehmer rund 50 CHF für das Material bezahlen. Vergleichbare Kurse kosten ansonsten bis zu 5'000 CHF, was sich insbesondere Kindergartenerzieher bzw. Kindergärten nicht leisten können.
- Der trinationale Austausch zwischen Lehrpersonen funktioniert im Rahmen von bestehenden und neu geschaffenen Netzwerken und Institutionen gut.
- Der Austausch der Schülerinnen und Schüler über die Landesgrenzen hinweg gestaltete sich jedoch schwieriger als erwartet. Unter anderem stellen die unterschiedlichen Ferienzeiten und Unterrichtsphilosophien, aber auch fehlende Motivation der Schüler (selbstständiges Aufarbeiten der verpassten Unterrichtsinhalte) unerwartet hohe Hürden dar. Rund 10 Schüler aus dem Gymnasium Bäumlhof haben an trinationalen Kongressen teilgenommen.

Auswirkungen

Umsatzvolumen / Arbeitsplätze / Wertschöpfung

- Noch zu früh für eine Beurteilung

Für eine Beurteilung der Auswirkungen auf die regionale Wirtschaft in Form von Umsatz, Beschäftigung und Wertschöpfung ist es in diesem Projekt noch deutlich zu früh. Die Angebote und Netzwerke zielen auf eine mittel- bis langfristige und nachhaltige Wirkung ab.

Zusätzliche qualifizierte Arbeitskräfte in der Region

- Mittel- bis langfristige Ziele
- Heute noch keine Aussage möglich
- CAS-Kurse richteten sich an Kindergarten- und Primarschullehrpersonen
- Gute Vernetzung der Akteure wurde intensiviert
- Modernisierung des Unterrichts und Förderung des praxisnahen Unterrichts am Gymnasium
- Fortführen der Kooperation in neu gegründetem Verein

Insbesondere die Steigerung der Lehrabgänger und der Studierendenzahl in naturwissenschaftlich-technischen Fächern ist ein mittel- bis langfristiges Ziel.

- Hierzu lassen sich kurz nach Abschluss des Projekts auch aufgrund der kurzen Projektlaufzeit noch keine Aussagen machen.
- Die CAS-Kurse im Zeitraum 2010–2012 dürften aufgrund der angesprochenen Zielgruppe (Primar- und Kindergartenlehrpersonen) ebenfalls erst mittel- bis langfristig einen Effekt zeigen. Die Rückmeldungen zum Kursangebot selbst sind sehr positiv.⁷ Es besteht der Wunsch nach einer Fortführung des Angebots.
- Dank guter Vernetzung von Schulen, Lehrpersonen, Forschern und Unternehmen kann die Modernisierung des Unterrichts (Unterrichtsentwicklung) an den beteiligten Schulen vorangetrieben werden. Insbesondere im Praxisbereich konnten Lehrpersonen vom Projekt profitieren. Dies schafft die Grundlagen für eine künftige positive Wirkung. Dank guten Schul- und Lehrernetzwerken können die Erkenntnisse weitergegeben werden.
- Mit dem Schülerforschungszentrum in Lörrach steht ein qualitativ hochwertiges Angebot zur Verfügung, das jedoch noch nicht in grossem Ausmass von Schweizer Schülerinnen und Schülern genutzt wird. Darin besteht jedoch ein Potenzial für die Zukunft. Künftig soll die Kooperation zwischen den Schweizer Partnern und «Phaenovum» in einem Verein weitergeführt werden.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Gute Zusammenarbeit unter Projektpartnern
- Erkenntnisse zu trinationaler Zusammenarbeit im Bildungsbereich

Weitere Bemerkungen und Auswirkungen:

- Insgesamt wird von den Schweizer Beteiligten die Zusammenarbeit mit der deutschen Gesamtprojektleitung als sehr gut und angenehm empfunden.
- Erkenntnisse zu Problemen in der trinationalen Zusammenarbeit im Bildungsbereich (Ferienzeiten, Unterrichtsphilosophien usw.) können für künftige Projekte weiterverwendet werden.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Matthias Amacher / Matthias.amacher@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft Gesamtprojekt	Gemeinde Lörrach (D)
Projekträgerschaft Schweiz	Kanton Basel-Landschaft und Basel-Stadt, Regio Basiliensis
Einbezogene Personen	Prof. Dr. Peter Labudde / Projektverantwortlicher auf Schweizer Seite / Pädagogische Hochschule der Fachhochschule Nordwestschweiz / peter.labudde@fhnw.ch Dr. Anja Renold / Konrektorin Gymnasium Bäumlhof / anja.renold@bs.ch Véronique Bittner-Priez / Regio Basiliensis / Leiterin Förderprogramme / veronique.bittner@regbas.ch
Zeitraumen	August–Oktober 2012

⁷ Vgl. Labudde, Peter (2013): Naturwissenschaftlich-technische Grundbildung für 4- bis 11-jährige: Ein internationaler Zertifikatslehrgang. In: Peschel, M.; Favre, P. & Mathis, C. (Hrsg.): Sachen unterrichten. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.

Projet « Pôle Scientifique et Technologique du Canton de Fribourg (PST-FR) »

Le projet en bref	
Canton	Le projet PST-FR est soutenu par le fonds NPR du canton de Fribourg. Il est porté et mis en œuvre par l'association du même nom, dont le siège est à Fribourg. Le projet PST-FR, ses clusters thématiques et ses prestations en général sont ouverts aux entreprises fribourgeoises, mais aussi aux entreprises d'autres cantons.
Début du soutien	1 ^{er} janvier 2009.
Fin du soutien	Soutien NPR prévu (selon la convention) jusqu'au 31 décembre 2011. Une seconde convention (et donc un second soutien) a été validée pour les années 2012-2015.
Aide financière	Aide fédérale et cantonale totale (aide à fonds perdus) du 1 ^{er} janvier 2009 au 31 décembre 2011 : 3'403'000.-, qui se répartissent comme suit : <ul style="list-style-type: none"> – 2'580'000.- pour la composante Recherche appliquée et développement (Ra&D) ; – 525'000.- pour la composante Transfert de technologie (TT) ; – 248'000.- pour la composante Administration ; – 50'000.- pour l'évaluation externe finale.
Coûts du projet	Budget annuel : environ 1'100'000.-
Contenu	<p>Le PST-FR a pour objectif d'activer les collaborations entre le secteur public et le secteur privé pour favoriser la croissance et la création de postes à haute valeur ajoutée.</p> <p>Pour atteindre ces objectifs, il soutient des projets de recherche appliquée de type collaboratif et le transfert technologique vers les entreprises du canton en s'appuyant sur l'activité de :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Trois clusters thématiques constitués de partenaires industriels, commerciaux, institutionnels et académiques (Réseau plasturgie, Cluster IT Valley, Réseau énergie & bâtiment) <div style="text-align: center;"> <p>Le diagramme illustre la structure du PST-FR. En haut, trois clusters thématiques sont présentés : 'Cluster plasturgie' (bleu), 'Cluster IT Valley' (rouge) et 'Cluster énergie & bâtiment' (noir). Ces clusters sont soutenus par quatre structures transversales : 'Transfert de savoir et de technologie' (bleu), 'Réseau nanotechnologies' (jaune), 'FRI-SAM' (orange) et 'Cleantech Fribourg' (vert). L'ensemble est encadré par un rectangle gris contenant les secteurs 'Economie', 'Recherche', 'Education', 'Etat', 'Finance' et 'Média'. Le tout est étiqueté 'PST-FR' en bas.</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> – Quatre structures transversales : un Centre de compétences en nanotechnologies appelé « Réseau nanotechnologies », une unité de transfert de savoir et de technologie, Cleantech Fribourg⁸ et un Centre de compétences en mathématiques appliquées FRI-SAM « Fribourg – Statistiques et Application des Mathématiques ».

⁸ Cleantech Fribourg, rattaché au PST-FR, est également un projet soutenu par la NPR.

Phase de construction du projet

Montage du projet

- Un concept qui était en gestation depuis de nombreuses années
- Précisé par un petit groupe de quatre personnes
- Aucun moyen matériel ou financier

- Lors d'une présentation du service de l'économie du canton de FR concernant la politique régionale, en 2007, M. Bersier constatait que les objectifs de la NPR correspondaient parfaitement à sa volonté de rapprocher recherche appliquée et économie.
- Un petit groupe de quatre personnes a été particulièrement actif dans les travaux préparatoires et notamment dans la rédaction du plan d'affaires (Professeurs de Hautes-écoles, d'Université et directeur d'entreprise).
- Dans un second temps, le groupe de projet s'est élargi à 11 personnes (4 membres de l'Ecole d'ingénieurs et d'architectes de Fribourg ; 3 de l'UNI-FR ; directeur de FriUp ; 3 chefs/cadres d'entreprises)
- Aucune ressource matérielle et aucun moyen financier particulier. Le temps et la motivation que les instigateurs du projet consacrent est la ressource principale.

L'association PST-FR

- Une association regroupant de nombreuses institutions des mondes économique et de la recherche
- 243 partenaires

- Formellement, l'association compte 15 membres : les 3 clusters, l'Institut Adolphe Merkle-Réseau nanotechnologie, FriUP, l'UNI-FR, l'EIA-FR, la HEG-FR, l'Ecole des métiers, la chambre de commerce FR, l'Union patronale FR, le Groupement industriel FR, la Banque cantonale FR, la Fédération patronale FR, Maxwell Technologies.
- Les entreprises paient des cotisations aux clusters, qui sont eux-mêmes des associations. Globalement, le PST-FR représente 243 partenaires dont 166 sont situés dans le canton de Fribourg.

Objectifs de l'association PST-FR

- Echanges économie-monde académique
- Innovation et compétitivité des entreprises
- Positionnement des clusters

- Les objectifs de l'association PST-FR sont les suivants :
- Jouer un rôle central dans la **politique d'innovation du canton de Fribourg en favorisant les échanges entre l'économie et le monde académique**, en particulier par un soutien aux clusters régionaux et aux technologies propres.
 - Améliorer la **compétitivité des partenaires des clusters en renforçant leur capacité d'innovation** et de création de valeur ajoutée.
 - **Soutenir le positionnement des clusters** dans les différentes initiatives de développement économique régional (GGBA) et national (plateformes inter-cantoniales, réseaux, clusters nationaux, soutien à l'exportation, etc.).

Phase opérationnelle

Activités

- Soutien financier à des projets collaboratifs préconcurrentiels

L'essentielle part des moyens financiers du PST-FR est destinée à soutenir le montage de projets collaboratifs (préconcurrentiels). Les projets portent sur des thèmes communs aux entreprises d'un cluster (technologie métier). Ils sont montés dans le cadre de groupes de travail « innovation » de chacun des clusters. Un projet collaboratif est réalisé par un partenaire académique au minimum et plusieurs entreprises dont la majorité est située dans le canton de Fribourg.

De 2009 à 2011, 18 projets collaboratifs ont été soutenus par le PST-FR :

- 8 dans le réseau plasturgie ; 4 dans le cluster IT ; 6 dans le réseau Energie & bâtiment
- Aides totales allouées : 2'530'500.–
- Montants d'aides allant de 30'000.– à 282'000.–
- Aide moyenne par projet : 140'583.–
- Cofinancement des partenaires d'environ 20%

- Transfert de technologie

Le PST-FR comprend et finance une unité de transfert de savoir et de technologie (TST-FR). L'unité se charge du transfert technologique au sein des clusters thématiques, de l'aide au montage de projets collaboratifs, de l'aide au montage de projets concurrentiels et du soutien pour les problèmes de propriété intellectuelle.

A travers ses activités (participation à des manifestations, visites d'entreprises et d'institutions de recherche, entretiens) l'unité de TT doit connaître les besoins des entreprises (PULL) et pouvoir informer les entreprises régionales des apports possibles des clusters et des partenaires économiques (PUSH).

Depuis 2009, plus de 200 entretiens et visites d'entreprises et de centres de recherche ont été effectués.

L'unité s'est fortement développée et elle est à l'origine de la création de TechTransfer Fribourg.

- Projets concurrentiels

Le PST-FR accompagne également de nombreux projets concurrentiels (bilatéraux). Depuis 2009, une soixantaine de projets concurrentiels ont été recensés dans les différents clusters. Ceux-ci ne sont pas soutenus financièrement par la NPR.

- Coordination
- Valorisation des projets collaboratifs
- Réseautage
- Organisation de conférences, de séminaires, etc.
- Information et formation continues aux acteurs de la branche
- Représentation

Autres activités du PST-FR :

- Coordination des activités du pôle.
- Un groupe de travail « valorisation » a pour mission d'accompagner les chefs de projets collaboratifs, afin que ces derniers aient un impact maximal sur le développement des entreprises partenaires et que les nouvelles connaissances profitent aux autres membres du réseau.
- Organisation de conférences génériques, en complément aux conférences et workshops organisés au sein de chaque cluster.
- Des formations continues, avec certificat, sont offertes au sein des clusters. Le PST-FR accompagne ces formations, sans que cette activité ne soit financée par la NPR.
- Participation au projet INTERREG IV B de l'Arc alpin « Alps4EU » (émergence de méta-clusters sur l'Arc alpin).
- Maintenance systématique du site web www.pst-fr.ch; flux RSS et Intranet collaboratif.
- Promotion et représentation du PST-FR en Suisse et à l'étranger.
- Organisation de visites d'entreprises étrangères.

Utilisation et effets

Développement de technologies communes

- ⇒ Nouveaux produits
- ⇒ Gains de productivité

- La plupart des projets collaboratifs permettent aux entreprises de développer en commun de **nouvelles technologies** (volonté du PST-FR de développer des projets purement pré-concurrentiels). Dans un second temps, ces technologies peuvent être utilisées (individuellement) par les partenaires dans la fabrication de **nouveaux produits**.
- Quelques projets collaboratifs ont pour objectif d'améliorer les processus de production et de **réduire les coûts**.

Renforcement du lien entre recherche appliquée et industrie

- Le renforcement du lien entre industrie et recherche institutionnelle constitue l'essence même du projet PST-FR.
- Meilleure connaissance des besoins des entreprises en matière d'innovation technologique (PULL).
- Meilleure information aux entreprises régionales des apports possibles des clusters et des partenaires académiques dans leurs activités de recherche et développement (PUSH).
- Initiation de nombreux projets concurrentiels et préconcurrentiels.

Développement des compétences

- Les offres de formation continue du PST-FR et des clusters thématiques contribuent au développement des compétences des collaborateurs des entreprises membres.
- De 2009 à 2011, plus de 1'000 participants ont suivi les cours proposés par les clusters du PST-FR.

Réseautage

- Le PST-FR contribue directement au réseautage des entreprises, puisqu'il soutient des collaborations inter-entreprises dans des projets collectifs concurrentiels et/ou préconcurrentiels.
- La mise en réseau des entreprises est facilitée de manière générale par toutes les prestations du PST-FR, notamment via les conférences génériques, mais aussi et surtout par les nombreux événements organisés par les clusters thématiques.

Promotion des clusters de la région

- En participant régulièrement à des événements nationaux ou internationaux, les dirigeants du PST-FR contribuent à la promotion des clusters de la région.
- Le PST-FR et ses clusters sont régulièrement cités par la promotion économique fribourgeoise afin de démontrer la qualité des systèmes productifs locaux.

Impact

Chiffre d'affaires et exportations

- Hausse du chiffre d'affaires, du nombre de clients et d'employés

L'impact des prestations du PST-FR est difficilement mesurable, puisque les collaborations portent sur des innovations technologiques, utilisées par la suite individuellement par les partenaires des projets. Néanmoins, une étude (par entretiens) indépendante met en avant les impacts suivants pour les entreprises ayant pris part à des projets collaboratifs :

- Chiffre d'affaires : +3% ;
- Nombre de clients : +4% ;
- Nombre d'employés : +2%.

Autres effets

- Compétences, productivité, innovation et investissements dans la R&D

L'étude relève d'autres effets positifs mentionnés par les entreprises interrogées :

entreprises ayant pris part à des projets collaboratifs :

- Amélioration des compétences des collaborateurs ;
- Augmentation de la productivité des entreprises ;
- Augmentation du potentiel d'innovation ;
- Augmentation des investissements dans la recherche.

Nouvelles entreprises

- Spin offs

Deux créations de spin offs sont directement liées à des projets PST-FR.

Informations sur l'analyse réalisée

Type	Analyse des effets d'un projet mature
Conduite de l'analyse	Frédéric Quiquerez / frederic.quiquerez@regiosuisse.ch
Porteur de projet	Association PST-FR
Personnes ressources	Entretien avec M. Jacques P. Bersier / Coordinateur et vice-président du PST-FR ; directeur adjoint de l'EIA-FR / jacques.bercier@hefr.ch , www.pst-fr.ch Consultation de Mme Lisa Trimigliozzi Burri / collaboratrice scientifique Politique régionale / Promotion économique FR (PromFR). Consultation de Mme Véronique Gruber / responsable NPR / PromFR.
Calendrier de réalisation	Juillet-août 2012. Actualisé en mai 2013.

Projet « Pôle Suisse de Technologie Solaire (PSTS) »

Le projet en bref	
Canton	Le projet PSTS est soutenu dans le cadre du PMO du canton de NE. Il est porté et concrétisé par l'association du même nom. Le siège de l'association est localisé à Neuchâtel, mais le projet et l'association sont ouverts à des acteurs (entreprises et institutions de recherche) d'autres cantons : JU, BE, FR, VD, GE, etc.
Début du soutien	21 Juin 2010 : création de l'association PSTS
Fin du soutien	Soutien NPR prévu jusqu'en 2013
Aide financière	Aide fédérale et cantonale totale : 76'500.- (à fonds perdus)
Coûts du projet	Budget annuel : environ 100'000.-
Contenu du projet	<p>L'association PSTS est un réseau d'acteurs industriels et institutionnels qui œuvrent pour la mise en place de conditions-cadres favorables au développement de l'industrie photovoltaïque. Les objectifs opérationnels sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Information continue sur l'évolution du domaine des technologies solaires (modernisation de l'industrie, solutions en vue de l'autonomie énergétique). - Promotion, développement et échange des savoir-faire (transfert des compétences et des connaissances). - Création de réseaux et d'échanges (soutien au développement économique de la région).
Contenu soutenu par le canton	Le canton de NE a soutenu le projet au titre du volet « Réforme des institutions » de son PMO. Fondamentalement, via la NPR, le canton a soutenu le démarrage des activités (la création) d'une association. Pour le canton, l'élément décisif et novateur du projet résidait dans le fait que la filière puisse être plus visible (la filière implique des acteurs nombreux et très divers) et qu'elle puisse s'organiser (renforcement des liens entre les acteurs).

Phase de construction du projet

Montage du projet

- Projet initié par un groupe d'une dizaine d'industriels et de chercheurs
- Très peu de moyens

- Un noyau d'une dizaine de personnes est à l'origine du projet. Il s'agit de chefs d'entreprises (ingénieurs) et de professeurs d'Université.
- Il n'existait pas d'association représentant les acteurs de l'**industrie** photovoltaïque. Or, les acteurs ressentaient le besoin de structurer la branche et d'être mieux représentés. L'idée du projet vient de ce constat de manque.
- Le concept général et les objectifs de l'association PSTS ont été affinés lors de diverses séances préparatoires.
- Aucune ressource matérielle à disposition, hormis le temps que les membres consacrent à l'association. Le soutien financier du canton et de la Confédération, via la LPR, était indispensable au démarrage de l'activité de l'association.

Création de l'association PSTS

- Une trentaine de membres
- Un budget annuel d'environ 100'000.–

- L'association PSTS a été créée le 21 juin 2010, le jour du solstice d'été.
- Elle compte en 2013 une vingtaine de membres, issus essentiellement d'entreprises (du producteur de composants et produits à l'installateur) et d'institutions de recherche (EPFL/IMT, FSRM, CSEM, HES-SO).
- Cotisation annuelle des membres de 1'000.–.
- Différents sponsors selon les activités organisées par l'association.

Phase opérationnelle

Activités

- Réseautage
- Organisation de forums, de séminaires, etc.
- Information et formation continues aux acteurs de la branche
- Sensibilisation du grand public
- Représentation
- Communication
- Lobbying

- Organisation de forums, de séminaires techniques, d'expositions, de conférences publiques, de visites d'entreprises et de centres de recherche.
- Organisation annuelle d'une manifestation d'importance. En 2011, organisation de l'événement « L'énergie solaire en fête » (18 et 19 juin 2011, patinoires de Neuchâtel), manifestation tout public mêlant conférences, projections de films, stands techniques d'informations et ateliers pour les enfants.
- Collaborations avec les instances de promotion économique.
- Collaborations avec diverses institutions, par exemple avec CleantechAlps, Swiss Solar Mobility.
- Information aux industriels intéressés à diversifier leurs activités dans le photovoltaïque.
- Réalisation d'un site Internet (www.polesolaire.ch).
- Communication dynamique via le site, mailing news.
- Conférence de presse à l'occasion de la création de l'association.
- Réalisation d'un design et d'une brochure promotionnelle sur le PSTS, ses acteurs et les forces de la région.
- Nombreux articles dans des médias locaux, dont la couverture du Magazine « Green Business », Le magazine romand de l'énergie verte (Juin 2011).
- Réflexion sur les enjeux et les défis communs. L'industrie du photovoltaïque est en pleine crise. Son avenir dépend beaucoup de futures décisions politiques concernant le soutien (ou

	<p>non) aux installations photovoltaïques. Dans ce contexte difficile, la mise en réseau des acteurs s'avère d'autant plus importante.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Représentation de la branche (industrie photovoltaïque) et de ses intérêts.
<p>Utilisation et effets</p> <p>Institutionnalisation d'une filière</p>	<ul style="list-style-type: none"> - « Institutionnalisation » de la filière photovoltaïque. Identification des nombreux « maillons » de la chaîne de valeur ajoutée actifs dans les domaines de la formation, de la recherche fondamentale et appliquée, des matériaux, des procédés, des composants, des sous-systèmes, des systèmes complets, de l'installation, des services, de l'exploitation, etc.
<p>Reconnaissance et ancrage d'un cluster spécifique à la région</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La région des Trois Lacs présente une forte densité d'acteurs impliqués dans le domaine photovoltaïque : de nombreux industriels, mais aussi des institutions de recherche à la pointe de la recherche photovoltaïque (IMT-EPFL, notamment). L'association PSTS contribue à rendre visible cette spécificité régionale et cette « excellence » dans le domaine de l'énergie solaire.
<p>Réseautage</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Stimulation des échanges d'expériences et de compétences entre les acteurs de la filière au travers des différentes activités de l'association (conférences, séminaires, visites, etc.). - Intégration progressive d'acteurs de diverses industries ; diversification des activités pour des industries locales.
<p>Lien entre recherche appliquée et industrie</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcement du lien entre recherche appliquée et industrie ; transfert de connaissances. - Soutien à l'innovation continue de la branche, spécialement dans les processus d'industrialisation des innovations techniques.
<p>Développement des compétences</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formation continue des acteurs du photovoltaïque de la région. - Les acteurs de la branche sont informés sur les dernières évolutions dans le domaine.
<p>Promotion du cluster régional à l'étranger</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le PSTS est régulièrement cité à l'étranger par les organismes de promotion économique pour montrer l'existence d'un pôle d'importance dans la région. Le PSTS est considéré et utilisé comme un projet exemplaire.
<p>Sensibilisation et information du grand public</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation du public aux possibilités offertes par l'énergie solaire.

Impact

Autres effets

– Impact indirect seulement via un soutien à l'innovation

- L'association est encore très jeune. Mais de manière générale, via ses activités de réseautage, de formation et d'information, elle promeut d'ores et déjà l'innovation dans l'industrie photovoltaïque.
- Le lien entre les activités de l'association (outputs) et l'impact de long terme de ses activités est complexe. L'impact n'est donc pas mesurable. Notons de plus que la branche évolue dans un contexte de crise.
- De manière générale, il est attendu que le PSTS contribue au renforcement du cluster, à la diversification des activités pour certaines industries, au maintien et/ou à la création d'emplois, à l'augmentation des exportations, à la création de valeur ajoutée.

Informations sur l'analyse réalisée

Type	Analyse des effets d'un projet en cours de maturation
Conduite de l'analyse	Frédéric Quiquerez / frederic.quiquerez@regiosuisse.ch
Porteur de projet	Association PSTS
Personnes ressources	Entretien avec M. Daniele Oppizzi / Président de l'association PSTS / info@polesolaire.ch / www.polesolaire.ch Consultation de Mme Sophie-Hélène Bataïni / adjointe au Chef du service de service de l'économie NE (NECO) / responsable NPR NE. Collaboration de Mme Geneviève Ravezzani-Gyger / cheffe de projet au NECO.
Calendrier de réalisation du monitoring	Mai-juillet 2012. Actualisé en mai 2013.

Projet « Route de l'horlogerie »

Le projet en bref	
Canton	République et Canton du Jura (JU)
Début du soutien	Janvier 2010
Fin du soutien	Fin décembre 2011
Aides financières	<p>Aide financière au titre de la politique régionale à fonds perdus de 148'000.–, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Part fédérale : 74'000.– – Part cantonale : 74'000.– <p>Autres sources de financement :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Prestations propres du porteur de projet (heures de travail) : 47'280.– – Soutien des partenaires du porteur de projet : 10'000.– – Moyens financiers du porteur du projet : 6'150.–
Coûts du projet	Le coût total du projet était budgété à 211'430 ⁹ .–.
Porteur de projet	<p>La Fondation Horlogère de Porrentruy a pour but de sauvegarder le patrimoine jurassien en matière d'horlogerie, notamment par sa mise en valeur, par l'organisation d'expositions, par la promotion d'un savoir-faire horloger, par le maintien et le développement de la formation, par des recherches historiques, ainsi que par des ventes liées à l'horlogerie, dont le bénéfice est exclusivement affecté à l'accomplissement du présent but.</p> <p>Les efforts sont en grande partie rythmés par le bénévolat des membres de la Fondation.</p>
Contenu du projet	<p>Le projet consiste en la réalisation d'un <u>concept</u> en vue de la création d'une « Route de l'horlogerie » comprenant trois étapes, une dans chaque district du canton du Jura (Porrentruy, Delémont, Franches-Montagnes). Dans chaque district, l'idée est de proposer aux visiteurs des « paquets » d'activités (à la carte) liant découverte de l'horlogerie (impliquant notamment des visites d'entreprises) et de son histoire, découverte des régions du canton, sport, culture et bien-être.</p> <p>La réalisation du concept comprend les éléments suivants : étude de faisabilité et d'intérêt touristique ; préparation d'un concept et d'un plan marketing ; recherche de prestataires et de partenaires ; création d'un concept de formation à destination des guides ; recherches historiques sur les trois thèmes d'atelier paysan, de polissage-décolletage et d'atelier de pierres fines ; recherche des lieux adéquats dans chaque région ; réalisation de fascicules et d'un site Internet.</p> <p>Les objectifs principaux du projet sont de :</p> <ul style="list-style-type: none"> – créer des synergies entre divers partenaires des mondes culturel, industriel et touristique ; – lier passion pour l'horlogerie et découverte du canton du Jura ; – favoriser le tourisme de longue durée (plusieurs étapes, chacune pouvant correspondre à une journée d'activités).

⁹ Requête initiale du mois de décembre 2009. Notons que les coûts du projet ont été sous-estimés par la Fondation Horlogère. En effet, le travail nécessaire notamment pour établir des contrats de partenariats (présentation du projet, négociation, signature de contrats, etc.) a pris beaucoup plus de temps que ce qui avait été initialement prévu dans la requête.

Phase de construction du projet

Montage du projet

- Recherche de partenaires
- Etablissement de contrats de partenariat

- Création d'un site Internet

- Conception de circuits urbains
- Brochures et plan de communication

- Documentation et travail historique

- Etude faisabilité

- Lieux d'accueil

Identification, entretiens, négociation et signature de contrats avec une centaine de partenaires :

- Culture (musées, expositions, manifestations)
- Entreprises (visites d'entreprises horlogères)
- Hébergement (hôtels, gîtes, etc.)
- Divertissement (casino, discothèques)
- Bien-être (massage, fitness)
- Loisirs (piscine, patinoire, visites de grottes)
- Transports (taxis, train)

Création du site Internet www.routedelhorlogerie.ch

- Le site répertorie et décrit les différents partenaires répartis dans les régions du Jura.
- Le visiteur a la possibilité de créer son « paquet » de prestations et de réserver en ligne son séjour.

Edition de brochures explicatives permettant de faire des visites urbaines (avec ou sans guide) pour Porrentruy, Saignelégier et Delémont.

Brochure sous forme de carte permettant de localiser les différents partenaires

Plan de communication

Identité visuelle pour la Route de l'horlogerie

Collecte et réalisation de films et de diaporamas relatifs à l'histoire de l'horlogerie, afin de disposer de supports visuels attractifs dans les lieux d'accueil de la Route de l'horlogerie

Recherches historiques et archivage

Réalisation d'une étude de faisabilité par l'Ecole suisse de tourisme de Sierre : rentabilité, détermination du prix des prestations, réflexion sur le nom du projet, questionnaire et étude de satisfaction, etc.

Recherche d'un lieu d'accueil dans chaque district (Porrentruy, Delémont, Saignelégier).

Phase opérationnelle

Activités

– Redimensionnement du projet

La Fondation Horlogère de Porrentruy a bénéficié d'un soutien au titre de la politique régionale pour la phase de construction du projet (développement du concept et des partenariats).

Contrairement à ce qu'avait planifié la Fondation, l'entier de la mise en œuvre (phase opérationnelle) n'a pas pu être soutenu par la NPR. En effet, la Fondation Horlogère n'avait pas la possibilité financière de garantir la moitié du montant fédéral investi sous forme de prêt sans intérêt sur 25 ans comme l'exige l'article 8 al.3 de la loi fédérale sur la politique régionale.

Dès lors, faute de moyens suffisants, la mise en œuvre a été revue (voir ci-dessous).

– Etape du district de Porrentruy

Pour ce qui est du district de l'Ajoie, la Fondation Horlogère a pu ouvrir un lieu d'accueil à Porrentruy. L'aménagement de cet espace a nécessité un investissement supplémentaire d'environ 60'000.– de la part de la Fondation. L'inauguration ainsi qu'une conférence de presse ont eu lieu au mois d'octobre 2011.

– Lieu qui permet de recevoir les visiteurs et de vendre les différents produits touristiques.

– Une partie muséale : reconstitution d'un ancien atelier d'horlogerie.

– Vitrine mettant en valeur les produits (montres, couteaux, etc.) de différents partenaires.

– Bibliothèque et archives diverses.

– Etape du district des Franches-Montagnes

Un partenaire de la Fondation, impliqué dans les réflexions du concept initial, est le porteur du projet d'atelier témoin du paysan horloger qui va constituer l'étape franc-montagnarde (Le Boéchet) de la Route de l'horlogerie.

Cette « étape » bénéficie d'un soutien distinct du Canton du Jura au titre de la politique régionale de 397'500.–.

Le projet est en cours de réalisation et concerne la transformation et l'aménagement d'un atelier paysan avec un espace didactique et une partie muséographique.

La Fondation Horlogère est intégrée dans la phase opérationnelle de ce projet et est chargée de réaliser la conceptualisation intérieure de l'espace didactique et muséographique.

– Etape du district de Delémont

Le site de Delémont n'étant pas déterminé, il n'a pas été possible d'intégrer ce volet du projet dans le programme de mise en œuvre 2012-2015 jurassien. Cette phase du projet est reportée pour l'heure.

– Lancement des prestations

Depuis octobre 2011, la Fondation Horlogère a débuté la vente de ses « paquets » de prestations (via Internet et depuis son lieu d'accueil de Porrentruy). Les membres de la Fondation proposent un encadrement et un accompagnement des groupes de visiteurs.

– Autres activités

La Fondation poursuit diverses activités qui sont partiellement en lien avec la Route de l'horlogerie :

– Organisation de cours en horlogerie (possibilité de créer sa propre montre)

– Recherches historiques, notamment pour des entreprises horlogères

Utilisation et effets	
Nombre de visites organisées	<p>En une année (d'octobre 2011 à octobre 2012), la Fondation a pris en charge l'organisation de visites de 22 groupes :</p> <ul style="list-style-type: none"> – de 1 à 50 personnes – 70% de visiteurs suisses (majorité de Suisses alémaniques) et 30% de visiteurs étrangers. – Des « paquets » de prestations pour l'instant très divers (« à la carte »). – Ancien atelier de Porrentruy visité (entrées payantes) par 70% des groupes <p>Après une première période de mise en place, la Fondation Horlogère va renforcer ses initiatives publicitaires pour la Route de l'horlogerie. La Fondation vise pour 2013 un doublement de ses activités. Les statistiques du site Internet (420 visites mensuels provenant essentiellement de Suisse, de France et d'Allemagne) montrent l'intérêt du public pour les prestations proposées et donc un potentiel de croissance soutenue.</p>

Impact

Chiffre d'affaires et exportations	<p>– Augmentation de l'activité touristique</p>	<p>La Route de l'horlogerie contribue à augmenter le chiffre d'affaires de tous les acteurs de la branche touristique de la région (hôteliers, restaurateurs, musées, centres de loisirs et de sports, centres wellness, etc.), spécialement des partenaires du projet. Il n'est pas possible de mesurer le chiffre d'affaire supplémentaire généré. D'une part parce que les visiteurs ne réservent pas forcément leurs prestations via La Fondation Horlogère. D'autre part, parce que les chiffres de la Fondation Horlogère n'ont pas encore fait l'objet d'une publication ou d'une consolidation.</p>
Création d'emplois	<p>– Postes créés</p>	<p>De manière directe, 1,5 postes ont pu être financés pendant l'année 2011. Actuellement, un demi-poste peut être lié au projet. De plus, la Fondation engage régulièrement un stagiaire en communication.</p>
Autres effets	<p>– Effets d'image pour la branche horlogère</p>	<p>La branche horlogère bénéficie indirectement du projet, puisque celui-ci contribue à entretenir une image très positive de la branche (tradition, précision, etc.).</p>

Informations sur l'analyse réalisée	
Type	Analyse ex post des effets d'un projet
Conduite de l'analyse	Frédéric Quiquerez / frederic.quiquerez@regiosuisse.ch
Porteur de projet	Fondation Horlogère de Porrentruy
Personnes ressources	Entretien avec Mme Marianne Chapuis / Secrétaire du Conseil de Fondation / marianne.chapuis@mobi.ch / www.routedelhorlogerie.ch Consultation de M. Nicolas Wiser / collaborateur à la politique régionale de la République et Canton du Jura / nicolas.wiser@jura.ch.
Calendrier de réalisation	Octobre 2012

Projekt «Sbrinz-Route»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Nidwalden (federführend), Obwalden, Wallis, Bern
Beginn des Förderprojekts	Juni 2009
Ende des Förderprojekts	Ende 2011
Unterstützung Finanzierung	400'000 CHF; je 50% durch beteiligte Kantone (NW, OW, BE, VS) und Bund (à-fonds-perdu) ¹⁰
Projektkosten	Ca. 1,4 Mio. CHF (gemäss Geschäftsplan)
Inhalte Gesamtprojekt	Die Sbrinz-Route ist ein traditioneller Säumer-Handelsweg zwischen Domodossola (I) und Luzern. Der Förderverein «Sbrinz-Route» setzt sich seit 2003 für die Vermarktung und Inwertsetzung des historischen Kulturerbes innerhalb eines Gesamtkonzepts ein.
Inhalte NRP-Projekt	Seit 2008 wird die Weiterentwicklung der Aktivitäten im Rahmen eines NRP-Projekts vorangetrieben. Dies soll mit folgenden Massnahmen erreicht werden: <ul style="list-style-type: none"> – Schaffen einer Geschäftsstelle und Website als Anlaufstellen für interne und externe Kommunikation – Schaffen von konkreten Angeboten zur touristischen Nutzung des Verkehrswegs unter Einbezug des Säumerwegs – Herausgabe eine Zeitschrift «Der Säumer» sowie Aufbau eines Internetauftritts – Schaffung von Wertschöpfung in den betroffenen Regionen (Gastronomie) – Überdachung des Angebots in Zusammenarbeit mit «ViaStoria» im Rahmen des Projektes «Kulturwege Schweiz»

Projektaufbau und -umsetzung

Aufbau	
<ul style="list-style-type: none"> – Aufbau durch ein kleines Team von 3 Personen – Gründung des Fördervereins 2004 – Startkapital aus 1. Säumerfest 25'000 CHF 	<ul style="list-style-type: none"> – Aus dem geschichtlichen Hintergrund der Säumeroute und deren Erhaltung ist in den 1990er Jahren die Idee für verschiedene Aktivitäten rund um das Säumerwesen entstanden. Ziel war es, die auf der Route befindlichen Regionen durch die gemeinsame Thematik des Säumerwegs zu verknüpfen und den Weg wiedererlebar zu machen. – Aufbau durch ein kleines Team mit diversen Qualifikationen und Werdegang (Armee / Tourismus / Regierungsrat / Historiker / Kommunikationsexperten) – Im Jahr 2004 entstand aus der losen Verbindung verschiedener Initianten, Vereine und Privatpersonen ein Förderverein, der auch Tourismusorganisationen, Gemeinden und Gastronomiebetriebe mit einbezog. Startkapital: 25'000 CHF. – Im Rahmen des NRP-Projektantrags 2008/09 wurde ein detaillierter Geschäfts- und Umsetzungsplan für die Inwertsetzung erstellt.

¹⁰ Von den rund 400'000 CHF an Beiträgen flossen 128'000 CHF (32'000 CHF pro Jahr) an die Organisation «ViaStoria» (in bar). Zusätzlich erbrachte der Förderverein «Sbrinz-Route» Eigenleistungen für die ViaStoria in der gleichen Höhe. Auf Bestreben des Fördervereins erhielt ViaStoria zusätzlich 200'000 CHF von der Berghilfe.

Umsetzung

- Einrichten der Geschäftsstelle
- Öffentlichkeitsarbeit betrieben
- Kooperationen aufgebaut
- Viel Überzeugungsarbeit notwendig
- Website ausgebaut

- Im Zuge des NRP-Projekts wurde die Geschäftsstelle des Vereins eingerichtet und ausgebaut.
- Ständige und begleitende Öffentlichkeitsarbeit. Grosses Medienecho, das durch gezielte Medienpflege ausgelöst wurde.
- Kooperationen mit Verkehrsbetrieben wurden eingegangen. Bei anderen Akteuren in der Region musste viel geleistet werden, um sie von einer Zusammenarbeit zu überzeugen.
- Die Website wurde ausgebaut und enthält viele nützliche Informationen.
- Überdachung durch das Angebot von ViaStoria (ViaSbrinz)
- Periodischer und enger Kontakt zu kantonalen Stellen

Finanzierung

- Verkauf von Medienmitteln
- Individuelle Wanderangebote auf der Sbrinz-Route
- Inserate in «Der Säumer»
- Eigenleistungen / Eigenmittel
- Dritte mit Sachleistungen

- Die Geschäftsstelle sowie die Arbeiten des Vereins werden durch verschiedene Quellen finanziert, wobei der Betrieb bisher nicht kostendeckend ist.
- NRP-Projektbeiträge
 - Verkauf von Medienprodukten und Materialien
 - Einnahmen aus Inseraten in Zeitschrift «Der Säumer»
 - Wanderangebote
 - Erbringung von ehrenamtlichen oder freiwilligen Leistungen
 - Dritte stellen Infrastruktur zur Verfügung

Betriebsphase

Angebot

- Nutzbare Angebote:
- Säumerfest und Säumerwochen
 - Individuelle Wanderwochen und Angebote für Gruppen
 - Zeitschrift «Der Säumer»
 - Kurse zum Säumerwesen
 - Website als Informationsträger

Neu geschaffene / weiterentwickelte Angebote und Marketingmassnahmen:

- Der Verein organisiert jährlich siebentägige Säumerwochen und das zweitägige Säumerfest alternierend in Kerns (OW) und Stansstad (NW).
- Der Verein gibt die Säumerzeitschrift «Der Säumer» heraus.
- Produktion und Verkauf von Büchern, Lehrmitteln und Filmen zum Thema Säumerwesen
- Es findet eine intensive Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit über diverse Kanäle statt.
- Informationen zur Sbrinz-Route können über die Website abgerufen werden.
- Pflege und Bekanntmachung des historischen Erbes der Handelsrouten u.a. durch Säumerkurse
- Auskunft mit ergänzenden Unterlagen mit Tagesplanungen für individuell Reisende

Nutzung / Auslastung

- Rund 7'500 Teilnehmende am jährlichen Säumerfest
- Säumerwochen: 30 bis 60 Teilnehmende
- Rund 900 Auskünfte per E-Mail und Telefon
- Zeitschrift «Der Säumer»: Auflage von 3'000 Exemplaren
- Websitebesucher: 37'800 im Jahr 2011

Investitionen

- Investitionen in der Vorphase (vor 2008): rund 1,2 Mio. CHF (Eigenleistungen, Arbeit)
- 2008–2011 wurde rund 1 Mio. CHF investiert

Besucherzahlen:

Die durch den Förderverein organisierten Säumerfeste und Säumerwochen ziehen jährlich mehrere Tausend Gäste aus dem In- und Ausland in die Regionen Sbrinz-Route. Sie sind mittlerweile ein fester Bestandteil der Region und werden weiterhin jährlich organisiert.

- Am Säumerfest 2011 nahmen rund 7'500 Besucher teil.
- An den Säumerwochen werden pro Jahr zwischen 30 und 64 Wander-Teilnehmer und 20 bis 30 Säumer mit Saumtieren gezählt.
- Tourenplanung für Wandergruppen (über 50 im Jahr 2011)
- Zu individuell Reisenden liegen keine Zahlen vor.

Nutzung der übrigen Angebote:

- Die Zeitschrift «Der Säumer» erzielt mittlerweile eine Auflage von über 3'000 Exemplaren
- Rund 28'000 Websitebesucher im Jahr 2011

- Vor 2008 (ausserhalb des NRP-Projekts) wurden in das Projekt «Regionen Sbrinz-Route» insgesamt rund 1,2 Mio. CHF durch den Förderverein und Dritte für Aufbau und Entwicklung investiert.
- Im Zuge des NRP-Projekts (2008–2011) wurden ergänzend rund 1 Mio. CHF durch den Förderverein und Dritte in Form von Einschüssen, Sach- und Eigenleistungen aufgewendet.
- Dritte und Partner wurden zu Investitionen inspiriert. Diese können allerdings nicht quantifiziert werden.
- Ausgaben in dieser Höhe schaffen temporär Arbeitsplätze und (über den Bezug von Vorleistungen) zusätzliche Ausgaben in der Region.

Auswirkungen

Neu geschaffene Unternehmen

- Bisher keine Unternehmen entstanden.
- Handänderungen von Gastbetrieben (insb. Italien)

- Bisher sind keine Unternehmensgründungen bekannt geworden.
- Gemäss Projektträger hat eine Angebotserweiterung, insbesondere in Italien stattgefunden. Das «Riale» wurde von 5 auf 70 Betten erweitert. Das «Premia» führte Renovierungen in Zimmern zweier Hotels durch.

Auswirkungen des NRP-Projekts (i.e.S)

- Anteil des NRP-Projekts am Erfolg des Gesamtprojekts ist nicht feststellbar

- Das Säumerfest und die Säumerwochen fanden bereits seit 2003 und damit vor Durchführung des NRP-Projekts statt. Auch der Säumerweg existierte bereits vor 2008.
- Die Teilnehmerzahl an den diversen Angeboten ist zwar im Laufe des NRP-Förderzeitraums gestiegen, es kann jedoch nicht abschliessend beurteilt werden, ob dieser Effekt direkt auf die Unterstützung durch NRP-Mittel zurückzuführen ist.
- Gemäss Projektträger haben sich die wirtschaftlichen Perspektiven der Region verbessert
- Die folgenden Unterabschnitte beziehen sich aus diesem Grund auf das Gesamtprojekt «Sbrinz-Route» und nicht auf das NRP-Projekt.

Umsatzvolumen Gesamtprojekt

- Der Förderverein generiert einen Umsatz von bis zu 100'000 CHF
- Geschätzte weitere Ausgaben der Besucher in der Region: mehr als 1 Mio. CHF

Direktes Umsatzvolumen Förderverein

Der Förderverein selbst generiert mit dem Verkauf von Büchern, Filmen und Lernmaterialien sowie der Organisation der Säumerfeste und Säumerwochen einen Umsatz von bis zu ca. 100'000 CHF.

Umsatzvolumen durch Besucherausgaben

Gemäss einer Schätzung¹¹ des Fördervereins geben die Besucher im Rahmen der Säumerfeste und Säumerwochen mehr als 1 Mio. CHF pro Jahr in der Region aus für:

- Gastronomie
- Einkäufe (regionale Produkte) an Marktständen
- Übernachtung und Transportleistungen

Arbeitsplätze Gesamtprojekt

- 3 Angestellte im Förderverein. Einsatz von weiteren Personen (meist ehrenamtlich)
- Dank der Ausgaben der Besucher in der Region können bestehende Arbeitsplätze gesichert oder evtl. neue geschaffen werden (Potenzial: 6 Vollzeitstellen)
- Durch den Bezug von Vorleistungen und dem Konsum aus den zusätzlichen Einkommen werden weitere Arbeitsplätze geschaffen oder bleiben erhalten (bis zu 3 Vollzeitstellen)
- Insgesamt führt das Projekt Sbrinz-Route zur Schaffung oder Erhaltung von rund 9 Vollzeitstellen in der Region

Direkter Beschäftigungseffekt

Der Förderverein «Sbrinz-Route» betreibt eine Geschäftsstelle mit 3 Arbeitsplätzen. Im Projekt arbeiten zusätzlich 4 weitere Personen mit. Der grösste Anteil wird in Freiwilligenarbeit bzw. als Eigenleistung erbracht.

Beschäftigungseffekt durch Ausgaben der Besucher

Die Besucher der Sbrinz-Route generieren durch ihre Ausgaben (geschätzt mehr als 1 Mio. CHF) in den Sommermonaten temporär den Auslastungsgrad der Mitarbeitenden insbesondere in der Gastronomie und im Handel und leisten damit einen Beitrag zur Arbeitsplatzhaltung in der Region. Bei einem Umsatz in dieser Grössenordnung handelt es sich um einen direkten Beschäftigungseffekt von ca. 600 Stellenprozent.

Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt

Die Ausgaben der Besucher sowie die vom Förderverein veranlassten und ausgeführten Arbeiten führen zum Bezug von Vorleistungen und zum Konsum aus zusätzlichem Arbeitseinkommen. Dadurch ergibt sich ein Potenzial für weitere Arbeitsplätze. Mittels eines regionalen Beschäftigungsmultiplikators kann ein Potenzial von bis zu 3 weiteren Vollzeitstellen in der Region grob geschätzt werden.

**Wertschöpfung
Gesamtprojekt**

- Die Säumeraktivitäten rund um die Sbrinz-Route generieren in der Region eine Wertschöpfung von bis zu 750'000 CHF

Zusätzliche regionale Wertschöpfung

Die Sbrinz-Route ist grösstenteils realisiert und jährlich werden mehr Besucher erwartet. Aufgrund der Säumeraktivitäten auf der Sbrinz-Route kann eine Steigerung der regionalen Wertschöpfung um bis zu 750'000 CHF erwartet werden (direkter, indirekter und induzierter Effekt).

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Vielfältige weitere Auswirkungen auf die Region

Weitere Auswirkungen z.B.:

- Belebung des Dorf- und Vereinslebens z.B. in Stansstad und Kerns
- Am jährlich stattfindenden Säumerfest werden jeweils Stände durch Anbieter von lokalen Produkten aufgestellt.
- Positive Reaktionen der Bevölkerung und der lokalen Unternehmen
- Schaffung von Rahmenbedingungen für eine integrierte, kantonsübergreifende Wertschöpfungskette
- Aufbau und Förderung von Strukturen im regionalen Tourismus
- Werbewirkung des Projekts für die Region
- Auch im italienischen Formazza löst das Projekt positive Impulse aus und stoppt die Abwanderung.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Matthias Amacher / matthias.amacher@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Förderverein Sbrinz Route
Einbezogene Personen	Josef K. Scheuber / Leiter Geschäftsstelle / info@sbrinz-route.ch Philipp Zumbühl / Wirtschaftsförderung Kanton NW / philipp.zumbuehl@nw.ch Werner Grossniklaus / Präsident Förderverein Sbrinz-Route / wg@ricom.ch
Zeitraumen	Mai–Oktober 2012

¹¹ Hochrechnung auf Basis der Buchungszahlen und ergänzend geschätzt auf Basis von Rückmeldungen.

Projekt «Seetal – erlebnis, genuss, kultur»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Aargau (Finanzierung) und Luzern
Projektträger	Seetaltourismus (Kt. AG, Lead)
Beginn des Förderprojekts	2008
Ende des Förderprojekts	2011
NRP-Finanzierung	260'000 CHF über 4 Jahre (nur für dieses NRP-Projekt)
Projektkosten	Förderfähige Projekt-Gesamtkosten 2008–2011: 395'000 CHF Zusätzlich zu den NRP-Mitteln: – Eigenmittel: 106'000 CHF – Beiträge Dritter: 30'000 CHF
Inhalt Gesamtprojekt	Gesamthaft geht es darum, den Tourismus im Seetal aufzuwerten und auszubauen. Dafür wurden bislang in der Region drei NRP-Projekte durchgeführt: 1.) Seetal – erlebnis, genuss, kultur (hier betrachtetes und gleichzeitig mit Abstand grösstes Projekt) 2.) Aufbau der Organisation Seetaltourismus (2010/11) 3.) Bewerbung des Bed-&-Breakfast-Angebots in der Region (2011) → Die Bemühungen zum weiteren Ausbau des Tourismus werden durch Seetaltourismus fortgeführt werden.
Inhalt NRP-Projekt	Das NRP-Projekt «Seetal – erlebnis, genuss, kultur» hatte zum Ziel, das bestehende touristische Angebot im Seetal zu koordinieren, aufzuarbeiten und zu präsentieren. In Form von Pauschalen (z.B. Oper, Taxitransport, Nachtessen & Übernachtung) und neuen Produkten sollte auch Frisches und Innovatives auf den Markt gebracht werden. Die Bekanntheit der Region als Ausflugs- und Erlebnisziel sollte mittelfristig klar gesteigert werden. Gäste sollen durch attraktive Pauschalangebote mit Übernachtungen und Aktivitäten länger in der Region bleiben. → Das NRP-Projekt ist seit Ende 2011 abgeschlossen.

Projektaufbau und -umsetzung

- Anstoss: Tourismus zukünftig besser oder gar nicht mehr fördern
- Aufbau durch ein kleines, interdisziplinäres, lokal verankertes Team

- Vor 2008: Tourismusverein sehr klein, wenig Impact (Jahresbudget von 20–30'000 CHF)
- Stimmung im Vorstand: Budget und Wirkung deutlich erhöhen oder Bemühungen einstellen.
- Erstes Projekt: «Kulinarium»: Versuch, die Restaurants der Region zu vernetzen (mässig erfolgreich)
- NRP hat neue Möglichkeiten eröffnet, das Projekt auszubauen: nicht nur Restaurants, sondern alle touristischen Anbieter.
- Im Rahmen der Projekteingabe wurden 30 Leistungsträger angeschrieben; 20 wollten sich mit 1'000 CHF pro Jahr beteiligen (Hotels, Schloss Lenzburg, Vergnügungspark): das war der Startschuss.
- Ohne NRP-Gelder hätte sich der Verein wahrscheinlich aufgelöst.
- Das Kernteam umfasste 5 Personen mit diversen Fachkenntnissen, z.B. Busbetrieb, Grafiker, Hotelier; ausserdem wurde ein Dozent der Tourismusfachschule als externer Berater hinzugezogen.
- Die Kommunikation mit der lokalen Bevölkerung lief vor allem über breite Medienarbeit.
- Die Bevölkerung nimmt den Aufschwung im Tourismus mehrheitlich positiv wahr.

Betriebsphase

Angebot

- Verschiedene Angebote und Marketingmassnahmen

Neu geschaffene Angebote und Marketingmassnahmen:

- Entwicklung von **Pauschalangeboten** mit Übernachtung (Ziel: Kunden länger in der Region halten)
- **Schulreiseflyer** (mit Pauschalangeboten)
- **Gästekarte**: Vergünstigungen mittels Gutscheinheft für Gäste in einem jährlich wachsenden Verbund von Hotels und weiteren touristischen Anbietern (wichtigstes Projekt)
- Aufbau der **Website** von Seetaltourismus sowie einer Imagebroschüre zur gemeinsamen Vermarktung
- Besuch von **Messen**
- Entwicklung und Vermarktung **regionaler Produkte**: Abstimmung mit anderem Projekt (durch BLW gefördert) als grosse Herausforderung

Nutzung / Auslastung

- Im 2011 Anstieg bei Logiernächten und Besuchern

Aus dem Jahr 2011, dem ersten vollen Jahr mit Gästekarte, sind folgende Zahlen bekannt (Vergleich zu 2010):

- Logiernächte: Steigerung der Logiernächte in den 7 an der Gästekarte beteiligten Hotels um 10,8%
Allerdings: Jan.–Mai 2012: Steigerung im Vergleich zur gleichen Periode 2010 um 6,5%, aber unter den Werten 2011.
- Schiffahrt: Zunahme Gästezahlen um 9,4%
- Freizeitpark Schongiland: Zunahme der Individualbesucherzahlen um 1,5%
- 4 Schlösser: Insg. Zunahme der Besucherzahlen um 2,2 %

Wichtig:

- Der Anstieg kann nicht allein dem NRP-Projekt zugerechnet werden. Der Tourismus ist durch eine Vielzahl von Faktoren beeinflusst!
- Aber dennoch: Der Kanton Aargau (inkl. Seetal) verzeichnete zwar einen Anstieg der Logiernächte, aber um deutlich tiefere 1,6%. Die Gesamtschweiz verzeichnete im Jahr 2011 gar einen Rückgang der Logiernächte von 2% gegenüber 2010.¹²
2012: Bereits jetzt klarer Anstieg bei der Anzahl der verkauften Pauschalangebote zu beobachten: bis Mitte Jahr über 130 Pauschalangebote verkauft.

Finanzierung

- Hoteliers bezahlen 1 CHF pro Person und Übernachtung

- Jeder an der Gästekarte beteiligte Betrieb tritt pro Person und Übernachtung 1 CHF an Seetal Tourismus ab, dies entsprach im 2011 rund 30'000 CHF.
- Darüber können die weiteren Projektentwicklungskosten der Gästekarte getragen werden.
- Für die Finanzierung der weiteren Aktivitäten sollen der Kanton und die Gemeinden gewonnen werden.

Auswirkungen

Neue Unternehmen

- Unternehmensaufbau v.a. als Folge des Erstprojekts

Neue Unternehmen in folgenden Umfang:

- Büro von Lenzburg Seetal Tourismus: 3 Personen, 230 Stellenprozent (teilfinanziert über öffentliche Hand)
- Als Folge des Erstprojekts: 12 neue Anbieter alternativer Schlafmöglichkeiten in der Region (Bed & Breakfast) → Konzept wurde in einem NRP-Folgeprojekt ausgearbeitet!

Umsatzvolumen und Export

- 7 Hotels und 3 touristische Anbieter: knapp 700'000 CHF Mehrumsatz im 2011

Das Umsatzwachstum im 2011 (erstes volles Jahr mit Gästekarte) im Vgl. zum Jahr 2010 wurde für 7 Hotels und 6 touristische Anbieter, für die Besucherzahlen vorliegen, mittels Annahmen grob geschätzt:

- Zusätzlicher Umsatz aus Übernachtungen: 290'000 CHF
- Zusätzlicher Umsatz aus Tagesausgaben der Übernachtungsgäste: 290'000 CHF¹³
- Zusätzlicher Umsatz Schiffahrt: 120'000 CHF
- Zusätzlicher Umsatz Vergnügungspark Schongiland: 9'000

¹² Vgl. Beherbergungsstatistik Kanton Aargau, Stand Juli 2012. Sowie STV (2012): Schweizer Tourismus in Zahlen 2011. S.18.

¹³ Es wurde mit 100 CHF an zusätzlichen Ausgaben pro Person und Übernachtungsgast gerechnet. Dies beinhaltet Ausgaben für Mittagessen, Nachtessen, Getränke und Snacks, Transport, weitere Eintritte; Annahme gemäss Schätzungen der Urner Kantonalbank zu Tagesausgaben im Tourismusresort Andermatt.

	<p>CHF</p> <ul style="list-style-type: none"> – Zusätzlicher Umsatz 4 Schlösser: 21'000 CHF – Gesamt: rund 725'000 CHF – Da die wichtigsten Umsatztreiber die Übernachtungen und Tagesausgaben der Übernachtungsgäste sind, ist ein Grossteil des Mehrumsatzes ein «Export» aus der näheren Region. <p>Wichtig:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Der Mehrumsatz 2011 wurde nicht unbedingt vom NRP-Projekt ausgelöst; viele Faktoren beeinflussen den Tourismus! – Es ist ein Aggregat von 13 grösseren an der Gästekarte beteiligten Anbietern, nicht der Mehrumsatz des Tourismus im Seetal!
<p>Wertschöpfung</p> <ul style="list-style-type: none"> – Geschätzte zusätzliche Wertschöpfung von rund 360'000 CHF 	<p>Direkter Wertschöpfungseffekt:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Die Branchenverflechtungen in der Hotellerie- und Gastronomie legen nahe, dass rund 50% des oben geschätzten zusätzlich ausgelösten Umsatzes Vorleistungsbezüge sind.¹⁴ – Die zusätzlich generierte Wertschöpfung entspricht damit ebenfalls rund 50% des für 2011 geschätzten Mehrumsatzes, also rund 360'000 CHF. – Durch den Bezug von Vorleistungen und den Konsum aus zusätzlichen Löhnen wird weitere Wertschöpfung in der Region geschaffen (indirekter und induzierter Effekt).
<p>Arbeitsplätze</p> <ul style="list-style-type: none"> – Für das Umsatzwachstum 2011 brauchte es rund 500 bis 600 zusätzliche Stellenprozent 	<p>Aus den oben geschätzten Umsatz- und Wertschöpfungszahlen lässt sich auch der direkte Beschäftigungseffekt abschätzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Die geschätzte zusätzliche generierte Wertschöpfung entspricht rund 5–6 Vollzeitstellen. – Es wurden nicht unbedingt neue Arbeitsplätze geschaffen; evtl. wurde das Stellenpensum der Belegschaft ausgeweitet. – Der Bezug von Vorleistungen und der Konsum aus den zusätzlichen Löhnen haben einen weiteren Arbeitsplatzeffekt.
<p>Weitere Auswirkungen des Projekts</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aufbruchsstimmung im Tourismus im Tal und den umliegenden Gemeinden 	<ul style="list-style-type: none"> – Das Projekt hat im Tal eine Aufbruchsstimmung geschaffen, die auch im restlichen Kanton wahrgenommen wird. – Die lokalen Akteure sind durch das NRP-Projekt besser vernetzt und arbeiten stärker zusammen. – Durch die Vermarktung über eine Gesamtorganisation ist es voraussichtlich wieder interessanter für die touristischen Anbieter zu investieren. – Der Tourismus besitzt noch ein grosses Wachstumspotenzial in der Region: Die Nachbarregionen wollen sich mit der Region Seetal für die Vermarktung touristischer Angebote zusammenschliessen oder haben dies bereits getan. – Als Folge mehrerer NRP-Projekte in der Region: es wird jetzt auch stärker überkantonal kooperiert: Kt. AG und LU.

¹⁴ Vgl. BFS: Input-Output-Tabelle 2008.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Sarah Werner / sarah.werner@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Lenzburg Seetal Tourismus
Einbezogene Personen	– René Bossard / Präsident Seetal Tourismus / r.bossard@eurobus.ch – Fabienne Vollenweider / Tourismusfachfrau Seetal Tourismus / fabienne.vollenweider@lenzburg.ch – Oliver Bachmann / NRP-Verantwortlicher Kanton Aargau / oliver.bachmann@ag.ch
Projekt-Website	www.seetalтуризм.ch
Zeitraumen	Juni–August 2012

Projekt « Souvenirs du futur »

Le projet en bref	
Canton	Canton de Vaud (VD)
Début du soutien	Le soutien a fait l'objet d'une décision du département de l'économie VD datée du 9 juin 2011.
Fin du soutien	Dernière tranche de la subvention versée en 2013.
Aides financières	<p>Aide financière à fonds perdus de 425'000.–, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Part fédérale au titre de la NPR : 155'000.– – Part cantonale au titre de la LADE¹⁵ : 270'000.– <p>Autres sources de financement : Loterie Romande, Fondation Ernst Göhner, Fondation Casino Barrière Montreux, Association pour le Développement du Nord Vaudois (ADNV), Région Yverdon-les-Bains – Jura Lac, Association des Amis de la Maison d'Ailleurs (AMDA), Pour-cent culturel Migros, une quinzaine de partenaires économiques, soutiens privés, etc.</p> <p>Les coûts de fonctionnement de la Maison d'Ailleurs sont pris en charge par la ville d'Yverdon-les-Bains. La ville met à disposition gratuitement les locaux et les fonds documentaires nécessaires à la réalisation des expositions.</p>
Coûts du projet	Le coût total du projet est budgété à 1'1'00'000.–.
Contenu du projet	<p>Le projet consiste à créer une exposition permanente appelée « Souvenirs du Futur » à la « Maison d'Ailleurs », musée de la science-fiction, de l'utopie et des voyages extraordinaires à Yverdon-les-Bains.</p> <p>Initialement, le musée comptait une seule exposition permanente, dans son « Espace Jules Verne » (histoire des précurseurs la science-fiction jusqu'au XIX^e siècle). La nouvelle exposition permanente « Souvenirs du Futur » est dédiée à l'histoire de la science-fiction aux XX^e et XXI^e siècles. Elle permet notamment de mettre en valeur les fonds documentaires et les collections du musée. Elle complète l'offre tout en proposant un lien dynamique avec les expositions temporaires montées au musée, année après année.</p> <p>La fondation de la « Maison d'Ailleurs », à but non lucratif, est unique au monde, car elle poursuit une double vocation de musée grand public et de centre de recherche et de documentation.</p>
Contenu promu au titre de la NPR	Le soutien NPR (et LADE) a été accordé par le canton de VD sur préavis de Région Yverdon-les-Bains (Association pour le Développement du Nord Vaudois, ADNV). Fondamentalement, le soutien a été accordé pour développer un projet économique, qui combine des aspects touristiques et technologiques. D'une part, la Maison d'Ailleurs constitue pour le Nord Vaudois un site de différenciation stratégique, qui permet de renforcer le profil de l'offre touristique de la région (centre thermal, centre de congrès, offre culturelle, activités de plein air). D'autre part, le projet participe au positionnement du tissu industriel et technologique local.

¹⁵ Loi du 12 juin 2007 sur l'appui au développement économique (LADE).

Phase de construction du projet

Montage du projet

- Concept global défini par le directeur de l'institution
- Soutien NPR déterminant
- Des partenaires spécialisés participent à l'affinement du concept et à son opérationnalisation

- Le concept général de l'exposition permanente « Souvenirs du Futur » a été élaboré par le directeur de la « Maison d'Ailleurs ». Le concept met notamment l'accent sur l'originalité, le dynamisme, la cohérence, l'interactivité et la pluridisciplinarité.
- Le soutien financier NPR a été déterminant dans le processus de développement du projet.
- La direction du musée a piloté la réalisation du projet. Différents partenaires ont été mandatés pour apporter leur soutien dans la conception du projet dans les domaines de la scénographie, du graphisme, de l'édition, du webmastering, de l'interactivité.

Phase opérationnelle

Communication

- Utilisation de nombreux canaux de communication
- Une large couverture médiatique
- Vernissage

Afin d'optimiser la visibilité de la « nouvelle » Maison d'Ailleurs, les canaux de communication ont été diversifiés :

- Supports papier (cartons d'invitation, flyers, affiches)
- Campagne d'affichage nationale
- Newsletter, utilisation active des réseaux sociaux
- Communiqués de presse

Très large couverture médiatique de février à avril 2013 :

- 31 articles dans la presse écrite
- 30 articles sur des médias web
- 9 émissions radio
- 6 émissions TV

Le vernissage de l'exposition a eu lieu en mars 2013. 1'000 personnes ont été recensées lors de cet événement.

De plus, les canaux de communication des sept offices du tourisme de la Région d'Yverdon-les-Bains ont largement été sollicités (sites internet, newsletters, fichiers VIP, visites guidées, fichiers média, forfaits communs et campagne publicitaire...).

Activités

- Développement de l'activité de La Maison d'Ailleurs
- Nouveau dispositif muséal

- La nouvelle exposition permanente permettra de garder le musée ouvert toute l'année, alors qu'il devait fermer 2-3 mois par année lorsque les expositions temporaires étaient en préparation.
- Toutes les salles ont été repensées à neuf ; le visuel et la signalétique ont été modernisés ; la scénographie a été mise en phase avec la thématique ; la cage d'ascenseur esthétiquement adaptée, etc. De manière générale, le projet a permis de créer une « matrice d'expositions », permettant non seulement une valorisation optimale des pièces de collection, mais aussi une simplification/accélération considérable des travaux lors des changements d'expositions temporaires (tous les 6 mois dorénavant).

- Publications
- Nouveau site internet
- Concours vidéo
- Médiation culturelle
- Relations avec les Universités et Hautes écoles
- Relations avec les institutions de recherche, technologiques
- Relations avec les acteurs économiques
- Relations avec les acteurs touristiques

- Publications d'un catalogue des collections et d'un catalogue de l'exposition temporaire.
- Refonte complète du site Internet www.ailleurs.ch, avec notamment l'apport de fonctionnalités inédites (boutique en ligne, espace pro).
- Organisation d'un concours international de *new media art*. Etudiants, artistes, amateurs, professionnels ont été invités à s'exprimer sur la question du futur sous forme d'une séquence vidéo de trois minutes.
- A terme, développement de la médiation culturelle, en particulier pour les familles et le jeune public.
- De manière générale, volonté de développer des relations entre le monde artistique et culturel, et les mondes des sciences humaines, de la technologie, de l'économie, du tourisme, de la formation, etc.
- Différents projets de partenariats avec plusieurs institutions de formation, telles que l'UNIL, l'EPFL, l'ECAL, l'HEIG-VD : création d'espaces d'exposition dans ces institutions et sollicitation des étudiants à participer aux expositions montées au musée, réalisation de performances et d'événements des étudiants, projets de master, etc.
- Développement de partenariats avec des entreprises technologiques sur la base de certains produits novateurs.
- Développement de partenariats avec les acteurs touristiques locaux (hôtels par exemple), tels que des offres combinées.
- Développement de partenariats avec les acteurs commerciaux.
- Développement d'événements hors murs : festivals, collaborations avec les acteurs culturels locaux, etc.

Utilisation et effets

Développement de la fréquentation du musée et de l'offre touristique en général

- Augmentation de la fréquentation du musée (13'000 visiteurs en 2011 ; 15'000 en 2012 ; objectif de 17'000-20'000 visiteurs à partir de 2014).
- Amélioration de la qualité de l'offre (médiation culturelle, événements, etc.) et du positionnement touristique de la région. La Maison d'Ailleurs, ouverte toute l'année, devient un site incontournable lors d'un séjour dans la Région d'Yverdon-les-Bains.

Contribution au rayonnement des institutions technologiques

- Le projet, de par ses liens avec la culture technologique, participe au positionnement de la ville d'Yverdon-les-Bains en matière d'ingénierie et de technologie.
- Développements de complémentarités et de collaborations avec le technopôle Y-Parc et avec l'école d'ingénieurs (HEIG-VD).

Augmentation de la visibilité de la ville d'Y-I-B dans le monde de la formation

- Les collaborations envisagées avec les universités et hautes écoles (UNIL, EPFL, ECAL, etc.) doivent contribuer à l'augmentation de la visibilité de la ville d'Yverdon-les-Bains auprès d'un public de chercheurs et d'étudiants, et de la mise sur pied de projets novateurs.

Complémentarités avec l'industrie locale

- Développement de complémentarités entre les industries locales et la Maison d'Ailleurs, par le biais de certains partenariats autour des expositions organisées au musée.
- Partenariats publics-privés : sponsoring privé afin de mettre en scène des produits technologiques locaux (marketing de produit).

Impact

Chiffre d'affaires et exportations

- Augmentation de l'activité touristique

L'impact du projet sur l'activité touristique est difficile à isoler d'un résultat global. Dans l'ensemble le nombre de nuitées de la Région d'Yverdon-les-Bains n'a pas diminué entre 2011 et 2012, alors que les nuitées cantonales ont baissé de 4,2% (-2% sur le plan national).

En se basant sur les estimations de l'étude Rütter¹⁶ (les dépenses moyennes d'un excursionniste se situent entre 30.- et 60.-), on peut évaluer l'impact des 2'000 visiteurs supplémentaires à environ 90'000.- pour une première année.

En général, augmentation du chiffre d'affaires de la branche touristique de la région (restauration, loisirs et hôtellerie notamment).

Autres effets

- Notoriété du tissu technologique locale

- Amélioration de la notoriété des institutions et des entreprises technologiques locales.

Informations sur l'analyse réalisée

Type	Analyse des effets d'un projet récemment mis en œuvre
Conduite de l'analyse	Frédéric Quiquerez / frederic.quiquerez@regio Suisse.ch
Porteur de projet	Fondation de la Maison d'Ailleurs
Personnes ressources	Entretien avec Dr Marc Atallah / Directeur de la Maison d'Ailleurs / Maître d'enseignement et de recherche UNIL / matallah@ailleurs.ch / www.ailleurs.ch Consultation de Mme Dominique Faesch / directrice régionale du tourisme Yverdon-les-Bains Région Jura/Lac / ADN Consultation de Mme Véronique Martrou / responsable NPR / service de la promotion économique et du commerce VD (SPECo)
Calendrier de réalisation	Juillet-août 2012. Actualisé en mai 2013.

¹⁶ Rütter+Partner (2004) : L'importance du tourisme pour l'économie vaudoise.

Projekt «Suissessesences»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Bern
Region	Oberaargau
Beginn des Förderprojekts	Juli 2010
Ende des Förderprojekts	Ende 2012
Unterstützung Finanzierung	Maximal 260'000 CHF (A-fonds-perdu-Beitrag; je 50% von Kanton Bern und Bund)
Projektkosten	365'000 CHF
Gesamtprojekt	Suissessesences – eine Genossenschaft bestehend aus Landwirten – produziert im Oberaargau natürliche Kosmetikrohstoffe und stellt daraus Pflegeprodukte her.
NRP-Projekt	Ziele des NRP-Projektes sind: <ul style="list-style-type: none"> – Zulassung und Verkauf der Produkte im nahen Ausland (EU) – Entwicklung von zwei neuen Produkten – Etablieren der Produktelinie als Nischenprodukt auf dem Markt – Aufrechterhalten von Landwirtschaftsbetrieben mit Hilfe des Nischenproduktes – Anbieten von Führungen über Natur- und Körperpflegeprodukte

Projektaufbau und -umsetzung

Aufbau

- Aufbau einer Genossenschaft bestehend aus 10 Personen
- Eigenes Kapital von 70'000 CHF

- Die Idee zur Herstellung von ätherischen Ölen aus Schweizer Kräutern und deren Weiterverarbeitung zu Cremes wurde im Jahr 2004 geboren. Daraus entstand eine Genossenschaft bestehend aus 9 Bauern und einer doktorierten Biologin, die sich mit je 7'000 CHF an der Genossenschaft beteiligten.
- Für die Weiterentwicklung des Produktsortiments sowie für die Zulassung der Produkte in der EU fehlten die finanziellen Mittel. So wurde beschlossen, NRP-Fördermittel zu beantragen.
- Für die Eingabe des NRP-Projektes wurde ein Businessplan erstellt.
- Von der Bevölkerung und von anderen Unternehmen und Bauern aus der Region kommen grösstenteils positive Rückmeldungen zum Projekt. Die Förderung der Verwendung natürlicher Ressourcen ist Teil der Strategie des Kantons Bern.

Umsetzung

- EU-Dossier umgesetzt
- Kontakt mit möglichen Wiederverkäufern in Deutschland
- Raumspray lanciert
- Weitere Produkte in Pipeline
- Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren

- Das EU-Dossier wurde umgesetzt. Die Produkte von Suissessesences können nun auch in die EU exportiert werden.
- Kontakte mit möglichen Vertriebspartnern in Deutschland wurden geknüpft.
- Das Raumspray wurde lanciert.
- Weitere neue Produkte sind in der Pipeline.
- Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Wädenswil, Bike-Tec, Ricola und regionalen Betrieben

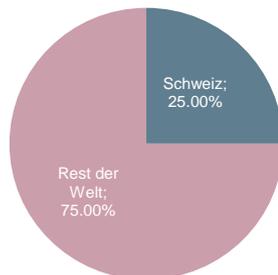
Betriebsphase

Angebot / Nutzung

- Ein neues Produkt wurde lanciert
- Ein weiteres ist in der letzten Phase der Produktentwicklung
- Vertrieb über Online-Shop

- Wie vorgesehen wurde das Produkt «Raumspray» lanciert.
- Die ursprünglich geplante Gesichtsscreme erwies sich nicht als marktaugliches Produkt. Aus diesem Grund wurde beim beco eine Änderung des Projektes beantragt und gutgeheissen.
- Die Produkte sind für den Verkauf in der EU zugelassen.
- Suissessences verfügt über einen Online-Shop für den Vertrieb der Produkte.

Exportorientierung



- Suissessences verkaufte im Jahr 2010 Produkte im Wert von rund 400'000 CHF. Rund 75% davon in die EU und nach Fernost.
- Ähnliche und wachsende Werte werden für die kommenden Jahre erwartet.
- Für eine weitere Steigerung des Absatzes in der EU muss zunächst ein neuer Wiederverkäufer in Deutschland gefunden werden.
- Es konnte ein Grossauftrag von einer internationalen Hotelkette akquiriert werden. Die aktuellen Produktionskapazitäten reichen allerdings dafür noch nicht aus und müssen in Zukunft weiter ausgebaut werden.

Auswirkungen

Neu geschaffene Unternehmen

- Bisher keine Unternehmensgründungen bekannt

Im Rahmen des NRP-Projektes ist kein neues Unternehmen entstanden. Es gibt jedoch vereinzelt andere Landwirtschaftsbetriebe in der Region, die ihre Produktion von Nahrungsmitteln auf Kräuter umstellen und so die Wertschöpfung erhöhen können.

Umsatzvolumen

- Suissessences generiert einen Umsatz von 400'000 CHF pro Jahr.
- Rund 50'000 CHF durch die neu entwickelten Produkte

Direktes Umsatzvolumen Suissessences

Suissessences generiert mit dem Verkauf der Produkte insgesamt einen Umsatz von rund 400'000 CHF.

Durch die im Rahmen des NRP-Projektes neu lancierten Produkte wurde Umsatz von rund 50'000 CHF erzielt.

Direktes Umsatzvolumen übrige Ausgaben

Durch die Durchführung von Showdestillationen werden Schulklassen und andere interessierte Gruppen in die Region gezogen. Diese konsumieren allenfalls zusätzlich in der Region. Der Umfang dieser Ausgaben lässt sich jedoch nicht statistisch ermitteln.

Arbeitsplätze

- 10 Genossenschafter mit insgesamt 2,7 Vollzeitstellen
- 3 Angestellte mit gesamthaft ca. 1 Vollzeitstelle
- Durch den Bezug von Vorleistungen durch Suissessences werden weitere Arbeitsplätze geschaffen bzw. erhalten (ca. 1,4 Vollzeitstellen).
- Insgesamt führt das NRP-Projekt «Suissessences» zu rund 2,4 neuen Vollzeitstellen in der Region

Direkter Beschäftigungseffekt Suissessences

Suissessences besteht aus 10 Genossenschaftern, die zusätzlich 3 Personen (rund ein Vollzeitäquivalent) beschäftigen. Rund ein Vollzeitäquivalent wurde dabei im Rahmen des NRP-Projekts neu geschaffen.

Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt

Über den Bezug von Vorleistungen und den Konsum aus den zusätzlichen Einkommen werden weitere Arbeitsplätze in der Region geschaffen bzw. erhalten. Zu den Vorleistungen zählen die Aufträge an die Grafiker, den Webmaster, den Abfüllungsbetrieb sowie die lokale Poststelle im Umfang von rund 70'000 CHF jährlich.

Mittels eines regionalen Beschäftigungsmultiplikators kann ein Potenzial von rund 1,4 weiteren Vollzeitarbeitsstellen in der Region grob geschätzt werden.

Gesamter Beschäftigungseffekt

Insgesamt sind im Projekt rund 2,4 neue Vollzeitstellen geschaffen worden.

Wertschöpfung

- Insgesamt führt Suissessences zu einer regionalen Wertschöpfung von rund 200'000 CHF
- Die Erweiterung des Angebots und des Marktes von Suissessences generiert in der Region eine Wertschöpfung von ca. 20'000 CHF

Regionale Wertschöpfung

Suissessences schöpft momentan noch nicht das volle Potenzial aus, da noch nicht alle Märkte optimal erschlossen und die Produktionskapazitäten noch eingeschränkt sind.

Suissessences kann aber grob geschätzt eine regionale Wertschöpfung von rund 200'000 CHF generieren. Auf die neuen Produkte und die Erweiterung des Absatzmarktes sind dabei rund 20'000 CHF an Wertschöpfung zurückzuführen.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Weitere Auswirkungen für Bevölkerung und Region

Tätigkeiten von Suissessences führen zu weiteren Auswirkungen in der Region:

- Imagepflege für die Landwirtschaft
- Förderung von Innovation und des Genossenschaftsgedankens in der Landwirtschaft
- Mitgestaltung des Landschaftsbildes durch Kräuterfelder
- Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Region

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ

Begleitende Wirkungsmessung

Durchführung

Matthias Amacher / matthias.amacher@regiosuisse.ch

Projekträgerschaft

Genossenschaft Suissessences

Einbezogene Personen

Roland Friedli / Projektleiter Suissessences / info@suissessences.ch

Daniel Wüthrich / beco Berner Wirtschaft / Tourismus und Regionalentwicklung TouReg / Mitglied der Geschäftsleitung / daniel.wuethrich@vol.be.ch

Zeitraumen

Juni–September 2012

1.1 Projekt «Wellbeing & Health Resort Appenzellerland»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Appenzell Ausserrhoden
Beginn des Förderprojekts	April 2010
Ende des Förderprojekts	Ende 2012
Unterstützung Finanzierung	240'000 CHF je 50% Kanton und Bund (à fonds perdu) Nicht bezogen: Zinsloses Darlehen von 80'000 CHF (Bund) und Zinskostenbeitrag von 14'000 CHF (Kanton)
Projektkosten	320'000 CHF (je 50% Eigenleistungen bzw. Drittleistungen)
Inhalt Gesamtprojekt	Der Kanton Appenzell Ausserrhoden hat sich zum Ziel gesetzt, die Zahl der Logiernächte bis 2018 um rund 150'000 zu steigern. Das Projekt «Wellbeing & Health Resort Appenzellerland» hat zum Ziel, im Kanton Appenzell ein neues 4*-Hotel zu errichten und so die Zahl der Logiernächte zu steigern.
Inhalt NRP-Projekt	Mit dem NRP-Projekt werden die Vorarbeiten und Vorabklärungen für ein Viersterne-Wellness-Resort im Appenzellerland geleistet, sodass das Projekt investorentauglich präsentiert werden kann. Insbesondere werden eine Standortevaluation, ein Angebotskonzept für das Hotel inkl. Businessplan und eine Architektur-Grobstudie erstellt sowie erste Abklärungen zur Finanzierung und Umsetzung des Hotels getroffen.

Projektaufbau und -umsetzung

Aufbau

- Aufbau durch ein kleines Team von 4 Personen
- Ziele des Projekts decken sich mit den Zielen der Tourismusstrategie des Kantons Appenzell Ausserrhoden

- Die Idee entstand im Jahr 2009 aus der Feststellung, dass im Appenzellerland gute Hotels mit einem naturnahen Angebot, wie sie beispielsweise im benachbarten Österreich häufig anzutreffen sind, fehlen.
- Die Idee wurde mit den künftigen Partnern weiterentwickelt und konkretisiert.
- Dem Projektteam kam entgegen, dass der Kanton Appenzell Ausserrhoden gleichzeitig eine neue Tourismusstrategie erarbeitet hatte. Diese sieht als Ziel die Steigerung der Logiernächte im Kanton um 150'000 vor (bis 2018).
- Das Projektteam wurde nach einer Präsentation bei der zuständigen Regierungsrätin ermutigt, einen NRP-Projektantrag einzureichen.

Umsetzung

- Standortevaluation durchgeführt
- Drei geeignete Standorte gefunden
- Für jeden Standort wurde eine Architektur-Grobstudie erstellt
- Hochwertige Dokumentation
- Öffentlichkeitsarbeit
- Weiterführen des Projekts auf privater Basis
- Investorensuche durch IG

- In einer Standortevaluation wurden die Gemeinden des Kantons eingeladen, geeignete Standorte zu melden.
- Insgesamt konnten drei geeignete Standorte aufgezeigt und vertieft analysiert werden. Dabei wurde der Projektträger durch die betreffenden Gemeinden direkt finanziell unterstützt.
- Es entstand für jeden Standort eine Architektur-Grobstudie und es wurden die Grundlagen für eine Nutzungs- und Zonenplanänderung geschaffen.
- Für potenzielle Investoren wurde die hochwertige Broschüre «Ein nachhaltiges Investment» sowie eine Zusammenfassung für jeden der drei Standorte erstellt.
- Es wurde viel Öffentlichkeitsarbeit betrieben.
- Das Projekt wird nach Auslaufen der Finanzierung durch Kanton und Bund (Ende 2012) auf privater Basis weitergeführt. Die Investorensuche erfolgt durch die IG «Wellbeing & Health

<p>auf eigene Kosten</p>	<p>Resort Appenzellerland» auf eigene Kosten.</p>
<p>Finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> – NRP-Beiträge – Eigenleistungen des Projektteams – Beitrag der Standortgemeinden für vertiefte Studie 	<ul style="list-style-type: none"> – Neben der Finanzierung mit NRP-Beiträgen wurden viele Stunden in Eigenleistung erbracht (ca. 50% des Budgets). – Vorgesehen war die vertiefte Analyse eines möglichen Standortes. Dank der Unterstützung durch die drei in Frage kommenden Gemeinden Trogen, Waldstatt und Gais (mit je 50'000 CHF) konnte die Analyse auf drei Standorte ausgeweitet werden.
<p>Betriebsphase</p>	
<p>Angebot / Nutzung</p> <ul style="list-style-type: none"> – Rund 100 Hotelzimmer mit 150 Betten geplant – Potenzial für 35'000 Logiernächte pro Jahr im 4-Sterne-Segment – Kooperation mit regionalen Gesundheitsanbietern 	<p>Erwartungen zu Angebot und Nutzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mit den rund 100 Zimmern und 150 Betten des Hotels können gemäss Businessplan rund 35'000 Logiernächte pro Jahr generiert werden. – Dies bedeutet eine Steigerung um rund 15–20% im Kanton Appenzell Ausserrhoden. – Kooperationen mit Gesundheitsanbietern aus der Region werden angestrebt.
<p>Exportorientierung</p> <ul style="list-style-type: none"> – Rund 35% ausländische Gäste erwartet – Rund 65% der Gäste werden aus der Schweiz erwartet 	<ul style="list-style-type: none"> – Rund 35% der Gäste werden aus dem Ausland erwartet. – Rund 65% werden aus der Schweiz erwartet: Davon stammt ein Grossteil von ausserhalb des Kantons Appenzell Ausserrhoden. Zusätzlich werden Tagesgäste aus der Nachbarschaft erwartet.
<p>Auswirkungen</p>	
<p>Neu gegründete Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> – Im Zuge des NRP-Projekts ist kein neues Unternehmen gegründet worden 	<ul style="list-style-type: none"> – Bisher ist kein neues Unternehmen entstanden. – Bei Realisierung des Hotels entsteht mindestens ein neues Unternehmen. Ob dies tatsächlich geschehen wird, kann heute noch nicht beurteilt werden, da noch kein Investor gefunden wurde.

Auswirkungen des NRP-Projekts (i.e.S)

- Kontakte zu Gemeindevertretern gepflegt
- Standortevaluation auf andere Projekte anwendbar
- Ermöglicht fundierte Investitionsentscheidung
- Risikoreduktion für potenziellen Investor
- Diskussionsanstoss

- Es wurden Kontakte zu den Gemeindevertretern hergestellt und gepflegt.
- Die geschaffenen Grundlagen sind von guter Qualität.
- Die Dokumente können auch bei der Standortsuche für andere Projekte herangezogen werden.
- Die Dokumentation erlaubt eine fundierte Investitionsentscheidung eines privaten Investors und reduziert dessen Risiken.
- Gleichzeitig konnten die verbleibenden Risiken (z.B. Volksabstimmung bei Umzonung von Landwirtschaftszone in Bauzone) aufgezeigt werden.
- Die drei möglichen Standortgemeinden haben sich mit dem Beitrag von je 50'000 CHF für die vertiefte Analyse ebenfalls für das Resort ausgesprochen.
- Mit dem Projekt konnte ausserdem die Diskussion um die Situation der Ausserrhoder Tourismusbranche angestossen werden.

Investitionen Gesamtprojekt

- Investitionsvolumen: rund 40 Mio. CHF für das Hotel

- Für die Realisierung des Hotels sind Investitionen von rund 40 Mio. CHF erforderlich.
- Ein Grossteil dieser Investitionen soll gemäss Konzept in die regionale Wirtschaft fliessen. Rund 80% des verwendeten Holzes sollen aus lokaler Produktion stammen.
- Investitionen in dieser Höhe schaffen temporär Arbeitsplätze und (über den Bezug von Vorleistungen) zusätzliche Ausgaben in der Region. Insbesondere die regionale Holzwirtschaft und die Baubranche würden vom Projekt profitieren.

Umsatzvolumen Gesamtprojekt

- Das Hotel bezieht Vorleistungen im Umfang von rund 3-4 Mio. CHF pro Jahr
- Geschätzte weitere Ausgaben der Besucher: 6,5 Mio. CHF

Direktes Umsatzvolumen Resort

Wenn das Hotel gebaut und betrieben wird, generiert es einen geschätzten jährlichen Umsatz von rund 10-13 Mio. CHF (Schätzung SGH Hotelkredit). Demgemäss werden dabei jährlich Vorleistungen im Wert von rund 3-4 Mio. CHF bezogen. Diese sollen primär aus der regionalen Wirtschaft bezogen werden. Auch lokale Anbieter wie z.B. Metzgereien oder Bäckereien könnten davon profitieren.

Direktes Umsatzvolumen Ausgaben der Besucher

Die zusätzlichen Ausgaben der Besucher innerhalb und ausserhalb des Hotels (geschätzte rund 6,5 Mio. CHF) schaffen ein Potenzial für zusätzliche Arbeitsplätze in der regionalen und lokalen Wirtschaft. Da der Kanton Appenzell Ausserrhoden relativ klein ist, dürfte ein grosser Anteil der Besucherausgaben (ausserhalb des Hotels) in anderen Kantonen getätigt werden.

**Arbeitsplätze
Gesamtprojekt**

- 90 Vollzeitstellen allein im Resort vorgesehen
- Durch den Bezug von Vorleistungen und den Konsum aus den zusätzlichen Einkommen werden weitere Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten (ca. 45 Vollzeitstellen)
- Dank der Ausgaben der Besucher in der Region können bestehende Arbeitsplätze mindestens gesichert werden (rund 20 Vollzeitstellen)
- Insgesamt wird beim Bau des Resorts ein Potenzial von rund 155 Vollzeitstellen in der Region geschaffen

Direkter Beschäftigungseffekt Resort

Für den Betrieb des Hotels in der vorgesehenen Grössenordnung könnten rund 90 Vollzeitstellen in der Gastronomie/Hotellerie geschaffen werden.

Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt Resort

Durch den Bezug von Vorleistungen und den Konsum aus zusätzlichen Löhnen können weitere Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten werden. Das Potenzial hierzu beträgt rund 45 Vollzeitstellen.

Gesamter Beschäftigungseffekt durch Ausgaben der Besucher

Die Ausgaben der Hotelbesucherinnen und -besucher führen in der lokalen Wirtschaft zu einer stärkeren Auslastung der Mitarbeitenden, können aber auch zur Schaffung neuer Stellen führen. Hierin besteht ein Potenzial zur Schaffung oder zum Erhalt von rund 20 Vollzeitstellen.

Gesamter Beschäftigungseffekt

Insgesamt können bei einer Realisierung des Wellbeing & Health Resorts Appenzellerland rund 155 Vollzeitstellen in der Region geschaffen bzw. erhalten werden.

**Wertschöpfung
Gesamtprojekt**

- Das Resort hat das Potenzial, eine zusätzliche regionale Wertschöpfung von ca. 16 Mio. CHF auszulösen
- Schätzungen im Rahmen des Projekts weisen auf eine direkte Wertschöpfung von rund 20 Mio. CHF hin

Zusätzliche regionale Wertschöpfung

Das Wellbeing & Health Resort Appenzellerland kann bei einer erfolgreichen Realisierung im erweiterten Raum Appenzell Ausserrhoden eine Wertschöpfung von rund 16 Mio. CHF generieren (direkter, indirekter und induzierter Effekt, Schätzung regionuisse). Eine Schätzung der SGH Hotelkredit beziffert die direkte Wertschöpfung auf 20 Mio. CHF pro Jahr.

Dafür ist allerdings eine gute Auslastung des Hotels notwendig.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Weitere Auswirkungen für Bevölkerung und regionale Unternehmen

Bei Realisierung des Hotels sind folgende weitere Effekte zu erwarten:

- Durch den Einbezug von Kliniken in der Region kann das Gesundheitsangebot sichergestellt und erweitert werden.
- Unterstützung der regionalen Holzwirtschaft durch Bezug der Materialien von lokalen Unternehmen (Bau und Unterhalt)
- Anreiz zu Investitionen in der lokalen Wirtschaft (Bäcker, Metzger) und Steigerung der Angebotsqualität für die lokale Bevölkerung bei Realisierung des Hotels
- Leuchtturmprojekt für die touristische Vermarktung der Region

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-post-Wirkungsmessung
Durchführung	Matthias Amacher, matthias.amacher@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	IG Wellbeing & Health Resort Appenzellerland
Einbezogene Personen	Andreas Felder / Geschäftsführer / andreas.felder@rembrand.ch Karin Jung / Amt für Wirtschaft Kanton Appenzell Ausserrhoden / karin.jung@ar.ch
Zeitraumen	Juni–August 2012

Projekt «WTT Pullcoaching (Kanton Schwyz)»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	<ul style="list-style-type: none"> – Es handelt sich um ein interkantonales Projekt der Kantone LU, GL, NW, OW, UR, und SZ (im Folgenden: «Gesamtprojekt») – Im Fokus der Wirkungsmessung steht das Projekt «WTT Pullcoaching» im Kanton Schwyz
Projektträger	Technologiezentrum Schwyz und Technologiezentrum Linth
Beginn des Förderprojekts	Gesamtprojekt: 2008 Kanton Schwyz: 2010
Ende des Förderprojekts	2011
NRP-Finanzierung	Gesamtprojekt: 1,5 Mio. CHF Kanton Schwyz: 320'000 CHF
Projektkosten	Entsprechen der NRP-Finanzierung
Inhalt Gesamtprojekt und Teilprojekt Kanton Schwyz	<p>Beim <u>Gesamtprojekt «WTT Pullcoaching»</u> handelt es sich um ein interkantonales Programm zur Förderung der Innovationstätigkeit der kleinen und mittelgrossen Unternehmen (KMU). Ziel ist, die KMU rasch und unbürokratisch an neue Technologien, aktuelles Wissen und optimierte Geschäftsprozesse heranzuführen. Die interessierten Unternehmen erhalten eine kostenlose Begleitung durch sogenannte WTT-Pullcoaches bei der Entwicklung einer innovativen Geschäftsidee oder bei der Vermittlung von Wissen, Technologien und Kooperationen. Jeder Kanton hat das Projekt selbst umgesetzt, mit jeweils eigenen lokalen Coaches.</p> <p>Der <u>Kanton Schwyz</u> beteiligt sich seit Sommer 2010 an dem Projekt. Es wird durch zwei Coaches umgesetzt, die den zwei Technologiezentren angegliedert sind.</p> <p>→ Das Projekt der ersten NRP-Phase (2008–2011) wurde per Ende 2011 abgeschlossen. Das Projekt wird in der Programmperiode 2012–2015 unter dem neuen Namen «Innovationscoach» weitergeführt.</p>

Projektaufbau und -umsetzung

Projektgründung und -aufbau

- Interkantonales Projekt
- Kt. Schwyz seit 2010 eigenes Projekt mit 2 Coaches

Gesamtprojekt

- Die Projektidee wurde im Regionalentwicklungsverband Rigi-Mythen und dem InnovationsTransfer Zentralschweiz (ITZ) geboren.
- Schon vor Einführung der NRP wurden durch diese Organisationen Unternehmengespräche organisiert, INTERREG-Projekte durchgeführt, und Pull-Coaching mit Kaltakquise betrieben. Mit der Ausschreibung für Projekteingaben im Rahmen der NRP hat man sich überlegt, was man für die regionalen Unternehmen tun könnte.
- Idee: Bei den Unternehmen ansetzen, die ihr Innovationspotenzial nur schwer allein ausschöpfen können, und sie bei der Umsetzung von Innovationsprojekten fördern.
- Der Kanton Luzern hat den Lead in diesem interkantonalen Projekt übernommen.

Kanton Schwyz

- Die Projektleitung des ITZ hat das Projekt im Kanton Schwyz vorgestellt.
- Daraufhin wurde das Gesamtkonzept auf die lokalen Gegebenheiten angepasst und leicht umstrukturiert.
- Beim Projektaufbau waren verschiedene kantonale Verantwortliche und die zwei WTT-Pullcoaches beteiligt.
- 2009 wurde ein erster Pilot im Kanton Schwyz durchgeführt.
- Die zwei Technologiezentren (Projekträger) bieten einen guten Zugang zu den Unternehmen. Das Projekt wurde zudem über verschiedene Kommunikationsmassnahmen beworben (Zeitungsartikel, Veranstaltungen, Bekanntmachungen über Handels- und Industrieverein und Gewerbeverband).
- Am wichtigsten bei der Akquise der Firmen ist aber das persönliche Netzwerk der Coaches.

Betriebsphase Kanton Schwyz

Angebot und Nutzung

- Vielfältiges Angebot
- In rund 1,5 Jahren Projektlaufzeit über 224 Unternehmen angesprochen
- In 34 Fällen kam es zur Entwicklung konkreter Projekte

Die WTT-Pullcoaches bieten **folgende Angebote** an:

- Projektmanagement / Koordination eines Innovationsprojekts
- Vernetzung, z.B. mit Anbietern anverwandter Technologien, FH
- Marktanalysen
- Marketing / Vermarktung
- Austauschveranstaltungen (z.B. Unternehmerinnen und Unternehmer können andere Unternehmen in der Region besuchen)
- Teilweise: Hilfe bei der Suche nach Finanzierungsmöglichkeiten für das Projekt

Die Coaches helfen, ein strukturiertes Vorgehen zu entwickeln, um bestehende Ideen in Umsatz umzuwandeln. Die Unternehmen kennen sich zwar in ihrem Umfeld sehr gut aus, haben aber teilweise Hemmungen auf potenzielle Partner wie z.B. Fachhochschulen zuzugehen. Ausserdem fehlt vielen KMU die Zeit, ihre Projektideen selbst gut aufzugleisen.

Das **Vorgehen** der Coaches gemäss Leistungsvereinbarung:

1. Direktansprache der Firmen
2. Besuch, Bedarfsanalyse, Nachbearbeitung
3. Ausarbeitung Projektidee, erste Projektanalyse
4. Vertiefte Analyse; Projektentwicklung
5. Beratung bei Entwicklung und Fertigstellung des Produkts inkl. Partnersuche aus Hochschule und Wirtschaft

Von den Projekten, die im 2010 und 2011 initiiert wurden, sind folgende **Gesamtzahlen** bekannt (Summe beider Coaches):

1. 224 Firmen wurden kontaktiert, zumeist über Cold Calls
2. 134 Firmen wurden persönlich besucht
3. Mit 50 Firmen wurde eine Projektidee besprochen oder eine erste Projektanalyse durchgeführt
4. 34 Firmen wurden in der Projektentwicklung beraten
5. 14 Firmen konnten bei der Entwicklung und Fertigstellung des Produkts begleitet werden

Wichtige Erkenntnisse aus der Praxis:

- WTT geht über Köpfe. Der regionale Bezug der Coaches und

	<p>ihr Netzwerk sind sehr wichtig. Die Unternehmerinnen und Unternehmer müssen ihnen vertrauen können.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Die Coaches müssen die Sprache der Unternehmer finden und aufzeigen, mit was man ihnen konkret hilft. Die Hemmschwelle zur Teilnahme sollte möglichst tief sein. – Eine überbetriebliche Förderung ist sinnvoll, bringt aber viele Herausforderungen mit sich: Teiler Investitionskosten, geistiges Eigentum, Gesellschaftsform und Regeln der Zusammenarbeit. Überbetriebliche Projekte brauchen mehr Zeit in der Projektentwicklung und -begleitung und es besteht ein grösseres Risiko zum Projektabbruch. – Die überkantonale Vernetzung von Firmen hat sich als schwierig herausgestellt.
<p>Finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> – Finanzierung der Coaching-Leistungen über die NRP 	<ul style="list-style-type: none"> – Die Coaching-Leistungen werden über die NRP mitfinanziert. Die Koordination aller Zentralschweizer Pull-Coaches übernimmt das ITZ. Die Zentralschweizer Kantone finanzieren im Rahmen des Fachhochschulkonkordats den Grundauftrag des ITZ (Sensibilisierung, Beratung, Koordination und Vermittlung von WTT-Dienstleistungen und Projekten) Konkrete Entwicklungsprojekte zahlen die Firmen selbst, evtl. mit anderen Unterstützungsleistungen (z.B. Innovationsschecks). – Die Coaches können die Firmen bei der Suche von Finanzierungsmöglichkeiten unterstützen.
<p>Förderung Unternehmertum</p> <ul style="list-style-type: none"> – Anstoss, Unterstützung, Vernetzung 	<p>Mit dem Projekt wird das regionale Unternehmertum auf verschiedene Art und Weise gefördert:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Die Unternehmerinnen und Unternehmer werden darin unterstützt, «schlummernde» Ideen in die Tat umzusetzen. – Sie erhalten Unterstützung in Bereichen, die nicht zu ihrer Kernexpertise gehören (z.B. Marktanalysen, Vermarktung). – Sie werden mit den relevanten Hochschulen und anderen Unternehmen im Netzwerk der Coaches vernetzt.

Auswirkungen

<p>Investitionsvolumen / Umsatzvolumen</p> <ul style="list-style-type: none"> – Von 4 Projekten ist das Investitionsvolumen bekannt: insgesamt über 1 Mio. CHF – Weitere Investitionen in Millionenhöhe sind geplant 	<p>Da das Projekt erst im Sommer 2010 begonnen hat, liegen bis anhin wenige Zahlen vor. Teilweise ist von den Projekten das Investitionsvolumen bekannt bzw. kann grob geschätzt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> – In ein Projekt, bei dem es um Energiegewinnung in der Hausfassade geht, wurden über einen Innovationsscheck der KTI bereits 300'000 CHF investiert. Weitere Investitionen in der Höhe von 1. Mio CHF sind geplant. – Bei einem Designprojekt einer Möbelfabrik wurden schätzungsweise bereits rund 200'000–300'000 CHF durch die Firma investiert. – Bei der Entwicklung einer neuen Fassadenverkleidung erteilte ein Unternehmen einen direkten Forschungsauftrag in der Höhe von 15–20'000 CHF. – In einem überbetrieblichen Projekt mit 5 Firmen im Bereich erneuerbare Energie wurden bis anhin 220'000 CHF investiert (rund 70% davon durch die beteiligten Unternehmen). – In einem Projekt im Bereich Bergungs- und Sicherheitssysteme (Seilbahnen) wurden im Rahmen eines KTI-Projekts 300'000 CHF investiert. In diesem Projekt wurde auch das zusätzliche Umsatzpotenzial geschätzt: rund 3 Mio. CHF.
---	---

Arbeitsplätze

- Insgesamt bereits jetzt Schaffung von rund 20 neuen Arbeitsplätzen durch Innovationsprojekte, die von den Pullcoaches angestossen bzw. begleitet wurden
- Potenzial für die Schaffung rund 15 weiterer Stellen
- Erhalt von 4 Arbeitsplätzen

Direkter Beschäftigungseffekt

Direkt geschaffene / erhaltene Arbeitsplätze:

- In einem Projekt zum Thema Solarpanels wurden 5 neue Arbeitsplätze geschaffen. Es besteht ein Potenzial für die Schaffung von 2–3 weiteren Stellen.
- Durch ein Design-Projekt einer Möbelfabrik wurden rund 4 Arbeitsplätze erhalten.
- In einem Projekt im Bereich Bergungs- und Sicherheitstechnik wurden in einer ersten Phase bereits 2 neue Arbeitsplätze geschaffen. Mittelfristig, d.h. in rund 5 Jahren besteht das Potenzial für die Schaffung weiterer 5–8 Arbeitsplätze.
- Durch ein Innovationsprojekt im Bereich Kommunikation für Bahnen wurden bis anhin 8 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen. Die Firma plant jetzt auch in der Region zu bauen.
- Durch ein Projekt im Bereich Flachglasreparatur mit Robotern wurden bis anhin 4–5 zusätzliche Arbeitsplätze realisiert.
- In einem Projekt, in dem Verkaufsautomaten für grosse Gewichte entwickelt werden (z.B. für den Landwirtschaftsbereich sollen zukünftig 2–3 neue Arbeitsplätze geschaffen werden).
- Ein Start-up, das in einem Innovationsprojekt den Bau autarker Energiesysteme vorantreibt, beschäftigt momentan 3 Entwicklungsingenieure auf Mandatsbasis.

Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt

Durch den Bezug von Vorleistungen der Firmen im Kanton Schwyz entsteht weitere Wertschöpfung. Auch diese Wertschöpfung hat einen Effekt auf den Erhalt bzw. die Schaffung neuer Arbeitsplätze im Kanton.

Weitere Auswirkungen des Projekts

- Spin-offs und überkantonale Zusammenarbeit

- Es gibt verschiedentlich Spin-offs: Projekte, bei denen nur wenige Stunden aufgewendet werden müssen, um die richtigen Kontakte herzustellen und die dann durch die Partner erfolgreich umgesetzt werden.
- Durch das interkantonale Projekt konnte die Zusammenarbeit zwischen den Kantonen und das gemeinsame Wissen im Bereich Innovationsförderung und Coaching gestärkt werden.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Durchführung	Sarah Werner / sarah.werner@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Technologiezentren Linth und Schwyz
Einbezogene Personen	<ul style="list-style-type: none"> – Andreas Weber / Coach Regionen Rigi-Mythen und Einsiedeln – Peter Höpli / Coach Regionen Höfe und March – Willy Küchler / Koordinator Interkantonales Projekt «WTT Pullcoaching» – Alexander Carisch / NRP-Verantwortlicher Kanton Schwyz – Tilman Holke / NRP-Verantwortlicher Kanton Luzern (Leadkanton WTT Pullcoaching)
Projekt-Website	www.tzsz.ch/innovationscoaching.html
Zeitraumen	Juli–Dezember 2012 (Ergänzungen per Mai 2013)