

Wirkungsbericht zur Standort Promotion in Obwalden

vom 8. Juli 2008

Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren Kantonsräte

Wir unterbreiten Ihnen den Wirkungsbericht zur Standort Promotion in Obwalden mit dem Antrag auf zustimmende Kenntnisnahme.

Sarnen, 8. Juli 2008

Im Namen des Regierungsrats

Landammann: Niklaus Bleiker
Landschreiber: Urs Wallimann

1. Auftrag

Mit Beschluss vom 1. Dezember 2005 bewilligte der Kantonsrat für die Jahre 2006 bis 2010 einen jährlichen Kredit von Fr. 200 000.– für das Kantonsmarketing. Gemäss Ziff. 3 dieses Berichts ist nach zwei Jahren der Erfolg zu überprüfen und dem Kantonsrat ein Zwischenbericht über die Tätigkeiten zu erstatten. Mit Beschluss vom 25. April 2008 hat der Kantonsrat den Kredit um Fr. 50 000.– auf jährlich Fr. 250 000.– für die Jahre 2008 bis 2010 erhöht. Bereits mit dieser Vorlage wurde eine erste Zwischenbilanz unterbreitet. Zudem überschneidet sich das Geschäft mit dem Wirkungsbericht des Regierungsrats zu den steuerlichen Massnahmen, zum Standortmarketing und zur Richtplanung vom 1. April 2008, der vom Kantonsrat am 29. Mai 2008 zur Kenntnis genommen wurde. Aufgrund der zeitlichen Vorgaben (rechtzeitiges Zurverfügungstellen der finanziellen Mittel für die Standort Promotion in Obwalden sowie Vorgabe zur Erstellung eines Wirkungsberichts zu den steuerlichen Massnahmen) und den Erfordernissen des Kantonsratsbeschlusses vom 1. Dezember 2005 liess es sich nicht vermeiden, kurz hintereinander zum gleichen Thema einen weiteren Bericht vorzulegen. Es ist vorgesehen, ab 2009 in den Wirkungsbericht über die steuerlichen Massnahmen auch denjenigen über die Standort Promotion und über den Stand der Richtplanung zu integrieren. So erhalten Sie in Zukunft in einem Bericht eine gute Übersicht über die wichtigsten, strategierelevanten Projekte des Regierungsrats.

2. Grundlage

Der Kantonsratsbeschluss über einen Kredit für das Kantonsmarketing vom 1. Dezember 2005 verlangte, dass die bestehenden Wirtschaftsförderungsmaßnahmen im Kanton aufeinander abgestimmt werden und Dritte im massgebenden Umfang Beiträge leisten. Diese Abstimmung konnte mit den kantonalen Stellen, den Gemeinden und andern im Kanton tätigen Organisationen erreicht werden. Wie im Bericht des Regierungsrats zu einem Nachtrag zum Kantonsratsbeschluss über einen Kredit für das Kantonsmarketing vom 18. März 2008 dargelegt ist, wurde auch die Mitfinanzierung durch Dritte in massgebendem Umfang umgesetzt. Die Kantonsbeiträge machen in der Zwischenzeit weniger als die Hälfte aus.

Gestützt auf Ziff. 3 des Kantonsratsbeschlusses vom 1. Dezember 2005 wurde das Kantonsmarketing dem Verein Standort Promotion in Obwalden übertragen. Dazu wurde im Oktober 2006 eine Leistungsvereinbarung abgeschlossen. Danach nimmt die Standort Promotion in Obwalden die Aufgabe des Kantonsmarketings innerhalb der strategischen Stossrichtung des Regierungsrats selbstständig für den Kanton Obwalden wahr. Dies umfasst insbesondere zwei Aufgabenschwerpunkte: Die Standortpromotion und die Begleitung von Ansiedlungen. Als Aufgaben der Standortpromotion wurden insbesondere vereinbart:

- Das Durchführen von Marketingmassnahmen für den Standort Obwalden und zur Förderung von Zuzügen von Privatpersonen und Unternehmen;
- den Aufbau eines Netzes von wichtigen Absatzmittlern;
- das Aufbauen und Pflegen eines Netzwerks in Form eines Beirats als Türöffner;
- die Betreuung eines öffentlich zugänglichen Baulandkatasters für Wohn- und Industrieland;
- das Durchführen von Veranstaltungen und Teilnahme an Messen und Investorenmeetings;
- das Aufbauen von persönlichen Kontakten zu Medien und einzelnen Journalisten sowie
- das Bereitstellen von geeigneten Instrumenten wie Dokumentationen und Adresskarten.

Für die Ansiedlung wurde insbesondere das gezielte Ansprechen von einkommens- und vermögensstarken Privatpersonen und Unternehmen sowie das Führen einer Anlauf- und Informationsstelle im Sinne eines One-Stop-Shop vereinbart. Zur ebenfalls erwähnten Aufgabe Standortentwicklung gehört der Einsatz für eine gezielte Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Kanton sowie das Fördern und Unterstützen von Einzonungsverfahren und andern raumplanerischen Massnahmen im Sinne des Wirtschaftsstandorts Obwalden. Entsprechend dem Kantonsratsbeschluss sind die Bereiche Bildung, Kultur und Tourismus dabei einzubeziehen.

Zur Kontrolle der Zielerreichung sind in einem Anhang zur Leistungsvereinbarung die Erfolgsindikatoren festgehalten. Für 2007 lag das Ziel bei 200 Neueintragungen von juristischen Personen im Handelsregister, zusätzliche Steuererträge aus Zuzügen von Privatpersonen, die über ein steuerbares Einkommen von mehr als Fr. 150 000.– verfügen, in einem Gesamtumfang von einer Million Franken und 20 Kontakte für die Bestandespflege. Für 2008 wurden diese Indikatoren hinaufgesetzt auf 250 Neueintragungen und Steuererträge aus Zuzügen von Privatpersonen von insgesamt 1,25 Millionen Franken. Diese Vorgaben wurden gemäss der Beilage weit übertroffen und sollten bei weiterem gleichbleibenden Verlauf auch 2008 erfüllt werden können.

3. Erfolgreicher Start

Nach der Gründung der Standort Promotion in Obwalden am 12. Juni 2006 als Nachfolgeorganisation des Vereins Wirtschaftsförderung Obwalden war das Jahr 2006 dem Aufbau gewidmet. Aufgrund der Diskussionen um die Steuergesetzänderungen auf den 1. Januar 2006 gab es schon in dieser Zeit sehr viele Anfragen von Interessierten zu bearbeiten. Dies erfolgte durch das Volkswirtschaftsdepartement in Zusammenarbeit mit der Steuerverwaltung und durch das Teilzeitmandat der Wirtschaftsförderung.

Die Ende 2006 eingerichtete Geschäftsstelle beschäftigt neben dem Geschäftsführer eine Assistentin. Seit Juni 2008 ist die Assistenz auf 140 Stellenprozente ausgebaut. Die Geschäftsstelle wickelt das Tagesgeschäft professionell ab, beantwortet Anfragen mit dem Ziel, eine Antwort innerhalb von 24 Stunden zu geben, trifft Abklärungen und ist erste Ansprechstelle bei Ansiedlungen von Unternehmen und Zuzügen von Privatpersonen. Die Standort Promotion ist eingebunden in ein schweizerisches und regionales Netzwerk. Für die Standortwerbung für die Schweiz war bisher das SECO zuständig. Es warb im Ausland unter dem Titel „Standort: Schweiz“. Diese Tätigkeit geht nun auf die schweizeri-

sche Aussenhandelsorganisation Osec über. Auf regionaler Basis treffen sich die Wirtschaftsförderer der Zentralschweiz regelmässig. Der Geschäftsführer vertritt die Organisation sodann an lokalen, regionalen und auch internationalen Anlässen. Dabei werden im Kanton stattfindende Ereignisse wie das Weltcupspringen in Engelberg, die Europacup-Skirennen auf Melchsee-Frutt oder das Volkskulturfest OBWALD als attraktive Gelegenheiten für die Kontaktpflege genutzt. Die Standort Promotion ist aber auch bei grösseren nationalen Anlässen, die im Kanton durchgeführt wurden, wie Parteiversammlungen oder kantonalen Veranstaltungen des Gewerbeverbandes und Gewerbeapéros sichtbar vertreten.

Mit einem elektronischen Newsletter werden rund 1 300 Adressen erreicht und damit regelmässig über Neuigkeiten aus dem Kanton Obwalden informiert. Spontane Rückmeldungen zeigen, dass dieser auch gelesen wird. Mit gezielten Inseraten wird für den Standort Obwalden geworben. Der Immobilienkataster, d.h. die Übersicht über die unüberbauten, aber eingezonten Wohn- sowie Industrie- und Gewerbeflächen umfasst 580 Parzellen. Er ist im Internet-Auftritt der Standort Promotion elektronisch aufgeschaltet und wird laufend aktualisiert. Er enthält alle für die Interessenten notwendigen Informationen wie Zonenzuordnung, Besitzer usw. Dies ermöglicht es, schnell und gezielt eine Übersicht über das vorhandene Bauland zu erhalten.

Ein Faltprospekt mit Informationen und einer Karte von Obwalden bringt die wesentlichen Vorzüge unseres Kantons in Kurzform zum Tragen. Eine Imagebroschüre mit Statements von wichtigen Personen aus dem Kanton und deren Verbindung zu Obwalden ist in Vorbereitung. Sie soll im Besonderen bei Auftritten im Ausland die zahlreichen „weichen Faktoren“ des Kantons Obwalden aufzeigen. „Give-aways“ wie Schlüsselanhänger usw. erinnern an den Standort Obwalden. Die Teilnahme von Obwalden als Gastkanton am Stadtlauf in Luzern wurde durch die Standort Promotion in Obwalden genutzt, auf sympathische Art und Weise auf sich aufmerksam zu machen. Im Besonderen fanden die „freschen“ Obwaldner-T-Shirts sowohl bei den Teilnehmenden als auch den Zuschauern grosse Beachtung.

Mit der Teilnahme an Seminarien der Standortwerbung Schweiz, aber auch auf Einladung von lokalen Vertretungen im Ausland mit Treffen von Absatzmittlern können Interessierten die Vorzüge von Obwalden bekannt gemacht werden. Dabei werden jeweils wichtige Verbindungen geknüpft. Allein 2007 stand die Standort Promotion mit über 150 Interessierten im Kontakt. Daraus entstanden mehr als 130 persönliche Besuche.

Ein aus bekannten Persönlichkeiten nicht nur aus dem Kanton Obwalden zusammengesetzter Beirat sorgt einerseits dafür, dass die Arbeit auch mit einer gewissen „Aussensicht“ betrachtet wird. Die Mitglieder haben sich andererseits auch bereit erklärt, ihre Netzwerke für den Standort Obwalden zu nutzen.

4. Erfolgsmessung schwierig

Die Hauptaufgabe der Standort Promotion in Obwalden ist es, zuziehungswillige Personen und Unternehmen zu gewinnen und Einwohner zum Bleiben zu bewegen. Welche Faktoren schlussendlich zu einem Zuzug oder Verbleiben führen, ist im Einzelfall kaum zu bestimmen. Die gesamten Rahmenbedingungen wie Schulen, intakte Umwelt, öffentlicher Verkehr usw. sind entscheidend. Die gute Zusammenarbeit mit der Steuerverwaltung und die herausragenden steuerlichen Verhältnisse helfen mit, Interessierte von einer Wohnsitz- oder Firmensitznahme im Kanton Obwalden zu überzeugen.

Weil die individuelle Nachverfolgung der Kontakte und deren Auswirkungen nicht erfassbar sind, ohne den Datenschutz und das Steuergeheimnis zu verletzen, kann nicht ermittelt werden, wer schlussendlich für Zuzüge verantwortlich ist (Standort Promotion, Steuerverwaltung, Volkswirtschaftsdepartement, Mittler). Für die Ermittlung werden deshalb die Zahlen als Ganzes zur Beurteilung des Erfolgs beigezogen werden.

Die beigelegte Statistik über die Handelsregistereinträge zeigt das nach wie vor hohe Interesse an juristischen Personen am Kanton auf. Obwalden führt gemäss „Bilanz“ seit neun Quartalen das Kantonsranking der Firmengründungen unangefochten an. Die Entwicklung der Bevölkerungszahl ist überdurchschnittlich. Das Ergebnis der Steuererträge hat die erste Investition für die steuerlichen Massnahmen bereits wieder wettgemacht (vgl. Wirkungsbericht des Regierungsrats zu den steuerlichen Massnahmen, zum Standortmarketing und zur Richtplanung vom 1. April 2008).

Bis heute wird darauf verzichtet, die Entwicklung der Arbeitskräfte im Kanton eigens zu erheben. Deshalb muss man sich auf die alle drei bis fünf Jahre stattfindende Betriebszählung abstützen. Die nächste Zählung steht im Herbst 2008 an, sodass die Entwicklung mit der Veröffentlichung der Zahlen im Verlauf von 2009 besser festgestellt werden kann. Hinweise gibt aber die Entwicklung der im Kanton ansässigen Unternehmen, die ihren Personalbestand im Kanton ausbauen. Sicher hat auch die zur Zeit gute konjunkturelle Entwicklung zum Ergebnis beigetragen. Es darf festgestellt werden, dass die zwei grössten, neu angesiedelten Betriebe bereits je 30 Arbeitsplätze geschaffen haben.

5. Die Herausforderungen bleiben

Der Standortwettbewerb unter den Kantonen und auf internationaler Ebene findet statt und ist dynamischer und noch härter geworden. Dabei spielen die Steuern eine wesentliche Rolle. Der Kanton Obwalden kann vom erworbenen Ruf und den guten steuerlichen Verhältnissen profitieren. Als überschaubare Region ist es schwierig in einem internationalen Konzert wahrgenommen zu werden. Eine Spitzenposition im internationalen Vergleich fördert die Wahrnehmung immens. Das durften wir in den letzten beiden Jahren erfahren. Es ist zwingend, hier – wie bei den juristischen Personen vorhanden – eine USP (unique selling proposition – Alleinstellungsmerkmal) zu haben und eine ständige aktive Präsenz zu zeigen. Die gute Ausgangslage muss deshalb immer wieder und am richtigen Ort bekannt gemacht werden. Das bedeutet, dass die Bemühungen in direktem Kontakt, bei den Absatzmittlern und weiteren Kontaktpersonen noch zu verstärken sind, wohlwissend, dass Obwalden eine überschaubare Region ist und bleiben soll. Zu beachten ist auch, dass es auch ein Potenzial bei den expandierenden Schweizer Unternehmen oder umzugswilligen natürlichen Personen gibt, die neue Stand- oder Wohnorte suchen. Dabei ist der vereinbarte Kodex unter den Volkswirtschaftsdirektoren mit Verzicht auf eine aktive Abwerbung zwingend einzuhalten.

Noch erhebliches Potenzial besteht in der medienwirksamen Vermarktung von neu zugezogenen Unternehmen wie auch von Aktivitäten der Standort Promotion. Sofern die Unternehmen ihre Zustimmung geben, müssen Erfolge medienmässig „verkauft“ werden. Wenn solche positiven Ergebnisse auch medienwirksam werden, wird die Bevölkerung darüber informiert, welche Aufgaben die Standort Promotion in Obwalden leistet und welche Erfolge sie vorweisen kann. Andererseits wird Wert auf die strikte Einhaltung des Persönlichkeits- und Datenschutzes gelegt. Diskretion soll weiterhin ein Markenzeichen des Kantons sein und ist über die medienmässige Vermarktung zu stellen.

Die grösste Schwierigkeit besteht derzeit noch darin, dass für Interessierte das notwendige Bauland in der gewünschten Form angeboten werden kann. Hier gilt es, durch eine Verstärkung der Baulandverfügbarkeit und rasche Bewilligungsverfahren das Potenzial noch besser auszuschöpfen. Die vom Regierungsrat diesbezüglichen Gesetzesänderungen sind in Vernehmlassung. Nur wenn es gelingt, diese ohne grosse „Aufweichungen“ umzusetzen – auch wenn hierfür eine nicht ausschliesslich auf die einzelnen Gemeinden fokussierte Sicht zu beachten ist – wird es möglich werden, diesen ins Gewicht fallenden Punkt zu verbessern.

6. Gesamtbeurteilung

Die Standort Promotion in Obwalden hat die gesetzten Leistungsziele dank dem guten Umfeld und den ausserordentlichen Rahmenbedingungen mehr als erfüllt. Es gilt, diesen gelungenen Start nun weiterzuführen und die bestehenden Kanäle auszubauen. Damit der Starterfolg weitergeführt werden kann, braucht es den Einsatz aller Beteiligten. Das

sind einerseits die Trägerschaft der Standort Promotion, aber auch die Rahmenbedingungen und das Mitwirken der Bevölkerung. Ein erster grosser Schritt ist unternommen. Weitere müssen folgen. Es gilt gezielt und beständig am Gesamten zu arbeiten.

Beilagen:

- Übersicht über die Handelsregistereinträge 2005 bis Mai 2008
- Monatsreporting Dezember 2007 der Standort Promotion in Obwalden

Übersicht über die Handelsregistereinträge 2005 bis Mai 2008

	Bestand 1.1.05	Zugän- ge	Saldo ins- gesamt ^{*)}	Bestand 1.1.06	Zu- gänge	Saldo ins- gesamt ^{*)}	Bestand 1.1.07	Zu- gänge ^{*)}	Saldo ins- gesamt ^{*)}	Bestand 1.1.08	Zu- gänge ^{*)}	Saldo ins- gesamt ^{*)}	Bestand Mai 08
AG	765	71	36	801	235	207	1008	233	185	1193	106	83	1276
GmbH	325	52	40	365	135	124	489	161	141	630	66	54	684
Einzel	575	46	4	579	45	4	583	45	-1	582	27	11	593
Übrige	314	10	-15	299	21	7	306	28	14	320	13	10	330
Total	1979	179	65	2044	436	342	2386	467	339	2725	212	158	2883

^{*)} Neueintragungen und Sitzverlegungen

^{**)} Neueintragungen und Sitzverlegungen abzüglich Löschungen



Ansiedlungen

	Dezember	2007 kum.	2006 kum.	2007 Ziel
Interessenten IOW	21	158	111	
Persönliche Besuche	9	134	25	
Ansiedlungen* gemäss HR OW	60	467	436	200
Löschungen gemäss HR OW	15	131	91	
Saldo HR	+45	+336	+345	
Zuzüge einkommensstarker Privater	**	<i>Gemäss Steuerbehörde per Oktober 07 übertroffen</i>		10
Bestandespflege	2	38		20

* Ansiedlungen sind Neugründungen und Sitzverlegungen juristischer Personen (ohne natürliche Personen)

** Diese Information liegt jeweils erst nach Einreichen einer Steuererklärung vor

