

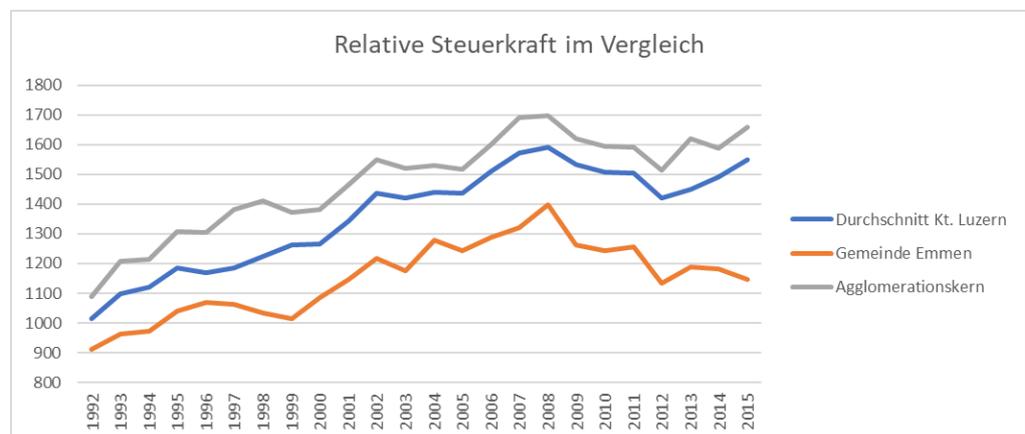


## Postulat

### 20/17 betreffend bessere Ausnützung der Emmer Standortfaktoren durch über-regionale Vernetzung

#### Ausgangslage

Die relative Steuerkraft in der Gemeinde Emmen hat sich im Vergleich zum Durchschnitt des Kantons wie zum Durchschnitt des Agglomerationskerns<sup>1</sup> deutlich schlechter entwickelt. Nachdem alle Gemeinden zwischen den Jahren 2008 und 2011 an relativer Steuerkraft verloren haben, setzte bei den Vergleichsgemeinden eine positive Entwicklung ein. Leider setzte sich der negative Trend in der Gemeinde Emmen fort.



2

Um in Emmen langfristige und nachhaltige positive Rechnungsabschlüsse generieren zu können, kann an diesem Punkt angesetzt werden. Das bedeutet, die Gemeinde Emmen soll versuchen das Wachstum der Gemeinde Emmen so zu steuern, dass sich dies positiv auf den Finanzhaushalt auswirkt. Dies kann durch Standortmanagement und damit verbunden Standortmarketing erreicht werden. Im Rahmen der Interpellation Standortmarketing Emmen (06/16) wurden einige Fragen zum Emmer Standortmarketing und dessen Erfolge für die Gemeinde beleuchtet. Netzwerke sind ein zentraler Teil der Wirtschaftsförderung (1) und ermöglichen die Ausnützung des eigenen Standortpotentials. Weiter sind Netzwerke von Wissen und Innovation eine wichtige Dimension für die Ansiedlung von Unternehmen (2). In einer detaillierten Analyse von Netzwerken der Emmer Wirtschaftsförderung ist aber aufgefallen, dass nur wenige Netzwerke von der Gemeinde Emmen aktiv genutzt werden. Netzwerke können die Standortfaktoren entweder direkt, zum Beispiel mit ansiedeln von Unternehmen, oder indirekt in der Imageverbesserung positiv beeinflussen. Neben den klassischen Wirtschaftsförderern gibt es noch weitere Netzwerke, welche die Ansiedlung von Unternehmen und Einwohner positiv beeinflussen kön-

<sup>1</sup> Die Gemeinden Emmen, Luzern, Rothenburg, Kriens, Horw, Ebikon, Meggen, Adligenswil, Buchrain und Dierikon

<sup>2</sup>Quelle der Daten (3) eigene Darstellung

nen. Der Beitritt zu Netzwerken ist im Vergleich zu einem umfassenden Standortmanagement- und Marketing Strategie mit vergleichsweise deutlich kleinerem Ressourcenaufwand verbunden. Deswegen ist es für die Gemeinde Emmen eine gute Option die finanzielle Situation durch Ausnutzung von Netzwerken zu beeinflussen. Im Folgenden beschränkt sich dieses Postulat auf Netzwerke zur Standort- und Wirtschaftsförderung und zur Innovationsförderung.

#### Faktor Standort-/Wirtschaftsförderung

Zum Beispiel gehört Emmen als eine der wenigen Gemeinden in der Schweiz keiner überregionalen Standortvermarktung an.<sup>3</sup>

- Regionaler Fokus: Wirtschaftsförderung Emmen
- Kantonaler/überregionaler Fokus: LuzernPlus
- Nationaler Fokus: Wirtschaftsförderung Luzern
- Internationaler Fokus: Wirtschaftsförderung Luzern

Ein Vergleich von einer grossräumigen Standortmarketingorganisation (als Beispiel die Greater Zurich Area) mit der Luzerner Wirtschaftsförderung.

Faktor	Greater Zurich Area (3) (4)	Wirtschaftsförderung Luzern (5) (6)
Sprachen der Website	Deutsch Englisch Italienisch Französisch Chinesisch Koreanisch	Deutsch English
Büros	Zürich San Francisco (USA) Shanghai China	Luzern
Budget	CHF 4 Millionen	CHF 2.2 Millionen
Ansiedelungen 2015	388 Arbeitsplätze	100 Arbeitsplätze

<sup>3</sup> In der Schweiz bestehen insgesamt vier Organisationen im Standortmanagement mit internationalem Fokus. Dies sind die Greater Geneva Bern Area (<http://www.ggba-switzerland.ch/de/>), Greater Zurich Area (<https://www.greaterzuricharea.com>), Basel Area (<https://www.baselarea.swiss/de/baselarea-swiss.html>) und die St. Gallen Bodensee Area (<http://www.sgba.ch/de/>). Die Kantone Luzern, Aargau, Ob- und Nidwalden, Jura und Tessin sind die einzigen Kantone die nicht vertreten sind.

Auf den ersten Blick sieht es nach einem beträchtlichen Erfolg der Wirtschaftsförderung Luzern aus. Den möchte hier auch nicht gemisst werden. Aber nicht nur die direkt geschaffenen Arbeitsplätze sind wichtig, sondern auch das Steuersubstrat und die Entwicklung von Arbeitsplätzen. Einige der von der GZA angesiedelten Unternehmen bauen ihre Arbeitsplätze konstant aus (vgl. Google in Zürich<sup>4</sup> mit mittlerweile 1'800 Arbeitsplätzen oder Biogen in Luterbach bei Solothurn mit 400 zusätzlichen Arbeitsplätzen<sup>5</sup>). Die Ansiedelungen jeder Firma brachten durchschnittlich CHF 373'000.00 an neuem Steuersubstrat (7). Die Steuerbelastung sowohl für natürliche und juristische Personen ist im Kanton Luzern vergleichsweise gering (6 S. 13). Die tiefe Belastung des Kantons Luzern ist gerade für Unternehmen aus dem Ausland besonders attraktiv (vgl. Kanton Zug). Gerade deswegen ist es unverständlich, wieso der Kanton Luzern keiner Vermarktungsplattform auf internationaler Ebene angeschlossen ist. Die lange Liste von Ansiedlungserfolgen der Greater Zurich Area (von Solothurn bis Graubünden) zeigt, dass eine solche Mitgliedschaft für die Gemeinde Emmen nur von Vorteil sein kann.

Gerade mit der verkündeten Neuausrichtung der Luzerner Wirtschaftsförderung weg von der Ansiedelung neuer Unternehmen zur Pflege der ansässigen Unternehmen<sup>6</sup>, könnte ein Beitritt zu einer überregionalen Standortmarketingorganisation der Gemeinde Emmen beträchtliche Vorteile bringen.

#### Faktor Innovationsförderung

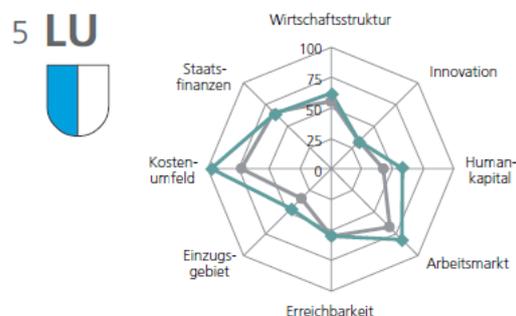


Abbildung 1 – Wettbewerbsfähigkeit der Kantone. Grün Kanton Luzern, Grau Mediankanton

Wine Studie der UBS zur Kantonalen Wettbewerbsfähigkeit zeigt klar auf, dass die Positionierung bezüglich Innovation im Kanton Luzern noch deutlich Potential nach oben hat (8). Momentan sucht der Verein Innovationspark Zentralschweiz als Partner des Nationalen Innovationsträgers «Switzerland Innovation» einen Standort für einen Innovationspark in der Region Zentralschweiz<sup>7</sup>.

Wie bereits erwähnt wurde ist Innovation ein wichtiger Faktor für die Ansiedelung von Unternehmen, da sie so direkt von der Innovation profitieren können (2). Da Innovation im Kanton Luzern verglichen mit anderen Standortfaktoren deutlich weniger gut bewertet wird, ist Innovation für die Gemeinde Emmen ein Standortmerkmal mit dem sie sich deutlich gegenüber den anderen Gemeinden des Kantons und der Region Zentralschweiz abheben könnte. Zudem ist Innovation der

<sup>4</sup> <https://www.nzz.ch/zuerich/aktuell/google-in-zuerich-von-2-zu-1800-mitarbeitern-ld.89775>

<sup>5</sup> <http://biogen-solothurn.ch>

<sup>6</sup> <http://www.luzernerzeitung.ch/nachrichten/zentralschweiz/luzern/Wirtschaftsfoerderer-schalten-einen-Gang-zurueck;art9647,753580>

<sup>7</sup> <https://www.hslu.ch/de-ch/hochschule-luzern/ueber-uns/medien/medienmitteilungen/2017/01/25/das-projekt-innovationspark-zentralschweiz-startet-mit-provisorium/>

Gemeinde Emmen nicht fremd, früher war die Viscose führend in der Produktion von Garnen. Auch andere grosse Unternehmen in Emmen wie die Ruag setzen stark auf Innovation und neue Entwicklungen.

Die momentane Standortsuche des Innovationspark Zentralschweiz ist für Emmen eine einmalige und wichtige Chance und kann die Situation der Gemeinde langfristig deutlich positiv verändern.

#### Begründung

Die Gemeinde Emmen gehört schweizweit zu einer überdurchschnittlich Attraktiven Region, wie Abbildung 3 aufzeigt (6 S. 9). Die Gemeinde Emmen ist aber nicht nur für Unternehmen attraktiv sondern auch für EinwohnerInnen (9). In gewissen Marktsegmenten ist die Wohnqualität in der Gemeinde Emmen schweizweit führend (vgl. Abbildung 2). Operationalisierte Berechnungsarten zur Standortwahl von Unternehmen (10) und Bevölkerung (11) ergeben für die Gemeinde Emmen gutes Standortpotential.

Nichtsdestotrotz konnte das grosse Standortpotential der Gemeinde Emmen nicht positiv für den Emmer Finanzhaushalt genutzt werden. Eine Strategie zur Ausnutzung von Netzwerken ist eine vergleichsweise günstige Massnahme das Emmer Standortpotential besser zu vermarkten. Mithilfe von Mitgliedschaften in Netzwerken legt die Gemeinde Emmen einen Grundstein, um die zukünftige Entwicklung der Gemeinde Emmen positiv zu beeinflussen. Eine gute Standortvermarktung benötigt zwingend eine ausgearbeitete Strategie (12 S. 9-15). Durch die externen Umstände (vor allem die Standortsuche des Innovationsparks Zentralschweiz) sind die Netzwerke als erster Schritt aber nötig. Zuerst Mitglied in Netzwerken zu werden, schliesst eine spätere Erarbeitung einer Strategie nicht aus, benötigt diese aber auch nicht zwingend. Gerade in der momentanen Lage sind die Netzwerke als erster Schritte eine vergleichsweise günstige und wirkungsvolle Massnahme, um den Emmer Finanzhaushalt langfristig und nachhaltig ins Lot zu bringen.



## Forderung

Der heutige Zeitpunkt ist für die Gemeinde Emmen ideal, es bieten sich einmalige Chancen mittels überregionalen Netzwerken das grosse Emmer Standortpotential ausnützen zu können. Wir fordern den Gemeinderat auf, Möglichkeiten aufzuzeigen, wie mittels besserer Vernetzung das grosse Standortpotential von Emmen besser ausgenutzt werden kann.

Emmenbrücke, 23. Mai 2017

Marco Huwiler  
Andreas Kappeler  
Patrick Graf  
Illya Arnet-Clark  
Brahim Aakti

## Literaturverzeichnis

1. **Böhle, Matthais.** *Methoden, Netzwerke und Steuerung der Wirtschaftsförderung.* Wiesbaden : Springer Gabler, 2017.
2. **Brökel, Tom.** *Wissens- und Innovationsgeographie in der Wirtschaftsförderung.* Wiesbaden : Springer Gabler, 2016.
3. **Greater Zurich Area.** Greater Zurich Area. [Online]  
<https://www.greaterzuricharea.com/en/> .
4. —. Geschäftsbericht 2015. [Online]  
[https://www.greaterzuricharea.com/fileadmin/PDF/Publikationen/2016\\_0322\\_GZA\\_Jahresb\\_2015\\_Web.pdf](https://www.greaterzuricharea.com/fileadmin/PDF/Publikationen/2016_0322_GZA_Jahresb_2015_Web.pdf) .
5. **Luzerner Wirtschaftsförderung.** Jahresbericht 2015. [Online]  
[http://www.luzern-business.ch/\\_\\_/frontend/handler/document.php?id=1375&type=42](http://www.luzern-business.ch/__/frontend/handler/document.php?id=1375&type=42) .
6. —. Luzernerer Wirtschaftsförderung. [Online] <http://www.luzern-business.ch/de/>.
7. **Ernst & Young.** Bericht zum Ansiedlungserfolg der GZA. [Online] 2014.  
[https://www.greaterzuricharea.com/fileadmin/PDF/Publikationen/GZA\\_\\_EY\\_Bericht\\_zum\\_Ansiedlungserfolg\\_Dezember2014.pdf](https://www.greaterzuricharea.com/fileadmin/PDF/Publikationen/GZA__EY_Bericht_zum_Ansiedlungserfolg_Dezember2014.pdf).
8. **UBS Switzerland AG.** Kantonaler Wettbewerbsindikator. [Online] 2016.  
[www.ubs.com/kantonalerwettbewerbsindikator-de](http://www.ubs.com/kantonalerwettbewerbsindikator-de).

9. **Fahländer und Partner AG.** *Wohn- und Lebensqualitäts-Index.* Zürich : s.n., 2014.
10. **Bodenmann, Balz.** *Modelle zur Standortwahl.* s.l. : ETH Zürich, 2005.
11. **Belart, Benjamin.** *Wohnstandortwahl im Grossraum Zürich - Masterarbeit.* s.l. : ETH Zürich, 2011.
12. **Lennardt, Stefan und Stakemeier, David.** *Standortmarketing in der Wirtschaftsförderung.* Wiesbaden : Springer Gabler, 2017.
13. **Credit Suisse Economic Research.** *Standortqualität 2016.* 2016.
14. **Lustast Statistik Luzern.** Lustat . [Online] <https://www.lustat.ch>.