


Der Anerkennungspreis
der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement

Preisträgerbroschüre



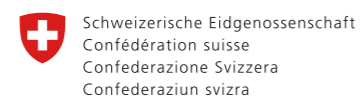
SVSM Award 2010 – Preisträgerbroschüre

- 2 — **Editorial**
Robert E. Gubler –
Hohe Hürde für
SVSM Award
- 3 — **Würdigung
der Preisträger** 
Die Preisträger 2010
- 4 — **Anerkennungspreis** 
Standortförderung
Zimmerberg-Sihltal
- 5 — **Anerkennungspreis** 
REV Rigi-Mythen
– RigiPlus
- 6 — **Preisträgerporträt** 
Visionär und Unternehmer
Bruno Marazzi
- 8 — **Bewerber**
Projekteingaben für den
SVSM Award 2010
- 10 — **Jury und ehemalige
Preisträger**
Interdisziplinär und
ausgezeichnet
- 11 — **SVSM Award 2010** 
Nächste Awardvergabe

— Medienpartnerschaft: 



— Unterstützt von:



Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Hohe Hürde für SVSM Award



Sehr geehrte Damen und Herren

— Im vierten Jahr der Awardvergabe wurden exklusiv Schweizer Projekte berücksichtigt. Die Ausgangslage für deutsche und schweizerische Organisationen für Standortförderung und –Marketing sind unterschiedlich. Unsere Schweizerische Vereinigung könnte aus Preisträger – auch wenn die Qualifikationen noch so vergleichbar gemacht würden – kaum nur deutsche Einsendungen allein oder nur die schweizerischen berücksichtigen. Es ist uns inzwischen gelungen, eine Trägerschaft für die Projekte in Deutschland zu finden. Ab 2011 können die Akteure in beiden Ländern zu gleichen Bedingungen mit eigenständigen Jurys und separaten Preisen im Wettbewerb um den begehrten Award dabei sein.

Trend 2010: Einzelprojekte

— Während bisher hauptsächlich Gesamtkonzepte und teilweise bereits eingespielte Beispiele erfolgreich umgesetzt wurden, lag der Akzent dieses Jahr auf einzelnen Marketingmassnahmen, die primär

Anerkennungsziele und weit weniger das strategische Kerngeschäft der Ansiedlung und der Bestandespflege von wichtigen Stakeholdern im Visier hatten. Die SVSM will weiterhin herausragende Leistungen im Standortmarketing würdigen – die 2010 vergebenen Anerkennungspreise werden so als Ansporn für die Ausschreibung 2011 verstanden.

Strategische Kompetenz gefordert

— Die Anforderungen im Standortmanagement, die Ansprüche an Genauigkeit in Strategie und Umsetzung werden weiter wachsen. Wie in Unternehmen werden auch in Gemeinden, regionalen Körperschaften und Kantonen bei knapper werdenden Budgets schnell die Gelder zur Wirtschafts- und Standortförderung kurzfristig gekürzt. Gerade

in schwierigen Zeiten sind aber auch im Standortmarketing Kommunikation und ausreichende Personalressourcen von grosser Bedeutung, um einen Abschwung zu entschärfen und vom nächsten Aufschwung rechtzeitig profitieren zu können.

Herzliches Dankeschön

— Die Ausschreibung des SVSM Awards wird auch in den kommenden Jahren mithelfen, hervorragende Leistungen sichtbar zu machen und bietet zudem einen wertvollen Fundus an Ideen und Möglichkeiten für alle Akteure in der Wirtschafts- und Standortförderung. Einen besonderen Dank gebührt unserem Preferred Supplier Zürcher Kantonalbank sowie dem seco, Staatssekretariat für Wirtschaft. Sie haben mit ihrer finanziellen Unterstützung die Ausschreibung, Auswertung und Publikation der eingereichten Arbeiten ermöglicht.

— September 2010,
Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement

Robert E. Gubler
Präsident

Die Preisträger 2010



— Die zentrale strategische Aufgabe der Ansiedlung oder Pflege von Steuerzahlern wurden heuer bei keinem der eingereichten Projekte direkt angesprochen. Allen Projekten gemeinsam ist auch die Feststellung, dass sie in der Planungs- und Umsetzungsphase stehen und somit noch über keine Erfolgskontrollen bzw. konkreten Erfolgsnachweise einreichen konnten.

— Die SVSM vergibt im vierten Jahr der SVSM Award-Ausschreibung Anerkennungspreise an die Projekte «Zurich Parkside» und «Rigi Plus». Die Projekte zeichnen sich durch hohe Professionalität und ein umfassendes Stakeholder-Management aus, was zeigt, wie hoch das Niveau im Standortmarketing und -management in der Schweiz mittlerweile ist. Der Fokus bei allen eingereichten Projekten liegt eher in der Profilierung oder in der Schaffung eines spezifischen Nutzens für die Standorte.

Anerkennungspreis: Standortförderung Zimmerberg-Sihltal mit «www.zurich-parkside.ch»

— Das Projekt www.zurichparkside.ch stiftet eine neue Identität für eine gesamte Region – ungeachtet der Gemeinde- und Kantons Grenzen. Das Webportal gibt als ersten Akzent der Kulturszene eine Plattform und präsentiert deren Aktivitäten mittels «Geotagging»: Die Veranstaltungsorte sind geografisch abgebildet und mit weiterführenden Informationen verlinkt. Die Jury anerkennt den

geografisch, wirtschaftlich und politisch grenzüberschreitenden Charakter und der Einbezug von neuen Möglichkeiten im Internet. Ausserdem überzeugt die Tatsache, dass mit relativ wenig Aufwand ein grosser gemeinsamer Nutzen für die Bevölkerung eines quasi-neu formierten Lebens- und Arbeitsraums geschaffen werden kann.

Anerkennungspreis: Entwicklungsverband Rigi-Mythen mit «Rigi Plus»

— Der Berg Rigi wird vom geografisch trennenden zum verbindenden Element. Das Projekt «Rigi Plus» vereint mehrere Funktionsräume rund um den Berg herum, bündelt die gemeinsamen Interessen der angrenzenden Kantone und Gemeinden und nutzt das bisher brachliegende Synergie – Potential.

Das Projekt ist in seiner Konfiguration und Zielsetzung einzigartig. Die Jury würdigt den Willen und das Engagement die Raumplanung als grenzüberschreitende Herausforderung anzunehmen und sich im Verbund für gemeinsame Anliegen strategisch nachhaltig zu positionieren.

Award: Bruno Marazzi Standortförderer 2010

— Innovative Bauten wie das Stade de Suisse in Bern, die besonders die Schweizer Sportszene prägen, gehören zu Bruno Marrazis Markenzeichen. Sein Verhandlungsgeschick mit den verschiedensten Interessengruppen zählt dabei ebenso zu seinen Stärken wie die Fähigkeit seine Ideen überzeugend zu vertreten. Bruno Marazzi ist ein Unternehmer und Standortmanager mit ausserordentlichem Pioniergeist, der diese Würdigung mehr als verdient hat.

Stefan Vogler
Jury-Präsident

Standortförderung Zimmerberg-Sihltal — www.zurichparkside.ch; das Webportal für die regionale Kultur



— Die Bezirke Horgen und Affoltern im Kanton Zürich, die schwyzerischen Bezirke Höfe, March und Einsiedeln sowie der Kanton Zug geben sich mit www.zurichparkside.ch erstmals eine gemeinsame Plattform. Das Webportal liefert neben statischen Informationen zu den Bereichen Natur, Wirtschaft und Bildung einen täglich aktuellen Kulturkalender. Die Informationen sind mittels Geotagging so aufbereitet, dass sie auf einer Karte lokalisierbar abgerufen werden können. Die Karte mit dem Einzugsgebiet von Zurich Parkside füllt die ganze Website aus.

Auf beschreibende Hinweistexte wird bewusst verzichtet, denn überzeugen sollen die konkreten Kulturangebote.

— Mit dem regionalen Kulturkalender soll die Identität der gesamten Region gestärkt, die Kulturschaffenden vernetzt und die Synergien in der Kommunikation genutzt werden. Ebenso erschliesst das Webportal regionale Publikationen über die Gemeinde – und Kantons-grenzen hinweg und soll so den Informationsaustausch vereinfachen.

— Die Marke «Zürich Park Side» wurde von der Standortförderung Zimmerberg-Sihltal initiiert. Sie umfasst kein politisch abgegrenztes Gebiet und soll als Dachmarke dienen, um die gemeinsamen Interessen der Region im Süden Zürichs zu positionieren und – auch international – einen attraktiven Lebens- und Arbeitsraum zu signalisieren.



— Standortförderung
Zimmerberg-Sihltal,
www.zimmerberg-sihltal.ch
www.zurichparkside.ch

REV Rigi-Mythen - RigiPlus — ein funktionaler Raum entsteht



— Das Projekt RigiPlus fasst ein Berg, zwei Kantone und neun Gemeinden zu einem funktionalen Raum zusammen. Damit folgen die Initianten einem Grundsatz in der vom Bund 2008 beschlossenen Neuausrichtung in der Regionalpolitik: Mehr nachhaltige Entwicklung, mehr Eigeninitiative der Regionen und regionale Zentren als Entwicklungsmotoren. Die Kantone Schwyz und Luzern gaben dem Regionalverband Rigi-Mythen den Auftrag, ein Projekt zu lancieren. Die an der Rigi anliegenden Schwyzer Gemeinden Schwyz,

Ingenbohl/Brunnen, Gersau, Küssnacht, Arth/Goldau und luzernischen Gemeinden Greppen, Weggis und Vitznau schauten über den Berg und suchen gemeinsam nach verbindenden Interessen in Gesellschaft, Kultur, Tourismus, Landschaft, Ökologie, Infrastruktur und Raumplanung. Die Daten und Informationen sollen ~~aufgearbeitet~~ Aufschluss darüber geben, wie der Berg mit seinen 50'000 An- und 200 Bewohnern strukturiert und organisiert ist.

— RigiPlus wurde beim Bund als interkantonales Projekt anerkannt. Die konstituierte Steuerungs- und Projektgruppe erarbeitet nun ein Rigi-Leitbild. Die «Rigi-Charta» ist momentan in Bearbeitung und wird von allen Gemeinden, Korporationen, Tourismusorganisationen, Leistungsträgern, Bewirtschaftern der Rigi und grössten Firmen rund um die Rigi unterzeichnet und leitet deren Tun und Handeln am und um den Berg.

— Ein wichtiges Projekt im Bereich Infrastruktur ist das Wasserverbundsprojekt – eine grenzüberschreitende Wasserfassung und -nutzung



im Einzugsgebiet der Rigi. Weitere Projekte, die ange-laufen sind: Ein einheitliches Rigi-Notfallblatt, gemeinsame Bewirtschaftung der Infrastruktur und Wanderwege, neue Themenwege, ein einheitliches Informationssystem und die Rigi-Literaturtage.

—
— Entwicklungsverband
Rigi-Mythen
www.rigi-mythen.ch



~~Erster Preisträger:~~ Visionär und Unternehmer Bruno Marazzi



— Die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement beehrt mit der erstmaligen Verleihung des «Standortmanager des Jahres» neues Terrain. Die Herausforderung zur Nomination und Wahl einer Persönlichkeit als Standortmanager oder Standortmanagerin besteht darin, aus vielen guten und sehr guten Beispielen die besondere, die hervorragende Leistung auszumachen. Es hat sich sehr schnell gezeigt, dass eine Persönlichkeit mit Bezug auf Standorte in der Schweiz zahlreiche Spuren und ausserordentliche Marksteine während einer erfolgreichen 40 jährigen unternehmerischen Laufbahn: Bruno Marazzi.



— Bruno Marazzi, aufgewachsen in Langnau im Emmental, hat sich zum Architekt und eidg. dipl. Baumeister ausgebildet. Mit 25 Jahren hat er 1971 das väterliche Baugeschäft übernommen und ein Jahr später die Marazzi Generalunternehmung AG gegründet. Die mit seiner Generalunternehmung geplanten und realisierten Bauten haben stets das Besondere, das Langfristige und das Aussergewöhnliche für sich in Anspruch genommen. Die Verknüpfung von Wirtschaftlichkeit und Innovation wurden bereits früh Markenzeichen des Unternehmers Bruno Marazzi. Innovation und Kostenbewusstsein spiegeln sich im Bestreben, das Ausstattungsangebot von Mietwohnungen aufzuwerten, in der Entwicklung von Modulbauten im Wohnungswesen oder bei der Realisierung von komplexen Bürobauten.

— Mit diesem Erfahrungshintergrund, einer soliden unternehmerischen Basis und ein jahrelang gewachsenes Beziehungsnetz, blieb Bruno Marazzi nicht nur erfolgreicher Unternehmer. Vielmehr konnte er seine Ideen und Visionen für den Wirtschafts-, Kultur- und Sportstandort Schweiz glaubwürdig und überzeugend lancieren und mit Geduld und Beharrlichkeit umsetzen. Man wusste, dass die Stadien in der Schweiz Ende der 80er-Jahre den sportlichen, organisatorischen und betriebswirtschaftlichen Anforderungen nicht mehr genügten. Das war die Stunde Bruno Marazzis, dem Visionär und Macher.

— Auch wenn es von der Idee bis zur Einweihung schliesslich 18 Jahre brauchte, der Erfinder der Mantelnutzung von Sportanlagen, die zu den sogenannten multifunktionalen Stadien führten, konnte mit Stolz das Stade de Suisse der Bundeshauptstadt und dem Sportplatz Schweiz übergeben. Die Idee wurde in der Folge in anderen Städten und mit mehr oder weniger ähnlichen Konzepten kopiert. Bis zur Eröffnung des Pilotprojektes in Bern 2003 brauchte es viel Wagemut, Überzeugungsarbeit und die Kunst, verschiedene Interessen und Aufgabestellungen unter einen Hut zu bringen und zusammenzuhalten. Bruno Marazzi hat die Schweizer Sportbauten sichtbar verändert und geprägt. Er hat

sich nicht mit Worten allein, sondern mit Taten und innovativen Bauten zu einem bedeutenden Standortmanager für die Schweiz profiliert. Dafür danken wir ihm und ehren ihn mit dem Standortmanager 2010.





Gemeinde Wilen – Ein Dorf entwickelt ein Gemeinschaftsgefühl

— Die Politische Gemeinde Wilen aus dem Kanton Thurgau erarbeitete zusammen mit der Bevölkerung, beiden Kirchgemeinden und beiden Schulgemeinden ein Dorfleitbild. Darin enthalten sind Werte, Ziele und Massnahmen, die von einzelnen Arbeitsgruppen umgesetzt werden. Die Gemeinde an der Stadtgrenze zum sanktgallischen Will wächst schnell und erfreut sich über neu zu ziehende Familien, deshalb will sie das Bewusstsein für das Zusammenleben in der Gemeinde fördern. Das Leitbild ist auf der Website der Gemeinde publiziert.

— Gemeinde Wilen,
www.wilen.ch



Ortsmarketing 5-sterne-region.ch – Zur Eigeninitiative motivieren

— «Gesundheitsförderung und Lebensqualität» sind zwei Ziele, die sich das Ortsmarketing der 5-sterne-region.ch (Gemeinden Beromünster und Neudorf) gesetzt hat. Diverse Einzelprojekte sollen die Bevölkerung dazu animieren, ein gesundheits- und lebensfreudförderndes Umfeld zu schaffen. Dies geschieht mit Kneippanlagen, Kneippkolumnen, dem Angebot Gewaltfreier Kommunikation in den Primarschulen und Kursen für die Bevölkerung. Die Eröffnung des Gesundheitszentrums inklusive Physiotherapie und Spitexstützpunkt erweitert das Angebot in der Wohnregion.

— Ortsmarketing
5-sterne-region.ch,
www.5-sterne-region.ch



Ortsmarketing 5-sterne-region.ch – Signaletik schafft Identität

— Die Gemeinden Beromünster und Neudorf möchten ihren Ortseingängen, Plakatewänden, Bushaltestellen und weiteren Publikumsorten einen einheitlichen Auftritt verleihen. Die Signaletik soll ausserdem die Eigenschaften der 5-sterne-region.ch zeitgemäss widerspiegeln, in dem sie neugierig machen und anregend wirken. Die Signaletik soll neue Verbindungen in den veränderten Gemeindestrukturen generieren und der wilden Plakatieung entgegenwirken.

— Ortsmarketing
5-sterne-region.ch,
www.5-sterne-region.ch



Gemeinde Rüttschelen – Auf historischen Pfaden

— Anfang Mai 2010 weihte die Gemeinde Rüttschelen im Oberaargau ihren «Geschichtewäg» ein. Nach zweijähriger Planungszeit entstand ein Weg, der über historische Stätten und Sehenswürdigkeiten informiert. Der Besucher kann seine Route mittels einer eigens erstellten Wanderkarte selber wählen und sich an den von Primarschülern angefertigten Holztafeln orientieren. Nebst dem Effekt, dass das historische Bewusstsein für den Ort erhalten bleibt, soll der Pfad auch animieren, sich in der Natur zu bewegen.

— Gemeinde Rüttschelen,
www.ruetschelen.ch



Standortförderung Stadt St. Gallen – Ein Startfeld für Innovation und Unternehmungsgründungen

— «Startfeld» ist die neue Ostschweizer Förder-Plattform für Innovation und Unternehmensgründung in St. Gallen. Der Verein «Startfeld» arbeitet mit bereits bestehenden Förderinstitutionen sowie Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zusammen. Er berät und betreut wissens- und technologieorientierte Jungunternehmen, stellt günstigen Raum zur Verfügung. Geplant ist auch eine Stiftung, die innovative Start-ups bei der Frühfinanzierung unterstützt.

— Standortförderung
Stadt, Gallen,
www.stadt.sg.ch
www.startfeld.ch



Tourismus Emmetten – Über Holz und Stein auf zwei Rädern

— «Wood Trail» und «Natural Bike Park» heissen die zwei neuen Attraktionen im nidwaldischen Emmetten. Egal ob Neuling oder Profi in der Biker Szene – die seit Juni 2009 geöffnete Bike Arena bietet für jeden etwas. Ein wachsames Auge legt man auf die schonungsvolle Benützung der Biketrails und das Befolgen der vorgegebenen Routen, um die Natur zu schonen. Kurse und Touren von Profis, beispielsweise zur Fahrtechnik oder zum Bike-Unterhalt, sollen ein breites Publikum ansprechen.

— Tourismus Emmetten,
www.tourismus-emmetten.ch,
www.bikearena-emmetten.ch

Interdisziplinär und ausgezeichnet

Fachjury

— Die SVSM Award Fachjury 2010 setzt sich aus Spezialistinnen und Spezialisten aus den Praxisbereichen Wirtschaftsförderung, Regionmarketing und Kommunikation sowie aus Vertretern aus Lehre und Forschung zusammen:

— Stefan Vogler

Markenexperte
(Vorsitzender der Jury)

— Joana Filippi,

bis Juni 2010 Vorsteherin Amt für Wirtschaft des Kantons Schwyz, neu Leiterin Public Affairs Flughafen Zürich AG

— Robert E. Gubler,

Präsident SVSM

— Jaromir Löffler,

Chefredaktor «Marketing + Kommunikation»

— Marco Lier,

Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Ressort Exportförderung/ Standortpromotion, Staatssekretariat für Wirtschaft, seco

— Dr. Roland Scherer,

Vizedirektor Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus, Universität St. Gallen

— Mireille Troesch Jacot,

Leiterin OP Weiterbildung und Konsekutive Masterlehrgänge

Die ehemaligen Preisträger in der Übersicht

— Preisträger 2009

— Arosa Tourismus
mit «kurvensicher.ch»

— Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft mbH mit «chemnitz-zieht-an.de»

— Preisträger 2008

— Pro Zürcher Berggebiet mit dem Regionalmarketingprojekt «Natürli»
www.prozb.ch

— Wirtschaftsförderung Lübeck (D) mit der Kampagne «foodRegio – Berufe die schmecken»
www.foodregio.de

— Preisträger 2007

— Gebietsmarketing und Stadt Opfikon für den Glattpark (Opfikon)
www.glattpark.ch

— Wirtschaftsförderungen von Stadt und Landkreis Ravensburg (D) für das Online-Portal «Karriere im Süden»
www.karriere-im-sueden.de

— Anerkennungspreis:

— In den ersten drei Jahren der Vergabe des SVSM Awards wurde zudem je ein Einzelprojekt mit einem zusätzlichen Anerkennungspreis gewürdigt:

— **2009** bonacasa – Wohnen mit Dienstleistungen

— **2008** die Gemeinde Trubschachen für das Projekt «Schache Flyer»
www.trubschachen.ch

— **2007** die Wirtschaftsförderung Montreux-Vevey für Promove
www.promove.ch

Nächste Awardvergabe

— Nach der Lancierung 2007 wird der SVSM Award 2011 zum fünften Mal ausgeschrieben. Der SVSM Award ist der von der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement initiierte Preis im Bereich des Standortmarketings und der Wirtschaftsförderung. Er zeichnet herausragende Leistungen im Standortmarketing, -management und der Wirtschaftsförderung aus.

Anforderungen an Preisträgerprojekte

— Der Preis soll Ansporn und Belohnung für Akteure im Tätigkeitsbereich des Standortmanagements auf kommunaler, regionaler, städtischer oder auch grenzüberschreitender Ebene sein. Der SVSM Award wird an ein Projekt vergeben, das in seiner Gesamtheit oder unter einem besonderen Aspekt des Standortmarketings bzw. der Wirtschaftsförderung beispielhaft ist sowie die Prädikate innovativ, professionell und praxisgerecht in Anspruch nehmen kann. Zudem ist eine gesamtgesellschaftliche, nachhaltige Ausrichtung des Projekts wichtig. Es soll über die reine Planungsphase hinaus realisiert sein und bereits eine erste messbare Erfolgsbilanz aufzeigen können. Einen besonderen Fokus setzt die Jury auf das Kerngeschäft, der Ansiedlung und Erhaltung von natürlichen und juristischen Steuerzahlern.

Ausgezeichnet werden unter anderem:

— Konzept und Realisierung der Bestandespflege
— Konzept und Realisierung von Ansiedlungen
— Strategie, Projektorganisation eines besonderen Objektes, eines Entwicklungsgebietes, einer Gemeinde, einer Wirtschaftsregion oder eines Kantons
— Besondere Leistungen im Bereich der Alleinstellungsmerkmale
— Positionierung und Markenpolitik
— Immobilienstrategie als Teil der Ansiedlungspolitik

Bewerbung und Termine

— Bewerbungen für den SVSM Award 2011 können von Personen, Unternehmen, Institutionen oder öffentlichen Körperschaften aus der Schweiz eingereicht werden. Alle Anmeldedokumente und Reglemente stehen **zirka** Anfang 2011 auf der Webseite **der SVSM** (www.svsm-standortmanagement.ch / SVSM Award) zum Download bereit
— **Die Eingabefrist für Bewerbungen wird voraussichtlich der 2. Mai 2010 sein. Die nächste Awardverleihung findet im September 2011 statt.**

— Impressum

SVSM Award 2010:

— Preisträgerbroschüre
www.svsm-standortmanagement.ch

— **Herausgeber**

Schweizerische Vereinigung
für Standortmanagement SVSM

— **Redaktion**

Communicators, Zürich
Bea Linder

— **Konzept und Gestaltung**

typosalon, Zürich
Matthias Gubler

— **Druck**

firstprint SARL, Basel

— **Auflage**

1000 Stk.

— **Erscheinung**

September 2010

— **Bezugsquelle**

Schweizerische Vereinigung
für Standortmanagement SVSM
Wengistrasse 7
CH-8004 Zürich
Telefon ++41 (0) 444 555 666
Fax ++41 (0) 444 555 660

— info@svsm-standortmanagement.ch
www.svsm-standortmanagement.ch

SVSM, Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement

— Die SVSM ist der Dachverband für Standortmanagement, Standortmarketing sowie Siedlungsentwicklung in der Schweiz.

— Die SVSM vernetzt Profis aus den Bereichen Standort- und Wirtschaftsförderung, Beratung, Lehre und Forschung sowie Siedlungsentwicklung. Sie bietet eine Plattform für Erfahrungsaustausch sowie Professionalisierung in allen Teilgebieten des Standortmarketings. 1998 gegründet, zählt die SVSM als Fachverband heute über 100 Mitglieder.

— **SVSM Academy:**
Jährliche Fachtagungen

Schwerpunkte und Aktivitäten

— Regelmässige Mitgliederinformationen zu aktuellen Ereignissen, Trends, Veranstaltungen oder interessanten Medienbeiträgen.

— **SVSM Academy:** Jährliche Fachtagung zur Aus- und Weiterbildung im Standortmarketing, mit Vorträgen und Podiumsdiskussionen, in Kooperation mit Partnern.

— Lunchveranstaltungen mit Fachreferaten: 3-4 Mal jährlich, Gastreferenten aus Wirtschaft, Politik oder Kultur sprechen zu spezifischen Standortmanagement-Themen.

— **SVSMAward:** Seit 2007 vergibt die SVSM jährlich den SVSM Award, den Anerkennungspreis für herausragende Leistungen im Standortmanagement oder Regionmarketing.

— **Stellenbörse:** Auf der Website der SVSM können kostenlos Stelleninserate (Stellenangebote und Stellengesuche) aus dem Arbeitsbereich Standortmarketing platziert werden.

— **Standardisierte Leistungsaufträge/Checklisten:** Für Auftraggeber bzw. Beauftragte und Arbeitnehmende im Standortmanagement erstellt die SVSM Mustervorlagen.

— www.standortmanager.ch: Die Plattform bietet den Akteuren in den Bereichen Standortmanagement, Standortmarketing und Wirtschaftsförderung die exklusive Möglichkeit, ihre Referenzen, Kernkompetenzen und aktuelle Projekte aufzuzeigen.

— Ende 2010 werden auf der SVSM-Website die Standort- und Wirtschaftsförderungen in der Schweiz geografisch abgebildet. Ein neues Instrument, um die kompetenten Anlaufstellen für Investoren und Akteure im Standortmanagement sichtbar werden zu lassen.

