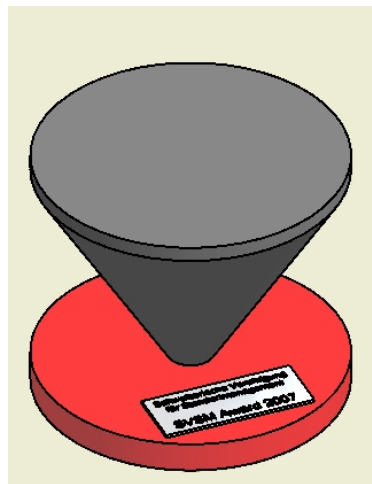




SVSM Award 2007



Der Anerkennungspreis der
Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement

November 2007

SVSM Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement

Wengistrasse 7 • 8004 Zürich • Telefon 044 455 56 66 • Fax 044 455 56 60
www.svsm-standortmanagement.ch • info@svsm-standortmanagement.ch



SVSM 2007



EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser

In der Schweiz haben sich in den letzten Jahren zahlreiche Trägerschaften und Initiativen im Bereich der Standort- und Wirtschaftsförderung gebildet. Der Wettbewerb der Standorte findet auf verschiedenen Ebenen statt. Besondere Aufmerksamkeit findet zurzeit die Diskussion um den Steuerwettbewerb zwischen Kantonen und Gemeinden, aber auch zwischen dem Steuerstandort Schweiz und der internationalen Konkurrenz.

Die Kantone sind in Fragen des Standortmanagements stark engagiert. Aus reiner Marketingsicht wäre die Federführung des Bundes im Standortmarketing und in der Ansiedlungsstrategie erwünscht und notwendig, was jedoch in weiter Ferne liegt. Die potenziellen Investoren und Unternehmen, aber auch natürliche Steuerzahler, welche die Schweiz als Standort evaluieren, werden sich noch einige Zeit mit 26 kantonalen und noch viel mehr regionalen Dossiers befassen müssen. Dank den guten Karten der Schweiz kann sie es sich offenbar zurzeit noch leisten, die Hausaufgaben den potenziellen Kunden zu überbürden. Es ist jedoch nicht bekannt, wie viele von ihnen dadurch bereits in der Evaluationsphase abgeschreckt werden.

Die Voraussetzung dafür, dass sich ein potenzieller Investor, Mieter oder Steuerzahler mit einem Standort befasst, ist die klare und unverwechselbare Positionierung des Angebotes. Nur so wird der „richtige Interessent“ das „richtige Angebot“ treffen und es kann zum Abschluss kommen. Je professioneller die Arbeit im Standortmanagement geleistet wird, desto Erfolg versprechender fällt die Bilanz des Standortes aus.

Die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement **will hervorragende Leistungen in diesem Bereich auszeichnen und damit Ansporn für alle Akteure leisten, eine für den spezifischen Standort unverwechselbare Marketingstrategie zu entwickeln und umzusetzen.** Wer einen hohen Grad an Professionalität erreicht, hilft mit, dass die übergeordneten Standortmarketingorganisationen eine präzise „Bestellung“ für ihr Angebots- und Profilierungsportfolio erhalten und so in die entsprechenden Zielmärkte weitergeben können.

Sobald alle Wirtschaftsregionen in der Schweiz, unabhängig ihrer politischen Grenzen, diese Grundlagenarbeit geleistet haben, dürfte der internationalen Vermarktung über eine gemeinsame nationale Trägerschaft nichts mehr im Wege stehen. Föderalistische Organisationsstrukturen könnten zusammengefasst und von klar abgegrenzten Standortprodukten und -leistungen „abgelöst“ werden.

Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM

Robert E. Gubler, Präsident

PS: Ein ganz **herzliches Dankeschön** gilt **OBT**, der Sponsorin dieser Broschüre. OBT ist ein führendes Beratungsunternehmen im KMU-Bereich und profilierter Beratungspartner für Städte, Gemeinden und Unternehmen der öffentlichen Hand.





Würdigung der Preisträger

Stefan Vogler,
Jury-Präsident,
Markenexperte



Für den SVSM Award 2007 durfte die Jury sieben in Projektstand und Positionierung sehr unterschiedliche Bewerbungen entgegennehmen. Die hohe Qualität aller Projekte überzeugte und erfreute. Zwei Projekte wurden von der Jury mit dem SVSM Award 2007 ausgezeichnet. An ein Projekt wurde ein Anerkennungspreis vergeben:

SVSM Award Preisträger: „Karriere im Süden“

Die hohe Innovationskraft, das Entwicklungspotenzial und die hohe Standortrelevanz des einzigartigen Standortförderungsprojekts haben die Jury zur Vergabe des SVSM Awards an „Karriere im Süden“ bewogen. Der Fokus wird nicht – wie im Standortmanagement oft üblich – auf Immobilien- oder Firmenansiedlungen gerichtet. Vielmehr ist der Aufbau eines Fachkräftemarkts für eine Region zur Stärkung der lokalen Wirtschaft die „Kampfidée“. Das ist in dieser Form einzigartig. Zudem ist das Vorgehen direkt ausbaufähig, beispielsweise durch Übertragung auf eine andere Region. Die jungen Fachkräfte aus ganz Deutschland werden als Zielgruppe in der Region Süddeutschland neben der Rolle als Arbeitskräfte auch jene der Einwohner, Steuerzahler und Konsumenten übernehmen. So ist das Projekt auf einen volkswirtschaftlichen Nutzen für den gesamten Standort und alle Stakeholder ausgerichtet.

SVSM Award Preisträger: „Glattpark“

Glattpark ist das Resultat einer langjährigen Projektentwicklung und bringt nachhaltigen qualitativen wie auch wirtschaftlichen Nutzen für verschiedene Anspruchsgruppen. Vor allem die Komplexität (Koordination verschiedener Eigentümerinteressen) und die entsprechend schnelle Problemlösung, aber auch die sauber geplante Marketingkommunikation haben die Jury bewogen, das Projekt mit dem SVSM Award auszuzeichnen. Glattpark (Opfikon) ist Synonym für die erfolgreiche Realisierung eines Standortmarketingprojekts: Von der Problemstellung (Wohnungsnot in der Region) über die Kooperation der heterogenen Eigentümerschaft bis zur Institutionalisierung des Gebietsmarketings und der Realisierung des neuen Stadtteils Glattpark ist das Projekt strategisch getrieben. Die Marke „Glattpark“ ist zum „Brand“ geworden – einer mit Sexappeal noch dazu. Die Marke konnte bei den Zielgruppen (Einwohner, Besucher, Medien, Investoren, Immobilienbranche) stark verankert werden. Der Return on Investment (ROI) des Projekts ist ausgewiesen.

Anerkennungspreis: „Promove – Standortförderung Montreux-Vevey“

Mit einem einzigen Marketinginstrument, nämlich der Kommunikation, hat sich Promove als regionale Wirtschaftsförderungsorganisation in einer Region in Position gebracht, die hauptsächlich als touristischer Erholungsraum und weniger als Wirtschaftsstandort wahrgenommen wurde. Diese beeindruckende und anerkennungswürdige persönliche Leistung von einer einzigen Standortförderin, Susanne Sinclair, möchte die Jury mit der Verleihung dieses Anerkennungspreises würdigen. Nach einer sauberen Analyse der Ausgangslage wurden Nischen besetzt und mit einer pffigen Kommunikation und viel Hartnäckigkeit beackert. „Awareness“ und „Imageing“ der Wirtschaftsförderung Promove sind das Resultat. Mit „Wenig“ wurde „Viel“ erreicht.





PREISTRÄGER SVSM AWARD 2007

Glattpark (Opfikon) – wie aus Sumpfland eine Stadt entsteht

Projekt:

Mit Glattpark wurde auf ehemaligem Sumpfgebiet in Opfikon (ZH) ein ganz neuer, lebendiger Stadtteil mit einer Mischnutzung aus Wohnen, Arbeiten und Erholung geschaffen. 25 Grundeigentümer mit unterschiedlichsten Interessen und Anspruchshaltungen einigten sich im Jahr 2000 auf einen gemeinsamen Quartierplan und schlossen sich zum Gebietsmarketing Glattpark zusammen. Dieser freiwillige und gemeinsam finanzierte Zusammenschluss zu einer Marketingorganisation ist schweizweit einzigartig. Die Hauptziele des Projekts sind die positive Positionierung des neuen Stadtteils Glattpark bei verschiedenen Zielgruppen (Einwohner, Besucher, Medien, Investoren, Immobilienbranche) sowie die Schaffung eines starken Brands mit breiter Wirkung.

Verantwortlich:

Bernhard Ruhstaller, Geschäftsführer Gebietsmarketing Glattpark; Hansruedi Bauer, Verwaltungsdirektor Stadt Opfikon

Präsentation:

Bernhard Ruhstaller, Geschäftsführer Gebietsmarketing Glattpark; Hansruedi Bauer, Verwaltungsdirektor Stadt Opfikon

www.glattpark.ch





PREISTRÄGER SVSM AWARD 2007

Karriere im Süden – Ein Webportal bringt junge Talente nach Süddeutschland

Projekt:

Mit dem Konzept „Karriere im Süden“ wirbt die süddeutsche Wirtschaftsregion Bodensee-Oberschwaben-Allgäu um junge, gut qualifizierte Fachkräfte und Hochschulabsolventen für die Region. Mit Auftritten an Hochschulmessen und einer örtlich fokussierten Internet-Stellensuchmaschine bündelt das Projekt die Personalrekrutierung der Region. Die ansässigen Unternehmen – darunter besonders auch viele KMU – sind eng ins Konzept eingebunden. Durch Einspeisung ihrer Stellenangebote ins Stellenportal „Karriere im Süden“ profitieren sie von der kommunikativen und organisatorischen Unterstützung im „war for talents“.

Verantwortlich:

Wirtschafts- und Innovationsförderungsgesellschaften Stadt und Landkreis Ravensburg, in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Bodenseekreis

Präsentation:

Wolfram Dreier, Geschäftsführer WIR Wirtschafts- und Innovationsförderungsgesellschaft Landkreis Ravensburg

www.karriere-im-sueden.de





ANERKENNUNGSPREIS 2007

Promove – Wirtschaftsförderung „trotz“ touristisch geprägter Region

Projekt:

Promove ist die regionale Wirtschaftsförderung der Region Montreux-Vevey. Als Verein gegründet war Promove ursprünglich ausschliesslich als „regionales Verkaufsbüro“ tätig. Heute betreibt die Institution Standortförderung und Bestandespflege, was nicht selbstverständlich ist. Denn die tourismusorientierte Prägung der Region erschwert es, diese auch als idealen Wirtschaftsstandort für Firmenansiedlungen zu positionieren. Es musste aufgezeigt und kommuniziert werden, dass bei aller Lebensqualität auch „Business“ in der Region möglich ist. Dieses Ziel wurde mit einer Kommunikationskampagne unter dem Grobkonzept „Alliance entre plaisir et affaires“ oder in Englisch „perfect blend between business and pleasure“ erreicht. Die humorvolle Kampagne mit bestechenden Landschaftsbildern erzielte eine gute Resonanz und führte dazu, dass Promove heute als regionaler Partner für den Wirtschaftsstandort in der Region wahrgenommen wird.

Verantwortlich:

Promove, Wirtschaftsförderung Montreux-Vevey

Präsentation:

Susanne Sinclair, Wirtschaftsdelegierte und Direktorin Promove

www.promove.ch





PROJEKTEINGABEN SVSM AWARD 2007

Basel Card – Agent 007 als Partner für die Vermarktung des Finanzplatzes Basel

Projekt:

Mit der „Basel Card“ geht das Stadtmarketing Basel in der Standortpromotion des Finanzplatzes neue Wege. Die Basel Card ist ein crossmedial ausgerichtetes Informationsprodukt für die Stadt und den Finanzplatz Basel, mit dem insbesondere im Ausland geworben wird. Die goldene Basel Card wendet sich an ein breites Publikum, die Basel-Platin Card ist spezifisch auf die Zielgruppe Banker und Finanzfachleute ausgerichtet. Die beiden Karten berechtigen zur Teilnahme an einem Online-Wettbewerb mit Preisen, die in Bezug zur Stadt Basel stehen (z.B. Übernachtung). Zudem ermöglichen sie durch Vorzeigen vor Ort zahlreiche Vergünstigungen. Thematisch wurde die Basel Card mit dem James-Bond-Film „Casino Royale“ verbunden, in dem eine Basler Bank vorkommt und der als dauerhafte Verknüpfung der Themen Basel und Finanzplatz dient. Durch den Online-Wettbewerb ist eine gezielte Erfolgskontrolle der Marketingmassnahme möglich.

Verantwortlich: Stadtmarketing Basel, Sabine Horvath

Präsentation: Baptiste Planche, Projektleiter Standort-Marketing Basel

www.basel.ch

BioPolis - Alleinstellungsmerkmal im ersten Biosphärenreservat der Schweiz

Projekt:

Die Region Entlebuch, im letzten Jahrhundert als das „Armenhaus der Schweiz“ betitelt, erhielt 2002 von der Unesco das Label „Biosphärenreservat“. Die Unesco Biosphäre Entlebuch (UBE) etablierte sich zu einer international anerkannten Modellregion. Im Dorf Escholzmatt, auf der Wasserscheide und in der Mitte zwischen Bern und Luzern gelegen, soll BioPolis, das Besucher- und Informationszentrum der UBE entstehen. An idealer Lage beim Bahnhofareal mit direktem ÖV-Anschluss und mit schönster Aussicht auf die Landschaft wird BioPolis durch seine spezielle Architektur und die einzigartigen Installationen (Cinémuseum, Natur-Shop mit Produktemarke „Echt Entlebuch“, etc.) als Schaufenster, Magnet und Pulsgeber der UBE fungieren. BioPolis wird vielseitig kombinierte Funktionen erfüllen: Kommunikation, Bildung, Wissenschaft, Kulinarium oder Kulturtreff. Aktuell werden Investoren und Partner für das Projekt gesucht. Voraussichtlicher Baubeginn ist Herbst 2009, Ende 2010 soll BioPolis eröffnet werden.

Verantwortlich: UBE-Gemeinde Escholzmatt

Präsentation: Gody Studer, Gemeindepräsident Escholzmatt; Roberto Di Valentino, Projektleiter Destinationsentwicklung Steiner Sarnen Schweiz

www.escholzmatt.ch, www.biosphaere.ch





Resort Walensee – von der Industriebranche zum Tourismusmagneten

Projekt:

Auf der brachliegenden Halbinsel Gosten am Walensee wird das „Resort Walensee“ realisiert, eine für die Ostschweiz einzigartige touristische Anlage, die neben 131 Ferienwohnungen ein Hotel, Restaurants, Shops, Wellnesscenter, Yachthafen und Schwimmbad umfasst. Die Eröffnung des Resorts ist auf Dezember 2008 geplant. Durch das 80-Millionen-Projekt „Resort Walensee“ erhält die Region Sarganserland 200'000 zusätzliche Logiernächte und 50 neue Arbeitsplätze. Vom ersten runden Tisch mit Behördenvertretern, Investoren und Bauherren bis zum Spatenstich dauerte es weniger als 20 Monate. Die Realisierung des komplexen Projekts innerhalb dieser kurzen Zeit war nur dank einem integralen Standortmanagement möglich.

Verantwortlich: Gemeinde Quarten, Region Sarganserland-Walensee

Präsentation: Balz Manhart, Gemeindepräsident Quarten; Otto Spoerri, Wirtschaftsregion Sarganserland

www.resortwalensee.ch

Willkommen daheim – Die Region Zofingen zeigt sich als attraktive Wohngegend

Projekt:

Eingebettet ins Standortförderungskonzept der Region Zofingen wurde die Wohnmarketing-Kampagne „Willkommen daheim“ lanciert, die für die Region Zofingen neue Einwohnerinnen und Einwohner gewinnen sollte. Die geographische Mittellage der Region mit der Kernstadt Zofingen zwischen Zürich, Basel, Bern und Luzern zeichnet die Region als idealen Wohnstandort aus. Dieser USP der zentralen Wohnregion wurde mit verschiedenen cross-medial vernetzten Massnahmen an die Zielgruppen kommuniziert: Medienarbeit, Regionsportal im Internet, Print-Inserte, Erstkontaktbroschüre und Messeauftritt.

Verantwortlich: Zofingenregio Marketing

Präsentation: Markus Müller, Geschäftsleiter Zofingenregio Marketing

www.zofingenregio.ch





JURY 2007

In der Jury für den SVSM Award sind Persönlichkeiten aus Lehre und Forschung, Leitende von regionalen und kantonalen Wirtschaftsförderungen sowie Marketing- und Kommunikationsspezialisten vertreten:

- **Domenico Alexakis**, Vorstandsmitglied SVSM, Inhaber Bridge Plus AG, Wollerau
- **Dr. Christoph Dickmanns**, Direktor Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim, Geschäftsführender Vorstand des Deutschen Verbands der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften DVWE, Pforzheim
- **Joana Filippi**, Leiterin Wirtschaftsförderung Kanton Schwyz, Schwyz
- **Robert E. Gubler**, Präsident SVSM, VR Präsident Piar AG, Zürich
- **Beatrice Maser Mallor**, Ressortleiterin Exportförderung/Standortpromotion, Staatssekretariat für Wirtschaft, SECO, Bern
- **Prof. Mireille Troesch-Jacot**, Leiterin Zentrum für Marketing Management, ZHAW School of Management, Winterthur
- **Stefan Vogler**, Markenexperte (Vorsitzender der Jury), Zürich



PORTRÄT

Die SVSM – Fachverband und Forum für Standortmanagement

Die Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM ist der Fachverband für das Standortmanagement und Regionenmarketing in der Schweiz. Die SVSM fördert den Erfahrungsaustausch zwischen den mit Standortmarketing beschäftigten Organisationen und Verantwortlichen, Berufsvertretern, Experten und Ausbildungsinstitutionen.

Aktivitäten von Lehre, Forschung und Praxis werden verknüpft. Die SVSM beteiligt sich an der Entwicklung von Aus- und Weiterbildungsangeboten im Standortmanagement, fungiert als Vernetzungs- und Scharnierorganisation für den Erfahrungsaustausch und betreibt Nachwuchsförderung.

Zu den **Schwerpunkten der Tätigkeit** zählen:

- Regelmässige Mitgliederinformation über Aktuelles und Trends
- Monitoring und Medienbeobachtung
- Standardisierte Leistungsaufträge/Reporting für Auftraggeber bzw. Beauftragte und ArbeitnehmerInnen
- Organisation von Aus- und Weiterbildungstagungen (Academy)
- Organisation von Lunches mit ausgewählten Referenten in den entsprechenden Regionen
- Interdisziplinärer Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern
- Öffentlichkeitsarbeit und Stellungnahmen zu Fragen des Standortmanagements und -marketings

SVSM-Veranstaltungen 1. Semester 2008

31. Januar 2008	15.30 – 19.30 Uhr	SVSM Academy für Finanzdienstleister
28. Februar 2008	11.30 – 14.00 Uhr	SVSM-Lunchveranstaltung mit Referat
29. April 2008	11.30 – 14.00 Uhr	GV 2008
19. Juni 2008	11.30 – 14.00 Uhr	SVSM-Lunchveranstaltung mit Referat





PREISREGLEMENT 2007

1. Grundsätzliches

Der SVSM Award ist ein von der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement initiiertes Preis im Bereich Standortmarketing und Wirtschaftsförderung. Mit dem Preis sollen hervorragende Strategien, Konzepte und Massnahmen ausgezeichnet und bekannt gemacht werden.

2. Anforderungsprofil

Mit dem SVSM Award werden Konzepte, Projekte sowie Kommunikationsmassnahmen ausgezeichnet, die in ihrer Gesamtheit oder unter einem besonderen Aspekt des Standortmarketings bzw. der Wirtschaftsförderung beispielhaft sind und die Prädikate innovativ, professionell und praxisgerecht für sich in Anspruch nehmen können. So unter anderem:

- Besondere Leistungen im Bereich der Alleinstellungsmerkmale
- Positionierung und Markenpolitik
- Konzept und Realisierung der Bestandspflege
- Konzept und Realisierung von Ansiedlungen
- Strategie, Projektorganisation eines besonderen Objektes, eines Entwicklungsgebietes, einer Gemeinde, einer Wirtschaftsregion oder eines Kantons

Grundsätzlich können Personen, Unternehmen, Institutionen oder öffentliche Körperschaften ausgezeichnet werden.

3. Kadenz

Der SVSM-Award wird in der Regel ein Mal jährlich vergeben. Die Vergabe erfolgt in der zweiten Jahreshälfte. Aus wichtigen Gründen kann eine zusätzliche Vergabe geprüft bzw. eine Vergabe ausgesetzt werden.

4. Ausschreibung

Der SVSM Award wird mit Kreisschreiben sowie auf der Webseite der SVSM und weiterer Partner ausgeschrieben.

5. Vergabe

Die Preisverleihung findet in der Regel im Rahmen der SVSM Academy statt. Sie kann mit einer anderen Veranstaltung der SVSM verknüpft werden.

Der Preis wird von Kommunikationsmassnahmen begleitet. Der Preisträger wird auf allen Publikationen der SVSM sowie teilweise bei allfälligen weiteren Preis- und Sponsoringpartnern im Jahr der Preisverleihung bekannt gemacht.

6. Anmeldung

Die Anmeldung kann direkt oder über Dritte (natürliche und juristische Personen) erfolgen. Voraussetzung für die Zulassung ist die Einreichung der vollständigen Bewerbungsunterlagen. Die Jury entscheidet anhand der eingereichten Bewerbungsunterlagen, welche Arbeiten nominiert werden.





Die Jury geht davon aus, dass die Bewerbung korrekt und aufschlussreich genug ist, um überhaupt bewertet werden zu können.

7. Rechtsweg

Der Entscheid der Jury und eines allfälligen Beirates ad hoc ist endgültig. Die Auswahl der Preisträger erfolgt unter Ausschluss des Rechtsweges. Es wird keine Korrespondenz geführt. Auf Nennung von Firmennamen bei der Darstellung der ausgezeichneten Arbeiten in der Öffentlichkeit besteht kein Anspruch. Dies ist aber im Rahmen der Kommunikationsmassnahmen möglich.

Für das Abhandenkommen, die unberechtigte Verwendung oder Beschädigung der Bewerbungsunterlagen kann keine Haftung übernommen werden.

Aufwendungen, die aufgrund der Teilnahme an einer möglichen Nominierung entstehen, werden nicht erstattet.

8. Verpflichtung der Preisträger

Die Preisträger verpflichten sich, bei der Verleihung des SVSM Award anwesend zu sein und die entsprechende Arbeit durch die Autoren bzw. Entscheidungsträger zu präsentieren.

Der Preisträger sichert sein Einverständnis und seine Mitarbeit bei allen Kommunikationsmassnahmen zu.

9. Grundlagen

Das Preisreglement entspricht dem Juryreglement und den Unterlagen zur Ausschreibung des SVSM Awards.

10. Schlussbestimmungen

Die Jurymitglieder beschliessen auf eigenen Antrag oder auf Antrag der SVSM Änderungen des Preisreglements. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Zürich, April 2007

* Die weibliche Form ist immer miteinbezogen.

Kontakt:

Geschäftsstelle Schweizerische Vereinigung für Standortmanagement SVSM
Wengistrasse 7
Postfach
8026 Zürich
Telefon +41 (0) 44 455 56 66
Fax +41 (0) 44 455 56 60
info@svsm-standortmanagement.ch
www.svsm-standortmanagement.ch





SVSM AWARD 2008

Auch 2008 wird wieder ein SVSM Award vergeben. Die Ausschreibung findet im Frühjahr 2008 statt. Der Preis soll wiederum Ansporn und Belohnung für Akteure im Tätigkeitsbereich des Standortmanagements von Gemeinden, Regionen oder Städten sein. Die Awardverleihung findet **Mitte 2008** im Rahmen der SVSM Academy 2008 (Aus- und Weiterbildungsveranstaltung der SVSM) statt.

Anforderungen an Preisträger

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 für sich in Anspruch nehmen kann. Bewerben können sich Personen, Unternehmen, Institutionen oder öffentliche Körperschaften.

Es werden gesamtheitliche, **nachhaltige Standortmanagement-Projekte** ausgezeichnet, die über die reine Projektierungsphase hinaus **fortgeschritten** sind und **erste Erfolgsmessungen** zulassen.

Diese können den Fokus auf folgende Aspekte legen:

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

Bewerbung und Eingabefrist

Die **detaillierten Unterlagen zum SVSM Award** (Reglement, Anmeldeformular) sind auf der Webseite www.svsm-standortmanagement.ch abrufbar.

Eingabefrist für den **SVSM Award 2008** ist der **29. April 2008**. Die Bewerbungen können sich im Rahmen der SVSM Academy 2008 der Jury sowie einem breiten Publikum kurz präsentieren.

