

# «Serious Business» in Bern

Seit 2010 ist Adrian Probst, der Leiter der Wirtschaftsförderung der Region Bern, im Amt. Bern habe als Hauptstadt «Vorbildfunktion», sagt er. Berner seien «seriöse und vertrauenswürdige Geschäftspartner».

## Simon Wälti

Bern versucht, im Standortwettbewerb Schritt zu halten. Bei einer Studie der Credit Suisse (2010) zur Standortqualität lag der Kanton allerdings nur auf dem 18. Platz. Besser schnitt die bevölkerungsreiche und im Vergleich zum gesamten Kantonsgebiet wirtschaftlich stärkere Region Bern ab: Der Grossraum lag von 110 Regionen immerhin auf dem 19. Platz. Zwar hinkt die Region punkto Wirtschaftskraft auch hinter Zürich, Basel oder Genf her, hat aber deutliche Vorteile im Bezug auf Lebensqualität und individuelles Wohlbefinden. Adrian Probst, Leiter der Wirtschaftsförderung der Region Bern seit 2010, strich an seiner ersten Medienorientierung denn auch die positiven Aspekte heraus.

● **Vorbildfunktion:** Als Hauptstadt ist Bern das Tor zur Politik und hat Vorbildfunktion. «Berner sind seriöse und vertrauenswürdige Geschäftspartner. Bern steht für ethisches Wirtschaften und nicht für Gewinnmaximierung.» Probst spricht von «seriösem Business». Zudem werde eine Vielzahl wichtiger politischer Entscheide in Bern getroffen.

● **Starke Branchen:** Probst erwähnte die Bereiche Gesundheit, Umwelt, ICT (Information and Communication Technology) und Bankenplatz. «Auch im Bereich Banken hat Bern viel zu bieten.» Die Berner Kantonalbank zum Beispiel sei dieses Jahr Siegerin in einem Rating im Bereich Private Banking geworden.

● **Wachstum:** «Wir wollen die Kräfte aufnehmen und bündeln», sagt Probst. Es gehe darum, das bereits Bestehende zu verstärken und dafür die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen. Die Hauptstadt selbst solle dabei ein Zugpferd sein.

● **Verfügbare Bauflächen:** Probst schätzt, dass die Nachfrage nach Gewerbebauland höher ist als das Angebot. Bauland sei begehrt, das zeige sich auch bei der ehemaligen Kartonfabrik in Deisswil, wo es sehr viele Anfragen gebe. «Die Frage ist, wie man die Bedürfnisse zusammensetzen kann.»

● **Standortmarketing:** Es gibt viele verschiedene Strukturen und Logos wie «Bern City», «Bern macht's», «Wohnstadt Bern» oder «Bern Capital Impressions». Es gelte hier einen gemeinsamen Nenner und einen einheitlichen Rah-

men zu finden, sagt Probst. «Das ist wichtig für die Zielgruppe.» Es sei aber eine schwierige Frage, ob öffentliche Gelder ins Marketing geleitet werden sollen. Jedoch: «Nur, wenn es Marketing macht, also in der Kasse klingelt, hat Marketing eine Daseinsberechtigung.»

● **Steuern:** «Natürlich wäre es mir lieber, die Steuern wären tiefer.» Der Anteil der Firmen an den Steuereinnahmen beträgt 10 bis 15 Prozent, 85 bis 90 Prozent kommen von den einzelnen Bürgerinnen und Bürgern. Allerdings verläuft die Grenze nicht ganz so scharf, denn

wenn Arbeitsplätze geschaffen werden, wohnen dann meistens auch die Angestellten irgendwo in der Region.

● **One-Stop-Shop:** Die Bestrebungen der Ämterstellen sollen vernetzt werden. Ansiedlungswillige Firmen sollen nicht von Pontius zu Pilatus laufen müssen, sondern möglichst effiziente Dienstleistungen aus einer Hand erhalten.

## «Verwurzelung hat abgenommen»

Der Standortwettbewerb zwischen Regionen und Kantonen habe sich in den letzten Jahren verschärft, sagt Probst. «Die Firmen sind flexibler geworden, die Verwurzelung hat abgenommen.»

Bisher habe die Wirtschaftsförderung viel Grundlagenarbeit geleistet. Es bleibt jedoch immer noch viel zu tun, zum Beispiel hapert es noch beim Internetauftritt, der noch nicht vereinheitlicht wurde. Mit seiner Arbeit hofft Adrian Probst, die bestehende Lücke zwischen Standortqualität und Lebensqualität zu schliessen. Die Teilkonferenz Wirtschaft soll ein Zusammenrücken erleichtern: «Die öffentliche Hand soll mit der Privatwirtschaft an einem Tisch sitzen.»

## Wirtschaftsförderung

### Froh über den «Ruck»

#### Die Berner KMU begrüssen die Absichten der Wirtschaftsförderung.

Im Rahmen der Regionalkonferenz Bern-Mittelland ist von gut 30 Gemeinden Ende August die Teilkonferenz Wirtschaft gebildet worden. Diese wird vom Worber Gemeindepräsident Niklaus Gfeller (EVP) präsiert. Er sei froh, dass ein «Ruck in die Bestrebungen» komme, sich besser zu präsentieren und zu vermarkten, sagt Christoph Erb, Direktor der Berner KMU zu den Absichten der Wirtschaftsförderung Region Bern. Damit werde am richtigen Ort angesetzt. «Ich hoffe, dass auch die Gemeinden am gleichen Strick ziehen.» Zudem erhofft sich Erb, dass es mit der regionalen Wirtschaftsförderung gelingt, den bestehenden KMU den Zugang zur Verwaltung zu vereinfachen. Die Idee eines

«One-Stop-Shop» sei darum begrüssenswert. Eine wichtige Aufgabe sei es auch, sichtbar zu machen, wo welche Grundstücke verfügbar seien.

#### Moosseedorf machts selber

Moosseedorf ist mit Firmen wie Migros (Shopyland), Obi, Peugeot oder Prodega ein starker Wirtschaftsstandort. Die Gemeinde macht aber bei der Teilkonferenz Wirtschaft nicht mit. «Wir haben alle grossen Würfe gemacht», sagt Gemeindepräsident Peter Bill (SVP). «Die Situation wäre vielleicht anders, wenn wir noch viel Gewerbeland verfügbar hätten.» Viele Ansiedlungen seien dank Eigeninitiative gelungen, nur Peugeot sei über die kantonale Wirtschaftsförderung nach Moosseedorf gezogen. Letztes Beispiel der erfolgreichen Standortpromotion in Eigenregie ist die Firma Marti AG, die auf 15 000 Quadratmetern ihren neuen Firmensitz errichtet. (wal)

#### Zur Person

Adrian Probst (35) studierte an der Hochschule für Wirtschaft und Verwaltung Bern sowie der Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur Betriebsökonomie, Marketing, Tourismus sowie Organisation und Informatik waren Schwerpunkte der Ausbildung. Er arbeitete für die Valora in Paris und war stv. Leiter des Wirtschaftsamts in Thun. Zudem war er Berater für Publikationssysteme bei der Stämpfli AG.

