

## Kantonsratsbeschluss über das Mehrjahresprogramm der Standortförderung für die Jahre 2007 bis 2010

Botschaft und Entwurf der Regierung vom 15. August 2006

Inhaltsverzeichnis	Seite
Zusammenfassung.....	1
1. Herausforderungen .....	3
1.1 Intensiver Standortwettbewerb.....	3
1.2 Kostendruck und Verlagerung ins Ausland.....	3
1.3 Unsere Chance: Innovationen.....	3
1.4 Regionalentwicklung und Strukturpolitik.....	3
2. Entwicklungen auf Bundesebene .....	4
2.1 Vermarktung der Schweiz im Ausland.....	4
2.2 Neue Regionalpolitik des Bundes.....	4
2.3 Innovationsförderung und Technologietransfer .....	5
3. Ausgangslage des Mehrjahresprogramms .....	5
3.1 Grundlagen .....	5
3.2 Leistungsbilanz der vergangenen Jahre.....	6
4. Zielsetzung und Strategie.....	7
4.1 Standortmanagement.....	7
4.2 Innovations- und Kooperationsförderung.....	7
4.3 Standortpromotion.....	8
4.4 Übersicht.....	9
5. Wirkungsmessung.....	9
6. Finanzierung und Personal.....	9
6.1 Programmkredit .....	10
6.2 Kosten für Personal und Infrastruktur .....	10
6.3 IHG-Beiträge und Tourismusrechnung .....	10
6.4 Auswirkungen auf den Personalbestand .....	11
7. Massnahmenplan .....	11
7.1 Standortmanagement.....	13
7.2 Innovations- und Kooperationsförderung.....	19
7.3 Standortpromotion.....	22
7.4 Standortförderung allgemein .....	26
8. Antrag .....	27
Entwurf (Kantonsratsbeschluss über das Mehrjahresprogramm der Standortförderung für die Jahre 2007 bis 2010).....	28

### Zusammenfassung

*Der Kanton St.Gallen hat sich im Jahr 2002 im Wirtschaftsleitbild und der darauf aufbauenden Standortoffensive zu verschiedenen Themenbereichen der Standortförderung geäussert. Mit der eigentlichen Standortförderung im engeren Sinn befasst sich heute das dem Volkswirt-*

schaftsdepartement zugehörige Amt für Wirtschaft. Rechtsgrundlage für die von ihm erbrachten Leistungen bilden vorab Art. 19 der Kantonsverfassung, verschiedene bundesrechtliche Erlasse und bis Ende 2006 der Grossratsbeschluss über den Fond für Wirtschaftsförderung aus dem Jahr 1979. Nachdem die mit diesem Fond gesprochenen Mittel Ende 2006 aufgebraucht sein werden, hat der Kantonsrat als Ersatz für den Grossratsbeschluss das Standortförderungsgesetz vom 4. April 2006 verabschiedet. Das Standortförderungsgesetz tritt auf den 1. Januar 2007 in Kraft und verpflichtet den Kanton, über Leistungen, die er gestützt darauf erbringen will, ein Mehrjahresprogramm zu erstellen. Das Mehrjahresprogramm hat dabei Aussagen zu den Zielsetzungen und Strategien, zu den finanziellen Rahmenbedingungen und zur Wirkungskontrolle sowie eine Berichterstattung über die mit dem letzten Programm erbrachten Leistungen zu enthalten.

Das vorliegende Mehrjahresprogramm setzt sich aus einem allgemeinen Teil (Kapitel 1 bis 6) und einem Massnahmenplan (Kapitel 7) zusammen. Dieser zeigt detailliert auf, mit welchen konkreten Massnahmen die Standortförderung in den nächsten vier Jahren operieren will. Grundlage bilden dabei weiterhin die drei Geschäftsfelder Standortmanagement, Innovations- und Kooperationsförderung sowie Standortpromotion.

Das Standortförderungsgesetz sieht für das Mehrjahresprogramm einen Sonderkredit vor. Der beantragte Sonderkredit für die gesamte Programmperiode beläuft sich auf 10'765'000.– Franken. Damit bewegen sich die vorgesehenen jährlichen Ausgaben im selben Rahmen wie in den Voranschlägen der Vergleichsjahre 2005 und 2006. Die Aufwendungen des Sonderkredits werden jeweils zu Lasten der laufenden Rechnung gehen. Die Ausgestaltung des Kredites in Form eines Programmkredites über die Jahre 2007 bis 2010 erfolgt zu Gunsten grösserer Flexibilität der ausführenden Organe. Je nach Notwendigkeit versetzt es die Standortförderung in die Lage, innerhalb der Mehrjahresperiode Schwerpunkte für den finanziellen Mitteleinsatz zu setzen. Mit dem vorliegenden Mehrjahresprogramm und dem dazugehörigen Sonderkredit wird zwar für das Geschäftsfeld der Standortförderung Neuland beschritten, die vorliegende Budgetierungsform des Programmkredites ändert jedoch nichts an den finanzhaushaltrechtlichen Ausgabenzuständigkeiten von Regierung, Volkswirtschaftsdepartement und Amt für Wirtschaft. Der Voranschlag sieht zudem für das Jahr 2007 einen unveränderten Personalbestand vor.

Bereits in den letzten Jahren wurden Anstrengungen unternommen, die Wirkungsmessung zu konkretisieren und zu verstärken. Mit dem vorliegenden Mehrjahresprogramm soll die Wirkungsorientierung nun weiter entwickelt und vertieft werden. Der Massnahmenplan enthält Angaben zur beabsichtigten Wirkungskontrolle, indem es den einzelnen Massnahmen möglichst aussagekräftige Indikatoren und Zielvorgaben zuweist. Am Ende der Programmperiode wird es aufgrund dieses Systems möglich sein, mit Zahlen und Fakten über die Wirkungen der Standortförderung Bericht zu erstatten. Eine direkte Wirkungsmessung standortfördernder Massnahmen gestaltet sich jedoch schwierig, da zahlreiche externe Faktoren zur wirtschaftlichen Entwicklung einer Branche oder Region beitragen. Ein durchgängiges Wirkungscontrolling und eine detaillierte Wirkungsmessung sind entsprechend aufwendig und komplex.

Herr Präsident  
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir unterbreiten Ihnen mit dieser Vorlage den Entwurf eines Kantonsratsbeschlusses über das Mehrjahresprogramm der Standortförderung für die Jahre 2007 bis 2010.

## **1. Herausforderungen**

### **1.1 Intensiver Standortwettbewerb**

Die globale Mobilität von Kapital und Produktion hat zu einer grossen Konkurrenz unter den Standorten geführt. Dieser internationale und interkantonale Wettbewerb um Unternehmen und Schlüsselpersonen ist intensiv wie nie zuvor. Damit ein Standort Chancen hat, bedarf es vorab attraktiver Rahmenbedingungen in den Bereichen Arbeitsmarkt, Steuern, Lage, Infrastruktur und Anbindung sowie wirtschaftlichem Umfeld. Es gilt, diese Rahmenbedingungen kontinuierlich zu verbessern. Die Schweiz und der Kanton St.Gallen gehören in den genannten Bereichen zu den wettbewerbsfähigsten Standorten in Europa. Das Vorhandensein von attraktiven Rahmenbedingungen alleine genügt heute jedoch nicht mehr. Es sind zusätzliche Promotions- und Unterstützungsanstrengungen nötig, um die Vorzüge eines Standortes erfolgreich einbringen zu können. Mit der ständigen Optimierung der Rahmenbedingungen und den genannten Massnahmen können Unternehmen und Schlüsselpersonen am Standort gehalten oder angesiedelt werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass andere (europäische) Standorte mit aggressivem Marketing und beträchtlichen Zuschüssen operieren und teilweise, wie auch die Nachbarkantone, erhebliche Steuervorteile aufweisen. Um in diesem Umfeld bestehen zu können, ist nicht nur eine intensive Kontaktpflege im lokalen und internationalen Umfeld, sondern auch die gezielte Vermarktung der Standortfaktoren (Universität, Fachhochschulen, Forschung, Lage, Verkehrserschliessung usw.) sehr wichtig. Für interessierte Unternehmen muss bei Vorhaben am Standort St.Gallen ein professionelles Dienstleistungsangebot einhergehend mit einem überzeugenden Argumentarium an Standortvorteilen bereit stehen. Dieses Argumentarium nützt auch bestehenden Unternehmen, die sich in einer internationalen Konzernstruktur behaupten müssen.

### **1.2 Kostendruck und Verlagerung ins Ausland**

Waren es zunächst eher einfache, so sind es mittlerweile auch komplexe Wertschöpfungsprozesse, die Europa an Schwellenländer verliert. Die Schweiz als Hochkostenland steht unter enormem Anpassungsdruck. Seit Jahren strengt sich die Wirtschaft erfolgreich an, über strikte Kostendisziplin konkurrenzfähiger zu werden. Auch der Staat ist bemüht, die Unternehmen von Kosten und administrativen Verpflichtungen zu entlasten. Durch die Senkung der Kosten allein ist der weltweit schärferen Konkurrenz aber nicht beizukommen – zumal die Kostendifferenz in manchen Bereichen zu gross ist!

### **1.3 Unsere Chance: Innovationen**

Ziel ist es vielmehr, über permanente Innovationen immer wieder Wettbewerbsvorsprünge zu erzielen. In der Schweiz hergestellte Produkte können nur um soviel teurer sein, wie sie auch besser sind, oder es braucht Produkte, die die anderen nicht im Angebot haben. Ein wesentliches Element, um die Innovationskraft in wichtigen Branchen und zukunftssträchtigen Technologiefeldern zu stärken sowie die Produktivität zu steigern ist die Förderung neuer Technologien. Weltweit werden deshalb immer mehr Mittel für Bildung, Forschung, Entwicklung und Technologieapplikationen eingesetzt. China steht bei den Forschungsausgaben bereits heute weit vorne. Bei der Forschung und Entwicklung ist die Schweiz zwar (noch) gut platziert. Ein ausgezeichnetes Ausbildungs- und Forschungspotenzial steht zur Verfügung. Neues Wissen wird in der Schweiz aber unzureichend kommerziell umgesetzt. Für die Unternehmen ist es entscheidend, die marktfähige Anwendung von neuen Ideen beschleunigen zu können und neue Produkte schneller auf den Markt zu bringen.

### **1.4 Regionalentwicklung und Strukturpolitik**

Die Globalisierung und die Intensivierung des Standortwettbewerbs stellen auch die Regionalpolitik vor neue Herausforderungen. Aufgrund der heterogenen Struktur des Kantons St.Gallen

weisen die Regionen unterschiedlich günstige Voraussetzungen zum erfolgreichen Bestehen in diesem globalen Umfeld auf. Durch die künftige Förderung von Projekten und Vorhaben, welche die Innovationsfähigkeit, das Unternehmertum sowie die Schaffung von Wertschöpfungssystemen begünstigen, sollen deshalb in strukturschwächeren Regionen wettbewerbsfähige Arbeitsplätze geschaffen werden. Die Massnahmen der Regionalentwicklungs- und Tourismuspolitik zielen verstärkt darauf, wettbewerbsfähige Betriebs- und Angebotsstrukturen durch gezielte Anreize zu fördern sowie im Rahmen von Entwicklungsprojekten bestehende regionale Potenziale zu stärken, damit mehr regionale Wertschöpfung entstehen kann.

## **2. Entwicklungen auf Bundesebene**

### **2.1 Vermarktung der Schweiz im Ausland**

Die eidgenössischen Räte verlangen eine bessere Koordination der Massnahmen zur Landeswerbung der Schweiz. Beabsichtigt sind dabei die Straffung der auslandorientierten Werbestellen des Bundes und der Aufbau einer operativen Führungsstruktur und einer klaren Aufsicht durch ein Departement. Zurzeit liegt der Bericht über die «Koordinierte Landeswerbung» den Räten zur Beratung vor. Mit einer stärkeren Integration der Aussenwerbungsstellen soll die bereits heute bestehende Kooperation verbessert und die Wirkung verstärkt werden. Deshalb schlägt der Bericht die Schaffung einer als «Promotion Schweiz» bezeichneten Organisation vor. Diese soll in einer schlanken Variante die Kernorganisationen Schweiz Tourismus, Standort: Schweiz, Präsenz Schweiz sowie die Osec zusammenführen. Für die Umsetzung dieser im Vordergrund stehenden Variante müsste auf 1. Januar 2008 ein Rahmengesetz erlassen werden, da zu diesem Zeitpunkt die Finanzierungsbeschlüsse für Schweiz Tourismus und Standort:Schweiz auslaufen. Ein solches Gesetz könnte aber frühestens bis Ende 2008 in Kraft gesetzt werden, was voraussichtlich zu einer Verlängerung der Finanzierungsbeschlüsse führt.

Für die Promotionstätigkeit auf kantonaler Ebene ist wichtig, dass der Bund seine Partner- und Koordinationsrolle auch über das Jahr 2008 hinaus wahrnimmt und allenfalls sogar verstärkt. Der autonome kantonale Aussenaustritt wird sich dann auf Märkte beschränken, in denen der Kanton St.Gallen bereits einen gewissen Bekanntheitsgrad genießt. In den übrigen Märkten erfolgen die Akquisitionsbemühungen zweckmässigerweise mit den Massnahmen der nationalen Organisation abgestimmt. Die Betreuung von interessierten Kunden bleibt weiterhin Sache der regional bzw. kantonal dafür zuständigen Stellen.

### **2.2 Neue Regionalpolitik des Bundes**

Derzeit wird in den eidgenössischen Räten das Bundesgesetz über die Regionalpolitik behandelt. Die Vorlage wurde im Juni 2006 vom Ständerat als Erstrat behandelt. Gemäss aktuellem Zeitplan wird die Neue Regionalpolitik (NRP) also frühestens auf Anfang 2008 in Kraft treten. Folgende geltenden Bundeserlasse zur Regionalpolitik wurden kürzlich für eine Übergangsfrist verlängert:

- Bundesgesetz über die Förderung der schweizerischen Beteiligung an der Gemeinschaftsinitiative für grenzüberschreitende, transnationale und interregionale Zusammenarbeit (Interreg III) in den Jahren 2000-2006
- Bundesgesetz über die Änderung des Bundesbeschlusses über die Unterstützung des Strukturwandels im ländlichen Raum
- Bundesbeschluss über Bürgschaften und Zinskostenbeiträge für Investitionsvorhaben und überbetriebliche Finanzhilfen in wirtschaftlichen Erneuerungsgebieten
- Bundesgesetz über die Änderung des Bundesbeschlusses zu Gunsten wirtschaftlicher Erneuerungsgebiete. Die Referendumsfrist dieser Vorlagen läuft am 12. Oktober 2006 ab.
- Das Bundesgesetz über Investitionshilfe für Berggebiete (IHG) ist ein unbefristeter Erlass. Der Entscheid über eine Zwischenfinanzierung ist hier noch ausstehend (Stand August 2006).

Die Grundzüge der neuen Regionalpolitik des Bundes sind bekannt. Im Zentrum steht der Strategiewechsel weg von der interregionalen Umverteilung hin zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit. Die Massnahmen setzen auf Innovationen und die Eigenverantwortlichkeit der Regionen. Unternehmertum, Innovationsfähigkeit sowie Wertschöpfung stehen dabei im Mittelpunkt. Bestandteil der neuen Regionalpolitik bilden auch die unter Interreg laufenden Projekte der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit. Die Förderinstrumente sowie die im Rahmen der künftigen Regionalpolitik verfügbaren Mittel können jedoch aus heutiger Sicht noch nicht im Detail abgeschätzt werden. Der Kanton St.Gallen ist mit dem Bund für die Ausarbeitung des in der Gesetzesvorlage vorgesehenen Mehrjahresprogramms aber bereits im Gespräch. Als Grundlage für die Aushandlung einer Leistungsvereinbarung zwischen Bund und Kanton wird ab Herbst 2006 ein kantonales Entwicklungsprogramm erarbeitet. Die im Standortförderungsprogramm 2007-2010 gemachten Angaben zu den Projekten und Themenbereichen können deshalb im Sinn einer rollenden Planung noch Änderungen erfahren. Die im Programm eingestellten Kosten orientieren sich am Ausgabenniveau der Aktivitäten im Rahmen der heutigen kantonalen Regionalpolitik

### **2.3 Innovationsförderung und Technologietransfer**

Die Botschaft des Bundesrats über die Förderung von Bildung, Forschung und Technologie in den Jahren 2004-2007 (10 Bundesbeschlüsse sowie Abschreibung diverser parlamentarischer Vorstösse) sowie der Aktionsplan des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes zur Förderung von Innovation und Unternehmertum (Juni 2003) stützen sich auf die Forderung, bei den erzielten Forschungsergebnissen ganz vorne zu sein und bei der Umsetzung von Forschungsergebnissen einen Spitzenplatz zu erreichen. Diese strategische Stossrichtung ist auch für die Periode 2008-2011 vorgesehen, wobei die Schweizerische Erziehungsdirektorenkonferenz (EDK) zur Zielerreichung eine Aufstockung der entsprechenden Bundesmittel um jährlich 8 Prozent als notwendig erachtet. Die Zielerreichung soll im Weiteren durch eine bessere Abstimmung zwischen Bund und Kantonen sichergestellt werden. Massnahmen zur Stimulierung der Bereitschaft der Unternehmen, neue Ideen aufzugreifen und zu entwickeln sowie Massnahmen zur erweiterten kommerziellen Nutzung und Umsetzung wissenschaftlicher Ergebnisse werden verstärkt gefördert.

Die Bundesmittel im Bereich Forschung und Entwicklung werden heute zunehmend im Raum Zürich, Genf-Lausanne und Basel konzentriert. Dies erfordert künftig in den übrigen Regionen zusätzliche Anstrengungen durch eine verstärkte Netzwerkbildung von Wirtschaft und Wissenschaft.

## **3. Ausgangslage des Mehrjahresprogramms**

### **3.1 Grundlagen**

Bereits im kantonalen Wirtschaftsleitbild und der darauf aufbauenden Standortoffensive aus dem Jahr 2002 hat sich die Regierung zu verschiedenen Themenbereichen der Standortförderung geäussert. Die eigentliche staatliche Standortförderungsstelle der kantonalen Verwaltung, die sich mit der Standortförderung im engeren Sinn befasst, befindet sich heute im Volkswirtschaftsdepartement im Amt für Wirtschaft. Unter Standortförderung im engeren Sinne ist die spezifische Standortförderung mit den drei operativen Bereichen Standortmanagement, Standortpromotion und Innovations- und Kooperationsförderung gemeint. Die spezifische Standortförderung ihrerseits ist Bestandteil einer integralen Standortförderung, welche viele Gestaltungsbereiche von Staat und Politik betrifft. Beispiele dafür sind die Bildungspolitik, die Verkehrspolitik, die Raumordnungspolitik oder die Fiskalpolitik. Das vorliegende Mehrjahresprogramm umfasst explizit nur die Aktivitäten der spezifischen Standortförderung.

Die von dieser Standortförderungsstelle erbrachten Leistungen finden ihre Rechtsgrundlage in Art. 19 der Kantonsverfassung, im Grossratsbeschluss über den Fond für Wirtschaftsförderung aus dem Jahr 1979 (sGS 573.1) und in verschiedenen bundesrechtlichen Erlassen. Die mit dem Fond gesprochenen Mittel werden im Jahr 2006 aufgebraucht sein. Mit der Auflösung dieser Spezialfinanzierung per 31. Dezember 2006 entfällt auch die rechtliche Grundlage durch den Grossratsbeschluss. Neue Rechtsgrundlage bildet das vom Kantonsrat am 4. April 2006 erlassene Standortförderungsgesetz<sup>1</sup>. Die Regierung hat den Vollzugsbeginn dieses Erlasses auf den 1. Januar 2007 festgesetzt.

Das Standortförderungsgesetz regelt die verschiedenen Leistungen, welche die kantonale Standortförderungsstelle erbringt. Nach Art. 13 wird über Leistungen nach diesem Gesetz ein mehrjähriges Programm erstellt. Das Programm enthält:

- a) Zielsetzungen und Strategien;
- b) den finanziellen Rahmen;
- c) die Berichterstattung über die mit dem letzten Programm erbrachten Leistungen;
- d) die Wirkungskontrolle.

Das vorliegende Standortförderungsprogramm über die Jahre 2007-2010 kommt dieser Verpflichtung nach und enthält die in Bst. a bis d verlangten Informationen. Ausnahme bildet Bst. c. Da das vorliegende Standortförderungsprogramm das erste dieser Art ist, kann noch keine formelle Berichterstattung über die im Rahmen des letzten Programms erbrachten Leistungen erfolgen.

### **3.2 Leistungsbilanz der vergangenen Jahre**

Die Publikation der Leistungsbilanz der Standortförderung erfolgte in den vergangenen Jahren in der Regel über die Berichterstattung im Amtsbericht. Ergänzend und zusammenfassend soll nachfolgend ein beispielhafter Ausschnitt über die vielfältigen Massnahmen der Standortförderung gegeben werden, die in den letzten Jahren erfolgreich umgesetzt werden konnten:

Im Rahmen der Bestandespflege werden jährlich zahlreiche Auskünfte erteilt sowie Beratungen vor Ort durchgeführt. Die Problemstellungen betreffen hauptsächlich Finanzierungen, Investoren- und Standortsuche, Nachfolgeregelungen oder baurechtliche und planerische Fragen. Im Aufgabenbereich «Wirtschaftliche Schwerpunktgebiete» wurden die Standorte mit attraktivem Entwicklungspotenzial bezeichnet sowie Gemeinden und Private bei Fragen zur Entwicklung von bestehenden Industrie- und Gewerbegebieten beraten. In der Fachstelle Regionalentwicklung wurden verschiedene Projekte aus der Investitionshilfe für Berggebiete (IHG) realisiert, wobei unter anderem der Bau der Markthalle Toggenburg, die Erneuerung der Bergbahninfrastruktur im oberen Toggenburg sowie die neue Zubringerbahn von Unterterzen in die Flumserberge speziell zu erwähnen sind. Daneben brachte etwa das im Rahmen des Regioplus-Projekts «Heidiland Turbo» konzeptionell unterstützte Heidimusical mit über 50'000 Besuchern Umsätze von über 9 Mio. Franken in die Region. Die Tätigkeiten der Fachstelle Tourismus waren von der Erarbeitung des Tourismuskonzepts und dem Abschluss von Leistungsvereinbarungen mit den Destinationen für die Jahre 2006 bis 2010 geprägt. Die Fachstelle Regionalmarketing konnte im Absatzförderungsprojekt Culinarium von 2001 bis 2005 den Umsatz mit Culinarium-Produkten von 5 auf 160 Mio. Franken steigern, die Zahl der Markenbenutzer stieg im selben Zeitraum von 50 auf 270 mit rund 6800 Beschäftigten.

Massnahmen im Geschäftsfeld Innovations- und Kooperationsförderung (IuK) zielten darauf hin, Kooperationen und Netzwerke zu initiieren. Das mittlerweile sechste Kooperationsforum für Automobilzulieferer verzeichnete mit 500 Teilnehmern aus 33 Ländern einen neuen Rekord. Ein Schritt in Richtung Vertiefung der Zusammenarbeit mit Bayern Innovativ waren das internationale Kooperationsforum «Microsystems» (Bereich Elektronik / Mikrotechnologie), das inter-

---

<sup>1</sup> Referendumsvorlage siehe Amtsblatt 2006, 1083 ff.

nationale Kooperationsforum «Neue Ansätze in der Holzverarbeitung» und das Symposium «Holz innovativ». Um die kommerzielle Umsetzung wissenschaftlicher Ergebnisse im Bereich «Neue Technologien» zu forcieren, begleitete die LuK zusammen mit dem seco aktiv den «Nano-Cluster Bodensee». Die LuK war auch an der Initiierung dieses Pilotprojektes der Neuen Regionalpolitik des Bundes (NRP) beteiligt. Zur Identifizierung neuer Technologien in der Textilindustrie und den daraus resultierenden Chancen wurden St.Galler Unternehmen, die Textilfachhochschule und der Textilverband befragt. Das Ergebnis war Grundlage für das Diskussionsforum «Perspektiven der Ostschweizer Textilindustrie – Neue Technologien, Neue Märkte». Ferner partizipierte die LuK an den Vorbereitungsarbeiten für das KTI-Konsortium «Chost». Am Gemeinschaftsstand auf der Expo Real beteiligten sich im Laufe der drei letzten Jahre 58 Aussteller. Der Gemeinschaftsauftritt auf der Hannover Messe konnte in vier Jahren 54 Aussteller verzeichnen. Zur Zeit wird eine Studie zum Thema «Logistikpotenziale für Unternehmen im Toggenburg» erarbeitet.

Im Rahmen der Standortpromotion konnten von 2002-2005 insgesamt 111 Unternehmen angesiedelt werden. Die Erfahrungszahlen zeigen, dass 89 Prozent nachhaltig am Standort St.Gallen bleiben. Die Zahl der Mitarbeitenden dieser Unternehmen ist von 346 im ersten Geschäftsjahr auf nunmehr 565 gewachsen. Zu diesen nachhaltig geschaffenen Arbeitsplätzen kommen Steuereinnahmen, Investitionen und Zulieferaufträge als positive Wirkungen hinzu.

## **4. Zielsetzung und Strategie**

Auf die Ziele und Strategien sowie den Kontext der kantonalen Standortförderung wurde in der Botschaft zum Standortförderungsgesetz bereits ausführlich eingegangen. Diese Ausführungen sind nach wie vor gültig und werden an dieser Stelle nicht wiederholt. Die Standortförderung arbeitet operativ in den Geschäftsfeldern «Standortmanagement», «Innovations- und Kooperationsförderung» und «Standortpromotion».

### **4.1 Standortmanagement**

Das Standortmanagement unterstützt bestehende Unternehmen bei Investitions- und Bauvorhaben sowie in Konflikt- und Krisensituationen. Daneben werden in Zusammenarbeit mit Regionen und Gemeinden kantonale und regionale Strategien für die Bereiche Tourismus, Regionalentwicklung sowie Regionalmarketing (Culinarium) erarbeitet, welche im Rahmen des Vollzugs der entsprechenden Gesetzgebung des Bundes und des Kantons ausgeführt werden.

Der Wirtschaftsstandort Kanton St.Gallen ist ausgesprochen heterogen und gliedert sich in verschiedene Wirtschaftsräume mit innerkantonalen und ausserkantonalen Zentren. Städtische Gebiete mit Bildungsinstitutionen und Dienstleistungsbetrieben wechseln sich ab mit stark industriell geprägten Regionen und nicht zuletzt auch mit ländlichen Regionen, wo Landwirtschaft und Tourismus eine wichtige Rolle spielen. Damit die unterschiedlichen Interessen und Strategien der Wirtschaftsräume mit den wirtschafts-, tourismus- und regionalpolitischen Zielen des Kantons in Einklang gebracht werden können, bedarf es nebst der Informations- und Koordinationsarbeit vor allem der Entwicklung von adäquaten Lösungen. Die Umsetzung dieser Lösungen erfolgt durch das Standortmanagement in Zusammenarbeit mit Unternehmen, Regionen und Gemeinden sowie regionalen Entwicklungsträgern, mit welchen entsprechende Leistungsvereinbarungen abgeschlossen werden.

### **4.2 Innovations- und Kooperationsförderung**

Die Unternehmen sind heute mehr denn je in der kontinuierlichen Entwicklung innovativer Produkte und Verfahren gefordert. Dabei entsteht Neues heute weniger im Zentrum von Fachdisziplinen, sondern durch die intelligente und zielgerichtete Vernetzung von Wissen und Erfahrung über Technologien und Branchen hinweg. Der Freistaat Bayern beispielsweise behauptet

sich bereits erfolgreich mit Clusterinitiativen im internationalen Standortwettbewerb (Organisation: «Bayern Innovativ»). Die Förderung von Clusterprozessen ist auch einer der Kerngedanken der Neuen Regionalpolitik des Bundes. Cluster sind hier als Netzwerke von Produzenten, Zulieferern, Forschungseinrichtungen, Dienstleistern und verbundenen Institutionen mit einer gewissen regionalen Nähe zueinander zu verstehen, die über gemeinsame Austauschbeziehungen entlang einer Wertschöpfungskette gebildet werden. Die Massnahmen des Geschäftsfeldes Innovations- und Kooperationsförderung zielen darauf hin, gerade in kleinen und mittleren Unternehmen Impulse zu geben und Anschub für künftige Innovationen und Kooperationen zu leisten. Die Förderstrategie richtet sich – wie in der gesamten Standortförderung – nach den Grundsätzen Subsidiarität, Anschubfinanzierung, «Public-Private-Partnership» oder nach der Regelung der Zusammenarbeit in Form von Leistungsvereinbarungen.

### 4.3 Standortpromotion

Der Kanton St.Gallen kann im Standortwettbewerb klare Vorzüge ausspielen. Dazu gehören die Lage im Dreiländereck, das universitäre, exportorientierte und technologische Umfeld sowie der Kostenvorteil gegenüber den Grossstädten der Schweiz. Aufgrund seiner heterogenen Struktur und Grösse wird der Kanton auch künftig kaum mit den aggressiveren Steuersätzen kleinerer Kantone mithalten können. Er wird daher versuchen müssen, im generell attraktiven fiskalischen Umfeld der Schweiz mit den eingangs aufgeführten Vorzügen verstärkt Schwerpunkte zu setzen.

Die Standortpromotion vermarktet den Wirtschaftsstandort Kanton St.Gallen aktiv in geeigneten Zielmärkten. Sie berät und unterstützt interessierte Unternehmen und Schlüsselpersonen bei der Standortevaluation und bei der Abwicklung eines Ansiedlungsvorhabens mit Informationsmaterial, bei Bewilligungsverfahren, mit Kontakten zu verwaltungsinternen und -externen Partnern und durch Vermittlung von Immobilien und Grundstücken. Schliesslich unterstützt und initiiert sie einem positiven Image zuträgliche Massnahmen wie z.B. Informationsveranstaltungen für die künftigen Mitarbeitenden des Bundesverwaltungsgerichtes. Als Grundlage für die genannten Aufgaben erarbeitet sie entsprechende Werbe- und Informationsmittel.

	<b>Zielmärkte bearbeiten (Akquisition)</b>	<b>Werbemittel und Informationsmittel</b>	<b>Ansiedlungsabwicklung</b>	<b>Image</b>
<b>Branchenschwerpunkte/ Umfeld</b>	Einsetzen von Know-how-Vorteilen	Schwerpunktbranchen aufbereiten	Kontaktschaffung vor Ort zu Unternehmen und Forschung	Entsprechend prägen
<b>Immobilienaufbereitung</b>	Vorteilhafte Standorte als Argument verwenden	Geeignete Dokumentationen erstellen bzw. initiieren	Suche nach geeigneten Möglichkeiten / Besichtigungen vor Ort	Prestigeobjekte (Universität, Stadion, usw.) darstellen
<b>Fiskalische und finanzielle Konditionen</b>	Vorteile gegenüber Zielmarkt und Konkurrenzstandorten aufzeigen	Aussagekräftige Standortvergleiche aufbereiten	Kontaktherstellung zu Steuerbehörden und -beratern	Gezielt einsetzen

#### 4.4 Übersicht

In einer Gesamtübersicht lassen sich die Zielsetzung und Strategie durch die Definition folgenden Aufgabenfelder weiter konkretisieren:

<b>Standortmanagement</b>	<b>Innovations- und Kooperationsförderung</b>	<b>Standortpromotion</b>
Bestandespflge	Förderung von Kooperationen	Promotion in den Hauptzielmärkten Deutschland und Nordeuropa
Überbetriebliche Finanzierungsbeihilfen	Initiierung und Begleitung von Technologietransfer-Projekten	Promotion in weiteren Zielmärkten
Regionale Entwicklungsprojekte im ländlichen Raum (RegioPlus)	Koordination von Gemeinschaftsständen	Ansiedlungsunterstützung und Informationsaufbereitung
Trägerverein Culinarium, Projekt zur kantonalen Absatzförderung		Image- und Wohnortmarketing
Investitionshilfe im Berggebiet (IHG)		
Tourismus		

Der Massnahmenplan des Standortförderungsprogramms zeigt detailliert auf, mit welchen Massnahmen die Standortförderung in die nächsten vier Jahren operieren wird.

### 5. Wirkungsmessung

Grundsätzlich ist eine direkte Wirkungsmessung standortfördernder Massnahmen sehr schwierig, da zahlreiche externe Faktoren zur wirtschaftlichen Entwicklung einer Branche oder Region beitragen (z.B. Konjunktur, Sektoralpolitiken des Bundes). Berücksichtigt man weiter die Vielfältigkeit und Verschiedenheit der Projekte und Geschäftsfelder der Standortförderung, so ist ein durchgängiges Wirkungscontrolling komplex und eine detaillierte Wirkungsmessung aufwendig. Zudem werden viele Leistungen und Massnahmen nicht unmittelbar durch die kantonale Standortförderung umgesetzt, sondern zu einem grossen Teil in Zusammenarbeit oder ausschliesslich durch Projektträger erbracht. Deren Wirkungskontrolle ist in Leistungsvereinbarungen zwischen dem Kanton und den Projektträgern festgelegt.

Trotz dieser Begrenzungen wurden in den letzten Jahren Anstrengungen zur Wirkungsmessung unternommen: So haben die Bereiche Regionalentwicklung (Projektkontrolle über IHG- und Regio-Plus-Fälle) und Tourismus (Leistungsaufträge mit Destinationen) Grundlagen für ein Projektcontrolling erarbeitet. Der Bereich Standortpromotion führt ein Reporting über kontaktierte und angesiedelte Unternehmen. Die systematische Auswertung der Reportings der Projektträger sowie die Ausweisung der Eigenleistungen ermöglichen darüber hinaus ein zweckmässiges Leistungs- und Wirkungscontrolling.

Mit dem vorliegenden Standortförderungsprogramm soll die Wirkungsorientierung weiter entwickelt und vertieft werden: Der Massnahmenplan 2007-2010 enthält präzise Angaben zur beabsichtigten Wirkungskontrolle. Die Wirkungsmessung stützt sich auf ein System möglichst aussagekräftiger Indikatoren und klarer Zielvorgaben. Am Ende der vierjährigen Programmperiode wird es aufgrund dieses Systems dann möglich sein, mit Zahlen und Fakten über die Wirkungen der Standortförderung Bericht zu erstatten.

### 6. Finanzierung und Personal

Zur Finanzierung des vorliegenden Mehrjahresprogramms wird ein Programmkredit über die Jahre 2007-2010 beantragt. Die Ausgestaltung des Kredites in Form eines Programmkredites über vier Jahre erfolgt zu Gunsten grösserer Flexibilität der Standortförderung. Je nach Not-

wendigkeit und nach Vorhandensein förderungswürdiger Projekte versetzt es diese in die Lage, innerhalb der Mehrjahresperiode Schwerpunkte für den finanziellen Mitteleinsatz zu setzen.

Mit dem vorliegenden Mehrjahresprogramm wird für das Geschäftsfeld der Standortförderung Neuland beschritten. Erfahrungswerte im Umgang mit einem Programmkredit dieser spezifischen Art sind bis heute noch nicht vorhanden. Eine besondere Herausforderung stellt das Einstellen der erforderlichen Ressourcen in das Programm bei gleichzeitiger Unkenntnis über einen Teil der während der Vierjahresperiode zu bearbeitenden Projekte dar. Nicht jedes förderungswürdige Projekt bis ins Jahr 2010 ist im heutigen Zeitpunkt schon erdacht. Das Mehrjahresprogramm und der Programmkredit sollen unbedingt die notwendige Flexibilität enthalten, damit auf veränderte äussere Rahmenbedingungen reagiert und Projekte, die den Zielen des Standortförderungsgesetzes entsprechen, unterstützt werden können.

Dieses Vorgehen ist nur zielführend, wenn den in der Standortförderung agierenden Stellen insofern Vertrauen entgegengebracht wird, als diese die im Programmkredit eingestellten Mittel nur dann einsetzen werden, wenn ein entsprechender Bedarf tatsächlich ausgewiesen ist bzw. unterstützungswürdige Projekte nach den Vorgaben des Standortförderungsgesetzes tatsächlich vorhanden sind. Bereits in der Vergangenheit wurden die in den Voranschlägen für die Standortförderung eingestellten Mittel (ordentlicher Haushalt und Wirtschaftsförderungsfond) öfters nicht ausgeschöpft. Sie ermöglichten aber doch, rasch und mit umgehender Rechtssicherheit für die Gesuchsteller zu reagieren.

Es ist auch darauf hinzuweisen, dass die vorliegende Budgetierungsform des Programmkredits nichts an den finanzhaushaltrechtlichen Ausgabenzuständigkeiten von Regierung, Volkswirtschaftsdepartement und Amt für Wirtschaft ändert.

## **6.1 Programmkredit**

Im vorliegenden Standortförderungsprogramm werden bei den jeweiligen Schwerpunkten aller Bereiche auch die entsprechenden Kosten dargestellt. Bei den Zahlen für 2007 handelt es sich um jene des Voranschlags 2007, die Zahlen der nachfolgenden drei Jahre sind Schätzungen aufgrund der erwarteten Entwicklungen und geplanten Aktivitäten. Insgesamt belaufen sich die geplanten Kosten aus dem Programmkredit auf eine Höhe von 10'765'000.– Franken. Die Aufwendungen des Programmkredits gehen jeweils zu Lasten der laufenden Rechnung.

## **6.2 Kosten für Personal und Infrastruktur**

Zusätzlich zu den Programmkosten fallen so genannte Kosten für Personal und Infrastruktur an. Dazu gehören hauptsächlich die Löhne (Besoldung Planstellen und Aushilfspersonal), Arbeitgeberbeiträge, Bürokosten und Drucksachen sowie die Spesenentschädigungen. Gemäss Voranschlag 2007 beträgt dieser Aufwand insgesamt knapp 1,3 Mio. Franken. Werden diese Ausgaben zu den Programmkosten gerechnet, ergeben sich die effektiven Gesamtkosten der Standortförderung.

## **6.3 IHG-Beiträge und Tourismusrechnung**

Wie in der Botschaft zum Standortförderungsgesetz bereits festgehalten, werden die gleichwertigen Leistungen nach der Bundesgesetzgebung über Investitionshilfe für Berggebiete explizit nicht in den Programmkredit aufgenommen, sondern über das ordentliche Budget finanziert. Bei diesen Leistungen handelt es sich in der Regel um langfristige, jährliche Zinskostenbeiträge. Aufgrund der im IHG vorgesehenen Laufzeiten von bis zu 30 Jahren ist ein vierjähriger Abstimmungsrythmus über die IHG-Beiträge nicht praktikabel. Zur Erhöhung der Transparenz und zur inhaltlichen Vollständigkeit sind die IHG-Beiträge im Massnahmenplan dennoch aufgeführt.

Auch die Massnahmen zur Tourismusförderung finden der Vollständigkeits- und Transparenz halber Eingang in den Massnahmenplan 2007-2010 der Standortförderung. Die Finanzierung erfolgt aber im Rahmen einer Spezialfinanzierung der so genannten Tourismusrechnung.

#### 6.4 Auswirkungen auf den Personalbestand

Heute sind in der Standortförderung acht Personen tätig. Diese sind auf die drei Bereiche wie folgt aufgeteilt:

- Standortmanagement: 400 Prozent (Leiter, Fachstelle Tourismus, Fachstelle Regionalentwicklung, Fachstelle Regionalmarketing);
- Standortpromotion: 300 Prozent (Leiter und zwei Ansiedlungsberater);
- Innovations- und Kooperationsförderung: 100 Prozent (eine Leiterin).

Das Budget für das Jahr 2007 sieht einen unveränderten Personalbestand vor.

Wie dem nachfolgenden Massnahmenplan (Kap. 7) zu entnehmen ist, sollen die Aktivitäten der Standortförderung während der Programmkreditperiode ausgebaut werden. Dies ist nicht etwa eine Folge des neuen Standortförderungsgesetzes, sondern ein Teil der Strategie, wie der Kanton St.Gallen auf die in Kapitel 1 beschriebenen grossen Herausforderungen mit intensiviertem Standortwettbewerb reagiert. Dieses offensive Annehmen der Herausforderungen wird zur Folge haben, dass dem Kantonsrat gegebenenfalls mit den jährlichen Voranschlägen auch ein sehr moderater Ausbau des Personalbestands der Standortförderung beantragt werden wird. Darüber ist jedoch im ordentlichen Budgetierungsprozess gesondert zu entscheiden. Die Verabschiedung des vorliegenden Programms schafft in diesem Sinn keine Sachzwänge für künftige Entscheide über den Stellenplan. Standortförderungsprojekte bedürfen jedoch regelmässig einer engen inhaltlichen Begleitung. Deshalb ist an dieser Stelle anzumerken, dass die vorliegend skizzierte mögliche Intensivierung der Standortförderungsaktivitäten während der Programmperiode nicht in vollem Umfang realisiert werden kann, sollte eine Erhöhung des Personalbestandes nicht möglich sein.

## 7. Massnahmenplan

Die untenstehende Zusammenstellung gibt eine Übersicht über die auf den folgenden Seiten detailliert ausgeführten Förderschwerpunkte des Massnahmenplans und deren Kosten je Jahr:

Nr.	Förderschwerpunkt	Vergleichsjahre		Kosten je Jahr zu Lasten des Programmkredits (in 1000 Franken)				
		V 2005	V 2006	2007	2008	2009	2010	
7.1	<b>Standortmanagement</b>							
7.1.1	Bestandspflege	344	258	232	250	250	250	
7.1.2	Überbetriebliche Finanzierungsbeihilfen	530	520	191	200	200	200	
7.1.3	Regionale Entwicklungsprojekte im ländlichen Raum (Regio Plus)	306	256	225	380	450	450	
7.1.4	Culinarium	40	40	40	0	0	0	
7.1.5	Investitionshilfe im Berggebiet (IHG)	<i>Allg. Haushalt</i>		Ausserhalb Sonderkredit				
7.1.6	Tourismus	<i>Spezialfinanzierung</i>		Spezialfinanzierung				
	<b>Total</b>	<b>1220</b>	<b>1074</b>	<b>688</b>	<b>830</b>	<b>900</b>	<b>900</b>	<b>3318</b>

Nr.	Förderschwerpunkt	Vergleichsjahre		Kosten je Jahr zu Lasten des Programmcredits (in 1000 Franken)				
		V 2005	V 2006	2007	2008	2009	2010	
7.1	<b>Standortmanagement</b>							
7.1.1	Bestandspflege	344	258	232	250	250	250	
7.1.2	Überbetriebliche Finanzierungsbeihilfen	530	520	191	200	200	200	
7.1.3	Regionale Entwicklungsprojekte im ländlichen Raum (Regio Plus)	306	256	225	380	450	450	
7.1.4	Culinarium	40	40	40	0	0	0	
7.1.5	Investitionshilfe im Berggebiet (IHG)	<i>Allg. Haushalt</i>		Ausserhalb Sonderkredit				
7.1.6	Tourismus	<i>Spezialfinanzierung</i>		Spezialfinanzierung				
	<b>Total</b>	<b>1220</b>	<b>1074</b>	<b>688</b>	<b>830</b>	<b>900</b>	<b>900</b>	<b>3318</b>
7.2	<b>Innovations- und Kooperationsförderung</b>							
7.2.1	Förderung von Kooperationen	159	132	111	110	130	130	
7.2.2	Initiierung und Begleitung von Technologietransfer-Projekten	425	425	445	500	500	500	
7.2.3	Koordination von Gemeinschaftsständen	50	50	43	70	90	90	
	<b>Total</b>	<b>634</b>	<b>607</b>	<b>599</b>	<b>680</b>	<b>720</b>	<b>720</b>	<b>2719</b>
7.3	<b>Standortpromotion</b>							
7.3.1	Promotion in den Hauptzielmärkten Deutschland und Nordeuropa	220	220	100	110	120	120	
7.3.2	Promotion in weiteren Zielmärkten	145	75	130	135	150	150	
7.3.3	Ansiedlungsunterstützung und Informationsaufbereitung	60	74	98	110	140	140	
7.3.4	Image- und Wohnortmarketing	60	20	25	40	60	70	
	<b>Total</b>	<b>485</b>	<b>389</b>	<b>353</b>	<b>395</b>	<b>470</b>	<b>480</b>	<b>1698</b>
7.4	<b>Standortförderung allgemein</b>							
7.4.1	Projekte zur Internationalen Zusammenarbeit / Interreg	50	30	200	230	270	270	
7.4.2	Projekte zur Entwicklung der Standortqualität	136	114	160	250	250	300	
7.4.3	Projekte zur Forschungszusammenarbeit	0	240	200	250	300	300	
	<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>384</b>	<b>560</b>	<b>730</b>	<b>870</b>	<b>870</b>	<b>3030</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>2525</b>	<b>2454</b>	<b>2200</b>	<b>2635</b>	<b>2960</b>	<b>2970</b>	<b>10765</b>

Der beantragte Sonderkredit für die gesamte Programmperiode (2007-2010) beläuft sich auf 10'765'000.– Franken. Damit bewegen sich die vorgesehenen jährlichen Ausgaben im selben Rahmen wie in den Voranschlägen der Vergleichsjahre 2005 und 2006. Ein direkter Vergleich einzelner Positionen ist aufgrund diverser Änderungen in der gewählten Systematik jedoch nicht möglich. Der Sonderkredit unterliegt nach Art. 7 Abs. 1 des Gesetzes über Referendum und Initiative (sGS 125.1) dem fakultativen Finanzreferendum.

## 7.1 Standortmanagement

### 7.1.1 Bestandespflege

<b>Leistungsziele</b> Im Rahmen der Bestandespflege werden bestehende Unternehmen bei Finanzierungs-, Investitions- und Bauvorhaben sowie in Konflikt- und Krisensituationen unterstützt. Dies erfolgt beispielsweise durch die Vermittlung von Kontakten, die Koordination mit involvierten Ämtern, die Einberufung von runden Tischen oder die Beratung zu Finanzierungsbeihilfen. Daneben werden im Rahmen von Projekten in Zusammenarbeit mit den Unternehmensverbänden Lösungsansätze erarbeitet, welche die Rahmenbedingungen für Unternehmen verbessern.		<b>Mögliche Partner</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Private Unternehmen</li> <li>– Wirtschaftsverbände</li> <li>– Regionalplanungsgruppen</li> <li>– Politische Gemeinden</li> <li>– Genossenschaften / Vereine / Zweckverbände</li> <li>– KMU-next</li> </ul>		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Unterstützung von Unternehmen bei Finanzierungs-, Bau- und Investitionsvorhaben oder Krisensituationen</li> <li>– Standortsicherung für Unternehmen, welche eine Verlegung des Sitzes erwägen</li> <li>– Geschäftsführung KMU-Forum, Bearbeitung von Vernehmlassungsverfahren mit besonderem Augenmerk auf unerwünschte Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen</li> <li>– Wirtschaftliche Schwerpunktgebiete: periodische Aktualisierung des Richtplan Koordinationsblattes IV 12, Beratung von Regionen, Gemeinden und Eigentümern bei der Entwicklung von Gewerbe- und Industriestandorten sowie der Erarbeitung von Vermarktungsunterlagen</li> </ul>				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ressort «KMU-Politik» des Staatssekretariats für Wirtschaft (seco):                         <ul style="list-style-type: none"> <li>– Information der KMU und Unternehmensgründer (<a href="http://www.kmuinfo.ch">www.kmuinfo.ch</a>; <a href="http://www.kmuadmin.ch">www.kmuadmin.ch</a>)</li> <li>– Unterstützung der KMU-Finanzierung (Gewerbliches Bürgschaftswesen; Bundesgesetz über die Risikokapitalgesellschaften, Bonny-Beschluss (Bürgschaften, Zinskostenbeiträge, Steuererleichterungen)</li> <li>– Abbau von administrativen Hürden (Forum KMU; KMU-Test)</li> </ul> </li> </ul>				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Anzahl persönliche Kontakte mit Unternehmungen pro Jahr</li> <li>– Anzahl Teilnahmen an Veranstaltungen von Netzwerkpartnern</li> <li>– Anzahl Empfehlungen / Mitberichte des KMU-Forums</li> </ul>		<b>Zielvorgaben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 80 bis 100 Beratungen vor Ort</li> <li>– Teilnahme an 20 bis 30 Veranstaltungen von Netzwerkpartnern</li> <li>– Aufbau eines KMU-Forums</li> </ul>		
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 232	<b>2008</b> 250	<b>2009</b> 250	<b>2010</b> 250

7.1.2 Überbetriebliche Finanzierungsbeihilfen

<b>Leistungsziele</b> Mit den überbetrieblichen Finanzierungsbeihilfen des Bundesbeschlusses zugunsten wirtschaftlicher Erneuerungsgebiete (Lex Bonny) wird die finanzielle Unterstützung von Vorhaben und Institutionen, welche das Unternehmerpotenzial sowie die Investitions- und Innovationstätigkeit in wirtschaftlichen Erneuerungsgebieten fördern, ermöglicht.		<b>Mögliche Partner</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Regionalplanungsgruppen / Regionale Geschäftsträger (Sekretariate)</li> <li>- Genossenschaften / Vereine / Zweckverbände</li> <li>- Private Unternehmen (KMU)</li> </ul>		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unterstützung von Beratung und Coaching für Jung- und Neuunternehmer</li> <li>- Plattformen zur Vernetzung von bestehenden und neuen kleinen und mittleren Unternehmen (gemeinsamer Absatz, gemeinsame Finanzierung, gemeinsame Logistik usw.)</li> </ul>				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bereitstellung der Internet-Plattformen <a href="http://www.kmuinfo.ch">www.kmuinfo.ch</a> und <a href="http://www.kmuadmin.ch">www.kmuadmin.ch</a></li> <li>- Venturelab <a href="http://www.venturelab.ch">www.venturelab.ch</a></li> </ul>				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wirkungen der Projekte durch periodische Auswertung der Zwischen- und Schlussberichte der Projektträger:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl Unternehmensgründungen, welche durch Mithilfe von Gründerberatungen entstanden sind</li> <li>- Anzahl Arbeitsplätze, welche durch Mithilfe von Gründerberatungen entstanden sind</li> <li>- Entwicklung der überbetrieblichen Projekte (gemäss Wirkungsindikatoren der Leistungsvereinbarungen)</li> </ul> </li> </ul>		<b>Zielvorgaben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Umsetzungsgrad der Förderstrategie für Gründerzentren laufend erhöhen</li> <li>- Anzahl Projekte, die nach Projektende selbsttragend sind</li> <li>- Anteil an den neuen Leistungsvereinbarungen mit Projektträgern, die ein Wirkungscontrolling umfassen (Vorgabe: 100 Prozent)</li> </ul>		
<b>Bemerkungen</b> Ab 2008 sind massgebliche Veränderungen durch die Neue Regionalpolitik (NRP) zu erwarten.				
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 191	<b>2008</b> 200	<b>2009</b> 200	<b>2010</b> 200

7.1.3 Regionale Entwicklungsprojekte im ländlichen Raum (RegioPlus)

<b>Leistungsziele</b> Mit dem regionalpolitischen Instrument RegioPlus des Bundes wird der ländliche Raum (Berggebiete sowie ländliche Gebiete, fernab von den Agglomerationen) bei der Bewältigung des wirtschaftlichen Strukturwandels unterstützt.		<b>Mögliche Partner</b> – Regionalplanungsgruppen / Regionale Geschäftsträger (Sekretariate) – Tourismusorganisationen – Genossenschaften / Vereine / Zweckverbände – Private Unternehmen		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> – Prüfung von Anträgen zur Förderung von organisatorischen, konzeptionellen und institutionellen Vorhaben, die Modellcharakter haben und für die Region ausgesprochen innovativ sind – Auslösung von Aktivitäten, die direkt Erwerbsmöglichkeiten schaffen – Auslösung von Aktivitäten, die Kooperationen zwischen Branchen auslösen (Landwirtschaft, Gewerbe, Tourismus, Industrie, Zulieferer) – Coaching der Projektträger, Teilnahme an Sitzungen der operativen Organe der Projektträger (mit beratender Stimme)				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> – Überbetriebliche Förderung in wirtschaftlichen Erneuerungsgebieten [Bundesbeschluss zugunsten wirtschaftlicher Erneuerungsgebiete vom 6. Oktober 1995 (SR 951.93)] – Förderung der Innovation im Tourismus [Bundesgesetz über die Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus (Innotour) (SR 935.22)]				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> – Indikatoren zur Wirkungs- und Leistungsmessung der regionalen Entwicklungsprojekte gemäss Leistungsvereinbarungen – Angebotsschaffung – Beitrag zur regionalen Wertschöpfung – Beitrag zur Verbesserung der regionalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und zur Schaffung von Arbeitsplätzen		<b>Zielvorgaben</b> – Erarbeitung und Umsetzungsgrad einer Förderstrategie für wirtschaftliche Entwicklungsprojekte im ländlichen Raum sowie deren Umsetzung laufend erhöhen – Anzahl Projekte, die nach Projektende selbsttragend sind – Anteil an den neuen Leistungsvereinbarungen mit Projektträgern, die ein Wirkungscontrolling umfassen (Vorgabe: 100 Prozent)		
<b>Bemerkungen</b> Ab 2008 sind massgebliche Veränderungen durch die Neue Regionalpolitik (NRP) zu erwarten. Eine über sämtliche Projekte aggregierte Wirkungsmessung kann nicht erfolgen, da die Projekte bezüglich konkreten Inhalten und Zielsetzungen stark divergieren. Die Wirkungsmessung erfolgt deshalb je nach Projekt durch Auswertung der Zwischen- und Schlussberichte.				
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 225	<b>2008</b> 380	<b>2009</b> 450	<b>2010</b> 450

7.1.4 Trägerverein Culinarium; Projekt zur kantonalen Absatzförderung

<b>Leistungsziele</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Förderung und Koordination der Zusammenarbeit zwischen der Landwirtschaft und deren Wirtschaftssektoren in den Regionen</li> <li>- Sicherung und Steigerung des Absatzes und der Qualität von regionalen Erzeugnissen</li> <li>- Erhaltung und Erhöhung der Wertschöpfung in den Regionen</li> <li>- Sensibilisierung von breiten Bevölkerungsschichten für Produkte und Dienstleistungen aus den Regionen</li> </ul>		<b>Mögliche Partner</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Association pour la Promotion du Goût, Lausanne, APG</li> <li>- Schweizerische Gesellschaft für Ernährung, Bern, SGE</li> <li>- Vereinigung zur Erhaltung des kulinarischen Erbes, Lausanne</li> <li>- Slow Food Schweiz &amp; International, Zürich/Mailand</li> </ul>		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bildung von Plattformen für innovative Produkte und Gerichte</li> <li>- Neue Märkte für Produzenten und Gastronomen erschliessen (Markteinführung, POS-Aktivitäten)</li> <li>- Entwicklung von Kommunikations- und Marketingplattformen für Produzenten und Gastronomen</li> <li>- Organisation und Koordination von Events in den Regionen</li> </ul>				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) – Runder Tisch (Koordination von regionalen und überregionalen Projekten im Bereich Regionalmarketing)</li> </ul>				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl Vereinsmitglieder</li> <li>- Anzahl Markenbenutzer</li> <li>- Umsatz Culinarium-Produkte und -Gerichte</li> <li>- Anzahl Beschäftigte</li> </ul>		<b>Zielvorgabe (jährlich)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vereinsmitglieder: Bestand leicht ausbauen</li> <li>- Markenbenutzer: Bestand leicht ausbauen</li> <li>- Umsatz: leicht ausbauen</li> <li>- Beschäftigte: leicht ausbauen</li> </ul>		
<b>Bemerkungen:</b> Die Geschäftsstelle des Trägervereins Culinarium ist im Amt für Wirtschaft integriert.				
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
AfW	40	0	0	0
LWA (zur Information)	40	40	40	40

7.1.5 Investitionshilfe im Berggebiet (IHG)

Anmerkung: Die Massnahmen «IHG» werden nicht aus dem Programmkredit finanziert.

<b>Leistungsziele</b> Die Investitionshilfe für Berggebiete des Bundes soll die wirtschaftlichen Entwicklungsvoraussetzungen und die Wettbewerbsfähigkeit im Berggebiet verbessern, die Ausnutzung der regionalen Potenziale fördern und die Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden und den Regionen unterstützen.		<b>Mögliche Partner</b> – Regionalplanungsgruppen – Politische Gemeinden – Genossenschaften / Vereine / Zweckverbände – Private Unternehmen		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> – Prüfung von Anträgen über die Ausrichtung von zinslosen Bundesdarlehen und äquivalenten Staatsbeiträgen – Ausschöpfung regionsspezifischer Potenziale und Entwicklung der Standortvorteile – Ausrichtung von jährlichen Zinskostenbeiträgen an Projektträger sowie von Staatsbeiträgen an Regionalplanungsgruppen für Mehrjahresprogramme – Erarbeitung von IHG-Teilstrategien (Bsp. Bergbahnförderung) und strategischen Auflagen in den IHG-Verfügungen sowie deren Umsetzung				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> – Gewährung von Bürgschaften und Zinskostenbeiträgen in Berggebieten – Einzelbetriebliche Förderung in wirtschaftlichen Erneuerungsgebieten – Förderung der Beherbergungswirtschaft				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> – Anzahl Kontakte mit Gesuchstellern, Regionen und Gemeinden – Umsetzungsgrad der Vollzugsstrategien – Umsetzungsgrad der strategischen Auflagen		<b>Zielvorgaben</b> – 50 bis 100 Kontakte mit Gesuchstellern, Regionen und Gemeinden – Umsetzungsgrad der neuen kantonalen Vollzugsstrategie laufend erhöhen – Umsetzung der strategischen Auflagen in den IHG-Verfügungen laufend erhöhen		
<b>Bemerkungen</b> Ab 2008 sind massgebliche Veränderungen durch die Neue Regionalpolitik (NRP) zu erwarten. Die Kosten für die Ausrichtung der kantonalen Zinskostenbeiträge hängt stark ab von der Zinsentwicklung (Referenzzinssatz entspricht dem durchschnittlichen Zinssatz für Neuhypotheken im 1. Rang für Gewerbebauten der St.Galler Kantonalbank). Es besteht zudem ein jährlicher Plafonds für Zinskostenbeiträge im Rahmen der Investitionshilfe für Berggebiete.				
<b>Kosten (Jährliches Budget)</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 1200	<b>2008</b> 1200	<b>2009</b> 1400	<b>2010</b> 1400

7.1.6 *Tourismus*

Anmerkung: Die Massnahmen «Tourismus» werden nicht aus dem Programmkredit finanziert.

<b>Leistungsziele</b> – Tourismusförderung aus regional- und wirtschaftspolitischer Sicht – Stärkung von Regionen, in denen Tourismus ein bedeutender Wirtschaftszweig mit Entwicklungspotenzial ist – Förderung von marktfähigen Strukturen		<b>Mögliche Partner</b> – Tourismusorganisationen – Regionalplanungsgruppen / Regionale Entwicklungsträger – Genossenschaften / Vereine / Zweckverbände – Private Unternehmen		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> – Umsetzung des Massnahmenplans Tourismus 2004 (vgl. im Detail Tourismuskonzept 2004 und Massnahmenplan Tourismus) – Interne und externe Anlaufstelle für tourismusspezifische Fragen – Förderung der Strukturverbesserung im Beherbergungs- und Infrastrukturbereich in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> –				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> – Anzahl Kontakte mit Gesuchstellern, Tourismusorganisationen und sonstigen Anspruchsgruppen – Indikatoren zur Wirkungs- und Leistungsmessung der Tourismusorganisationen gemäss Leistungsvereinbarungen – Umsetzungsgrad Tourismuskonzept 2004 und Massnahmenplan gemäss Destinationsscreening (Herbst 2009)		<b>Zielvorgaben</b> – 50 bis 100 Kontakte mit Gesuchstellern, Tourismusorganisationen und sonstigen Anspruchsgruppen – Umsetzungsgrad Tourismuskonzept 2004 und Massnahmenplan laufend erhöhen		
<b>Bemerkungen</b> Tourismuskonzept 2004 und Massnahmenplan: Dauernde Überprüfung, Anpassung und Weiterentwicklung an veränderte Rahmen- und Marktbedingungen im Sinne einer rollenden Planung.				
<b>Kosten (Spezialfinanzierung!)</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 3'060	<b>2008</b> 3'060	<b>2009</b> 3'060	<b>2010</b> 3'060

## 7.2 Innovations- und Kooperationsförderung

### 7.2.1 Förderung von Kooperationen

<b>Leistungsziele</b> Erschliessung neuer Innovationspotenziale durch die Initiierung und Förderung von Kooperationen zwischen den Unternehmen selbst sowie zwischen den Unternehmen und wissenschaftlichen Instituten.		<b>Mögliche Partner</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Staatssekretariat für Wirtschaft (seco)</li> <li>- Förderagentur für Innovation (KTI)</li> <li>- Bayern Innovativ GmbH und Organisationen mit ähnlichem Auftrag</li> <li>- Fachhochschulen, Universitäten und ausseruniversitäre Institute</li> <li>- Zweckverbände, Vereine</li> <li>- Private Unternehmen</li> </ul>		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unterstützung von Kooperationsforen, z.B. zu Funktionellen Textilien, zu optischen Technologien sowie Kunststoffen in der Medizinaltechnik und zur Oberflächentechnik</li> <li>- Unterstützung von One-on-One Kooperationstreffen mit bilateralen Business-Meetings, z.B. für Automobilzulieferer</li> <li>- Unterstützung von technologieorientierten Fach-Konferenzen</li> <li>- Bereitstellung von Informationen im Internet, z.B. erstes weltweites Suchportal für Automobilzulieferer (<a href="http://www.automotive-index.com">www.automotive-index.com</a>)</li> </ul>				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Botschaft des Bundesrats über die Förderung von Bildung, Forschung und Technologie 2004-2007</li> <li>- Aktionsplan des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartments zur Förderung von Innovation und Unternehmertum, Juni 2003</li> </ul>				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl der Plattformen in strategisch erfolgsversprechenden Bereichen</li> <li>- Entwicklungsgrad der Plattformen, gemessen am Verdichten von neuen Erkenntnissen und das Ergreifen von daraus resultierenden Massnahmen</li> </ul>		<b>Zielvorgaben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Intensivierung der Bemühungen zur Etablierung von überregionalen Projekten (z.B. mit Bayern Innovativ)</li> </ul>		
<b>Bemerkungen</b> Die Unternehmen wahren im Hinblick auf Wettbewerbsvorteile oft Stillschweigen über eingegangene Kooperationen.				
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 111	<b>2008</b> 110	<b>2009</b> 130	<b>2010</b> 130

7.2.2 *Initiierung und Begleitung von Technologietransfer-Projekten (ausgehend vom Bedürfnis der Unternehmungen)*

<b>Leistungsziele</b> Stimulierung der Bereitschaft der Unternehmen, neue Ideen aufzugreifen und zu entwickeln.  Förderung der erweiterten kommerziellen Nutzung und Umsetzung wissenschaftlicher Ergebnisse.		<b>Mögliche Partner</b> – Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) – Förderagentur für Innovation (KTI) – Bayern Innovativ GmbH und Organisationen mit ähnlichem Auftrag – Fachhochschulen, Universitäten und ausseruniversitäre Institute – Zweckverbände, Vereine – Private Unternehmen		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> – Initiierung und Durchführung von Dialog-Plattformen zur Vernetzung von bestehenden und neuen KMU mit den Fachhochschulen, Universitäten und ausseruniversitären Instituten – Förderung und Begleitung von Projekten unternehmerischer Initiativen – Förderung und Begleitung von Kooperationsnetzwerken, z.B. das Pilotprojekt «Nano-Cluster Bodensee» – Förderung und Begleitung von Technologiezentren – Erstinformation über bestehende Förderprogramme, z.B. EU-Rahmenprogramm für Forschung und Entwicklung				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> – Botschaft des Bundesrats über die Förderung von Bildung, Forschung und Technologie 2004-2007 (10 Bundesbeschlüsse sowie Abschreibung diverser parlamentarischer Vorstösse) – Aktionsplan des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartments zur Förderung von Innovation und Unternehmertum, Juni 2003				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> – Indikatoren zur Leistungsmessung der Projektträger gemäss Leistungsvereinbarungen – Entwicklungsgrad der Projektinitiativen, gemessen am Verdichten von neuen Erkenntnissen und das Ergreifen von daraus resultierenden Massnahmen		<b>Zielvorgaben</b> – Erarbeitung einer Wirkungskontrolle in Form einer Leistungsvereinbarung – Erarbeitung einer Förderstrategie für Projekte ausgehend vom Bedürfnis der Unternehmungen (Pull-Ansatz)		
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 445	<b>2008</b> 500	<b>2009</b> 500	<b>2010</b> 500

7.2.3 Koordination von Gemeinschaftsständen

<b>Leistungsziele</b> Schaffung von Präsentations-Plattformen für Produkte, Technologien und aktuelle Entwicklungskompetenz zwecks der Erschliessung neuer Märkte und der Gewinnung neuer Kunden und Kooperationspartner.		<b>Mögliche Partner</b> – Bayern Innovativ GmbH und Organisationen mit ähnlichem Auftrag – Regionen – Private Unternehmen		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> – Initiierung und Durchführung von Gemeinschaftsständen, z.B. Hannover Messe in Partnerschaft mit Bayern Innovativ				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> – Bereitstellen von Finanzbeihilfen zur Förderung von grenzüberschreitenden Gemeinschaftsständen im Rahmen des Programms Interreg IIIA				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> – Anzahl interessierter Messeteilnehmer – Anzahl Teilnehmender		<b>Zielvorgaben</b> – Erleichterung des Zugangs für KMU an internationale Hightech Messen – Erreichen einer kritischen Masse an Ausstellern		
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 43	<b>2008</b> 70	<b>2009</b> 90	<b>2010</b> 90

### 7.3 Standortpromotion

#### 7.3.1 Promotion in den Hauptzielmärkten Deutschland und Nordeuropa

<b>Leistungsziele</b> Mit der Standortpromotion in den vorrangigen Zielmärkten Deutschland und Nordeuropa wird das Bekanntmachen der Vorzüge des Kantons St.Gallen in erster Linie als Unternehmensstandort aber auch als Wohnort bezweckt. Daraus soll sich die Ansiedlung von Unternehmen und Schlüsselpersonen ergeben. Dazu gehören auch Aktivitäten im Rahmen von Standort Ostschweiz und Standort Schweiz.		<b>Mögliche Partner</b> – Private wie Berater, Banken, Anwälte – Nachbarkantone / Standort Ostschweiz – Bund / Standort Schweiz		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> – Organisation und / oder Teilnahme an Investorenanlässen, Kamingesprächen, Kanzleiseminaren, Messen usw. – Bearbeitung und Einsatz von Mittlern wie Beratungsunternehmen und Anwälten – Direktansprache von potenziell interessierten Unternehmen – Organisation/Nutzung von Alumni-Anlässen von St.Galler Bildungseinrichtungen – Aktivitäten und Zusammenarbeit mit den Kantonen AR, AI, TG im Rahmen von Standort Ostschweiz sowie Standort Schweiz				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> – Programmpartnerschaft Deutschland im Rahmen von Standort Schweiz gemäss dem Bundesgesetz zur Förderung der Information über den Unternehmensstandort Schweiz – Investorenseminare, Messeauftritte, Executive Seminare				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> – Anzahl Veranstaltungen und Besucher pro Jahr – Anzahl Ansiedlungsinteressierte pro Jahr – Anzahl angesiedelte Unternehmen pro Jahr – Anzahl Arbeitsplätze dieser Unternehmen im ersten Jahr		<b>Zielvorgaben</b> – 10 Veranstaltungen 3 mal je Jahr für den Zielmarkt – 120 Ansiedlungsinteressierte pro Jahr – 15 bis 20 Firmenansiedlungen aus Deutschland – 80 Arbeitsplätze dieser Firmenansiedlungen im ersten Jahr		
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 100	<b>2008</b> 110	<b>2009</b> 120	<b>2010</b> 120

7.3.2 Promotion in weiteren Zielmärkten

<p><b>Leistungsziele</b> Mit der Standortpromotion in weiteren Zielmärkten wird das Bekanntmachen der Vorzüge des Kantons St.Gallen als Teil des Standortes Schweiz bezweckt. In diesen Zielmärkten wird vor allem auf die Plattformen von anderen Partnern – insbesondere Standort Schweiz zugegriffen. Daraus soll sich die Ansiedlung von Unternehmen und Schlüsselpersonen ergeben. Nebst den vorrangigen Zielmärkten sollen weitere Zielmärkte abgestimmt mit Standort Schweiz vertieft bearbeitet und in weiteren potenziellen Märkten punktuell Chancen genutzt werden.</p>		<p><b>Mögliche Partner</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Private wie Berater, Banken, Anwälte</li> <li>– Bund / Standort Schweiz</li> </ul>		
<p><b>Massnahmen in der Programmperiode</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Organisation und / oder Teilnahme an Investorenanlässen, Kamingesprächen, Kanzleiseminaren, usw.</li> <li>– Bearbeitung und Einsatz von Mittlern wie Beratungsunternehmen und Anwälten</li> <li>– Direktansprache von potenziell interessierten Unternehmen</li> <li>– Organisation/Nutzung von Alumni-Anlässen von St.Galler Bildungseinrichtungen</li> <li>– Finanzierung von Massnahmen Dritter (z.B. China-Plattform des Bundes)</li> </ul>				
<p><b>Massnahmen auf Bundesebene</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Programmpartnerschaften gemäss dem Bundesgesetz zur Förderung der Information über den Unternehmensstandort Schweiz</li> <li>– Investorenseminare, Messeauftritte, Media Tours, Executive Seminare</li> </ul>				
<p><b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Anzahl Veranstaltungen und Besucher pro Jahr</li> <li>– Anzahl Ansiedlungsinteressierte pro Jahr</li> <li>– Anzahl angesiedelter Unternehmen pro Jahr</li> <li>– Anzahl Arbeitsplätze dieser Unternehmen im ersten Jahr</li> </ul>		<p><b>Zielvorgaben</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 7 Veranstaltungen 3 mal je Jahr</li> <li>– 100 Ansiedlungsinteressierte 3 mal je Jahr</li> <li>– 10 bis 15 Firmenansiedlungen 3 mal je Jahr</li> <li>– 50 Arbeitsplätze dieser Firmenansiedlungen im ersten Jahr</li> </ul>		
<p><b>Bemerkungen</b> Gemäss heutigem Stand stehen für die Zielmärkte folgende Regionen im Vordergrund: USA, Russland, Österreich, China</p>				
<p><b>Kosten</b> (in 1000 Franken)</p>	<p><b>2007</b> 130</p>	<p><b>2008</b> 135</p>	<p><b>2009</b> 150</p>	<p><b>2010</b> 150</p>

7.3.3 *Ansiedlungsunterstützung und Informationsaufbereitung*

<b>Leistungsziele</b> Unterstützung von Ansiedlungsinteressierten im Kanton St.Gallen mit einer bestmöglichen Darstellung der Rahmenbedingungen und von Standortoptionen sowie aktive Koordination, Vermittlung von Netzwerkkontakten und Erstberatung im Ansiedlungsprozess von Unternehmen und Schlüsselpersonen Professionelles Set an Dokumentationen (Werbe- und Informationsmittel) zum Standort Kanton St.Gallen.		<b>Mögliche Partner</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Private wie Berater, Banken, Anwälte, PR-Firmen</li> <li>- Ämter, Gemeinden, Institutionen (Uni, FHs usw.)</li> <li>- Staatskanzlei (Abteilung Kommunikation)</li> </ul>		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beratungsgespräche und Besichtigungen/Besuche mit Unternehmensvertretern und Schlüsselpersonen</li> <li>- Kontaktpflege und Involvierung von Ämtern, Gemeinden, Institutionen, Mittlern und Wirtschaft</li> <li>- Aufbereitung geeigneter Dokumentationen für Kunden</li> <li>- Beizug Dritter für vertiefte Abklärungen (z.B. Zollfragen, Logistik usw.)</li> <li>- Bereitstellung Investorenhandbuch, Standortbroschüre und Standortspot in deutsch und englisch</li> <li>- Weiteres wie Flyer, branchenspezifische Informationen, Inserate, Liegenschaftendokumentationen usw.</li> </ul>				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erstkontakte durch Standort Schweiz</li> <li>- Entsprechende Werbemittel zum Standort Schweiz in verschiedenen Sprachen</li> </ul>				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl konkrete Standortevaluationen pro Jahr</li> <li>- Anzahl angesiedelte Unternehmen pro Jahr</li> <li>- Bestehendes Set an aktuellen, qualitativ hochstehenden Werbe- und Informationsmittel</li> </ul>		<b>Zielvorgaben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 150 Standortevaluationen je Jahr</li> <li>- 25 bis 35 Firmenansiedlungen je Jahr</li> <li>- aktuelles, professionelles Informationsset vorhanden</li> </ul>		
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 98	<b>2008</b> 110	<b>2009</b> 140	<b>2010</b> 140

7.3.4 Image- und Wohnortmarketing

<b>Leistungsziele</b> Imagekampagnen und Wohnortmarketing zum Standort Kanton St.Gallen wie beispielsweise bezüglich Bundesverwaltungsgericht, Just More, Immo-Messen. Der Kanton St.Gallen soll sich auch imagemässig als idealer Unternehmensstandort und Wohnort profilieren.		<b>Mögliche Partner</b> – Andere Amtstellen, Regionen, Gemeinden, Private		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> – Standortdokumentation und Wohnortmarketing im Rahmen der Ansiedlung des Bundesverwaltungsgerichtes (BVG) – Relocation Services (Wohnungssuche, usw.) für Schlüsselpersonen in Zusammenarbeit mit den Regionen – Imagekampagnen wie z.B. Just More und bei Events – Messeteilnahmen, Artikel in Medien				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> –				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> – Informationsset für am Wohnort Interessierte – Durchgeführte Kampagnen und erreichtes Publikum – Übersiedlung des BVG-Personals in die Ostschweiz		<b>Zielvorgaben</b> – Aufbereitung eines Informationssets – Einer je Jahr wie z.B. Just More – 50 bis 100 Zuzüger aus der Region Bern-Lausanne		
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b> 25	<b>2008</b> 40	<b>2009</b> 60	<b>2010</b> 70

## 7.4 Standortförderung allgemein

7.4.1 *Projekte zur Internationalen Zusammenarbeit*

7.4.2 *Projekte zur Entwicklung der Standortqualität*

7.4.3 *Projekte zur Forschungszusammenarbeit*

<b>Leistungsziele</b> Bei der Ausarbeitung dieses Massnahmenplans bereits bekannte und noch nicht bekannte Projekte zu Gunsten des Wirtschaftsstandortes Kanton St.Gallen, die den Zielsetzungen obiger Förderschwerpunkte sowie den Bestimmungen im neuen Standortförderungsgesetz entsprechen. Diese Position bietet den notwendigen Handlungsspielraum, damit auf künftige Entwicklungen reagiert werden kann.		<b>Mögliche Partner</b> Gemeinden, Kantone, Bund, Organisationen der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit, regionale Entwicklungsträger, Institutionen des Technologietransfers und der Forschung, Bürgerschaftsinstitutionen, Verbände der Sozialpartnerschaft, öffentlich-rechtliche und privatrechtliche Institutionen.		
<b>Massnahmen in der Programmperiode</b> – Projekte zur Promotion des Standortes im Ausland und zur Internationalen Zusammenarbeit (z.B. Reagieren auf die asiatische Herausforderung durch Intensivierung der Standortpromotion in bestimmten Ländern) – Projekte zur Förderung der Attraktivität des Wirtschafts- und Wohnstandortes bzw. zur Entwicklung der Standortqualität (Internationale Schulen) Ähnliches Projekt aus der Vergangenheit: Internationale Schule Rheintal (ISR) – Projekte zur Innovations- und Kooperationsförderung und der Forschungszusammenarbeit (z.B. Aufbau eines Netzwerkes zur Förderung des Technologietransfers) Ähnliche Projekte aus der Vergangenheit: Forschungsinstitut der SAP an der Universität St.Gallen (HSG); Nanocluster Bodensee (NCB)				
<b>Massnahmen auf Bundesebene</b> Siehe Massnahmen in den übrigen Förderschwerpunkten dieses Massnahmenplans.				
<b>Leistungsmessung durch Indikatoren</b> – Definition von Indikatoren erfolgt fallspezifisch (keine generalisierende Festlegung möglich).		<b>Zielvorgaben</b> – Fallspezifisch zu definieren		
<b>Bemerkungen</b> Konkrete Projekte bedingen grösstenteils einer regierungsrätlichen Zustimmung.				
<b>Kosten</b> (in 1000 Franken)	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
– Projekte zur Internationalen Zusammenarbeit	200	230	270	270
– Projekte zur Entwicklung der Standortqualität	160	250	300	300
– Projekte zur Forschungszusammenarbeit	200	250	300	300

## **8. Antrag**

Wir beantragen Ihnen, Herr Präsident, sehr geehrte Damen und Herren, auf den Entwurf eines Kantonsratsbeschlusses über das Mehrjahresprogramm der Standortförderung für die Jahre 2007 bis 2010 einzutreten.

Im Namen der Regierung,  
Die Präsidentin:  
Karin Keller-Sutter

Der Staatssekretär:  
Martin Gehrer

---

**Kantonsratsbeschluss  
über das Mehrjahresprogramm der Standortförderung  
für die Jahre 2007 bis 2010**

Entwurf der Regierung vom 15. August 2006

Der Kantonsrat des Kantons St.Gallen

hat von der Botschaft der Regierung vom 15. August 2006 Kenntnis genommen und  
erlässt

gestützt auf Art. 13 des Standortförderungsgesetzes vom 4. April 2006<sup>2</sup>

als Beschluss:

1. Das Mehrjahresprogramm der Standortförderung für die Jahre 2007 bis 2010 wird genehmigt.
2. Zur Deckung der Kosten wird ein Sonderkredit von Fr. 10'765'000.– gewährt.  
Der Sonderkredit wird der laufenden Rechnung belastet.
3. Dieser Erlass wird vom 1. Januar 2007 bis 31. Dezember 2010 angewendet.
4. Dieser Erlass untersteht dem fakultativen Finanzreferendum.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Referendumsvorlage siehe ABI 2006, 1083 ff.

<sup>3</sup> Art. 7 Abs. 1 RIG, sGS 125.1.