

Wirtschaftsstandort Thurgau soll in Zukunft besser vermarktet werden

Thurgauer Regierung möchte 2,5 Millionen Franken für Imagekampagne ausgeben

Mit einem unverwechselbaren Auftritt soll der Kanton Thurgau künftig im Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte seine Qualitäten besser ausspielen und mit einem neuen, einheitlichen Marktauftritt positiv auffallen. Mit einem Kostendach von 2,5 Millionen Franken, so das entsprechende Kreditbegehren zuhanden des Grossen Rates, soll in den kommenden vier Jahren das strategische Marketingkonzept umgesetzt werden. Die verbesserte Vermarktung als Wirtschaftsstandort, so der Regierungsrat in seiner Botschaft, sei eine zentrale Folgerung des Strukturberichtes.

Von Urs Tiefenauer

Den Wirtschaftsstandort Thurgau breiter, tiefer und professioneller zu vermarkten war eine der zentralen Schlussfolgerungen des Strukturberichtes. Der Kampf der Standorte um neue Unternehmen und damit um neue Arbeitsplätze werde härter. Neue Konkurrenten würden dazustossen und teils erhebliche finanzielle Mittel für die Vermarktung einsetzen. Der Wettbewerbsdruck zwischen den Unternehmen würde sich auf Regionen und Länder übertragen. Damit steige der Zwang zu einer professionellen Vermarktung von Standorten – auch jener des Thurgaus.

In der Vergangenheit nicht untätig

Auch wenn im Thurgau unter Mitwirkung der Wirtschaftsförderung in den vergangenen Jahren durchschnittlich je 15 Ansiedlungen realisiert werden konnten und im Jahre 1996 dank dieser Anstrengungen 150 Arbeitsplätze geschaffen wurden, seien zusätzliche Marketingmassnahmen erforderlich, so die Regierung in ihrer Botschaft. Auch die Thur-



Mit 2,5 Millionen Franken in vier Jahren möchte die Thurgauer Regierung den Wirtschaftsstandort Thurgau besser vermarkten.

gauer Industrie- und Handelskammer (TIHK) steht hinter der Notwendigkeit dieses strategischen Massnahmenpapiers, so Peter Muri, TIHK. Seiner Meinung nach wurde in der Vergangenheit das gemacht, was möglich war. Unter anderem wurden so bereits schon in früheren Jahren informelle Kontakte zwischen verschiedenen Wirtschaftsunternehmen gezielt gefördert. Die rund 2,5 Millionen Franken bezifferte Muri als Grösse, die

im Verhältnis zur jetzigen Finanzsituation des Kantons stehe. Allerdings würden andernorts zum Teil bedeutend grössere finanzielle Mittel zur eigentlichen Wirtschaftsförderung freigesetzt.

Rollende Planung notwendig

Mit dem strategischen Marketingkonzept soll der formelle Rahmen geschaffen werden, der mit verbindlichen Zielen und langfristig angelegt ist. Dazu wird ein un-

verwechselbares Erscheinungsbild, das in praktische Werbemassnahmen umgesetzt die unverwechselbaren Merkmale des Thurgaus präsentiert und damit den Kanton deutlich von anderen Standorten abhebt. Glaubhafte Informationsträger sollen dieses Profil Entscheidungsträgern interessierter Unternehmen nahebringen.

Elemente des Konzeptes

Wesentliche Merkmale des Konzeptes sind Leitsätze, an denen sich der Auftritt des Standortes Thurgau jederzeit und durchwegs messen lassen. Die Stärken des Thurgaus zwischen dem Hochtechnologiezentrum Stuttgart und dem Finanz- und Dienstleistungszentrum Zürich sowie in unmittelbarer Nähe zum interkontinentalen Flughafen Zürich-Kloten seien ausserdem eine Wohnbevölkerung mit vielen Jugendlichen und überdurchschnittlich vielen Lehrabschlüssen, Land- und Raumreserven, einer intakten Lebensqualität und wirtschaftsfreundlichen Behörden.

Wirkung auch aussen und nach innen

Der Auftritt möchte aber auch die zukunftsgerichteten Wirtschaftsstrukturen, die optimale Wertschöpfung und den attraktiven Lebensraum des Thurgaus verstärken. Der Auftritt soll positiv wirken, und zwar nach aussen und nach innen, um so zu einer nachhaltigen Wahrnehmung bei Entscheidungsträgern und Mittlern zu führen. Der Auftritt soll ausserdem ein zielorientiertes, erfolgreiches Denken und Handeln bewirken und Visionen projizieren. Mit dieser Strategie möchte der Regierungsrat eine Umsetzung des Standortmarketings erarbeiten lassen. Der Kostenrahmen von 2,5 Millionen Franken zwingt zu einer Beschränkung auf das Wesentlichste.