

Businessplan Grenchen 2007-15

Ziele – Strategie – Stossrichtungen

August 2007

Inhalt

1 Ausgangslage

- 1.1 Zum Businessplan Grenchen
- 1.2 Meilensteine 1998 – 2006
- 1.3 Entwicklung des Standorts seit 1998
- 1.4 Herausforderungen

2 Ziele

3 Strategie

- 3.1 Wirtschaftsstandort
- 3.2 Wohnstandort

4 Stossrichtungen und Massnahmen

5 Realisierung

- 5.1 Vorgehensweise und Umsetzung
- 5.2 Finanzpolitische Verträglichkeit

A Anhang

- A1 Arbeitsgruppe Businessplan
- A2 Mitglieder des Industrie- und Handelsverbands Grenchen und Umgebung IHVG (Stand Dez. 2006)
- A3 Aktionsplan 2007-08

Kontakt

Stadt Grenchen
Stadtkanzlei
Bahnhofstrasse 23
2540 Grenchen

Stadt Grenchen
Wirtschaftsförderung
Bahnhofstrasse 23
2540 Grenchen

Stadt Grenchen
Baudirektion
Dammstrasse 14
2540 Grenchen

Tel. 032 655 66 66
Fax 032 653 36 14
stadtkanzlei
@grenchen.ch

Tel. 032 652 16 17
Fax 032 653 36 14
wirtschaftsfoerderung
@grenchen.ch

Tel. 032 654 67 67
Fax 032 654 67 69
baudirektion
@grenchen.ch

1 Ausgangslage

1.1 Zum Businessplan Grenchen

Die Stadt Grenchen setzt sich aktiv mit ihren Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken als Wirtschaftsstandort auseinander. Ihre Ziele, Strategie und Stossrichtungen für die wirtschaftliche Entwicklung hält sie in einem Businessplan fest.

Seit acht Jahren ist der Businessplan erfolgreich im Einsatz als...

- Handlungsrichtlinie für Behörden und Verwaltung,
- Arbeits- und Koordinationsinstrument der Stadtverwaltung,
- Marketinginstrument bei Ansiedlungsaktivitäten der Wirtschaftsförderung,
- „Schnittstelle“ für die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Verwaltung.

Der Businessplan ist in der Stadt breit abgestützt. Seine Erarbeitung bzw. Aktualisierung erfolgt jeweils unter Leitung der Wirtschaftsförderung durch eine Arbeitsgruppe, die sich aus Repräsentanten der Grenchner Wirtschaft, Verwaltung und Politik zusammensetzt (Mitglieder siehe Anhang A1).

Der Businessplan dient sowohl der Verwaltung als auch den politischen Behörden als Leitplanke für deren Handeln. Behördliche Vorlagen sind darauf zu prüfen, ob sie vom Businessplan betroffen sind, und gegebenenfalls auf die im Businessplan postulierten Ziele und Stossrichtungen abzustimmen. Bei der Diskussion solcher Vorlagen in den politischen Behörden ist explizit auf den Businessplan zu verweisen.

Der zum Businessplan gehörende **Aktionsplan** wird im Sinne einer ‚rollenden Planung‘ im Zweijahresrhythmus aktualisiert. Gleichzeitig werden die Ziele, Strategie und Stossrichtungen auf ihre Gültigkeit geprüft und gegebenenfalls überarbeitet.

Das Instrument Businessplan

„**Was es nicht ist**“: ein generelles Leitbild für sämtliche Bereiche der Stadtentwicklung.

„**Was es ist**“: ein konkretes, umsetzungsorientiertes Strategieinstrument für die wirtschaftlichen Aspekte der Stadtentwicklung.

Der Businessplan konzentriert sich auf Lösungsansätze, die direkt oder indirekt durch die Stadt beeinflusst werden können. Der Fokus ist bewusst auf diejenigen Bereiche gerichtet, die den wirksamsten Beitrag zur **Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts** versprechen (Potenzialorientierung). Weitere Bereiche wie Kultur, Bildung, Soziales werden berücksichtigt, soweit sie die Entwicklung des Wirtschaftsstandorts wesentlich beeinflussen.

Wirtschaftsrat und Wirtschaftsförderung berichten dem Gemeinderat einmal jährlich über die Zielerreichung sowie den Umsetzungsstand der Strategie und des Aktionsplans.

Die vorliegende Fassung des Business- und Aktionsplans wurde vom Grenchner Gemeinderat am 21. August 2007 verabschiedet.

1 Ausgangslage

1.2 Meilensteine 1998 – 2006

- **Orts- und Zonenplanrevision, aktive Boden- und Liegenschaftspolitik:** ökonomische Gesichtspunkte berücksichtigt; Arbeitszone Süd: umfangreiche Baulandreserven geschaffen
- **Städtebauliche Aufwertung:** Architektonische Aufwertung: Neugestaltung des Marktplatzes, City Grenchen (Postplatz), Centro; flankierende Massnahmen zur A5: Rückbau T5, Begegnungszonen, Parkraumkonzept
- **Bildungsstandort, Know-how-Transfer:** Institut für Fertigungstechnologie iFT, Höhere Fachschule für Technik; Ansiedlung ZeitZentrum; MIBE Mittelländische Berufsmesse; Gesamtschule für Theater
- **Label „Energistadt“:** Bundeszertifikat für konsequente und ergebnisorientierte Energiepolitik; Sensibilisierung/Motivation von Öffentlichkeit und Verwaltung für energiepolitische Fragen; Label nutzbar zur Imagepflege des Standorts
- **Standortmarketing Region Grenchen:** Konzeption; Pilotphase 2006 – 2008, regional abgestützt durch Projektpartnerschaften mit Nachbargemeinden, Wirtschaftsverbänden, Unternehmen und Organisationen
- **Leistungsvereinbarung mit kantonaler Wirtschaftsförderung:** Grenchner Wirtschaftsförderung erbringt für den Kanton gegen jährliche Abgeltung Leistungen in den Bereichen Ansiedlungen, Bestandespflege, überbetriebliche Projekte/Studien

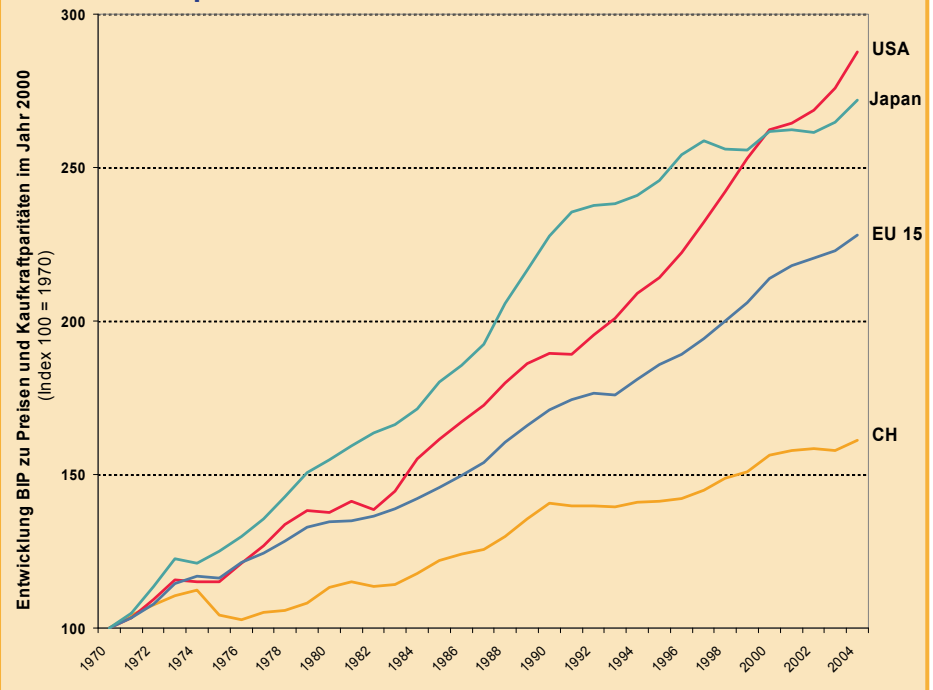
Leistungsbilanz der Wirtschaftsförderung

Realisierte Unternehmensansiedlungen und -expansionen mit Beteiligung der Wirtschaftsförderung Grenchen:

1998 – 2006

Ansiedlungen	22
Expansionen	28
Neu geschaffene Arbeitsplätze	ca. 890
Gesicherte Arbeitsplätze	ca. 860

Bruttoinlandprodukt 1970 – 2004



Quelle: BFS

1 Ausgangslage

1.3 Entwicklung des Standorts seit 1998

Wirtschaftsstandort

Dynamische Entwicklung:

- **Potenzialreicher Branchenmix:** Ausgehend vom Know-how aus der Uhrenindustrie ist es gelungen, einen wertschöpfungsintensiven, exportorientierten Branchenmix aufzubauen, mit Hightech-Branchen wie der Medizinaltechnik, hoch spezialisierten Zulieferbetrieben und dem wieder erstarkten Motor Uhrenindustrie. In den letzten Jahren trieben Unternehmensexpansionen und -ansiedlungen die Diversifikation weiter in Richtung Hightech-Cluster voran, insbesondere im Segment Präzisions-/Medizinaltechnik. Der Grenchner Branchencluster gilt heute als einer der wachstumsfähigsten der Schweiz (siehe Grafik).
- **Standortvorteile:** Der Direktanschluss an die A5 im Jahr 2002 hat die Standortgunst nochmals deutlich erhöht. Zusammen mit den Industrieländreserven in nächster Nähe zu Autobahn, Bahn und Regionalflughafen verfügt Grenchen über hervorragende Standortvoraussetzungen, die im Mittelland ihresgleichen suchen.
- Mit der günstigeren Konjunktorentwicklung, die ab ca. 2004 spürbar wurde, kommen diese verbesserten Rahmenbedingungen zum Tragen. Bestehende Unternehmen schufen in den letzten Jahren überdurchschnittlich viele neue Arbeitsplätze (2000 – 2005: IHVG-Mitglieder +4.6%, Ø CH +2.5%). Der wachsende Hightech-Cluster, die spezialisierten Arbeitskräfte und die erwähnten Standortvorteile ziehen weitere Technologiefirmen an.

Grenchner Branchen und Unternehmen: Beispiele

Medizinaltechnik: Synthes, Thommen Medical AG, Ypsotec AG (Ypsomed Gruppe)

Kunststoffe, Beschichtungen: W. Blösch AG, Rolla Micro-Synthetics AG, Sintron AG, Teuscher Kunststoff-Technik AG

Präzisionstechnik, Décolletage: Etampa AG, W. Siegrist + Cie. AG, Rolf Hänggi AG, Soprem Automation AG

Uhrenindustrie – Marken: Breitling SA, Eterna SA, Fortis Uhren AG, Titoni AG

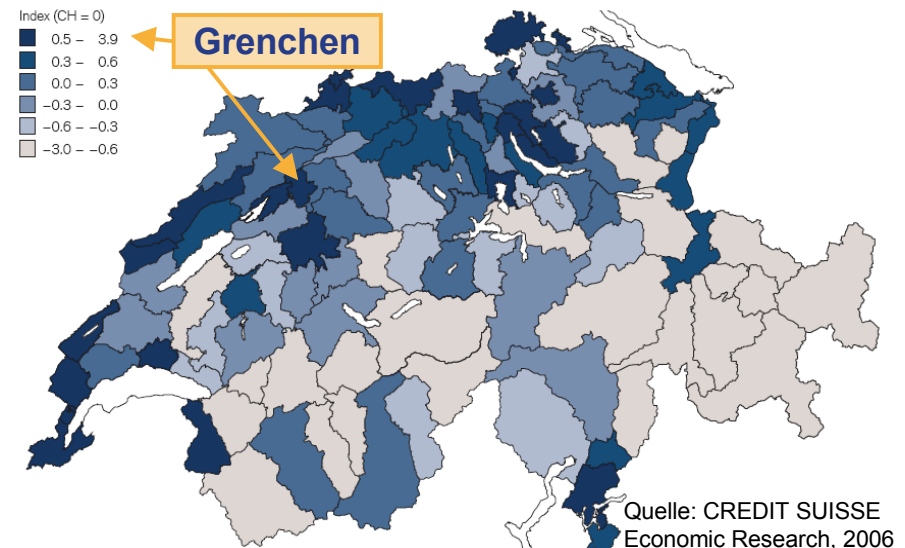
Uhrenindustrie – Komponenten: ETA SA Manufacture Horlogère Suisse (Swatch Group), Microcomponents AG, Micro Crystal SA, Estima AG, Vereinigte Pignons-Fabriken AG; diverse spezialisierte Zulieferbetriebe

Weitere Branchen: Asitrade AG (Bobst Group), Binder Electronic Components AG, BMC Trading AG/SMT Swiss Manufacturing Technology AG, Mahle Motorkomponenten (Schweiz) AG, Mecaplex AG, Ramseier Technologies AG, Rotoflex AG

Gewerbe: vielfältiges Angebot

Weitere Unternehmen siehe Mitgliederliste IHVG im Anhang

Wachstumspotenzial der Wertschöpfung



1 Ausgangslage

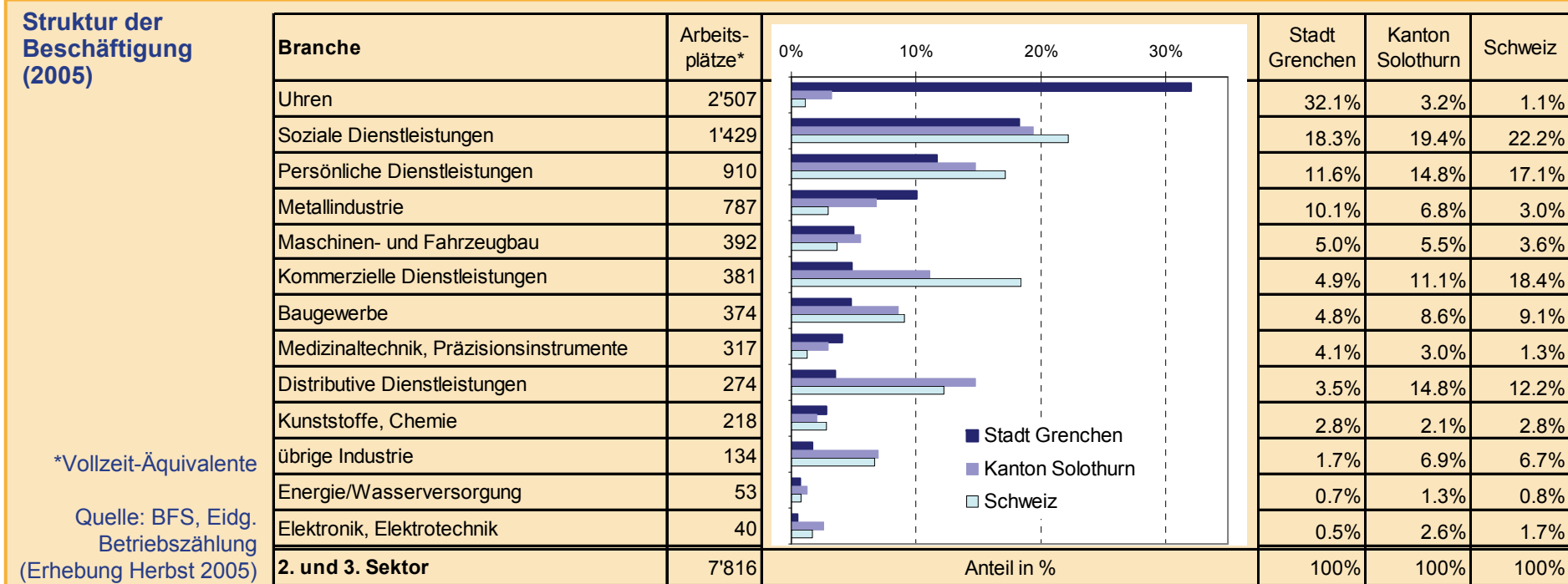
1.3 Entwicklung des Standorts seit 1998 (Forts.)

Wirtschaftsstandort (Fortsetzung)

- **Branchenstruktur nach Arbeitsplätzen:** Die Entwicklung Richtung Hightech-Cluster wird auch bei den Arbeitsplätzen sichtbar. Die Zahl der Arbeitsplätze in der Medizinal- und Präzisionstechnik hat sich seit Mitte der 90er Jahre verfünffacht. Auf die Uhrenbranche entfällt trotz fortschreitendem Konzentrationsprozess weiterhin gut ein Drittel der Arbeitsplätze.
- Im kantonalen und nationalen Vergleich deutlich untervertreten: die kommerziellen und distributiven Dienstleistungen. Arbeitsplätze vom Typ „kommerzielle Dienstleistungen“ entstehen jedoch zunehmend auch innerhalb des Industriesektors, werden

allerdings statistisch nicht als solche verzeichnet.

- Die Qualität der Arbeitsplätze entwickelt sich positiv: Der Anteil der Arbeitsplätze für hoch und höchst qualifizierte Arbeitskräfte nimmt zu, die Wertschöpfung pro Arbeitsplatz steigt.
- Die dynamische Entwicklung des II. Sektors schlägt sich statistisch noch nicht in zunehmenden Arbeitsplatzzahlen nieder. Gründe: Viele Unternehmen erhöhen zwar ihre Wertschöpfung, aber infolge von Produktivitätssteigerungen und Kosteneinsparungen (Automatisierung, Outsourcing, Produktionsverlagerungen ins Ausland) nicht zwangsläufig auch die Zahl der Stellen. Zudem sind die Firmenansiedlungen und -expansionen der letzten zwei Jahre in den Statistiken noch nicht erfasst; sie unterstreichen den Trend zum Hightech-Standort.

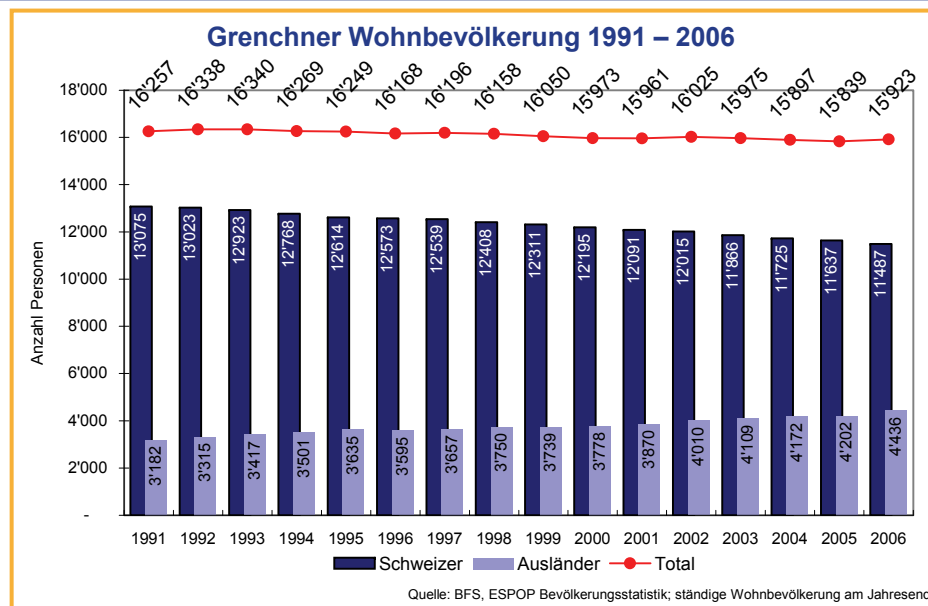


1 Ausgangslage

1.3 Entwicklung des Standorts seit 1998 (Forts.)

Wohnstandort

- **Bevölkerungsentwicklung:** Leicht rückläufige Einwohnerzahl, wobei der Rückgang der Schweizer Bevölkerung durch die Zuwanderung von ausländischen Staatsangehörigen nahezu kompensiert wird (siehe Grafik). Die Entwicklung ist insgesamt vergleichbar mit den Städten Solothurn und Olten.
- **Wohnungen:** Trotz sinkender Bevölkerungszahl ist der Leerwohnungsbestand in den letzten zehn Jahren um 3/5 zurückgegangen, wobei die Leerwohnungsziffer mit 2.4% weiterhin über dem kantonalen Mittel liegt. Die Wohnbautätigkeit zeigt seit 2000 steigende Tendenz, es werden vermehrt Mehrfamilienhäuser mit grösseren Wohnungen (4 – 5 Zimmer) gebaut.
- **Frei verfügbares Haushaltseinkommen:** Grenchen liegt im schweizerischen Mittelfeld und ist damit innerhalb der Region vergleichsweise sehr gut positioniert.



Grenchen und die 30 nächstgelegenen Gemeinden	Frei verfügbares Haushaltseinkommen (in CHF)							
	Single		Ehepaar		Familie		Rentner	
	Einkommen	Rang	Einkommen	Rang	Einkommen	Rang	Einkommen	Rang
1 Rüttenen (SO)	40'500	2	99'600	7	72'400	3	46'900	4
2 Sonceboz-Sombeval (BE)	39'300	11	101'700	2	73'200	2	48'600	1
3 Bettlach (SO)	41'300	1	100'200	4	72'300	4	46'100	8
4 Pieterlen (BE)	39'300	11	100'100	5	71'900	8	46'400	6
5 Grenchen (SO)	40'100	5	97'700	16	72'100	6	46'300	7
6 Orvin (BE)	38'900	16	99'700	6	72'100	6	46'100	8
7 Péry (BE)	38'600	18	100'500	3	72'200	5	45'300	12
8 Bellach (SO)	40'300	3	98'300	9	71'900	8	43'500	21
9 Selzach (SO)	40'200	4	98'000	12	71'800	10	44'600	16
10 Riedholz (SO)	39'800	8	98'100	10	71'500	13	45'500	11
11 Oberdorf (SO)	39'800	8	97'500	17	71'400	15	45'800	10
12 Zuchwil (SO)	39'600	10	98'000	12	71'700	11	44'200	19
13 Leuzigen (BE)	38'100	23	99'100	8	71'700	11	45'000	14
14 Schnottwil (SO)	37'000	29	101'900	1	74'600	1	42'600	25
15 Rüti bei Büren (BE)	38'700	17	96'100	21	70'100	20	48'500	2
16 Lengnau	39'200	13	95'800	22	69'300	23	46'600	5
17 Safnern (BE)	39'200	13	98'100	10	70'200	19	42'600	25
18 Lommiswil (SO)	40'000	6	95'600	23	70'500	17	43'200	22
19 Langendorf (SO)	39'000	15	97'800	15	71'500	13	42'300	27
20 Feldbrunnen-St. Niklaus (SO)	39'900	7	85'800	30	62'700	30	47'300	3
21 Arch (BE)	38'300	21	95'600	23	69'300	23	45'000	14
22 Meisberg (BE)	38'400	20	96'300	20	69'700	22	43'700	20
23 Oberwil bei Büren (BE)	37'700	24	98'000	12	71'000	16	40'800	31
24 Büren an der Aare (BE)	37'600	25	96'900	18	69'800	21	43'100	23
25 Dotzigen (BE)	37'600	25	96'800	19	70'500	17	42'100	29
26 Schwadernau (BE)	37'200	28	95'200	25	69'100	25	45'200	13
27 Biel (BE)	38'200	22	91'000	28	65'500	29	44'600	16
28 Solothurn (SO)	38'600	18	90'500	29	67'700	27	42'200	28
29 Nidau (BE)	37'600	25	91'600	27	66'800	28	42'900	24
30 Eviard (BE)	37'000	29	84'100	31	61'300	31	44'500	18
31 Orpund (BE)	36'600	31	95'000	26	69'000	26	41'200	30

Positionierung aufgrund Mittelwert der Rangpunkte
Daten: Credit Suisse Economic Research (2006)

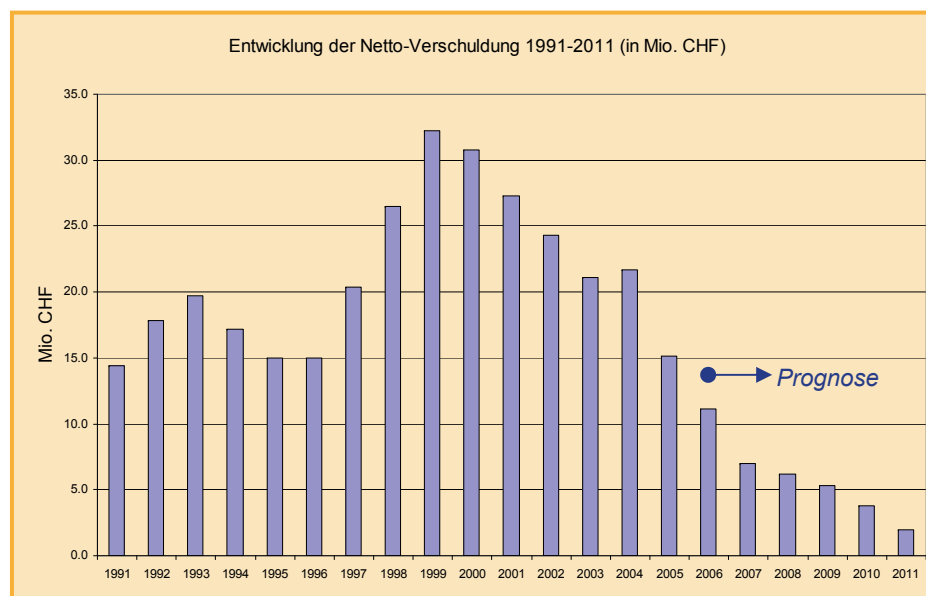
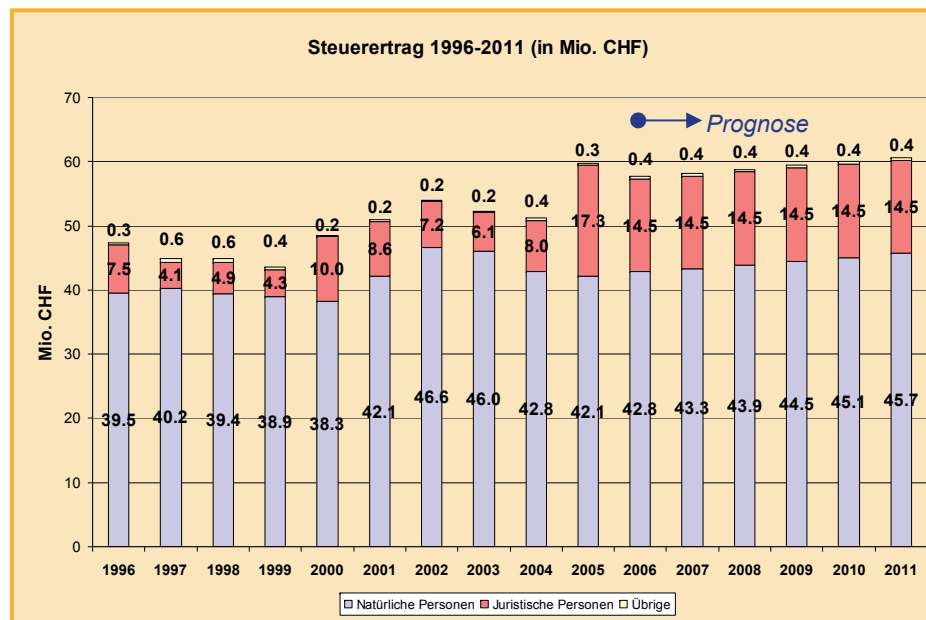
1 Ausgangslage

1.3 Entwicklung des Standorts seit 1998 (Forts.)

Finanzhaushalt

- **Steueraufkommen:** Tendenziell positive Entwicklung des Steuervolumens, das zu 70 – 80 % von den natürlichen Personen erbracht wird. Bei den juristischen Personen ist – trotz der fortschreitenden Diversifikation – die Abhängigkeit von einigen wenigen grossen Unternehmen zu spüren. Insbesondere die Entwicklung der Uhrenbranche wirkt sich spürbar auf den Steuerertrag aus.
- **Steuerfuss (2007):** Der Grenchner Steuerfuss liegt sowohl bei den natürlichen als auch den juristischen Personen deutlich über dem kantonalen Mittel:
 - natürliche Personen 128 Basispunkte (Ø SO: 116.5)
 - juristische Personen 126 Basispunkte (Ø SO: 113.5).
- **Pro-Kopf-Verschuldung:** konnte dank umsichtiger Finanzpolitik und günstigerer Konjunktorentwicklung wieder unter die 1'000-Franken-Schwelle gesenkt werden: vom Höchstwert von CHF 1'894 im Jahr 2000 auf CHF 939 im Jahr 2005. Dadurch ist der finanzielle Handlungsspielraum der Stadt grösser geworden.

Quelle: Finanzverwaltung



1 Ausgangslage

1.4 Herausforderungen

Die zunehmend dynamische Entwicklung der regionalen Wirtschaft in den letzten Jahren ist erfreulich und bestätigt die gewählte Strategie. Der erreichte Standard ist zu halten und weiter auszubauen.

Trotz der erfreulichen Fortschritte und des gegenwärtig günstigen konjunkturellen Umfelds sind noch zahlreiche Herausforderungen zu meistern. Der Businessplan bildet das geeignete Instrument, um diese Aufgaben strategisch und operativ – mit zielgerichteten, wegweisenden Massnahmen – anzugehen.

Der Strategieprozess gestaltet sich als fortwährende Auseinandersetzung mit den Fragen „Wo steht der Wirtschaftsstandort Grenchen heute – mit welchen Entwicklungen ist zu rechnen – welche Ziele verfolgen wir – welchen Weg wollen und können wir demzufolge einschlagen – welche Schwerpunkte sind zu setzen?“

Aus heutiger Sicht stehen Stadt und Region Grenchen mittel- und längerfristig vor den folgenden Herausforderungen:

Hoch kompetitives Marktumfeld

- Der Standortwettbewerb um Unternehmen verschärft sich laufend und auf allen Stufen: regional – national – international.
- Durch die zunehmende Verlagerung der Produktion in Low-Cost-Länder gerät der Werkplatz Schweiz weiter unter Druck. Nicht nur grosse, sondern immer häufiger auch mittelständische Unternehmen suchen die Nähe zu den Absatzmärkten oder verlagern ihre Produktion in Tieflohnländer. Dort steigt inzwischen in einzelnen Branchen die Verarbeitungsqualität, was in der Schweiz den Kostendruck wie auch den Qualitäts- und Innovationsbedarf zusätzlich erhöht.

Von diesem Trend weniger betroffen sind Produkte und Dienstleistungen mit ausgeprägter Spezialisierung und sehr hohen Qualitätsanforderungen, für die es entsprechend spezialisierte und hoch qualifizierte Arbeitskräfte braucht; hier fallen die Faktorkosten im Vergleich zu den Preisen der Produkte und deren Anwendungen kaum ins Gewicht (z.B. Medizintechnik).

- Die öffentliche Hand ist gefordert, innovations- und investitionswilligen Unternehmen attraktive Rahmenbedingungen zu bieten, die den Kostenvorteilen der Tieflohnländer entgegen gehalten werden können.

Wettbewerbsfähigkeit der Rahmenbedingungen

- Die Qualität der Rahmenbedingungen ist zu halten und wo nötig weiter zu optimieren. Das Augenmerk ist speziell auf diejenigen Standortfaktoren zu richten, die für den Wirtschafts- und Wohnstandort gleichermassen bedeutsam sind. Wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen sind unerlässlich, um im Standortwettbewerb um Unternehmen und Arbeitsplätze zu bestehen und um neue Einwohner, bspw. im Zuge realisierter Firmenansiedlungen und -expansionen, zu gewinnen.
- **Landreserven:** Ausreichende, verfügbare Landreserven sind für die weitere Entwicklung sowohl des Wirtschafts- als auch des Wohnstandorts entscheidend. In der Arbeitszone Süd war im Herbst 2006 bereits rund die Hälfte des ausgewiesenen Landes konsumiert.

1 Ausgangslage

1.4 Herausforderungen (Forts.)

Wettbewerbsfähigkeit der Rahmenbedingungen (Fortsetzung)

- **Steuern:** Vor dem Hintergrund des zunehmenden Standortwettbewerbs um Unternehmen und Einwohner ist ein Gemeindesteuerfuss anzustreben, der unter oder zumindest im kantonalen Mittel liegt (vgl. nebenstehende Tabelle). Im Gegensatz zu anderen Gemeinden verfügt Grenchen dank der Reduktion der Pro-Kopf-Verschuldung immerhin über einen gewissen Spielraum, um Massnahmen zur Verbesserung der Steuerattraktivität prüfen zu können.
- **Verkehr:** Der Umfang des Angebots von **SBB und BLS** (z.B. Taktfahrplan, Schnellzugshalte, Schalteröffnungszeiten) steht regelmässig von Neuem zur Diskussion bzw. kann nicht als gesichert betrachtet werden. Klare Forderungen und eine entsprechende Kommunikation dürften zur Wahrnehmung der Interessen Grenchens bis auf Weiteres nötig sein. Der **Regionalflyghafen** ist die USP* des Grenchner Verkehrsangebots. Seitens der Stadt gilt es die Rahmenbedingungen zu schaffen, die für die förderliche Entwicklung des Flughafens nötig sind. Der Airport verzeichnet rückläufige Frequenzen; neue gesetzliche Regelungen des Bundes drohen seine Handlungsfähigkeit einzuschränken.
* Unique Selling Proposition: Alleinstellungsmerkmal, komparativer Konkurrenzvorteil
- **Energie:** Eine kompetitive, bedürfnisgerechte Energieversorgung ist ein wichtiges Vermarktungsargument sowohl für die Wirtschafts- als auch die Wohnortsförderung. Mit Blick auf die ökologische wie auch die wirtschaftliche Nachhaltigkeit gilt es eine gezielte städtische Energiepolitik zu betreiben. Konsequenterweise setzt sich die Stadt auch selber entsprechende, für die Behörden verbindliche Normen (z.B. Energieeffizienz bei städtischen Bauten, Label „Energienstadt“).

Steuerkraft pro Einwohner (in CHF) Steuerertrag natürlicher Personen auf Basis der einfachen Staatssteuer (= Steuerfuss 100%)	Grenchen	Durchschnitt Kanton SO
Rechnung 2004	1'960	
Rechnung 2005	1'980	2'060
Rechnung 2006	2'015	
Rechnung 2007 (Prognose)	2'035	2'100
Ziel 2016: Steuerkraft 2006 +10%	2'216	

- **Berufsbildung:** Der Nachwuchs an Fachkräften in den für Grenchen relevanten Berufen wird knapper. In einzelnen Berufszweigen müssen bereits heute Fachleute im Ausland rekrutiert werden. Diese Entwicklung ist äusserst kritisch. Die Verfügbarkeit spezialisierter Arbeitskräfte war bisher eine der Stärken der Wirtschaftsregion Grenchen und ist eine unbedingte Voraussetzung für deren positive weitere Entwicklung. Um dem zunehmenden Rückgang des Berufsnachwuchses entgegenzuwirken, sind besondere Anstrengungen erforderlich. Innovative Massnahmen mit längerfristiger Wirkung, wie die Etablierung eines Polymechaniker-Campus inkl. Internat, sind genauso weiterzuverfolgen wie ein verstärktes Lobbying der Stadt und der Wirtschaft (IHVG) bei den Kantonen SO und BE, um die Interessen der Wirtschaftsregion Grenchen in Bezug auf die Berufsbildung zu wahren (z.B. Erhaltung der Mittelländischen Berufsmesse MIBE).

1 Ausgangslage

1.4 Herausforderungen (Forts.)

Standortpromotion – Clusterförderung

- Eine aktive Standortpromotion, insb. die Aussenwerbung auf überregionaler bis internationaler Ebene, übersteigt die Möglichkeiten einer einzelnen Gemeinde. Auf kommunaler Stufe kann die Standortpromotion zum überwiegenden Teil nur passiv erfolgen (z.B. Reaktion auf Standortanfragen, Kontaktpflege zu Unternehmen und Verbänden). Geht es um überregionale oder internationale Ansiedlungen, ist Grenchen auf die Promotionsaktivitäten des Kantons, Bundes und überregionaler Organisationen angewiesen.
- Zwar ist die Grenchner Wirtschaftsförderung via Kooperationspartnerschaften der kantonalen Wirtschaftsförderung an LOCATION Switzerland (Seco) und die Greater Zurich Area GZA „angedockt“. Heute fehlt jedoch eine **Standortpromotion, die gezielt auf den Präzisions- und Medizinaltechnik-Cluster im Raum Solothurn – Grenchen – Biel – Burgdorf ausgerichtet ist**; die also diesen wachstumsträchtigen Cluster im In- und Ausland aktiv vermarktet und Ansiedlungsinteressenten zuhänden der kantonalen und kommunalen Wirtschaftsförderung anspricht.
- Ein Cluster kann nur adäquat gefördert werden, wenn dies entsprechend den effektiven – d.h. funktionalen, nicht politischen – Grenzen des betreffenden Wirtschaftsraumes geschieht. Im Falle des hiesigen Clusters Präzisions-/Medizinaltechnik bedeutet dies: **kantonsübergreifende Förderaktivitäten zwischen SO/BE**.
- Standortpromotion ist kein „Selbstläufer“. Ist das Interesse einer Firma geweckt, gilt es diese mit einem massgeschneiderten Förderangebot vom neuen Standort zu überzeugen. Bei internationalen Ansiedlungen sind zudem kompetitive einzelbetriebliche Fördermittel unumgänglich: Die Summe des Förderpakets von Bund, Kanton und Gemeinde muss mit den im EU-Raum üblichen Beträgen mithalten können.

Bevölkerungsentwicklung und Wohnstandort

- Die Entwicklung des Wohnstandorts Grenchen hält mit jener des Wirtschaftsstandorts nicht Schritt.
- In der kleinräumigen, verkehrsmässig stark vernetzten Schweiz bedeutet Wirtschaftswachstum nicht automatisch Bevölkerungswachstum. In der Region Grenchen stagniert die Einwohnerzahl, obwohl sich die Wirtschaft dynamisch entwickelt. Eine stagnierende oder rückläufige Bevölkerungsentwicklung beeinträchtigt längerfristig die weitere Entwicklung sowohl der Stadt (z.B. Steueraufkommen, Finanzkraft) als auch der Wirtschaft (z.B. Arbeitskräfte, Nachwuchs, Gewerbe).
- Grenchen liegt geografisch „im Sandwich“ zwischen dem deutlich grösseren und urbaneren Biel und der Barockstadt Solothurn. Die Aufgabe, sich verstärkt als Wohnort zu profilieren, wird dadurch besonders anspruchsvoll.
- Mit dem Pilotprojekt „**Standortmarketing Region Grenchen**“ hat die Stadt einen wichtigen Schritt zur Wohnorts- und Gewerbe-förderung initiiert. Diese kann sich aber nicht auf Marketingmassnahmen und Imagepflege beschränken: Als Grundlage gilt es das Produkt „Wohnregion Grenchen“ weiter aufzuwerten. Dies betrifft u.a. das Angebot an Wohnungen/Wohnbauland, Kultur, Freizeit, Bildung, Versorgung. Der Schwerpunkt des Standortmarketings liegt klar in der Weiterentwicklung des Wohnortes, Aktivitäten im Veranstaltungsmarketing erfolgen flankierend zur Wohnortförderung.
- **Das innerstädtische Gewerbe** ist seinerseits gefordert, flexible Geschäftskonzepte zu entwickeln, die den laufend sich verändernden Kundenbedürfnissen gerecht werden und Grenchen von anderen Orten abheben. Bei entsprechenden innovativen Ideen seitens des Gewerbes bietet die Stadt Hand für die nötigen Rahmenbedingungen.

2 Ziele

Grenchen strebt eine nachhaltige wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung als prosperierende Stadt am Jurasüdhang an.

Voraussetzung dafür ist die Wettbewerbsfähigkeit als Wirtschafts- und Wohnstandort.

Hauptzielsetzung:

Die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschafts- und Wohnstandorts Grenchen konsequent stärken

Ziele:

„In zehn Jahren...

... zählt die Region Grenchen zu den **führenden Hightech-Standorten** der Schweiz;

... **wächst die Grenchner Wohnbevölkerung**;

... ist Grenchen bekannt als wohnliche Stadt mit **attraktivem Wohnungs-, Kultur- und Freizeitangebot und guten Einkaufsmöglichkeiten**;

... **ist die Steuerkraft Grenchens real um 10% gestiegen**, z.B. durch den Zuzug von Familien und von Personen mit mittlerem und höherem Einkommen.“

3 Strategie

3.1 Wirtschaftsstandort

Mit der wertschöpfungsintensiven, international wettbewerbsfähigen Uhrenindustrie sowie einer Vielzahl von technologieorientierten Unternehmen verfügt Grenchen über die Voraussetzungen, um auch langfristig als Hightech-Standort erfolgreich zu bestehen.

Die in der Uhrenproduktion aufgebaute **Kernkompetenz in know-how-intensiven Technologiesparten** soll für die weitere Stärkung und Diversifikation der Grenchner Industrie genutzt werden. Realistische Chancen werden für spezialisierte Zulieferbetriebe im Bereich **Präzisions- und Veredelungsarbeiten** geortet; desgleichen für den weiteren Ausbau der **Medizinaltechnik**, einer Branche mit grossem Wachstumspotenzial, sowie punktuell für Betriebe des **Chemie- und Biotech-Clusters** (kleinere Firmen/Nischenanbieter, Ableger grösserer Unternehmen). Für diese Branchen bringt die Region Grenchen mit ihrer Tradition der Präzision und Miniaturisierung beste Voraussetzungen mit.

Mit der zunehmenden Vielfalt der Branchenstruktur kann das „Klumpenrisiko“, das die starke Ausrichtung auf die industrielle Produktion mit sich bringt, weiter reduziert werden. Im Zuge der Weiterentwicklung des Industriestandorts dürfte sich auch der Anteil der unternehmensorientierten Dienstleistungsanbieter wie Banken und Treuhandfirmen erhöhen.

Nicht angestrebt werden flächenextensive Nutzungen mit geringer Arbeitsplatzdichte wie z.B. Logistikzentren.

→ **Firmen- und branchenspezifische Erfolgspositionen nutzen und weiterentwickeln**

Diversifikation: Der Grenchner Branchencluster ist weiter zu diversifizieren. Die Wertschöpfungskette zwischen den Zulieferbetrieben, den Industriekunden und den nachgelagerten Betrieben ist zu verstärken.

Zu diesem Zweck unterstützt eine professionelle Wirtschaftsförderung weiterhin sowohl die Expansion ansässiger, zukunftssträchtiger Unternehmen als auch die Ansiedlung neuer, zum Cluster passender Unternehmen.

Medtech/Chemie/Biotech: Bei der weiteren Diversifikation ist das Augenmerk speziell auf die Weiterentwicklung der Medtech-Branche gerichtet. In den Branchen Chemie und Biotech konzentriert sich Grenchen auf Nischenanbieter. Mittels aktiver Standortpromotion im Umfeld dieser Branchen wird die Ansiedlung von Zweigbetrieben und KMU (z.B. Spin-offs) angestrebt.

Know-how und Arbeitskräfte: Der Wissenstransfer zwischen Hochschulen und Wirtschaft ist zu fördern. Der Nachwuchs in den für Grenchen relevanten Berufen ist sicherzustellen.

Aktive Kontaktpflege: Die Beziehungen zum Management der Grenchner Unternehmungen sind aktiv zu pflegen, damit die Stadt über deren Bedürfnisse im Bild bleibt, bei relevanten Veränderungen vorgewarnt ist und sich frühzeitig für geeignete Lösungen einsetzen kann.

Klare Ausrichtung auf die eigenen Stärken

3 Strategie

3.2 Wohnstandort

Dem Bereich Wohnen kommt aus stadtökonomischer Sicht hohe Bedeutung zu. Je nach Ertragslage der Unternehmungen stammen zwischen 80% und 90% der kommunalen Steuererträge aus der Besteuerung natürlicher Personen. Die Dynamik des Grenchner Gewerbes hängt in hohem Masse von den Konsum- und Investitionsausgaben der Wohnbevölkerung und somit von deren Entwicklung und Struktur ab. Letztere beeinflussen wiederum die Rekrutierungsmöglichkeiten für die Grenchner Wirtschaft. Komplementär zur Wirtschaftsförderung ist Grenchen deshalb auch als Wohnort zu fördern.

Die Ausrichtung auf know-how-intensive Industriezweige führt zu einem zusätzlichen Bedarf an höher qualifizierten Arbeitskräften. Desgleichen bietet die mit dem A5-Anschluss wesentlich verbesserte Erreichbarkeit die Chance, neue Einwohner und damit zusätzliches Steuersubstrat zu gewinnen.

Um sich verstärkt als Wohnort zu profilieren, gilt es

- das **Produkt** entsprechend den Bedürfnissen der angepeilten Zielgruppen zu **verbessern**;
- dieses **bekannt zu machen**;
- mit anderen Worten: „Tue Gutes (Produkt verbessern) und sprich darüber (Produkt vermarkten).“

Das **Stadtzentrum** als „Visitenkarte“ Grenchens spielt bei der Wohnortförderung eine Schlüsselrolle. Identitätsstiftende und imageprägende Aktivitäten finden vornehmlich im Stadtzentrum statt, vom täglichen Einkauf bis zum Volksfest mit regionaler Ausstrahlung. In den letzten Jahren wurden wichtige Meilensteine bei der baulichen Attraktivierung der Innenstadt gesetzt. Diese Aufwertung ist fortzuführen. Gleichzeitig gilt es die Nutzung und das Image des Stadtzentrums als Begegnungsort und „Herz“ Grenchens zu verankern.

→ **Qualitäten als Wohnort ausschöpfen und weiterentwickeln**

Standortmarketing: Grenchen will sich mit gezielten Marketingmassnahmen nach innen und aussen als attraktive Wohnregion für Familien und für Erwerbstätige mit mittlerem und höherem Einkommen profilieren. Voraussetzung für ein effektives Standortmarketing ist dessen Verankerung in der Region (Partner, Mittel, Projekte).

Produkt verbessern: Eine verstärkte Profilierung als Wohnort bedingt, dass das Produkt „Wohnort Grenchen“ in den folgenden Bereichen verbessert wird: Angebot an grösseren, höherwertigen Wohnungen mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis; wohnliche, sichere Quartiere; im regionalen Vergleich attraktive Steuerbelastung natürlicher Personen; qualitativ hoch stehendes Bildungswesen; familienfreundliche Infrastruktur (z.B. Tagesschule, familienexterne Kinderbetreuung, kinder-/familiengerechte Freizeitangebote).

Weitere Handlungsfelder: Vielfalt der Einkaufsmöglichkeiten Food/Non-Food vor Ort, Veranstaltungen mit überregionaler Ausstrahlung.

Stadtentwicklung vom Zentrum aus: Die Funktion des Stadtzentrums als Dreh- und Angelpunkt des Grenchner Lebens – Begegnungsort, Läden, Gastronomie, Veranstaltungen – ist gezielt zu fördern. Es sind die nötigen Grundlagen (z.B. mittels städteplanerischer Konzeptstudien/Wettbewerbe) zu schaffen, um auf deren Basis wirksame Massnahmen zur weiteren Attraktivierung und Belebung der Innenstadt zu treffen.

Klare Ausrichtung auf die eigenen Stärken

4 Stossrichtungen und Massnahmen

Die entwickelten Zielsetzungen und Strategien werden mit Stossrichtungen und Massnahmen konkretisiert und umgesetzt.

Mit Blick auf einen möglichst hohen Zielerreichungsgrad und unter Berücksichtigung der finanziellen Verträglichkeit werden den Stossrichtungen die nebenstehenden zentralen Leitsätze zugrunde gelegt.

Leitsätze zur Umsetzung des Businessplans

Konzentration auf Bereiche und Aktivitäten mit grossem Zielbeitrag. Der Businessplan konzentriert sich auf Lösungsansätze, die direkt oder indirekt durch die Stadt beeinflusst werden können und einen wirksamen Beitrag zur Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts versprechen. Die verfügbaren Mittel sind so haushälterisch und gleichzeitig so wirkungsvoll wie möglich einzusetzen.

Regulierungen abbauen resp. vereinfachen, soweit sie nicht (z.B. aus Sicherheitsgründen) zwingend notwendig sind. Die Institutionen der öffentlichen Hand sollen sich der rasanten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung durch eine unbürokratische Vorgehens- und Verhaltensweise anpassen.

Eigeninitiative und Eigenverantwortung stärken. In Anlehnung an das Subsidiaritätsprinzip soll die Umsetzung der vorgeschlagenen Massnahmen „so privat wie möglich – so staatlich wie nötig“ erfolgen.

Synergien konsequent nutzen. Bei der Umsetzung der einzelnen Stossrichtungen sind die fachlichen und organisatorischen Zusammenhänge zwischen einzelnen Massnahmenbereichen frühzeitig in die Vorgehensplanung einzubeziehen.

Kooperation zwischen den beteiligten Akteuren ausbauen (z.B. Sozialpartner, kantonale Verwaltung und umliegende Gemeinden). Die Umsetzung der Stossrichtungen und Massnahmen soll dazu beitragen, das gegenseitige Verständnis für die Aufgabenstellungen anderer Wirtschafts- und Gesellschaftsbereiche Grenchens zu erhöhen und für künftige Aktivitäten nutzbringend einzusetzen.

4 Stossrichtungen und Massnahmen

Übersicht der Stossrichtungen:

Basisaufgaben	Schwerpunkte	Flankierende Massnahmen
Unternehmensansiedlungen und -expansionen (Wi1)	Industrieland: Arrondierung, Neueinzonung, Landkauf (Wi2)	Verfügbarkeit Fachkräfte / Wissenstransfer (Wi3)
Aktive Boden-/Liegenschaftspolitik (Wi2 & Wo2)	Städtebauliche Aufwertung / Stadtentwicklung vom Zentrum aus (Wo1)	Energie: nachhaltige Nutzung, kompetitives Versorgungsangebot (Q2)
Sicherstellung Verkehrserschliessung (Q1)	Standortmarketing (Wo3)	Optimierung Dienstleistungsangebot Stadtverwaltung (Q3)
	Qualitätssicherung/-entwicklung Bildungswesen (Wo4)	

Hinweise:

- **Detaillierte Massnahmenplanung siehe Anhang 3: Aktionsplan 2007-08**
- Gliederung der Stossrichtungen und Massnahmen nach Wirtschaftsstandort (**Wi**) / Wohnstandort (**Wo**) / Querschnittsaufgaben (**Q**)
- Priorisiert nach Schwerpunkten / Basisaufgaben / flankierenden Massnahmen

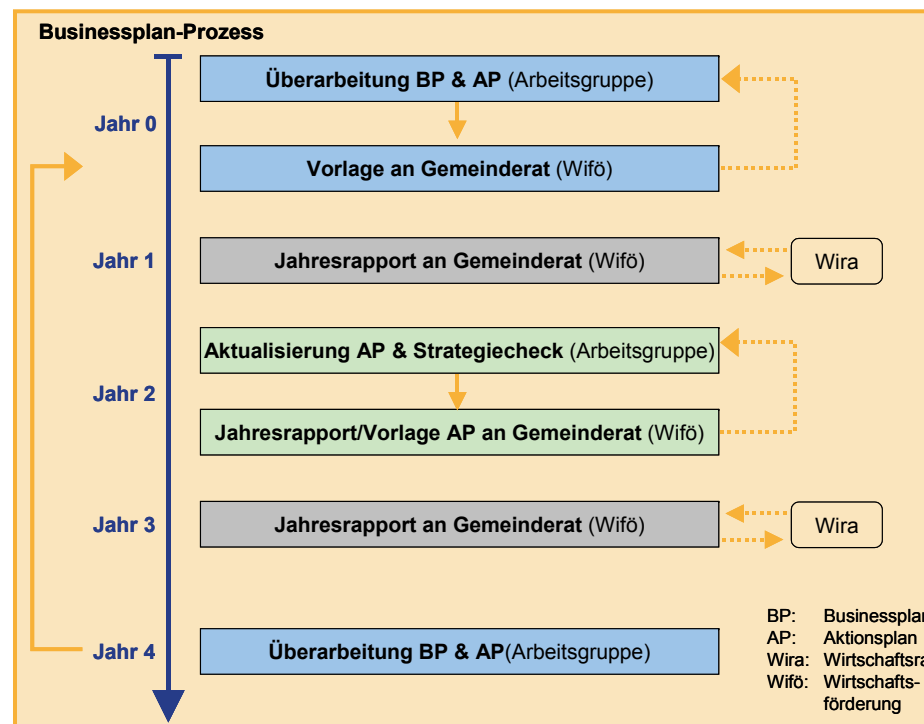
5 Realisierung

5.1 Vorgehensweise und Umsetzung

- Die Umsetzung der Stossrichtungen und Massnahmen erfolgt aufgrund von **Aktionsplänen und detaillierten Massnahmenbeschrieben**, die den Handlungsspielraum für die Projektverantwortlichen und -beteiligten aufzeigen. Für die beteiligten Verwaltungsabteilungen bildet der Businessplan eine der Grundlagen der jährlichen Investitions- und Budgetplanung.
- Der Aktionsplan wird jeweils für eine Periode von zwei Jahren erstellt bzw. alle zwei Jahre aktualisiert. Er ist – auf Veranlassung der Arbeitsgruppe – von den Projektverantwortlichen im Vorfeld der jährlichen Budgetplanung zu erarbeiten und der Arbeitsgruppe einzureichen. Nach der Genehmigung durch die Arbeitsgruppe wird der Aktionsplan dem Gemeinderat zum abschliessenden Entscheid vorgelegt.
- Die Zielsetzungen und die Strategie** werden von der Arbeitsgruppe ca. alle vier Jahre überprüft und ggf. aktualisiert.
- Um den Businessplan bei den politischen Behörden stärker zu verankern, informieren die Wirtschaftsförderung und der Wirtschaftsrat den Gemeinderat künftig einmal jährlich über die Zielerreichung sowie den Umsetzungsstand der Strategie und des Aktionsplans.

Aufgaben der Arbeitsgruppe Businessplan:

- Alle 4 Jahre:** Überprüfung der Gültigkeit und Umsetzung der Strategie; Weiterentwicklung/Modifikation der Stossrichtungen und Massnahmen
- Alle 2 Jahre:** Einholen und Prüfen des – von den Projektverantwortlichen zu erstellenden – Aktionsplans; Überprüfen der Berichterstattung der Projektverantwortlichen zu den laufenden bzw. abgeschlossenen Massnahmen; Auslösen neuer Projekte, inkl. Übergabe an die Projektverantwortlichen



5.2 Finanzpolitische Verträglichkeit

- Wichtigster Test für den Businessplan Grenchen ist seine finanzpolitische Realisierbarkeit. Der Rhythmus zur Realisierung der vorgeschlagenen Massnahmen richtet sich nicht zuletzt nach den zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln.
- Investitionen werden auf die Erschliessung zukunftssträchtiger Bereiche konzentriert, bei denen kurz- oder mittelfristig Ertragsüberschüsse erwartet werden.
- Mit der Schwerpunktbildung trägt der Businessplan wesentlich zu einem effizienten Mitteleinsatz bei. Er hilft Schwerpunkte so zu setzen, dass der anvisierte finanzpolitische Kurs verfolgt werden kann.

Anhang

A1 Arbeitsgruppe Businessplan

Aebi Beat	CEO Microcomponents AG, CEO SWATCH GROUP Distribution AG, Vorstand IHVG
Banga Boris	Stadtpräsident, Nationalrat
Barbey Claude	Stadtbaumeister
Blösch Erich	Direktor W. Blösch AG, Vorstand IHVG
De Toffol Ruedi	Finanzverwalter
Goetz René	Wirtschaftsförderung
Kaufmann Jürg	Präsident Wirtschaftsrat
Sahli Walter	Managing Director Sintron AG, Präsident IHVG
Scheidegger François	Stadtschreiber
Spielmann Ruedi	Geschäftsleiter Sol AG, Präsident GVG
Walter Lukas	Wirtschaftsrat
Wirth Urs	Geschäftsleitung Schulen Grenchen, Gemeinderat

Anhang

A2 Mitglieder des Industrie- und Handelsverbands Grenchen und Umgebung IHVG (Stand Dez. 2006)

Uhrenindustrie (Marken)

- Breitling AG, Grenchen
- Eterna SA, Grenchen
- Fortis Uhren AG, Grenchen
- Jowissa Uhren AG, Bettlach
- Rado Uhren AG, Lengnau
- Titoni AG, Grenchen

Uhrenindustrie (Komponenten)

- Bindi Betrieb AG, Lengnau
- ETA SA, Grenchen
- Feller Pivotages, Grenchen
- Microcomponents SA, Grenchen

Kunststoffe / Beschichtungen

- Blösch W. AG, Grenchen
- Galvanik Hofmann AG, Grenchen
- Härterei Hertig AG, Grenchen
- Kaltbrunner AG, Grenchen
- Rolla Micro-Synthetics AG, Grenchen
- Schelling + Arnaboldi GmbH, Grenchen
- Sintron AG, Grenchen
- Teuscher Kunststoff-Technik AG, Grenchen
- Winkelhausen + Co., Selzach

Medizinaltechnik

- Mathys Ltd. Bettlach, Bettlach
- Synthes GmbH, Solothurn

Präzisionstechnik / Décolletage

- Andres Antriebstechnik GmbH, Bettlach
- Atmosform AG, Selzach
- Bandi & Gerber AG, Büren a.A.
- Berberat AG, Grenchen
- Binder Electronic Components AG, Grenchen
- Etampa AG, Grenchen
- Flury Tools AG, Arch
- Hänggi Rolf AG, Grenchen
- Häni + Co. AG, Arch
- Hänggi AG, Stanztechnik, Bettlach
- Licoswiss M. Liechti, Grenchen
- Lisser & Co., Bettlach
- Mahle Motorkomponenten Schweiz AG, Selzach
- MSV AG Verzahnungstechnik
- Polyservice AG, Lengnau
- Rihs E. AG, Bettlach
- Rolla Microgear AG, Grenchen
- Stalder Startech GmbH, Bettlach
- Vereinigte Pignons-Fabriken AG, Grenchen
- Ypsotec AG, Grenchen

Anhang

A2 Mitglieder des Industrie- und Handelsverbands Grenchen und Umgebung IHVG (Stand Dez. 2006)

Weitere Branchen (Fortsetzung)

- Automaten Technik AG, Selzach
- Baloise Bank SoBa, Grenchen
- BDO Visura, Grenchen
- Berner Kantonalbank, Grenchen
- BHP – Hanser und Partner AG, Grenchen
- Credit Suisse, Grenchen
- Disc-Dec AG, Lengnau
- FAST Aero Space Technologies AG, Grenchen
- Fidutax Treuhand GmbH, Grenchen
- Genossenschaft VEBO, Grenchen
- Gloor Friedrich AG, Lengnau
- Grütter + Willi AG, Grenchen
- Hagmann Kleinsystemebau, Grenchen
- H. Häberli AG, Grenchen
- Hugi AG, Grenchen
- Ivo Erard Architekten + Planer AG, Grenchen
- Kaiser Dr. Urs, Grenchen
- Schreinerei Schwarz AG, Grenchen
- Schwab AG Eisenwaren, Grenchen
- Madec AG, Grenchen
- Mecaplex AG, Grenchen
- Meto-Fer Automation AG, Grenchen
- Miro Solutions GmbH, Grenchen
- Raiffeisenbank Wandflue, Selzach
- Regiobank Solothurn, Grenchen
- Reize Management & Consulting, Grenchen
- Rotoflex AG, Grenchen
- Ryf AG, Grenchen
- S + B AG, Grenchen
- Saudan Haustechnik, Grenchen
- Städtische Werke Grenchen AG, Grenchen
- Strasser Treuhand AG, Grenchen
- Technica AG, Grenchen
- T. AG, Grenchen
- UBS AG, Grenchen
- Urech Versicherungs-Treuhand GmbH, Selzach
- Vogelsang AG, Grenchen
- Vollan Mineralölprodukte AG, Grenchen
- Werder Elektro AG, Grenchen
- WM Handels AG, Bettlach

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Wirtschaftsstandort [Wi]

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
1 Unternehmensansiedlungen und -expansionen	X							
1a Präzisionstechnik/Medtech/Chemie/Biotech: Aktive Standortwerbung in der Schweiz bei Unternehmen und Schlüsselpersonen dieser Branchen (z.B. Roadshow)	X		Wifö	Stapi	Offen (einmalige Investition oder lau- fende Rg.)	Offen	2. Q. 2008 Zwischen- bilanz	Massnahmen der Wifö, fallweise Zusammenarbeit mit Standort- promotionsorganisationen (z.B. Basel Area, Präzisionscluster (BE), kantonale Wirtschaftsförde- rungen)
1b Standortpromotion auf überregionaler bis internatio- naler Stufe verstärken: Interessenvertretung für Grenchner Branchencluster; Massnahmen bei geeigneten übergeordneten Organisationen** anstossen	X		Wifö	Stapi Kant. Wifö	Offen (einmalige Investition oder lau- fende Rg.)	Offen	Ende 2008 Zwischen- bilanz	** z.B. Kantone SO/BE, Seco, branchenspezifische Plattformen
Daueraufgaben:								
1c Ansiedlungen und Expansionen akquirieren resp. begleiten		X	Wifö	Stapi, BD, SWG	*	Ordentl. Budget	Laufend	
1d Zusammenarbeit der Grenchner mit der kantonalen Wirtschaftsförderung gemäss Leistungsvereinba- rung		X	Wifö	Kant. Wifö	*	Ordentl. Budget (Beitrag der kant. Wifö)	Laufend; bis 30.6.08 Antrag auf Verlänge- rung	Leistungsvereinbarung bis 2008, verlängerbar
1e Pflege regelmässiger Kontakte zu Grenchner Unternehmen		X	Wifö	Stapi, Wira	*	Ordentl. Budget	Laufend	Früher Einbezug der Wifö bei standortbezogenen Entscheiden (Expansionen, Ansiedlungen, Nachfolgeregelungen usw.)
1f Pflege regelmässiger Kontakte zu regionalen Banken, Treuhändern usw. sowie zu Sozialpartnern		X	Wifö	Stapi, Wira	*	Ordentl. Budget	Laufend	

* Verwaltungsaufwand/
kostenneutral

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Wirtschaftsstandort [Wi] (Fortsetzung)

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
2 Aktive Boden- und Liegenschaftspolitik der öffentlichen Hand		X						
2a Vorerschliessung bestehender Grundstücke	X		BD		Fallweise	Ordentl. Budget/IR	2008/09	Anreize für Investoren schaffen
2b Neubau eines Industrie-/Gewerbezentrum fördern/begleiten	X		BD	Wifö	*	Wifökredit*	2007/08	* einzelbetriebliche Förderung der Nutzer fallweise zu prüfen
2c Erhöhung des Landbeschaffungskredits/ Liegenschaftsfonds auf 10 Mio. CHF**	X		BD	FV, Wifö	Ca. 8 Mio.***	***	Okt. 2007	** für Industrie- und Wohnbauland *** Urnenabstimmung erforderlich
2d Zusammenlegung strategisch wichtiger Grundstücke	X		Stapi	Wifö BD	Verwaltungs- aufwand/ kosten- neutral	Ordentl. Budget	Ende 08 abge- schlossen?	Div. ungenutzte Landreserven blockieren weitere Entwicklung; Bereinigung der Landflächen innerhalb des Baugebiets ist unumgänglich
2e Ankauf und Abgabe von Bauland		X	BD	Wifö	Offen	s. Wi2c		Wird bei nächsten Neueinzonungen geprüft
2f Neueinzonungen: Landwirtschaftszone in Reservezone, Reservezone in Arbeitszone	X		BD	Raumplannungsamt, Wifö	Verwaltungs- aufwand/ kosten- neutral	Ordentl. Budget	Möglichkeiten bis Ende 07 abgeklärt	RPA regt an, die maximale künftige Ausdehnung des Siedlungsgebietes Grenchen festzulegen, anschliessend Verdichtung nach innen
Daueraufgaben:								
2g Vermittlung von Bauland und Liegenschaften an Interessenten		X	BD	Wifö	****	Ordentl. Budget	Laufend	**** Verwaltungsaufwand/ kostenneutral
2h Bereitstellung hochwertiger Produktionsflächen fördern: z.B. Unterstützung förderungswürdiger Projekte, ggf. Kauf/Sanierung/Vermietung ungenutzter Industriegebäude prüfen		X	BD	Wifö	Fallweise	Ordentl. Budget/IR	Laufend	Aktuell ist erhöhte Investitionsbereitschaft feststellbar

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Wirtschaftsstandort [Wi] (Fortsetzung)

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
3 Verfügbarkeit Fachkräfte / Wissenstransfer	X							
3a Arbeitsgruppe „Bildungspolitik“ einsetzen mit Vertretern Schulverwaltung/Wirtschaft/ Politik	X		GLSG	Stapi IHVG	Sitzungs- geld Ver- waltungs- externe	Ordentl. Budget	4. Q 07	Aufgaben: Bearbeitung bildungs- politischer Fragen, Inputs z.H. Verwaltung & Behörden, Projekte initiiieren. Themen: z.B. Nach- wuchsförderung/Lehrlingsrekrui- tierung, Campus (s. <i>Wi3b</i>)
3b Polymechanik-Campus: Vorprojekt (Machbarkeit, Partner, Finanzierung, Standort)	X		Stapi	IHVG, Wifö Dept. Bil- dung und Kultur	Offen	Budget 08		
3c Erhaltung und weitere Verankerung der Mittelländi- schen Berufsmesse MIBE in Grenchen	X		Stapi	IHVG, GVG, Dept. Bil- dung und Kultur	*	Ordentl. Budget		Lobbying insb. beim Kt. BE * Verwaltungsaufwand/ kostenneutral
Daueraufgaben:								
3d Förderung der Schlüsselqualifikationen der Schulabgänger für die Berufswelt; Nachwuchs in den für Grenchen relevanten Berufen fördern	X		GLSG	Dept. Bil- dung und Kultur, GVG, IHVG	*	Ordentl. Budget		* Verwaltungsaufwand/ kostenneutral
3e Wissenstransfer Hochschulen – Wirtschaft in den für Grenchen relevanten Forschungsgebieten fördern	X		IHVG	Dept. Bil- dung und Kultur, FHNW				Fokus auf Hochschule für Technik, Brugg-Windisch AG
3f Aktive Beziehungspflege zu ansässigen Bildungs- institutionen (ZeitZentrum, iFT, VSRT, kantonale Schulen)	X		Stapi	GLSG	*	Ordentl. Budget		* Verwaltungsaufwand/ kostenneutral

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Wohnstandort [Wo]

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
1 Städtebauliche Aufwertung / Stadtentwicklung vom Zentrum aus		X						
1a Ausbau der Verkehrsinfrastruktur gemäss Plan		X	BD			Budget 07	2007	
1b Konzeptstudie/Wettbewerb „Grenchner Stadtzentrum in 15 Jahren“	X		BD	Standort- marketing	Offen	Budget 09	2009 Ausschrei- bung	Fundierte Analyse des Verdich- tungspotenzials im Zentrum ist notwendig (Baulücken) Anliegen GVG einbeziehen
1c Quartierbefragung der Bevölkerung, ggf. Einleitung von Massnahmen	X		BD, FH Basel	Standort- marketing		Budget 07	Ende 2007	Aufschluss über „innere Verfassung“ der Grenchner Bevölkerung, Identitätsförderung
1d Projekte zur Quartieraufwertung	X		BD, HSA Luzern			Budget 07	2008	Im Gang: „Läbigs Lingeriz: Quar- tierentwicklung und Integration“
Daueraufgaben:								
1e Nutzung der Zentrumsliegenschaften reaktivieren und optimieren		X	BD		*	Ordentl. Budget	Laufend, Zwischen- bilanz An- fang 2008	Begleitung Liegenschaftsbesitzer Marktplatz/Solothurnstrasse; Sanierungsbedarf: Überzeu- gungsarbeit bei Eigentümern * Verwaltungsaufwand/ kostenneutral

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Wohnstandort [Wo] (Fortsetzung)

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
2 Aktive Boden- und Liegenschaftspolitik der öffentlichen Hand		X						
2a Erhöhung des Landbeschaffungskredits/ Liegenschaftsfonds auf 10 Mio. CHF*	X		**	**	**	**	**	** Industrie- und Wohnbauland; <i>siehe Massnahme Wi2c</i>
2b Ausbau des Wohnungsangebots für gehobene Ansprüche fördern: z.B. Projektwettbewerbe, Konzeptstudien	X		BD	Standort- marketing	Fallweise	Ordentl. Budget		<i>Siehe auch Standortmarketing (Wo3)</i> * Verwaltungsaufwand/ kostenneutral
Daueraufgaben:								
2c Verfügbarkeit/Detailerschliessung eingezoner Grundstücke erwirken: planerische/politische Mass- nahmen, Verhandlungen mit Eigentümern (diverse Grundstücke innerhalb Siedlungsgebiet & am Siedlungsrand)		X	BD	Stapi, Raumpla- nungsamt, Standort- marketing	*	Ordentl. Budget	Laufend	Entwicklung ist zur Zeit befriedi- gend bis gut; Handlungsbedarf entsprechend Marktentwicklung zu definieren
2d Abgabe/Vermittlung von Wohnbauland		X	BD	Standort- marketing	*	s. <i>Wo2a</i>	Laufend	* Verwaltungsaufwand/ kostenneutral

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Wohnstandort [Wo] (Fortsetzung)

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
3 Gezieltes Stadt-/Wohnortmarketing		X						
3a Zwischenbilanz Standortmarketing: ggf. feste Etablierung des Standortmarketings und Beschaffung zusätzlicher Mittel	X		Staom	Stadtkanz- lei, Wifö, BD, Pro- jektpartner	*	Ordentl. Budget	Ende 2008	Pilotphase: 2006 – 2008. Feste Etablierung ebenfalls als „Public Private Partnership“ (PPP-Modell), d.h. Vorausset- zung ist wie bisher die finanzielle Beteiligung privater Partner.
3b Überarbeitung des Marktplatz-Reglements	X		Stapo	BD, Staom	*	Ordentl. Budget	2008	Einfachere, flexiblere Bestimmun- gen, die eine vielfältige Nutzung im Interesse der Zentrumsförde- rung begünstigen
Daueraufgaben:								
3c Betrieb Standortmarketing gemäss Konzept	X		Staom	Stadtkanz- lei, Wifö, BD, Pro- jektpartner	*	Ordentl. Budget	Zwischen- bilanz Ende 2008	
3d Förderung des Gewerbe-/Detailhandelsstandorts	X		Staom	Stadtkanz- lei, GVG	*	Ordentl. Budget	Laufend	

* Verwaltungsaufwand/
kostenneutral

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Wohnstandort [Wo] (Fortsetzung)

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
4 Qualitätssicherung und -entwicklung im Bildungswesen und in der familienexternen Kinderbetreuung		X						
4a Konzept zur Qualitätssicherung/-entwicklung des Schulbetriebs		X	GLSG	Schulin- spektorat	Verwal- tungs- aufwand/ kosten- neutral	Ordentl. Budget	Ende 09	Erreichen kantonaler Standards (z.B. Leitbild, Schulprogramm, QE/QS), Zertifizierung durch Kanton bis 2010 Massnahmen im Gang, einzelne Schulen z.Zt. unterschiedlich weit
4b Tagesschule/Tagessstrukturen*	X		GLSG		Verwal- tungs- aufwand/ kosten- neutral	Ordentl. Budget	Aug. 08	1. GR-Vorlage Frühling 07, 2. GR-Vorlage Sept. 07, Betrieb ab Schuljahr 08/09 *inkl. Mittagstisch
4c Einführung von Blockzeiten	X		GLSG			Budget 07	Aug. 07	
Daueraufgaben:								
4d Integration fremdsprachiger Schüler fördern			GLSG			Ordentl. Budget		Im Hinblick auf späteren Berufseintritt

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Querschnittsaufgaben [Q]

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
1 Sicherstellen/Verbessern der Erschliessung mit öffentlichem und individuellem Verkehr		X						
1a Regionalflughafen: Verfügbarkeit des Grundstücks nördlich des Flughafens erwirken: Verhandlungen mit Eigentümer	X		BD	Stapi	*	Ordentl. Budget	2008	Konkrete Projekte inkl. Investoren für Ausbau (z.B. Hangar) vorhanden
1b Regionalflughafen: raumplanerische Voraussetzungen für Pistenverlängerung schaffen	X		BD	Raumplanungsamt	*	Ordentl. Budget	2008	Problematik Pistenführung/Witi-Schutzzone/Flugsicherheit (BAZL)
1c Regionalflughafen: Marktanalyse – Entwicklungspotenzial und Strategieoptionen des Regionalflughafens Grenchen in den nächsten 10 Jahren	X		Wifö	Stapi, BD; RFP Jura-Grenchen	Offen	Offen	2007/08	Analytische Grundlagen für die laufende Diskussion über Infrastruktur-Investitionen/Pistenverlängerung schaffen; strategische Sicht einbringen
1d Bahnverkehr: Lobbying bei den SBB/BLS und auf politischer Ebene Bund/Kanton		X	Stapi	AG OeV	*	Ordentl. Budget	2007/ Fahrplanwechsel	Planungsstand Regional-/Fernverbindungen abklären, Einflussmöglichkeiten von Stadt/Kanton abklären und wahrnehmen
1e Busverkehr: Erschliessung der Arbeitszone Süd: Bedürfnisabklärung bei Unternehmen	X		AG OeV	BD, BGU	*	Ordentl. Budget	2007	ggf. koordinieren mit Q3g „Mobilitätsmanagement für Firmen“
Daueraufgaben:								
1f Regionalflughafen: regelmässiger Gedankenaustausch mit VR/Management	X		Stapi	AG OeV	*	Ordentl. Budget	Laufend	Anliegen RFP an Stadt (z.B. bzgl. Rahmenbedingungen, Einflussnahme bei Kanton/BAZL)
1g Bahnverkehr: Linie Belfort-Biel/TGV: Entwicklung mitverfolgen, sich einsetzen für Halt in Grenchen	X		AG OeV	Stapi	*	Ordentl. Budget	Laufend	
1h Regionalverkehr (Bahn/Bus): Lobbying für die Aufrechterhaltung und Verbesserung des Leistungsangebots		X	Stapi	AG OeV	*	Ordentl. Budget	Laufend/ Fahrplanwechsel	u.a. bei regionalen Verkehrskonferenzen (via Repla, die in den Konferenzen vertreten ist)

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Querschnittsaufgaben [Q] (Fortsetzung)

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
2 Energie: nachhaltige Nutzung und kompetitives Versorgungsangebot		X						
2a Label Energiestadt: Re-Audit (Rechenschaftsbericht)	X		Energie Schweiz, BD, sol. Städte**		*	Ordentl. Budget	2007/08	Muss durchgeführt werden, ansonsten geht Label verloren. * Verwaltungsaufwand/kostenneutral ** Solothurn, Olten, Zuchwil
2b Aufbau eines Mobilitätsmanagements für Firmen	X		Kanton	BD, beteiligte Firmen	Offen	Offen	Bis 2010 10 – 15% mehr OeV- Benutzer	Initiative/Vorreiterrolle der ETA SA und Ramseier AG, Kanton will unterstützen. Führt zu verbesserter OeV-Auslastung.
Daueraufgaben:								
2c Label Energiestadt: laufende Umsetzung		X	BD		Fallweise	Ordentl. Budget/IR	Laufend	

Anhang 3: Aktionsplan 2007-08

Schwerpunkt
Basisaufgabe
flankierend

Querschnittsaufgaben [Q] (Fortsetzung)

Stossrichtung Massnahme	neu	BP 03	Lead	Weitere Beteiligte	Kosten CHF	Finanzie- rung	Termin	Bemerkungen
3 Optimierung der Dienstleistungsqualität der Stadtverwaltung		X						
3a Internet-Auftritt Stadt Grenchen überarbeiten	X		Stadt- kanzlei	API, Staom, div. Abt.		Budget 07	2007	Juli 2007 online, anschliessend allfällige Optimierungen
3b Kommunikation nach aussen/Medienarbeit: Kommunikationskonzept der Stadtverwaltung, Medientraining für Abteilungsvorsteher	X		Stadt- kanzlei	div. Abt.		Budget 07	2007	Zuständigkeiten, Abläufe, Inhalts- gestaltung, Sprachregelungen; Checkliste Krisenkommunikation
3c Checklisten Neu- und Ausbauprojekte von Unter- nehmen (intern sowie zur Abgabe an Kunden)	X		BD/Wifö	SWG	*	Ordentl. Budget	2007	* Verwaltungsaufwand/ kostenneutral