Wie das «Spiezer Erbgut» die Region beeinflussen wird

Kleinstadt oder grosses Dorf – was will Spiez sein? Und welche Folgen hat die Standortpolitik der Gemeinde für die Orte im Frutigland? BILD PAUL WERMUTH

Gutes Beispiel für Standortförderung

«be-advanced» ist eine Institution, die im Auftrag des Kantons Bern sowie der Privatwirtschaft Standortförderung betreibt. Unterstützt werden KMU in jeder Phase der betrieblichen Entwicklung: Als Start-up, in den ersten Betriebsjahren und als etabliertes Unternehmen.

Zusammen mit Stefan Zöllig, Geschäftsführer und Mitinhaber der in Thun ansässigen «TS3», präsentierte Dr. Urs Guggenbühl von «be-advanced» die Geschichte einer erfolgreichen Start-up-Betreuung im Holzbaubereich. Zwar steckt die Firma TS3 noch in der Anfangsphase, sie ist aber – mit entscheidender Unterstützung von «be-advanced» – bereits heute auf dem Weg zu einem Global Player auf einem spezialisierten Markt. «TS3» verklebt Holzbauteile aus Voll-, Brettschicht- oder Brettsperrholz stirnseitig. Dadurch wird eine Gestaltung möglich, die bisher für den Holzbau nicht zugänglich war. MARTIN NATTERER

Mehr Infos über TS3 erhalten Sie unter www.frutiglaender.ch/web-links.html

STANDORTPOLITIK Das Spiezer KMU-Treffen ist eigentlich ein Termin fürs Netzwerken. Doch der dritte Anlass war mehr. Angestossen wurde die Zukunft des Standortes Spiez für die nächsten Jahre – ein Prozess, der auch Auswirkungen auf die umliegenden Gemeinden haben kann.

MARTIN NATTERER

Im Deltapark (Gwatt) versammelten sich am 22. Januar rund 120 Gewerbetreibende, Wirtschaftsförderer und Spiezer Gemeindevertreter. Die Spiez Marketing AG und der Gewerbeverband hatten zum «3. Spiezer KMU-Treffen» eingeladen. Schon gleich zu Beginn entwickelte sich das Netzwerktreffen jedoch zu einer Art Kick-off-Veranstaltung. Spiez habe im vergangenen Jahr einige Entwicklungserfolge erzielt, so Gemeindepräsidentin Jolanda Brunner. Nun werde man die Zukunft zielgerichtet und mit langfristigen Entwicklungsplänen angehen. Strategisch eben.

Brunner nannte konkrete Beispiele: die Arealentwiclung «Zentrum Spiez» (in Bahnhofsnähe), die Entwicklung des Gewerbelands Lattigen oder des Gebiets Angolder bei der Autobahnausfahrt Spiez. Zudem soll die bevorstehende Umgestaltung der Oberlandstrasse das Zentrum attraktiver machen. Das Auflageverfahren zum überarbeiteten Projekt ist für den Sommer geplant.

Neue Qualität der Standortentwicklung

Eine Schlüsselrolle im gesamten Entwicklungsprozess spielt die Spiez Marketing AG. Zusammen mit beratenden Partnern hat sie die Strategie «Wirtschaft 2025» formuliert. Sie soll der Gemeinde helfen, ihre Position zwischen Thun und Interlaken sowie dem angrenzenden Kander- und Simmental zu finden. Wie professionell die strategische Ausrichtung angegangen wird, nahmen viele Spiezer Gewerbetreibende positiv und als eine neue Qualität wahr.

Zur Entwicklung einer Zukunftsstrategie gehört freilich auch, überregionale Standortfaktoren miteinzubeziehen. Die Lonza hat in Visp immense Investitionen getätigt, die Eidgenössische Materialprüfungs- und Forschungsanstalt EMPA hat sich in Thun angesiedelt, zudem gibt es die Technologieachse Thun-Bern-Biel. In Spiez hat man längst registriert, welche neuen Chancen sich aus diesem Umfeld ergeben.

Die Frage nach der DNA

Doch was genau will Spiez sein: kleine Stadt oder grosses Dorf, Produktionsstandort oder überregionales Dienstleistungszentrum, von der BLS bestimmte Wohnsiedlung oder Tourismusort (130 800 Logiernächte 2019)? Anders gefragt: Was ist das «Erbgut» des Ortes, seine DNA?

Erste Antworten auf diese Fragen gab Remo Daguati von der LOC AG, Zürich. Daguati ist «Mandatsbeauftragter Strategieerarbeitung» der Spiez Marketing AG. Eine seiner Folgerungen: Bahnhofsnahe Standorte erleben eine Renaissance. Die Arealentwicklung rund um den Bahnhof wird deshalb weichenstellend sein für die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Spiez. Zu oft unterschätzt wird laut Daguati das verarbeitende Gewerbe. Es leiste in Spiez einen zentralen Beitrag an die regionale Wertschöpfung. Doch Gewerbe- und Industrieflächen seien knapp, und nicht zuletzt werde auch Spiez, wie wohl das ganze Berner Oberland, die Folgen der Abwanderung und den Fachkräftemangel zu spüren bekommen. Eine gut gesteuerte Ortsplanung sei daher zentral.

Impulse fürs Frutigland

Schon die ersten Formulierungen des Strategieansatzes zeigen, dass die Spiezer Bemühungen auch Auswirkungen auf das Kander- und Simmental haben werden. Hervorzuheben ist hier vor allem die Bedeutung des öffentlichen Verkehrs: Orte, die entlang der Achse Biel–Bern–Visp liegen, werden in der Lage sein, hochqualifizierte Mitarbeitende dauerhaft an sich zu binden. Was freilich auch umgekehrt gilt: Gemeinden an dieser Verkehrsachse kommen als Wohnort in Frage für Arbeitnehmer, die ihre Arbeitsstelle woanders haben. Interessant in diesem Zusammenhang: Die «Knock-out-Schwelle» liegt bei 45 Minuten Anfahrtszeit zum Job. Alles, was über dieser Dreiviertelstunde liegt, wird für Berufstätige und Unternehmen zunehmend unattraktiv.

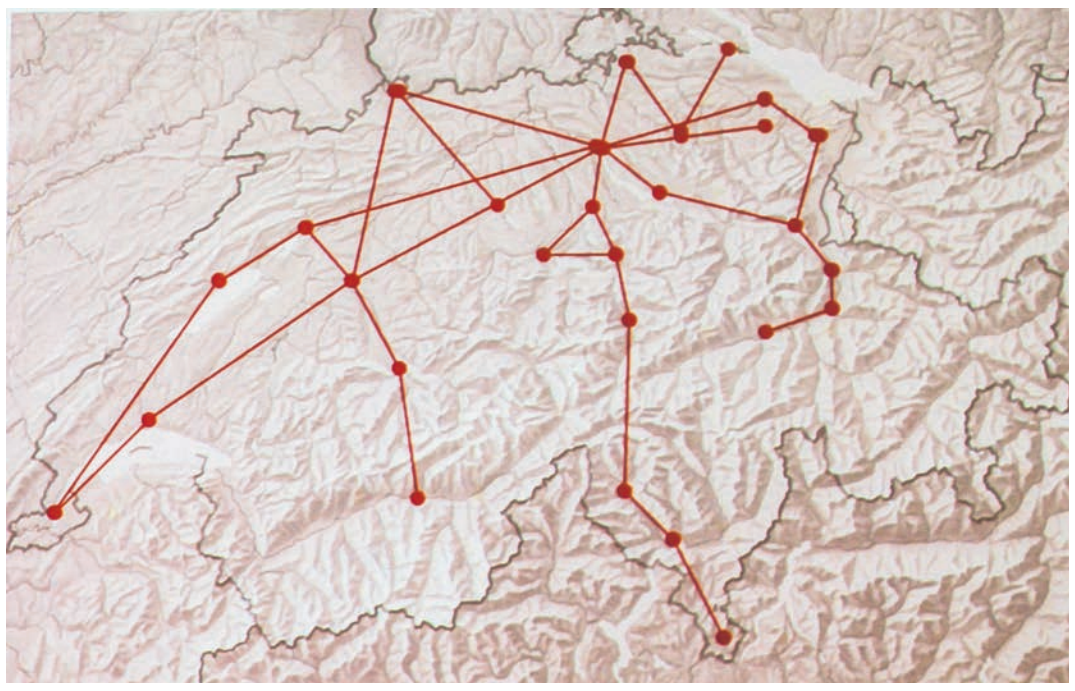
Damit wird deutlich, dass der Spiezer Entwicklungsimpuls auch für die Nachbarorte von Bedeutung ist – vor allem für jene entlang den Bahnstrecken. Man wird sich dort Gedanken machen müssen, was die in Spiez aufgezeigten Trends für die eigenen Entwicklungspläne bedeuten. Und man wird definieren müssen, was die «eigene DNA», das eigene Erbgut ist. Wofür steht man? Womit will man punkten? Könnten positive Effekte entstehen, wenn Gemeinden bei der Entwicklung solcher Strategien miteinander kooperieren?

Wer könnte die Führung übernehmen?

Bei derlei Fragen gibt es allerdings ein strukturelles Problem. Während der 13 000-Einwohner-Ort Spiez seine Standortpolitik selbst in die Hand nehmen kann, ist dies in den kleinteilig organisierten Talschaften deutlich schwieriger. Zwar verfügen inzwischen viele Gemeinden über ein Leitbild, einen Masterplan oder formulieren Legislaturziele. Die Gemeinde Krattigen führt gerade unter wissenschaftlicher Begleitung eine Projektwoche zum Thema «Krattigen in 10 Jahren» durch.

Wer jedoch eine «Strategie des Frutiglandes» für die wirtschaftliche Entwicklung des kommenden Jahrzehnts entwickeln könnte, ist unklar. Selbst die Volkswirtschaft Berner Oberland, die einen solchen Prozess noch am ehesten initiieren könnte, bringt vermutlich nicht die organisatorischen und personellen Voraussetzungen dafür mit.

So bleibt den Gemeinden des Kander- und Simmentals vorerst wohl nur, die Entwicklungen in Spiez aufmerksam zu beobachten. Im benachbarten «Kraftort am Wasser» ist etwas Neues am Entstehen, etwas, das mit intelligenter Strategie und Umsetzung zu tun hat. Und man darf im ganzen Oberland gespannt sein, was sich daraus entwickeln wird.



Die «K.-o.-Schwelle» liegt bei 45 Minuten Fahrzeit zum Job: Ein Auszug aus dem Schweizer Schienennetz zeigt die strategischen Achsen, anhand derer eine auf Top-Fachkräfte gestützte Standort-Entwicklung überhaupt möglich sein wird. BILD LOC AG

Sie belebten mit ihren Beiträgen das KMU-Treffen (v.r.n.l.): Jolanda Küng (Spiez Marketing), Remo Daguati (LOC AG), Jolanda Brunner (Gemeindepräsidentin Spiez), Dr. Urs Guggenbühl («be-advanced») und Stefan Zöllig (TS3). BILD MARTIN NATTERER