

Regionenmarketing

Sursee – New York: einmal umsteigen

Die Regionalpolitik des Kantons setzt auf die Bildung starker Zentren, um im schweizerischen Gefüge der Wirtschaftsregionen eine Rolle spielen zu können. Daran anknüpfend will die Region Sursee sich als Marke verstehen und positionieren. Gemeinsam arbeiten der Verein Gewerbe Region Sursee, der Entwicklungsträger Region Sursee-Mittelland und die Vereinigung Region Sursee Stadt Land See daran – wie, das zeigen sie an der SURWA.

SURWA
Stadthalle Sursee



www.surwa.ch

22.10. bis 25.10.2009

In der Region Sursee herrscht Aufbruchstimmung. Das Gewerbe von Sursee und Umgebung will die Chancen der Regionalplanung des Kantons nutzen. «Es begann mit der Öffnung des Gewerbevereins Sursee vor zehn Jahren», erinnert dessen Präsident Oliver Jost. Diese mit entsprechender Statutenänderung besiegelte neue Strategie fand ihren ersten Ausdruck im neuen Namen Gewerbe Region Sursee. Einen ersten Höhepunkt erreicht sie nun an der Gewerbeausstellung Surwa im gemeinsamen Auftritt mit der Vereinigung Region Sursee Stadt Land See und dem aus dem Regionalplanungsverband Surental, Sempachersee, Michelsamt neu gebildeten Entwicklungsträger Region Sursee-Mittelland. In enger Zusammenarbeit verfolgen diese vier Organisationen das von der kantonalen Regionalpolitik ausgehende gemeinsame Ziel, die Region Sursee zusammenzuschweissen, als Marke zu verstehen und zu vermarkten. Sursee sei fest entschlossen, die Strategie des Kantons umzusetzen und ein starkes Zentrum zu entwickeln.

Gemeinsam stark

«Schon seit einigen Jahren sind zunehmend mehr Firmen aus der Region interessiert, sich und ihr Angebot am Standort Sursee präsentieren zu können», berichtet Martha Ineichen, Präsidentin der Surwa-Ausstellungsorganisation.

«Das hat uns bewogen, die ganze Surwa als Trägerin der Marke Region Sursee zu verstehen. Eine Marke gibt Stärke und verleiht Ausstrahlung, womit man wiederum sehr viel bewegen kann.» Dieses gemeinsame Dach erlaube es den beteiligten Verbänden und Non-Profit-Organisationen je ihren spezifischen Beitrag zur Entwicklung der Region zu leisten. Pius Galliker, zuständig für Werbung/Marketing im OK der Surwa, ergänzt, diese Vernetzung sei es letztlich, was sie alle anstreben. Denn: «Wer Mauern baut, verhindert zwar dem Nachbarn die Sicht, sich selber aber auch. Wenn das Gewerbe auf tut», erklärt er, «ist dies ein Zeichen für die ganze Bevölkerung, besser zu vernetzen und offener zu denken». «Wir sind überzeugt davon, dass es allen besser geht, wenn die Region stark ist», betont Oliver Jost. Vielfach überwiege jedoch die Haltung, die anderen nur als Konkurrenten und kaum als Partner zu sehen. Das sei ein Denkfehler. Der Profit liege nämlich gerade im Netzwerk. Wirtschaft und Politik seien gefordert, gemeinsam ihr mit anderen Regionen im Wettbewerb stehendes Zentrum weiterzuentwickeln. Dabei gehe es nicht darum, sich gegenseitig auszustechen, sondern voneinander zu profitieren und einander zu helfen, vorwärtszukommen. Der Gewerbeverein verfolge darum mit seiner Präsentation an der Surwa zwei Ziele: «Einerseits wollen wir die Ideologie sowie das Gewerbe Sursee und Umgebung über Köpfe vorstellen und andererseits das Netzwerk pflegen und weiter ausbauen.»

Gewerbeausstellung als Plattform nutzen

«Noch stehen wir am Anfang, eine Region zu bilden», hält Edgar Fischer fest. Er steht dem als Mehrzweckverband ausgestalteten neuen Entwicklungsträger Region Sursee-Mittelland vor. «Als noch sehr junge Organisation» sagt er, «wollen wir die Plattform der Surwa primär dazu nutzen, unseren Gemeindeverband sowie unsere Aufgaben und Ziele grundsätzlich vorzustellen». Seine Organisation umfasst 19 Gemeinden, nämlich Beromünster, Büron, Buttisholz, Eich, Geuensee, Grosswangen, Knutwil, Mauensee, Neudorf, Neuenkirch, Nottwil, Oberkirch, Rickenbach, Schenkön, Schlierbach, Sempach, Sursee, Triengen und Wauwil. Noch sei zurzeit der Tourismus ausgeschlossen, so Edgar Fischer. Er setzt jedoch seine Hoffnung auf das neue Tourismusgesetz, von dem er sich entsprechende Zusammenarbeits-Impulse verspricht.



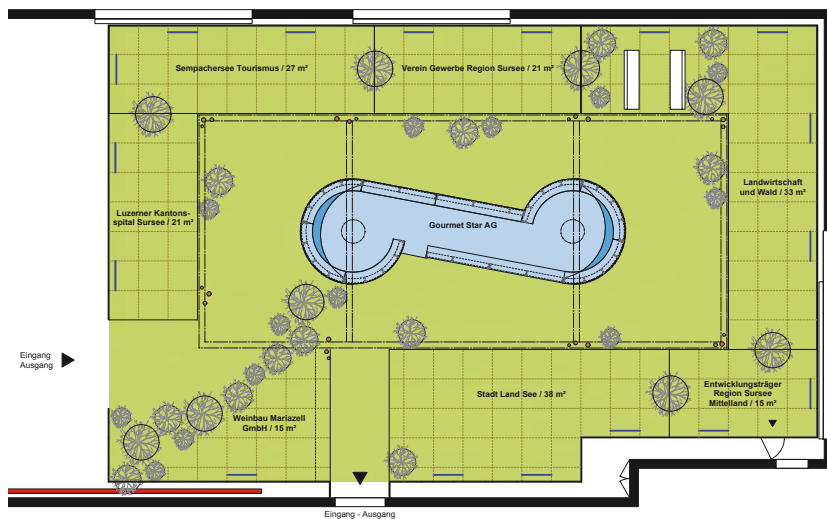
Von links: Othmar Sigrist,
Edgar Fischer, Martha
Ineichen, Pius Galliker.

(Fotos: z.V.g.)

Wie seine Kollegin und Kollegen der anderen drei Organisationen ist auch er der festen Überzeugung, dass Sursee gute Karten hat, um ein florierendes Regionalzentrum aufzubauen. Gerade jüngst, berichtet Werbefachmann Pius Galliker, habe die Wirtschaftszeitung der Region Sursee das stärkste Wirtschaftswachstum aller Regionen in der Schweiz attestiert. Das zeige sich augenfällig am pulsierenden Leben im Bahnhof, der in den letzten Jahren eine gewaltige Entwicklung erfahren habe. Das komme nicht von ungefähr, meint Othmar Sigrist, Präsident der Regionalkonferenz Region Sursee Stadt Land See: «Wir liegen verkehrstechnisch zentral. Sowohl im Strassen- als auch im Schienennetz sind wir optimal eingebunden.» Dies veranschaulichend gibt er verschmitzt seinen Werbeslogan zum Besten: «Sursee – New York: einmal umsteigen!».

Projektorientierte Zusammenarbeit

Wie aber wollen diese Organisationen ihr hehres Ziel, eine Region zu werden und als solche zu denken und zu handeln, erreichen? Sicher nicht über ein zentrales Marketing, dessen sind sich die vier «Zugpferdchen» der Vision starke Region Sursee einig. Der Gewerbeverein habe es vorgemacht mit seiner Öffnung, weg vom Dörfliendenken hin zur Region, sagt Pius Galliker bestimmt: «Marketing läuft über Projekte». «Sursee und die Agglomeration haben gemeinsame Interessen», erklärt Othmar Sigrist. Es gebe in der ganzen Agglomeration auftretende Probleme und bestimmte Aufgaben, so im Bildungswesen, im öffentlichen Verkehr, in Sport und Kultur, wie auch bei der Bestandspflege der Wirtschaft, die gemeindeübergreifend gelöst werden müssten. Den Fokus auf die Arbeit der eigenen Organisation richtend, berichtet er: «Unser Weg führt zum Beispiel über Wahrnehmungen im Alltag.» Die Gemeindepräsidenten tragen Wahrnehmungen aus ihrer Gemeinde in die regelmässig stattfindende Regionalkonferenz. Dort wird gemeinsam der Handlungsbedarf eruiert. Davon ausgehend wird im Sinne einer Absichtserklärung eine Projektskizze erstellt und an die entsprechende Ebene zum Weiterverfolgen übergeben. Daraus erwachsen von Kanton und Bund gestützte Projekte. Aktuell sind dies die drei Teilprojekte «Wohnen», «Stadtbus» und «Langsamverkehr». «Diese gemeinsamen Projekte, die Zusammenarbeit vorzustellen, dazu will und kann die Surwa eine Plattform bieten», fasst Martha Ineichen die Aufgabe der Ausstellungsorganisation Surwa und damit auch diese Gesprächsrunde zusammen. «Wir wollen diese Absicht vorleben und die angestrebte starke Region abbilden und in die Bevölkerung hinaustragen.»



Das Ausstellungskonzept der Surwa sieht vor, die geografische Situation und das wirtschaftliche Gefüge der am See liegenden Region Sursee darzustellen.