

Wirtschaftsförderungsstrategie Uri

beschlossen vom Regierungsrat am 4. Juli 2023



Abbildung 1: Kantonsbahnhof Altdorf - Foto: Valentin Luthiger

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | Zusammenfassung | 3 |
| 2 | Hintergründe und Ziele der Wirtschaftsförderstrategie | 4 |
| 3 | Handlungsfelder | 5 |
| 4 | Positionierung | 6 |
| 5 | Standortentwicklung | 7 |
| 5.1 | Campus Uri | 8 |
| 5.2 | Entwicklungsschwerpunkte | 9 |
| 5.3 | Chancen Tourismus-Entwicklung | 10 |
| 5.4 | Umsetzung Digitalisierungsstrategie | 11 |
| 5.5 | Kommunale Kleinleuchttürme | 11 |
| 6 | Vermarktung | 12 |
| 6.1 | Pflege bereits ansässiger Unternehmen | 12 |
| 6.2 | Schwerpunkte Uri (Testimonials) | 13 |
| 6.3 | Fachkräfte-Marketing | 13 |
| 6.4 | Botschafter-Netzwerk | 14 |
| 6.5 | Kernbotschaften Uri | 14 |
| 6.6 | Vermarktung mit GZA und S-GE | 14 |
| | Beilage: Bericht «Aktualisierung Wirtschaftsförderungsstrategie» der LOC AG | 15 |

1 Zusammenfassung

Ziel der Aktualisierung der Wirtschaftsförderungsstrategie des Kantons Uri ist die Identifikation der wesentlichsten Handlungsfelder sowie die Schärfung der Positionierung, Entwicklung und Vermarktung des Wirtschaftsstandorts Uri. Die Strategie kann an vielen positiven Entwicklungen anknüpfen, damit der Standort in den kommenden Jahren weiter vorwärtskommt. Die Bevölkerungs- und Beschäftigtenzahlen sollen sich weiterhin positiv entwickeln. Bei der Umsetzung der Strategie und den damit verbundenen Projekten und Massnahmen wirkt die Wirtschaftsförderung Kanton Uri zusammen mit Privaten und Netzwerkpartnern aktiv zusammen und entwickelt die gemeinsamen Projekte. Mit der Definition der Handlungsfelder (Kapitel 3) werden wichtige Stossrichtungen dazu festgelegt.

Abbildung 2 zeigt die wichtigsten Themenfelder in den Bereichen Positionierung, Entwicklung und Vermarktung.



Abbildung 2: Übersicht aktualisierte Wirtschaftsförderungsstrategie Uri

Der Standort Kanton Uri wird als verlässlicher, pragmatischer Standort der kurzen Wege positioniert (Kapitel 4). Schwerpunktthemen mit Potentialen für eine aktive Vermarktung sind wissensbasierte Dienstleistungen (mitunter ICT), Alpintechnik (Beförderungssysteme, Spezialfahrzeuge, Wintersporttechnik), Tourismus im alpinen Raum und rund um den Urnersee, Verkehrs- und Sicherheitstechnik (Hazard-Management), Energie-Technik/Cleantech sowie Präzisionstechnik bzw. Polymer-Technologien. Stärker betont werden künftig die Chancen für Unternehmens-Funktionen (Backoffice-Funktionen, Entwicklungseinheiten) sowie die Kreativwirtschaft, v.a. im Umfeld des neuen Kantonsbahnhofs und der Werkmatt Uri in Altdorf.

Wichtigste Projekte zur Standortentwicklung (Kapitel 5) sind die Weiterentwicklung der bestehenden und neu aufzubauenden Forschungs- und Bildungsangebote in Richtung eines «Campus Uri», die Betreuung von Entwicklungsschwerpunkten für die Bereitstellung von attraktiven Gewerbe-, Industrie- und Dienstleistungsflächen (Verdichtungsgebiete, neue Arbeitsplatzstandorte), die Begleitung der

Chancen aus den Effekten verschiedener Tourismusvorhaben, die Umsetzung der kantonalen Digitalisierungsstrategie mit Bezug zu den Urner Unternehmen sowie die Förderung von kommunalen Leuchtturmprojekten.

Ein Vermarktungskonzept (Kapitel 6) stellt die Kommunikation der Vorzüge des Standorts Uri gegenüber den Zielgruppen (Unternehmen, Fachkräfte) sicher. Wichtige Massnahmen sind die Pflege der bereits ansässigen Unternehmen, die Sichtbarmachung der Schwerpunktthemen und Potentiale, Projekte für das Fachkräfte-Marketing mit einem Schwerpunkt auf «Heimweh»- Urnerinnen und -Urner, die Weiterentwicklung des Botschafter-Netzwerks, die Bündelung der Kernbotschaften zu Uri in Vermarktungsinhalten und Kanälen sowie die Weiterführung von Vermarktungsanstrengungen in enger Zusammenarbeit mit den Standortmarketing-Organisationen Greater Zurich Area (GZA) sowie Switzerland Global Enterprise (S-GE). Trotz klaren Zielsetzungen soll die Wirtschaftsförderungsstrategie flexibel genug ausgestaltet sein, um auch auf neue, zukünftige Entwicklungen und Trends reagieren zu können.

Dieses Dokument zeigt die wichtigsten Handlungsfelder und Massnahmen auf. Es basiert auf den Empfehlungen des Berichts der LOC AG, welche als Beilage dieses Dokuments dient. Darin sind insbesondere auch das Vorgehen, die Methode, die verwendeten Dokumente, die Tätigkeiten in den letzten Jahren sowie diverse Analysearbeiten detailliert beschrieben.

2 Hintergründe und Ziele der Wirtschaftsförderstrategie

Die derzeit geltende Wirtschaftsförderungsstrategie stammt aus dem Jahr 2016. Seither sind viele positive Entwicklungen zu verzeichnen. Dazu zählen etwa der neue Kantonsbahnhof in Altdorf sowie die baubereiten Entwicklungsflächen in der Werkmatt Uri mit ersten Verkäufen und Baurechtsvergaben, die Tourismusentwicklung in Andermatt sowie weitere geplante Tourismusprojekte um den Urnersee oder die Ansiedlung neuer Forschungsinstitute. Gleichsam sind auch in den weiteren Kantonsgebieten im Rahmen der Tourismus- und Regionalpolitik verschiedene Projekte realisiert worden. Insgesamt zeigten die wichtigsten Indikatoren wie Einwohner- und Beschäftigtenzahlen in den letzten Jahren eine konstant positive Entwicklung auf.

Eine Aktualisierung und Schärfung der Wirtschaftsförderungsstrategie des Kantons Uri ist mit Hintergrund der veränderten Rahmenbedingungen und im Hinblick auf die Abstimmung mit dem Regierungsprogramm 2020 – 2024+ angezeigt. Das Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr hat für die Aktualisierung der Strategie die Firma LOC AG, Zürich, beigezogen. Deren Inhaber, Remo Daguati, verfügt über vielfältige Erfahrung in der Erarbeitung von Areal-, Gebiets und Wirtschaftsförderungsstrategien. In den Prozess der Aktualisierung wurden auch die relevanten Partner aus Wirtschaft, Tourismus, Gemeinden sowie verschiedene kantonalen Stellen einbezogen.

Die aktualisierte Wirtschaftsförderungsstrategie soll vor allem dazu dienen:

- den Regierungsrat und die Volkswirtschaftsdirektion in ihren weiteren Entscheidungen zu Standortfragen besser und gezielter zu unterstützen;
- die Leitung des Amtes für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr sowie die jeweiligen Fachpersonen in der Umsetzung ihres Auftrags zu stärken;
- die wesentlichen Themen in den Bereichen Wirtschaft, Tourismus- und Regionalentwicklung zu identifizieren und verbundene Schlüsselprojekte abzuleiten;

- die Positionierung des Standorts Kanton Uri im regionalen Kontext und im Hinblick auf eine erfolgreiche interregionale/nationale/internationale Vermarktung zu schärfen;
- der Urner Wirtschaft und weiteren Anspruchsgruppen langfristige Entwicklungen gegen innen wie aussen besser aufzuzeigen.

Mit der Wirtschaftsförderungsstrategie Kanton Uri wird ein Beitrag geleistet, damit der Standort Uri auch in Zukunft die Beschäftigungs- und Bevölkerungsentwicklung aktiv prägen kann. Damit soll an die positive Entwicklung der Vorjahre angeknüpft werden. Nicht Grossansiedlungen stehen dabei im Fokus, sondern die Fortführung des stetigen, nachhaltigen Wachstums.

Um diese Strategie zu erreichen, werden nachfolgend skizzierte Stossrichtungen bei der Positionierung, der Standortentwicklung und der Vermarktung vertieft, entsprechende Projekte lanciert und geeignete Massnahmen umgesetzt. Die Projekte und Zuständigkeiten zwischen der kantonalen Wirtschaftsförderung, Wirtschaft Uri, Gemeindeverband, touristischen Leistungsträgern und weiteren Umsetzungspartnern sind in regelmässiger Absprache weiter zu detaillieren.

Der detaillierte Bericht zur Aktualisierung der Wirtschaftsförderungsstrategie, verfasst von der LOC AG, ist als Beilage zu diesem Dokument einsehbar. Darin sind insbesondere auch das Vorgehen, die Methode, die verwendeten Dokumente, die Tätigkeiten in den letzten Jahren sowie diverse Analysearbeiten detailliert beschrieben.

3 Handlungsfelder

Basierend auf der Analyse und den Empfehlungen im Bericht der LOC AG (Beilage) werden folgende Handlungsfelder zur Bearbeitung adressiert:

| Nr. | Handlungsfeld | Beschrieb | Zuständigkeit |
|-----|---|---|---|
| H1 | «Campus Uri» weiter ausbauen | Mit der Ansiedlung von tertiären Forschungs- und Bildungsinstitutionen kann sowohl die Innovationskraft gesteigert als auch das Image des Kantons Uri geprägt werden. Bestehende Initiativen sind zu pflegen, neue Initiativen anzustreben. | Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr, Bildungs- und Kulturdirektion |
| H2 | Schwerpunktthemen noch konsequenter bündeln und kommunizieren | Die Schwerpunktthemen sind weiter zu schärfen, die Kommunikation ist über Factsheets, Events und Netzwerkpartnerschaften zu verstärken. | Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr, Urner Wirtschaft |
| H3 | Entwicklungsschwerpunkte weiterbringen | Die Werkmatr Uri mit kantoneigenen Flächen ermöglicht der Wirtschaftsförderung eine direkte und aktive Vermarktung. Gemeinden, welche weitere Entwicklungsschwerpunkte (ESP) entwickeln, verdichten oder wo möglich langfristig erweitern, werden durch die Wirtschaftsförderung und die Raumentwicklung aktiv unterstützt. | Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr, Raumentwicklung, jeweilige Standortgemeinden |
| H4 | Fachkräfte-Marketing aufbauen | Das Fachkräftemarketing soll intensiviert werden, Talente mit Urner Wurzeln sollen in den Kanton zurückfinden. | Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr |
| H5 | Kernbotschaften Uri ausbauen, neue Akquisitionskanäle prüfen | Die Positivbotschaften aus dem Kanton Uri werden noch stärker betont. Über die Vermarktung der Schwerpunktthemen werden neue Vernetzungs- und Akquisitions-Gefässe aufgebaut. | Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr |

Abbildung 3: Handlungsfelder Wirtschaftsförderungsstrategie Uri

In den nachfolgenden Abschnitten werden die Bereiche Positionierung, Standortentwicklung und Vermarktung detailliert beschrieben und mit konkreten Massnahmen ergänzt, welche in entsprechenden Projektaufträgen und im Dialog mit Partnern präzisiert werden können.

4 Positionierung

Eine Branchen-, Sektor- oder gar Technologie-Positionierung, wie sie verschiedene Standorte verfolgen, wird für den Kanton Uri allein aufgrund seiner Grösse und der sehr breit gefächerten Unternehmenslandschaft nicht empfohlen. Stattdessen werden für eine prägnantere Positionierung – dem verlässlichen, pragmatischen Standort der kurzen Wege – gezielte Schwerpunktthemen abgeleitet. Die Themen beschreiben die Vorzüge des Wirtschaftsstandorts Kanton Uri – treffend verpackt in Geschichten – und verweben so fachliches Knowhow, dazugehörige Schlüsselfirmen und Testimonials sowie weitere qualitative Vorzüge.

Der ... **STANDORT URI** ... ist der verlässliche Standort der kurzen Wege
 ... bietet ein pragmatisches Umfeld mit engagierten Arbeitskräften
 ... verbindet die Metropolitanräume Mailand und Zürich

Abbildung 4: Positionierung des Standorts Uri in drei Sätzen

Der Kanton Uri setzt deshalb auf ausgewählte Schwerpunktthemen, welche die Einzigartigkeit des Standorts herausstreichen. Der Standort Uri stellt darin Produkte und Firmen ins Scheinwerferlicht, für die eine lokale Verankerung, neue Ideen und der Geist, Überdurchschnittliches in gezielten Nischen auch am Weltmarkt zu leisten, einen Mehrwert darstellen. Der Standort Uri bietet hierfür ein einzigartiges Umfeld, in dem Qualitäten und Eigenschaften es Unternehmen erlauben, aus Nischenpositionierungen heraus bis zur Weltmarktführerschaft vorzustossen. Folgende sechs Schwerpunktthemen werden in der künftigen Vermarktung des Standorts Uri vertieft:

- Wissensbasierte Dienstleistungen
- Alpinetechnik
- Tourismus im alpinen Raum und rund um den Urnersee
- Verkehrs- und Sicherheitstechnik
- Energie-Technik/Cleantech
- Präzisionstechnik bzw. Polymer-Technologien

Stärker betont werden künftig die Chancen für Unternehmens-Funktionen sowie die Kreativ-Wirtschaft, v.a. beim neuen Kantonsbahnhof und der Werkmatt Uri in Altdorf. Familiengeführte Unternehmen bedienen vom Kanton Uri aus erfolgreich ihre regionalen, nationalen und internationalen Absatzmärkte.



Abbildung 5: Schwerpunktthemen in der Positionierung

5 Standortentwicklung

Die Standortentwicklung trägt dazu bei, dass die Vision und Positionierung eines Standorts mehr und mehr zur Wirklichkeit, dringliche Handlungsfelder aktiv bearbeitet und Lücken im Standortangebot geschlossen werden. Für die erfolgreiche Vermarktung eines Standorts spielen nicht nur die aktuellen Vorteile eine Rolle, sondern genauso die künftigen Angebote aus Entwicklungen. Dazu sind verschiedene Projekte zu lancieren, welche die bestehenden Vorzüge des Kantons Uri besser adressieren, Akteure konsequenter vernetzen und eine Basis für die künftige Entwicklung als Wirtschafts- und Wohnstandort legen.

Wichtigste Projekte zur Standortentwicklung sind die Weiterentwicklung der bestehenden und neu aufzubauenden Forschungs- und Bildungsangebote in Richtung eines «Campus Uri», die Förderung von Entwicklungsschwerpunkten (ESP) für die Bereitstellung von attraktiven Gewerbe-, Industrie- und Dienstleistungsflächen für Unternehmen, die Nutzung von Chancen aus den anhaltenden Grossinvestitionen im Tourismus, die Umsetzung der Digitalisierungsstrategie mit Bezug zu den Urner Unternehmen sowie die Förderung von kommunalen Leuchtturmprojekten. Die Entwicklungsprojekte werden nachfolgend im Einzelnen aufgeführt.

Bei allen Entwicklungsthemen wird ein besonderer Fokus auf Nachhaltigkeit gelegt. Dabei werden insbesondere die Stossrichtungen der bestehenden Klimastrategie sowie aus dem geplanten Klimaschutzkonzept (aktuell in Erarbeitung) berücksichtigt. Beispiele von Massnahmen, welche zur Erfüllung der Ziele des Klimaschutzkonzepts dienen, könnten sein: Errichten von Verkehrsdrehscheiben, Mithilfe bei der Sensibilisierung von Unternehmen in Bezug auf das Netto-Null-Ziel, Förderung des klimafreundlichen Tourismus, aktive Unterstützung zur Ansiedlung von nachhaltigen Unternehmen, Unterstützung Projekte der Kreislaufwirtschaft. Die konkreten Massnahmen werden nach Verabschiedung des Klimaschutzkonzepts durch den Regierungsrat festgelegt. In diesem Zusammenhang werden auch die relevanten Elemente aus der Gesamtenergiestrategie des Kantons Uri sowie aus der Klimastrategie des Bundes berücksichtigt.

Standortentwicklung

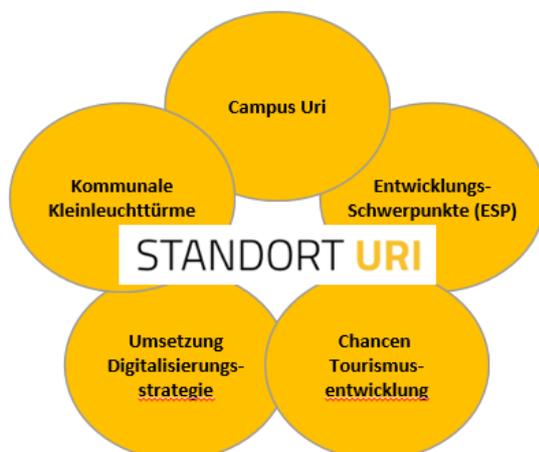


Abbildung 6: Schwerpunktpunkte zur Standortentwicklung

5.1 Campus Uri

Campus Uri steht für die Anstrengungen des Kantons Uri, renommierte Forschungs- und Bildungsinstitutionen über Institute oder Lehrgänge für den Kanton zu gewinnen. Durch die Arbeitsplätze vor Ort, aber auch der breiten Vernetzung der Partner können wirksame Netzwerke für die Urner Wirtschaft geschaffen werden. Zudem wird das Image des Kantons Uri nach aussen – gerade im Innovationsbereich – positiv geprägt. Im Bildungsbereich ist die Bildungs- und Kulturdirektion im Lead, die Wirtschaftsförderung unterstützt wo nötig bestehende Initiativen und hilft wo möglich neue Partnerschaften aufzubauen.

5.1.1 Kulturen der Alpen

Das Institut «Kulturen der Alpen» widmet sich in der ganzen thematischen Breite den Besonderheiten des gesamten alpinen Raums: von den prähistorischen Zeugnissen über spezifische Traditionen bis hin zu den drängendsten Herausforderungen der Gegenwart. Das Institut ist als unabhängiges Urner An-Institut an der Universität Luzern organisiert. Dafür ist das Institut mit seinem kultur- und sozialwissenschaftlichen Schwerpunkt explizit transdisziplinär ausgerichtet und sucht den Austausch mit den Naturwissenschaften und Künsten. Finanziert wurde das Institut in der Aufbauphase durch den Bund und den Kanton Uri (Neue Regionalpolitik, NRP) sowie der Dätwyler Stiftung. Seit 2023 ist die kantonale Weiterfinanzierung basierend auf dem im Jahr 2022 revidierten Bildungsgesetz gesichert.

5.1.2 Logistikum

Das Logistikum Schweiz beschäftigt sich mit der nachhaltigen und ganzheitlichen Gestaltung von zukunftsfähigen Wertschöpfungssystemen in der Region, in den Städten, im nationalen und internationalen Umfeld. Durch Nutzung von technologischen Entwicklungen sollen Verkehrsbelastungen reduziert sowie die Emission von Treibhausgasen vermieden werden. Logistikum entwickelt und gestaltet in Zusammenarbeit mit privaten und öffentlichen Einrichtungen Lösungen für den Einkauf, Logistik und Supply Chain Management. Das auf vier Jahre angelegte Forschungsprogramm zum «Intelligent Dark Warehouse» soll Möglichkeiten untersuchen und entwickeln, Lagersysteme vollautonom zu betreiben. Als besondere Herausforderung wird die Vernetzung unterschiedlicher Technologien gesehen. Mit dem Swiss Logistics Innovation Day werden auch Spezialthemen vertieft. Logistikum Schweiz arbeitet zusammen mit der Fachhochschule Oberösterreich (FHOÖ) am neu geplanten Masterstudiengang der Hochschule Luzern (HSLU) mit. Das Logistikum Schweiz soll im Rahmen der Wirtschaftsförderungsaktivitäten weiter begleitet werden.

5.1.3 Innovationsförderung

Die Zentralschweizer Kantone betreiben ihre Innovationsförderung über das gemeinsame Innovationsnetzwerk «Zentralschweiz Innovativ». Dieses bündelt die Institutionen des Technologie- und Innovationstransfers in der Region Zentralschweiz. Point of Entry für den Kanton Uri ist die Wirtschaftsförderung Uri. Im Bereich Mikrotechnologie fördern die Zentralschweizer Kantone zudem das CSEM-Forschungszentrum in Alpnach. Weiter ist der Kanton Uri Mitglied des Vereins «Switzerland Innovation Park Central», welcher in Rotkreuz einen Innovationspark mit Fokus auf «Building Excellence» betreibt.

Ein weiteres Projekt im Bereich der Innovationsförderung ist mit dem «Innovations-Biotop» in Umsetzung. Die Urner Kantonalbank hat in Zusammenarbeit mit dem Kanton Uri und Wirtschaft Uri das Innovationsbiotop Uri lanciert. Das Projekt soll für neue Technologien und Innovationen als Nukleus für bestehende, aber auch für externe Unternehmungen, Start-Up-Unternehmen und Hochschulen wirken. Die Gründung einer Non Profit AG ist erfolgt, zudem ist ein Förderverein in Planung. Bereits haben

verschiedene Firmen und Institute die Mitwirkung zugesagt. Das Projekt wird am Standort des Kantonsbahnhofs gestartet und soll sich in Zukunft über den ganzen Kanton entfalten können. In einer ersten Phase werden mögliche Cluster wie ICT und andere Themen mit Bezug zu den Schwerpunktthemen des Kantons Uri geprüft. Längerfristig sollen neue Arbeitsplätze geschaffen und eine Expansion in die Werkmatt Uri und über den ganzen Kanton ermöglicht werden. Das Projekt ist im Rahmen der Wirtschaftsförderungsstrategie aktiv zu begleiten, insbesondere in Bezug auf die Massnahmen «Schwerpunkte Uri» (vgl. Kapitel 6.2).

5.1.4 Weitere Initiativen

Weitere bestehende Initiativen mit Bezug zur «Campus Uri» Idee können beispielsweise der Coworking-Space «Working Point» in Altdorf darstellen, der auch regelmässig Startup-Stipendien vergibt. Ausserdem entwickelt die Firma Sisag ihren Standort in Schattdorf zu einer Art «Campus». Nebst den bestehenden Initiativen soll der Campus Uri durch weitere Initiativen ergänzt werden. Dabei orientiert sich die Wirtschaftsförderung an den definierten Schwerpunkten des Kantons Uri. Insbesondere im Bereich Digitalisierung und ICT könnten sich weitere Chancen für Vernetzungsprojekte ergeben, zumal die Umsetzung der kantonalen Digitalisierungsstrategie den Aufbau entsprechender Initiativen fordert. Auch die Gewinnung von Ausbildungsinstitutionen aus dem Seilbahn- und Wintersportbereich könnte aufgrund der hohen Dichte von Spezialfirmen im Kanton vorteilhaft sein.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|--|---------------------------------|--------------------|
| Vernetzung und Kontaktvermittlung zwischen den Initiativen | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | Laufend |
| Schaffung der gesetzlichen Grundlagen für die längerfristige Unterstützung der bestehenden Initiativen | Bildungs- und Kulturdirektion | 2022, erledigt |
| Identifizierung / Unterstützung weiterer Initiativen für das NRP-Umsetzungsprogramm 2024 – 2027 | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |

5.2 Entwicklungsschwerpunkte

Die Vermarktung der Werkmatt Uri wird weiterhin ein wesentlicher Schwerpunkt der Wirtschaftsförderungsaktivitäten bleiben. Mit der Eröffnung des Kantonsbahnhofs wurden auch die Erschliessungsvoraussetzung dieses wichtigen Entwicklungsschwerpunkts erhöht, hinzu kommt in Zukunft die direkte Anbindung mit einem Halbanschluss an die Autobahn. Der Kanton Uri kann mit dem neuen UKB-Gebäude direkt beim Kantonsbahnhof Altdorf, aber auch den bestehenden Entwicklungsflächen in der Werkmatt Uri, weiterhin auf Ansiedlungsfälle setzen. Solche Flächen sind auch bei reinen Inlandsverlagerungen begehrt, also bei Funktionsverlagerungen von grösseren Unternehmen aus den Branchen Finanzdienstleistungen, Versicherungen, Telekommunikation und zum Teil Konzernverwaltungszentralen mit geringerem Repräsentationsanspruch (Backoffice-Funktionen). Der Kanton Uri sollte sich nicht einzig als Tourismus-, Gewerbe- und Industrie-Standort, sondern ebenso selbstbewusst als Standort für Unternehmensfunktionen positionieren. Zudem laufen bereits Abklärungen, um bereits ansässigen KMU in einem mehrgeschossigen Gewerbezentrum attraktive Nutzflächen und Vernetzungsmöglichkeiten zu bieten (verschiedene Projekte in der Werkmatt Uri, z. B. der Werkmatt AG, der Projektgruppe «Innovationspark Gotthard» oder der Franz Kempf AG). Je nach Umsetzungszeitraum der aktuellen Projekte in der Werkmatt Uri soll durch die aktive Ausschreibung weiterer Baufelder das Bewusstsein in der Immobilienwirtschaft für die Werkmatt Uri aktiv geweckt werden. Die kantonale Wirtschaftsförderung will aber auch die Positionierung und Vermarktung der weiteren Entwicklungs-

schwerpunkte im engen Dialog mit den Grundeigentümern und Standortgemeinden, welche die Federführung haben, begleiten. Wie in der detaillierten Analyse in der Beilage ausgeführt, ist bei vielen ESP-Standorten eine Verknappung des Flächenangebots feststellbar. Daher ist zusammen mit der Raumentwicklung zu prüfen, wo Areale sinnvoll erweitert werden können, wo es noch Verdichtungspotentiale gibt und ob allenfalls langfristig zusätzliche Entwicklungsflächen ausgeschieden werden können. Idealerweise werden neue Flächen an besten Erreichbarkeitslagen ausgeschieden.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|--|--|--------------------|
| Umsetzung Positionierungs- und Vermarktungskonzept Kantonsbahnhof Altdorf | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | Laufend |
| Je nach Entwicklungsstand Werkmatt Uri: Vorbereitung einer Ausschreibung nach SIA 142/143 für ein einzelnes Baufeld, Auswahl Verfahrensbegeleitung | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2024ff |
| Kommunikation zu Handen der Gemeinden über mögliche Unterstützungsleistungen des Kantons bei der Entwicklung der ESPs | Wirtschaftsförderung und Amt für Raumentwicklung | 2024ff |
| Unterstützung vorhandener Ideen sowie Identifizierung weiterer Projekte in der Werkmatt Uri | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |
| Anlass mit Immo!nvest (Zentralschweiz) | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022, erledigt |
| Teilnahme Immo `24 | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | Evtl. 2024 |

5.3 Chancen Tourismus-Entwicklung

Die Investitionen in die Tourismusentwicklung in Andermatt haben zu einem enormen Zuzug von ausländischen Fachkräften geführt. Weitere grosse Investitionen werden in Andermatt in den nächsten Jahren folgen. Zusätzlich könnte Göschenen mit dem Ausbau des Bahnhofs Göschenen, dem möglichen zukünftigen Bau einer neuen Seilbahn direkt auf den Gütsch sowie eines allfälligen neuen Parkhauses in Zukunft zur Verkehrsdrehscheibe im südlichen Kantonsteil werden. Die Realisierung ist langfristig und in Etappen geplant, insbesondere auch wenn die Baustelle der zweiten Röhre am Gotthard die Fläche nicht mehr beansprucht. Die Investitionen können nach Schätzungen rund 150 bis 200 Millionen Franken betragen. Entsprechend wird diese Entwicklung wiederum Auswirkungen haben auf das Wohnangebot der umliegenden Gemeinden von Göschenen. Die aus der Tourismusentwicklung in Andermatt resultierenden Chancen sollten in Zusammenarbeit mit dem Gemeindeverband zielgerichtet genutzt und mit entsprechenden Projektinitiativen des Regionalmanagements adressiert werden. Zudem sind alternative Erschliessungsformen zu erproben. Basis dafür bietet auch das regionale Entwicklungskonzept Tourismusentwicklungsraum Urserntal.

Weiter wird ein Fokus auf das Tourismusgebiet Urnersee gelegt, dem auch im kantonalen Richtplan ein eigenes Kapitel als Tourismusregion gewidmet ist. Angekündigte touristische Projekte wie z. B. Isleten, Sonnenberg Seelisberg oder am Seeufer in Flüelen werden in Zukunft neue Chancen zur Entwicklung der Tourismusregion bieten. Die Wirtschaftsförderung begleitet diese Projekte zusammen mit den anderen kantonalen Fachstellen und bringt die Anliegen von Wirtschaft und Tourismus ein. Sie nutzt die daraus entstehenden Chancen für die wirtschaftliche und touristische Entwicklung der gesamten Region.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|--|---|--------------------|
| Verkehrsdrehscheibe Göschenen: Einsetzung Gesamtprojektleitung, Umsetzung | Volkswirtschaftsdirektion | 2022ff |
| MyBuxi Mobilitätserweiterung | Verein Alpine Mobility, Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr Uri, betroffene Gemeinden | 2022ff |
| Unterstützung von Vernetzungsanlässen mit wirtschaftlichem Promotionspotential in Andermatt (Fernseh-Sendungen, Sportanlässe, Konzerte etc.) | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |
| Begleitung der Tourismusprojekte rund um den Urnersee und Nutzung der daraus entstehenden Chancen für die gesamte Region | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2023ff |

5.4 Umsetzung Digitalisierungsstrategie

Die Digitalisierung bringt Veränderungen für den Kanton, die Gemeinden, die Unternehmen und die Bevölkerung mit sich. Sie wird in Zukunft die Arbeitswelt grundlegend beeinflussen. Die «Digitale Revolution» ist zweifelsfrei eines der strategiebestimmenden Themen in den kommenden Jahren. Eine zielgerichtete Digitalisierung kann auf die Attraktivität des Wohn- und Wirtschaftsstandorts Uri massgeblich positiven Einfluss nehmen. In diesem Umfeld und im Licht der sich dadurch stellenden Fragen hat der Regierungsrat seine Strategie erarbeitet. Durch den gezielten Einbezug ausgewählter Akteure im Kanton soll gewährleistet werden, dass das regionale Wissen eingebunden wird. Gleichzeitig erfolgt auch eine Sensibilisierung der Akteure für die Aspekte des digitalen Wandels.

Der Kanton Uri unterstützt die Initiativen der Urner Privatwirtschaft aus dieser Digitalisierungsstrategie mit Mitteln der Neuen Regionalpolitik. Dabei werden auch die Verbände eingebunden, um die einzelnen Unternehmen als zentrale Träger der Digitalisierung zu gewinnen und gemeinsame Umsetzung der vereinbarten Inhalte sicher zu stellen. Dabei gilt es auch, Unternehmerkontakte auszuweiten mit Blick auf die Digitalisierung.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|--|--|--------------------|
| Unterstützung Netzwerk/Verein «Digital-Cluster» | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |
| Schaffen von Synergien zum Projekt «Innovationsbiotop» | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |
| Mitwirkung Modellvorhaben «Digitalisierung» und dessen Folgeprojekte (z.B. «runde Tische») | Wirtschaftsförderung Kanton Uri (Lead Gesamtprojekt: Standeskanzlei) | 2022ff |
| Identifizierung / Unterstützung weiterer Initiativen für die NRP-Umsetzungsprogramme | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |

5.5 Kommunale Kleinleuchttürme

Für die einzelnen Regionen und Orte sollen Perspektiven geschaffen werden, indem ihre Besonderheiten mit Zukunftschancen herausgearbeitet und entwickelt werden und inhaltlich wie logistisch mit den guten Entwicklungen der beiden Entwicklungsschwerpunkte Andermatt und Altdorf verbunden werden. Eine besondere Beachtung kommt in der Peripherie den neuen Chancen durch die Digitalisierung, der Entkopplung von Wohn- und Arbeitsort sowie durch die neuen Bedürfnisse nach Rückzug und ressourcenschonender Lebensweise zu. Über das Regionalmanagement können zusammen mit dem Gemeindeverband entsprechende Projekte und Vorhaben begleitet werden.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|--|--|--------------------|
| Unterstützung, Weiterführung und Weiterentwicklung Regionalmanagement | Urner Gemeindeverband, Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2023ff |
| Identifizierung / Unterstützung weiterer Initiativen für die NRP-Umsetzungsprogramme | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2023ff |

6 Vermarktung

Bei der Vermarktung wird definiert, in welchen Marktgebieten, Sektoren oder Funktionen die entsprechenden Schlüsselpersonen der Zielfirmen kontaktiert werden. Der Kanton Uri setzt dabei weitaus mehr personelle Ressourcen ein für sein endogenes (d.h. die Pflege bereits ansässiger Unternehmen sowie die Begleitung derer Expansionsvorhaben) als auf sein exogenes Standortmarketing (d.h. Gewinnung von neuen Unternehmen bzw. Unternehmensfunktionen bzw. Privatpersonen aus weiteren, auch ausländischen Zielmärkten). Zur Stärkung der Vermarktung des Standorts Kanton Uri werden die nachfolgenden Projekte vertieft und umgesetzt.

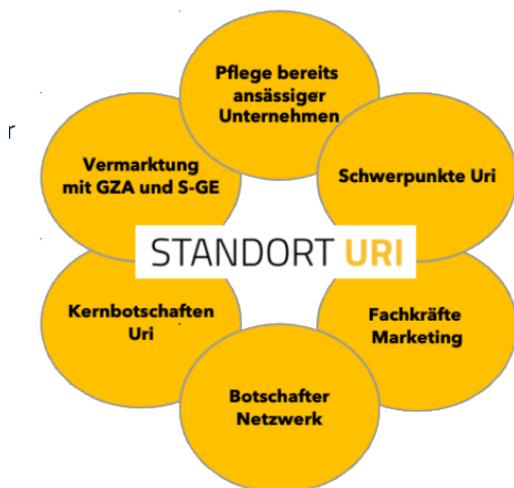


Abbildung 7: Projekte zur Vermarktung

6.1 Pflege bereits ansässiger Unternehmen

Bei der Bestandespflege werden die Vermittlung von Kontakten zu Gründerzentren, regionalen Anlaufstellen und Clusterorganisationen, die Standortsuche (Vermittlung von Immobilien, Industrieland), die Vermittlung von Bürgschaften oder Finanzierungsbeihilfen, aber auch spezifische Aktivitäten wie Veranstaltungen, Netzwerkanlässe, Innovationstage etc. angeboten. Firmenbesuche mit dem Volkswirtschaftsdirektor und dem Gesamtregierungsrat stärken das Vertrauen und den Dialog zwischen Kanton und Wirtschaft. Die Wirtschaftsförderung wird diesem Bereich weiterhin grosse Sorge tragen und auch in Bezug auf die personellen Ressourcen Aufmerksamkeit schenken. Bestehende Anlass-Formate zum Austausch zwischen Verwaltung und Unternehmen werden zusammen mit Partnern aktiviert und themenspezifisch weiterentwickelt.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|---|---------------------------------|--------------------|
| Umsetzung und Weiterentwicklung Betriebsbesuche | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |
| Standortdialog Kanton Uri (eigene Anlässe oder Unterstützung Anlässe Dritter) | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2023ff |

6.2 Schwerpunkte Uri (Testimonials)

Aus den Schwerpunktthemen (siehe Kapitel 4 «Positionierung») werden jeweils mehrere führende Unternehmerinnen und Unternehmer für ein Statement gewonnen. Damit werden die bestehenden Schlüsselvorteile des Standorts Kanton Uri für das jeweilige Schwerpunktthema in wenigen Sekunden erklärt. In Ergänzung dazu werden auch die neuen Chancen des Kantonsbahnhofs Altdorf für Unternehmens-Funktionen (Backoffice-Funktionen) an bester Lage ausgeführt. So kann der Wirtschaftsstandort Uri glaubwürdig porträtiert werden. Anhand der ausgewählten Firmen werden die Vorzüge des Wirtschaftsstandorts Uri plakativ dargestellt und so auch fassbar gemacht. Zu prüfen ist, ob in gezielten Themenbereichen eigenständige Formate entwickelt werden, so beispielsweise eine Partner-Präsenz an der InterAlpin (Schwerpunkt Alpinetechnik) oder an der Natural Disaster & Emergency Management Messe (Schwerpunkt Sicherheitstechnik). Je nachdem kann es Sinn machen, an diesen Leit-messen eine Agentur bzw. Scouts einzusetzen, welche das Buchen von Gesprächsterminen mit Entscheidungsträgern aktiv unterstützen.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|---|---------------------------------|--------------------|
| Erstellen Factsheet «Wissensbasierte Dienstleistungen», Durchführung erster Vernetzungsevents | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2024ff |
| Erstellen Factsheet/Webseite «Alpinetechnik», Durchführung erster Vernetzungsevents | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022, erledigt |
| Teilnahme an Fachmesse Alpinetechnik in Absprache mit ansässigen Unternehmen | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2023, erledigt |
| Erstellen Factsheet «Verkehrs- und Sicherheitstechnik», Durchführung erster Vernetzungsevents | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2024ff |
| Erstellen weiterer Factsheets | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2024ff |

6.3 Fachkräfte-Marketing

Der Bereich Fachkräftemarketing soll weiter ausgebaut werden. Einerseits sollte man potenzielle neue Beschäftigte dafür sensibilisieren, welche Optionen es im Kanton Uri gibt. Dabei gilt es einerseits, Wegpendlerinnen und Wegpendler mit einfachen Aktionen zu erreichen. Zudem sollen Personen, die im Kanton geboren wurden und weggezogen sind, in der ganzen Schweiz und im Ausland im Altersbereich 30-45 (oft in der Phase der Familiengründung) direkt angesprochen werden. Sie sollen mit den veränderten Optionen in der Heimat vertraut gemacht werden. Die bisherigen Initiativen Sprungbrett-Event (Fokus Studienabgänger) wird wenn möglich weitergeführt. Auch sollten Firmenveranstaltungen wie «Tage der offenen Tür» (Fokus Bevölkerung und Lehrstellen) aktiv kommuniziert werden. Unternehmen können Firmenjubiläen gezielt nutzen und ihre Betriebe öffnen, um gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung die Optionen im Kanton Uri nach aussen zu tragen. Die Aktionen sollen auch mit der touristischen Vermarktung abgestimmt werden.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|---|---------------------------------|--------------------|
| Sprungbrett Event: Firmen zur Teilnahme motivieren | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |
| Überraschungsversand an potenzielle Heimkehrende inkl. Netzwerk-anlass und Vernetzung digitale Medien | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2024 |

6.4 Botschafter-Netzwerk

Das Botschafter-Netzwerk sollte weitergeführt werden. Dabei ist die Weiterentwicklung des Netzwerks stärker zu betonen, indem man jüngere Unternehmende nachzieht und so für Kontinuität sorgt. Die Erwartungen an die Botschafterinnen und Botschafter können noch präzisiert werden, gleichzeitig soll der Anlass auch für den Dank stehen, dass erfolgreiche Firmen vom Kanton Uri aus ihre Geschäftsfelder pflegen. Zudem sollen den Botschafterinnen und Botschaftern bei Interesse Marketing-Packages (Präsentationen, Flyer, Give-Aways) zur Verfügung gestellt werden, welche ihnen das Werben für den Kanton Uri erleichtern.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|--|---------------------------------|--------------------|
| Ernennungsrunde neue Mitglieder Botschafter-Netzwerk | Regierungsrat | 2023 |
| Give-Away und Botschafter-Packages | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2024 |

6.5 Kernbotschaften Uri

Die Vorzüge des Kantons Uri sollen noch konsequenter gegen aussen getragen werden. Einerseits sollen die «Schwerpunkte Uri» mit Vernetzungsaktivitäten kombiniert werden. Darüber hinaus werden auch Neuerungen aus dem Campus Uri, den Arealentwicklungen sowie dem Fachkräftemarketing laufend und gebündelt kommuniziert. Synergien zum touristischen Marketing sind aktiv zu nutzen, der Austausch mit den Vermarktungspartnern aus anderen Themenbereichen wird durch die Wirtschaftsförderung aktiv koordiniert.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|--|---------------------------------|--------------------|
| Roundtable mit Vermarktungspartnern, Koordination der Botschaften und Kanäle | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2024 |
| Kommunikation Inhalte aus «Digitalisierungsstrategie» | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2024 |

6.6 Vermarktung mit GZA und S-GE

In enger Zusammenarbeit mit den Standortmarketing-Organisationen Greater Zurich Area (GZA) und Switzerland Global Enterprise (S-GE) werden ausgewählte Promotionsveranstaltungen im Ausland besucht – v.a. in den Themenbereichen Präzisionstechnik (Advanced Manufacturing) sowie zu wissensbasierten Dienstleistungen (insbesondere ICT). Bei dieser Gelegenheit werden auch die Factsheets zu den weiteren Schwerpunktthemen aktiv ins Netzwerk eingebracht und der Markterfolg getestet. Als Austragungsort der jährlich wiederkehrenden Anlässe werden die Mitarbeitenden der Vermarktungspartner mit den Vorzügen des Wirtschaftsstandorts Kanton Uri vertraut gemacht.

| Tasks | Zuständig | Umsetzungszeitraum |
|-------|-----------|--------------------|
|-------|-----------|--------------------|

| | | |
|---|---------------------------------|--------|
| Abstimmung Massnahmenplan mit Events in Zielmärkten | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |
| Vermittlung und Vorstellung Factsheets bei Mitarbeitenden von GZA und S-GE sowie weiteren Absatzhelfern | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2022ff |
| Austragungsort für S-GE Academy und/oder GZA-Klausur | Wirtschaftsförderung Kanton Uri | 2023ff |

Beilage: Bericht «Aktualisierung Wirtschaftsförderungsstrategie» der LOC AG

Der detaillierte Bericht zur Aktualisierung der Wirtschaftsförderungsstrategie, verfasst von der LOC AG, ist als Beilage zu diesem Dokument einsehbar. Darin sind insbesondere auch das Vorgehen, die Methode, die verwendeten Dokumente, die Tätigkeiten in den letzten Jahren sowie diverse Analysearbeiten detailliert beschrieben.