

# Wo man dich warm empfängt, da lass dich ruhig nieder

Wirtschaftsförderung Drei Beispiele einer erfolgreichen Ansiedlung von Unternehmen in der Region



Dass Weltmarktführer Enterprise schnell zu einem Schalter am Euro-Airport kam, war entscheidend dafür, dass das Schweizer Hauptquartier ins Baselbiet zog.

KENNETH NARS

VON DANIEL HALLER

Wie angelt man Firmen? Die Frage ist falsch gestellt, denn man fängt sie per Netz - oder eigentlich mit zwei Netzen: Da ist zuerst das Kontaktnetz, damit eine Wirtschaftsförderung wie Basel-Area von Firmen erfährt, die einen Umzug planen oder einen Standort für eine Niederlassung suchen. Dann kommt das zweite Netz ins Spiel: jene Kontakte, mit denen man den Ansiedlungswilligen überall die Türen öffnet, damit sie sich in der Region rasch wohlfühlen. Unternehmer sind kühle Rechner, doch bei Standort-Entscheidungen spielt auch das Bauchgefühl eine Rolle. Das lässt sich an drei Beispielen aus der Arbeit von Basel-Area, der Wirtschaftsförderung beider Basel, belegen.

## Indische Firma sucht Europapatz

Beispiel eins: Shiva Pharmachem ist ein indischer Produzent von jährlich 15 000 Tonnen chemischen Halbfabrikaten für die Pharma-, Agrochemie- und Kosmetikindustrie. Zu den Pharmachem-Kunden zählen Syngenta, Dow, Novartis oder Akzo Nobel. Das Familienunternehmen, das 2001 die Produktion aufnahm, exportiert in 30 Länder und erzielt einen Jahresumsatz von 85 Millionen Dollar.

An einem Anlass des Schweizer Generalkonsuls in Mumbai vernahm Basel-Area von den Plänen, eine Niederlassung in Europa zu gründen. Danach besuchte Basel-Area die Firma an ihrem Sitz im Bundesstaat Gujarat, und schliesslich kamen zwei

Vertreter von Shiva Pharmachem in die Schweiz. Basel-Area stellte ein Programm zusammen, bei dem juristische und Zoll-Fragen besprochen wurden, und vermittelte den Kontakt zum Management einer ansässigen indischen Firma, die von ihren Erfahrungen berichtete.

«Unser Konkurrenzstandort war Zug - wegen der Steuern», berichtet Basel-Area-Geschäftsführerin Iris Welten. «Wir konnten aber die Vorteile des Pharma- und Chemieclusters in der Region Basel aufzeigen. Dies gab den Ausschlag.» Dabei sei es wichtig, nicht einen Kanton, sondern die ganze Region zu vertreten. «Wenn wir zeigen, dass es im Umkreis von 90 Minuten 160 Forschungsinstitute gibt, beeindruckt dies Standortsuchende», erklärt Welten. «Bloss kantonale Zahlen wären weniger überzeugend.» Pharmachem-Finanzchefin Deepti Sharma ergänzt: «Die Wärme des Empfangs, und dass alle unsere Fragen rasch geklärt wurden, überzeugte uns.» Dass sich Shiva Pharmachem nicht für einen Standort in der EU entschied, begründet Sharma mit den «sehr transparenten Schweizer Vorschriften». Zudem hätten auch viele der Pharmachem-Kunden aus der EU eine Niederlassung in der Schweiz, was ein fruchtbares Geschäftsklima ergebe.

Seit Ende August unterhält Shiva Pharmachem in Muttenz eine Handelsvertretung. Iris Welten spricht davon, dass mittelfristig die indische Firma hier auch produzieren könnte. «Geht es um grosse Investitionen in Industrieanlagen, ist oft der

NETZWERKE

## Basel-Area verschafft Kontakte

Basel-Area ist für die internationale Promotion der Wirtschaftsregion Basel zuständig. Die gemeinsame Wirtschaftsförderung der Kantone Basel-Stadt, Baselland, Jura und des Fricktals unterstützt ausländische Firmen bei der Ansiedlung und berät Neugründer. Zudem hilft die Basel-Area Firmen bei der Suche nach Geschäftsimmobilien in der Region. Es besteht eine klare Arbeitsteilung mit der Baselbieter Wirtschaftsoffensive. Sobald eine Ansiedlung erfolgt ist, wird die Firma von den zuständigen kantonalen Stellen weiter betreut.

erste Schritt ein kleines Büro, um die Rahmenbedingungen kennen zu lernen.» Sharma weist auf die vorhandenen Produktionskapazitäten in Indien hin. «Da aber die Business-Welt dynamisch ist, schliessen wir nichts aus.»

## Weltmarktführer für Muttenz

Beispiel zwei: Geht es bei Shiva Pharmachem um ein Familienunternehmen mit Expansionspotenzial, so ist die US-amerikanische Enterprise Holdings mit 1,4 Millionen Fahrzeugen und 78 000 Angestellten der weltweit führende Autovermieter mit 30 Prozent Marktanteil. Seit Ende Juli ist Enterprise mit einem Schalter und 50 Autos am Euro-Airport (EAP) vertreten, Mitte Dezember erfolgt der Markteintritt am Flughafen Zürich mit 200 Wagen, mit dem Flughafen Genf steht man bereits in Verhandlungen.

Doch der Firmensitz ist Muttenz: Erstens eröffnet Enterprise Rent-a-Car nicht eine Niederlassung, sondern vergibt eine Lizenz an die AIL Autovermietung AG. Diese wurde als Tochter der Muttenzer AIL Holding, zu der auch die Grosspeter-Gruppe gehört, diesen Sommer gegründet.

Zweitens bekam die Autovermietung AG am EAP am schnellsten einen Schalter. Zuerst stand Enterprise zwar vor geschlossenen Türen: Für einen Schalter habe es keinen Platz. Dann wandten sich die Verantwortlichen an Basel-Area, und da wusste man, mit wem man im Flughafen sprechen muss. «Von da an gings rasch»,

berichtet Stefan Baumann, Geschäftsführer der AIL Autovermietung. Das Geschäft entwickle sich besser als erwartet: «Wir profitieren vom Ruf der Marke Enterprise Rent-a-Car in Übersee. Die dortigen Kunden buchen nun auch in Basel gerne bei Enterprise», berichtet Baumann.

In den ersten drei Monaten seien in der Region sieben Arbeitsplätze direkt entstanden. Gesamtschweizerisch sind bis zu deren 50 geplant, unter anderem an den Flughäfen Zürich und Genf, aber im Rahmen der Expansion auch im Hauptquartier in Muttenz. Zudem werden die Mietwagen innerhalb der Gruppe erwartet, was zusätzliches Auftragsvolumen für die Grosspeter-Garagen bedeutet.

## Weg für Kantonswechsel geebnet

Das dritte Beispiel stammt aus Nunningen: Dort hatte die Biosystems Switzerland AG ihren Firmensitz. Doch war der Laborgeräthändler, der Kunden auf den verkauften Apparaten auch schult, auf Nunningen, Mellingen und Eglisau (ZH) verteilt. «Wir suchten einen Standort mit Bahn- und Autobahnanschluss, wo wir Büro, Labor und Lager unter einem Dach vereinen können», berichtet der Marketingverantwortliche David Stampfler.

Man habe mehrere Möglichkeiten geprüft. «Ich kannte Basel-Area von früher. Als wir Kontakt aufnahmen, hat dies die Abklärung aller Details eines Kantonswechsels erleichtert und beschleunigt. So haben wir Alternativen zu Muttenz nicht mehr vertieft geprüft», so Stampfler.

INSERAT

**Alles muss raus!** %  
**Jetzt grosser Räumungsverkauf in Binningen.** %  
 Sensationelle Angebote!  
 %  
 %  
 %  
 Haushalt-geräte  
 Unterhaltungselektronik  
 Wir ziehen um zum St. Jakob  
**Zihlmann**  
 Binningen, Bündtenmattstrasse 28  
 Telefon 061 306 77 11 • www.zihlmann.ch

# Die Berufslehre soll attraktiver werden

Lehrbetriebskampagne Die Wirtschaftskammer Baselland wirbt mit Postkarten für die duale Bildung

VON DIMITRI HOFER

«Der Kampf um die jungen Talente tobt auch in unserem Kanton», sagt Christoph Buser, Geschäftsführer der Wirtschaftskammer Baselland. Auf der einen Seite steht die progymnasiale Stufe der Sekundarschule. Deren Ziel ist es, die Schüler auf das Gymnasium und eine anschliessende akademische Laufbahn vorzubereiten. Auf der anderen Seite stehen die Lehrbetriebe, die in ihrem Unternehmen möglichst fähigen Auszubildenden den Einstieg in die Berufswelt ermöglichen möchten.

Bei der Wahl des Ausbildungsweges kann die Berufsschau der Wirtschaftskammer Baselland den Jugendlichen die Entscheidung erleichtern. Vielen werde diese wichtige Veranstaltung

aber vorenthalten, erklärt Buser. Er habe Rückmeldungen von Schülerinnen und Schülern erhalten, welche die letztjährige Ausgabe in Liestal im Rahmen des Unterrichts nicht besuchten. Damit dies bei der nächsten Berufsschau in rund einem Jahr in Pratteln anders sein wird, hat der FDP-Landrat eine Motion eingereicht. Die Regierung soll dadurch beauftragt werden sicherzustellen, dass alle Schüler der siebten und achten Klassen der Sekundarschulen an der Berufsschau teilnehmen.

## Höhere Reichweite erzielen

Ebenso fordert Buser die Lehrkräfte der progymnasialen Abteilungen auf, ihren Klassen aufzuzeigen, dass es neben dem gymnasialen Weg auch jenen der dualen Bildung gibt. Deren Bedeu-

tung für den Wirtschaftsstandort könne nicht genug gewürdigt werden, erklärt er im Rahmen der Vorstellung der aktuellen Baselbieter Lehrbetriebskampagne. Zum vierten Mal hintereinander wirbt die Wirtschaftskammer Baselland für die Attraktivität der Berufslehre. Im Gegensatz zu den vergangenen Jahren wurde für jeden der 21 teilnehmenden Gewerbe- und Industrievereine aus dem Baselbiet eine individuelle Postkarte gestaltet. Auf jeder Karte sind Lehrlinge sowie deren Lehrmeister aus der Region des jeweiligen Gewerbevereines abgebildet. «Zusätzlich dazu arbeiten wir mit Inseraten und Plakaten», bemerkt Beat Huesler, Präsident der Konferenz der Gewerbe- und Industrievereine. Eine Postkarte habe jedoch den Vorteil, dass sie der normalen Kor-

respondenz beigelegt werden könne. Dadurch würde sie eine höhere Reichweite erzielen als ein Plakat.

Mit der Kampagne soll die Zahl der Auszubildenden weiter ansteigen. Im September wurden im Baselbiet 2097 neue Lehrverträge abgeschlossen. «Das sind 125 mehr als im vergangenen Jahr», sagt Christoph Buser. Ungeachtet dessen konnten gewisse Lehrstellen in Baselbieter Handwerksbetrieben nicht besetzt werden. Michael Dreier, Präsident von Gewerbe und Industrie Aesch, weiss von einem Unternehmen, dem es nicht gelang, einen Lehrling zu finden. Er habe festgestellt, dass viele Jugendliche keine Lust hätten, einen Handwerksberuf zu erlernen. Trotz der Erfolge gibt es für die Wirtschaftskammer Baselland also noch einiges zu tun.