



Vorlage an den Landrat des Kantons Basel-Landschaft

Titel: **Wirtschaftsoffensive des Kantons Basel-Landschaft**

Datum: 18. Dezember 2012

Nummer: 2012-404

Bemerkungen: [Verlauf dieses Geschäfts](#)

Links:

- [Übersicht Geschäfte des Landrats](#)
- [Hinweise und Erklärungen zu den Geschäften des Landrats](#)
- [Landrat / Parlament des Kantons Basel-Landschaft](#)
- [Homepage des Kantons Basel-Landschaft](#)



2012/404

Kanton Basel-Landschaft

Regierungsrat

Vorlage an den Landrat

vom 18. Dezember 2012

Wirtschaftsoffensive des Kantons Basel-Landschaft

Inhaltsverzeichnis

Auf einen Blick	2
Ausgangslage	3
Teil A: Vorgehensweise	4
A1 Identifikation zentraler Entwicklungsgebiete	4
A2 Schwerpunktsetzung und SWOT-Analyse Baselland	4
A3 Investoren-Präsentationen / Visualisierte Entwicklungsvision	4
A4 Schwerpunktthema und Schlüsselinvestoren	5
A5 Operative Areal-Entwicklung	5
Teil B: Organisatorisches	6
B1 Neue Organisationseinheit Wirtschaftsoffensive	6
B2 Unterstützungsprojekte	7
B3 Zeitplan / Sofortmassnahmen	8
B4 Einbezug des Parlamentes	10
Teil C: Finanzen, Controlling, Kommunikation	10
C1 Finanzen	10
C2 Controlling	10
C3 Kommunikation	11
Antrag	12
Anhang A: Anforderungsprofil für die Projektleitung	13
Anhang B: Beschluss des Landrates (Entwurf)	14

Auf einen Blick

Die Landratsvorlage zeigt auf, wie der Regierungsrat das Vorgehen für seine Wirtschaftsoffensive und damit den Aufbau der neuen Projektorganisation als zentrales Steuerungselement derselben plant. Dies sind die wichtigsten Punkte:

- Die vom Regierungsrat im Rahmen der Legislaturplanung 2012 - 2015 definierte Top-Priorität "Wirtschaftsoffensive" soll die folgenden vier Hauptziele erreichen:
 1. Der Ertrag aus den Unternehmenssteuern soll bis 2018 um 50% gesteigert werden.
 2. Schaffen von mindestens drei zentralen Entwicklungsgebieten im Kanton Basel-Landschaft mit je einem zugeteilten Fokusthema.
 3. Erfolgreiches Standortmarketing auf der Basis eines frischen und attraktiven Konzeptes.
 4. Optimierter Prozess für die Ansiedlung neuer Unternehmen (Key Account Management).
- Die Umsetzung erfolgt durch die Einsetzung einer direktionsübergreifenden, direkt der Regierung unterstellten Projektorganisation "Wirtschaftsoffensive" mit einer extern rekrutierten Leitung mit den notwendigen Kompetenzen im Bereich Unternehmensansiedlung. Das Projekt ist auf fünf Jahre angelegt und umfasst den Zeitraum 2013 - 2017.
- Eine detaillierte Analyse des kantonalen Areal-Portefeuilles liefert die Grundlage für die Identifikation der Entwicklungsgebiete. Eine detaillierte SWOT-Analyse liefert die Basis für die Bestimmung möglicher Fokusthemen und möglicher Schlüsselinvestoren. Neben fundierter statistischer Arbeit, bilden Investoren-Interviews ein wichtiges Element der Analyse.
- Für jedes zentrale Entwicklungsgebiet wird eine Investoren-Präsentation entwickelt, welche das Entwicklungspotenzial des Areals visualisiert. Auf dieser Basis wird je ein Schlüsselinvestor gesucht, welcher für das gewählte Fokusthema des Entwicklungsgebietes eine Nukleus-Rolle übernimmt und die Attraktivität für weitere Ansiedlungen in diesem Entwicklungsgebiet begründet.
- Sobald für ein Gebiet die Entwicklungsvision und Schlüsselinvestoren gefunden sind, erfolgt die weitere operative Gebietsentwicklung mittels zugeteilter Areal-Verantwortlicher, welche in der Organisationseinheit "Wirtschaftsoffensive" angesiedelt sind. Die für diese Entwicklungs-Umsetzung notwendigen Ressourcen und Projekte werden dem Landrat separat zur Entscheidung beantragt.
- Neben der mit den Primärzielen "Arealentwicklung" und "Ansiedlung neuer Unternehmen" betrauten neu geschaffenen Organisationseinheit "Wirtschaftsoffensive" werden folgende weiteren Teilprojekte zur Unterstützung der Kernanliegen gestartet:
 - o Vereinfachte und kundenfreundliche administrative Prozesse und Kontakte für Unternehmen.
 - o Immobilienstrategie Baselland.
 - o Entwicklung des notwendigen Instrumentariums bez. Steuern und Abgaben.
 - o Der Auftritt des Kantons Basel-Landschaft orientiert sich an einer kundenfreundlichen Kommunikationsstrategie.

Ausgangslage

Der Kanton Basel-Landschaft steht besser da als dies nach aussen vielfach wahrgenommen wird. Er bietet ausgezeichnete Perspektiven, beste lokale, nationale und internationale Erschliessung, ein qualitativ hochstehendes, umfassendes Bildungsangebot und hat viel ungenutztes Dynamik-Potenzial. Es ist die erklärte Absicht von Regierung und Parlament, dieses Potenzial zu nutzen und eine nachhaltige Dynamisierung der wirtschaftlichen Entwicklung im Kanton anzustossen.

Mit der im Legislaturprogramm 2012 - 2015 zur Top-Priorität erklärten Wirtschaftsoffensive will der Kanton seine Wirtschaftssubstanz nachhaltig stärken und den heute unterdurchschnittlichen Ertrag der juristischen Personen bis 2018 (nach Projektablauf) um 50% steigern.

Die Ausgangslage und weitere Details zur Wirtschaftsoffensive sind im Grundsatzpapier 2012 - 2022 (Vision) der Regierung des Kantons Basel-Landschaft beschrieben.

Die Wirtschaftsförderung ist für den Kanton Basel-Landschaft nicht neu. Sie ist mit verschiedenen verwaltungsinternen Ressourcen und verschiedenen kantonalen Beteiligungen und Leistungsaufträgen (BaselArea, BusinessParcs, Infraparc, i-net, Swiss Innovation Parc, Zusammenarbeit mit Handelskammer, Wirtschaftskammer, Arbeitgeberverband, Gewerkschaften) bereits aktiv. Im Rahmen seiner Wirtschaftsoffensive will der Regierungsrat ihr jedoch klare Strukturen und Zielvorgaben verleihen, die benötigten Ressourcen zuteilen und ihr somit zu mehr Schlagkraft verhelfen. Dabei will der Kanton auch seine Stärken (Areale, Innovationskraft, Verkehrserschliessung) verstärkt in die Waagschale werfen.

Diese Vorlage zeigt auf, wie grundsätzlich vorgegangen werden soll, wer welche Aufgaben übernimmt und in welchem Zeitrahmen welche Ziele erreicht werden sollen. Die Vorlage ist bewusst offen gehalten, denn vor allem zu Beginn der Initiative ist ein gewisser Gestaltungsspielraum zu bewahren, um die nötige Flexibilität in der Prozessentwicklung zu gewähren. Das Konzept Forschung, Innovation und Hochschulen wird in einer separaten Vorlage unterbreitet.

Teil A: Vorgehensweise

Die Wirtschaftsoffensive ist auf das Marketing und die Akquisition neuer Unternehmen fokussiert. Die Entwicklung geeigneter Areale ist dabei das vordringlichste Anliegen.

A1 Identifikation zentraler Entwicklungsgebiete

Eine zentrale Stärke des Kantons Basel-Landschaft sind ungenutzte bzw. unternutzte Industrieareale an erstklassiger Lage. Die Standort-Qualität dieser Areale (zum Beispiel Salina Raurica) ist schweizweit einmalig und soll als vornehmliches Asset der Wirtschaftsoffensive genutzt werden. Diese Gebiete sind sehr zentral gelegen und bieten typischerweise zwar noch optimierungsfähiges, aber doch bestes Verkehrserschliessungspotenzial mit allen Verkehrsträgern (Strasse, Schiene, Luft und teils auch Wasser).

Der Kanton Basel-Landschaft ist ein bedeutender Immobilienbesitzer. Im Rahmen der Wirtschaftsoffensive soll das Wissen über die eigenen Immobilien gebündelt und durch die Nutzung der eigenen Immobilien und geschickter Arrondierungen drei - maximal fünf - attraktive, zentral bewirtschaftete Entwicklungsgebiete identifiziert werden. Gesetzt ist dabei das Gebiet Salina Raurica, für das schon wesentliche Vorarbeiten geleistet bzw. Vorentscheide gefällt wurden. Diese Erschliessungs- und Entwicklungsplanung wird der Kanton in intensiver Zusammenarbeit mit den jeweils betroffenen Gemeinden angehen.

A2 Schwerpunktsetzung und SWOT-Analyse Wirtschaftsstandort Baselland

Ein entscheidender Aspekt für die erfolgreiche Areal-Entwicklung ist das Setzen eines thematischen Schwerpunktes je Entwicklungsgebiet. Nach dem Motto "Gleich und gleich gesellt sich gern" tendieren moderne Unternehmen dazu, sich in entsprechenden Schwerpunktgebieten in Clustern zu formieren. Für die erfolgreiche Ansiedlung ist die richtige Schwerpunktsetzung bzw. die Identität eines Areals deshalb ein entscheidender Aspekt.

Damit möglichst die richtigen Schwerpunkte gesetzt werden können, ist die Kenntnis der eigenen Stärken und Schwächen sehr wichtig. Eine detaillierte Stärken- / Schwächen- / Chancen- / Risiken-Analyse bildet deshalb die Grundlage für die Schwerpunktsetzung. Dabei sollen neben der Nutzung der vielen bestehenden Daten auch aktualisierte Informationen durch gezielte Interviews bei Investoren gewonnen werden.

A3 Investoren-Präsentationen / Visualisierte Entwicklungs-Visionen

Sind Areale sowie die vorhandenen Stärken und Schwächen bekannt, gilt es für die Schwerpunktgebiete je eine Entwicklungs-Vision zu erstellen. Diese richtet sich an potenzielle Erst-Investoren, welchen eine Schlüsselrolle bei der Arealentwicklung zukommt.

Neben einer ansprechenden optischen Visualisierung der Entwicklungsvision braucht es schlüssige Rahmen-Entwicklungspläne und Standortbedingungen, welche helfen sollen, das Areal zu "verkaufen". Mitentscheidend ist die Präsenz von Regierungsmitgliedern bei diesen Investoren-Präsentationen.

A4 Schwerpunkt-Thema und Schlüsselinvestoren

Dem Erst-Investor eines Areals kommt eine entscheidende Signalbedeutung zu. Er setzt das Schwerpunktthema und spielt eine entscheidende Rolle für das Image des entsprechenden Entwicklungsgebietes. Zur Gewinnung dieser Schlüsselinvestoren gilt es daher, alle Hebel in Bewegung zu setzen und sich eine gewisse Flexibilität bezüglich des Schwerpunktthemas zu wahren.

Staatliche Ressourcen aus den Bereichen Gesundheitsversorgung oder Universität / Fachhochschule FHNW können in geeigneter Form als Ergänzung / Trigger von Schlüsselinvestitionen in zentrale Entwicklungsgebiete dienen. Solche Trümpfe sollen gezielt und in Abstimmung mit der Gesamtstrategie eingesetzt werden.

A5 Operative Areal-Entwicklung

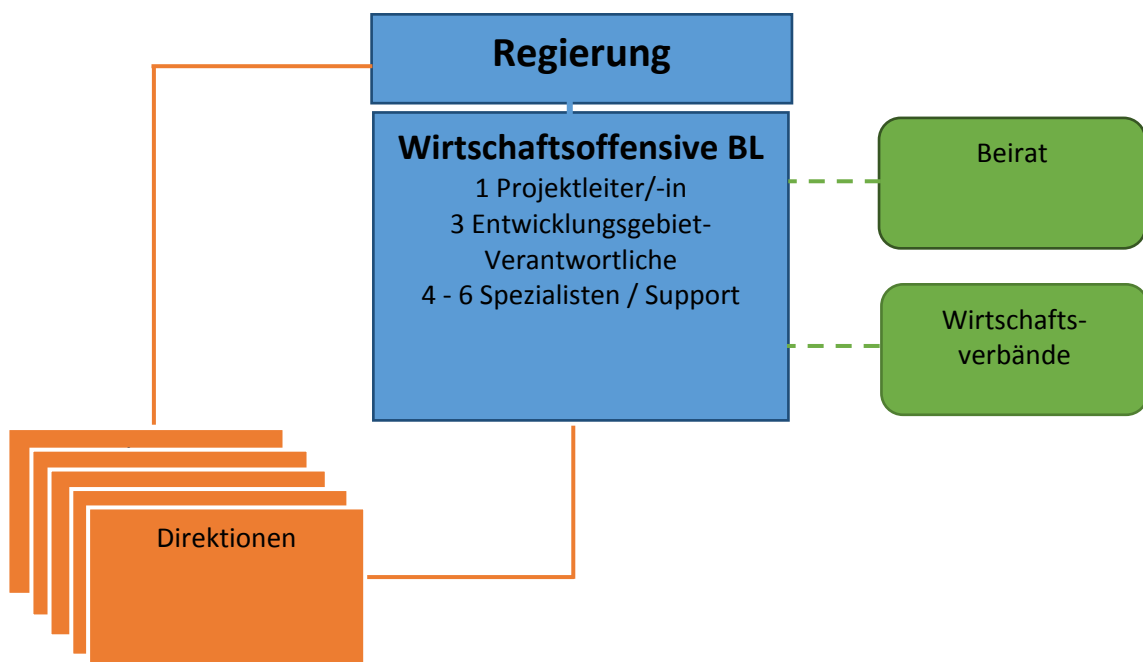
Sobald die Entwicklungsvision eines Areals steht und der Schlüsselinvestor gefunden ist, braucht es jeweils eine zugeteilte Areal-Umsetzungs-Organisation. Diese beinhaltet idealerweise Vertreter aller jeweiligen Landeigentümer und stellt sicher, dass alle notwendigen Aktivitäten zur Realisierung der Entwicklungsvision zielgerichtet wirken können. Mit einer Einbindung privater Landeigentümer in die operative Areal-Entwicklung kann der Kanton eine wünschenswerte Hebelwirkung seiner investierten Mittel schaffen, indem die Privaten sich an den Investitionskosten für die Erschliessung und die Entwicklung der Areale beteiligen. Die Einbindung von privaten «Players» in die operative Arealentwicklung löst weitere positive Effekte aus: Erstens werden Unbeteiligte zu motivierten Beteiligten, die dank stimmiger Anreize mithelfen, die Areale zu entwickeln. Und zweitens generiert die Mitfinanzierung von privater Seite zusätzliche Mittel für Arealentwicklungen, so dass die Skalierbarkeit des Entwicklungsmodells besser und rascher möglich wird. Innerhalb der Wirtschaftsoffensive wird spätestens zum Zeitpunkt der Gründung einer Areal-Umsetzungs-Organisation ein spezifisch verantwortlicher Leiter für die Entwicklung dieses Areals bestimmt. Unter seiner Leitung kann diese Organisation zu Händen des Regierungsrates Vorschläge und Anträge zur Optimierung der Raumplanung und / oder der Erschliessung des jeweiligen Areals anbringen.

Für die Umsetzung der Vorschläge und Anträge zur Areal-Entwicklung wird der Landrat einbezogen, indem für die Umsetzungsprojekte eines Entwicklungsareals eine entsprechende Landratsvorlage erstellt wird, welche alle notwendigen Massnahmen und Planungen enthält - sofern die bestehenden nicht bereits den Zielvorstellungen entsprechen.

Teil B: Organisatorisches

B1 Neue Organisationseinheit "Wirtschaftsoffensive"

- Schaffen einer direktionsübergreifenden Organisationseinheit "Wirtschaftsoffensive" für die operative Umsetzung der Wirtschaftsoffensive. Mit deren Leitung und personeller Besetzung wird eine externe spezialisierte Firma mandatiert. Der Projektleitung unterstellt sind Teilprojektorganisationen mit Leitern/-innen aus der Verwaltung oder von extern. Aktuell sind vier Teilprojekte geplant: Steuern, Arealentwicklung (diese Arbeitsgruppe ist bereits an der Arbeit), Bestandespflege und Innovation.
- Direkte Unterstellung der Organisationseinheit "Wirtschaftsoffensive" unter die Gesamtregierung.
- Schaffen eines Beirates, welcher primär Know-how aus den Bereichen der Fokusthemen und der Finanzen / Investoren sowie der Areal- / Projektentwicklung beisteuert.
- Eine enge Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsverbänden (Wirtschaftskammer Baselland, Handelskammer beider Basel) und BaselArea ist ein zentraler Erfolgsfaktor.
- Einbindung des Beirates und der Wirtschaftsverbände in thematische Arbeitsgruppen.



B2 Unterstützungsprojekte

Eine zentrale Bedeutung für die Wirtschaftsoffensive haben die flankierenden Unterstützungsprojekte, welche entscheidende Voraussetzungen für den erfolgreichen Verkauf der Entwicklungsgebiete schaffen sollen. Während die Wirtschaftsoffensive auf das Marketing und die Akquisition neuer Unternehmen fokussiert ist, stellen die Spezialisten der kantonalen Verwaltung die notwendigen Werkzeuge für einen erfolgreichen Verkauf bereit.

Spezifisch sind dies:

1. Vereinfachung administrativer Prozesse

Unter der Federführung der FKD (Steuerverwaltung) und VGD (Bestandespflege) sollen gezielte Verschlinkungen der staatlichen administrativen Prozesse umgesetzt werden. Insbesondere soll ein Konzept des One-Stop-Shop bzw. des Key-Account-Management entwickelt und umgesetzt werden.

Verbindliche und überprüfbare Leistungs-Versprechen der Verwaltung bezüglich Timing und Qualität sollen der Baselbieter Verwaltung den Ruf verschaffen, zu den Unbürokratischsten der Schweiz zu gehören. Diese Anstrengungen sind angemessen kommunikativ zu begleiten.

2. Immobilien-Strategie

Unter der Verantwortung der BUD (Federführung ARP) soll die Informationsbasis des Kantons bezüglich seiner eigenen Immobilien schnell und stark verbessert werden. Ziel ist die Identifikation möglicher Entwicklungsgebiete und / oder der Massnahmen, welche für die Schaffung von attraktiven Entwicklungsgebieten notwendig sind.

Explizit soll diese Aufgabe nicht nur Informationen beschaffend bzw. verarbeitend sein, sondern auch die Möglichkeit einschliessen, durch den Kauf, den Verkauf und / oder den Abtausch von Gebieten möglichst zusammenhängende Entwicklungsgebiete zu schaffen.

3. Entwicklung des notwendigen Instrumentariums bez. Steuern und Abgaben

Unter der Federführung der FKD (Steuerverwaltung) soll die heutige Abgabenstruktur bei den Unternehmenssteuern nach Vereinfachungsmöglichkeiten durchforstet werden. Dabei soll in erster Linie nach Quick-Wins gesucht werden, welche einfach umgesetzt werden können und den Unternehmen Erleichterungen bringen.

Als mittelfristiges Projekt soll die Steuergesetzgebung für Unternehmen umgestaltet werden, so dass geeignete Anreize für hohe Wertschöpfung und Innovation ermöglicht werden.

4. Kundenzentrierter Kommunikations-Auftritt des Kantons Basel-Landschaft

Die Kommunikation wird so organisiert, dass regelmässig wichtige Entscheidungen und Projektfortschritte auf den Kanälen der Regierung kommuniziert werden. Zur Unterstützung und Schaffung einer durchgängigen und klaren, mit dem Kantonsauftritt aber kompatiblen Projektidentität werden der Projektleitung die notwendigen eigenen Ressourcen zur Verfügung gestellt.

B3 Zeitplan, Sofortmassnahmen

Phase 1: Übergangsphase bis Sommer 2013

Als vordringlichste Aufgabe betrachtet der Regierungsrat die Wahl der Projektleitung. Er will bis spätestens zum Sommer 2013, wenn möglich früher, einen Leiter / eine Leiterin finden, welcher / welche das im Anhang A aufgelistete Anforderungsprofil erfüllt.

Zehn Punkte bis zum Start der Projektleitung im Sommer 2013

Der Regierungsrat nutzt die Zeit, bis die definitive externe Projektleitung bestimmt ist, um eine Standortbestimmung vorzunehmen und einen Entwurf für die Wirtschaftsoffensive zu erarbeiten. Gleichzeitig mit diesem Entwurf für ein Detailkonzept sollen eine Reihe von Grundlagen für den Aufbau einer wirkungsvollen Wirtschaftsförderung zusammengestellt werden.

Der Regierungsrat hat dazu folgendes Vorgehen beschlossen:

1. Der Regierungsrat bestimmt so rasch wie möglich eine Interims-Projektleitung für die Zeit von Januar bis Juni 2013. Die Interims-Projektleitung soll auf Mandatsbasis extern vergeben werden.
2. Die Interims-Projektleitung erhält den Auftrag, eine klassische Stärken / Schwächen und Chancen / Risiken-Analyse (SWOT-Analyse) für den Wirtschaftsstandort und den Wohnort Kanton Basel-Landschaft zu erstellen. Dabei sollen die harten und die weichen Standortfaktoren betrachtet werden. Die Analyse soll sich auf die Erkenntnisse aus dem Strategieprozess abstützen und externe aktuelle Studien einbeziehen.
3. Die Analyse soll durch Interviews mit Unternehmen, Wirtschaftsverbänden und weiteren Organisationen (auch Gewerkschaften) sowie potenziellen Investoren und Projektentwicklern ergänzt werden. Aus diesen Interviews wird zugleich eine Liste der so genannten Quick-Wins, also administrativer Verbesserungen, erstellt und diese auf den Entscheidungsweg gebracht.
4. Auf der Basis der Analyse sollen dann - zusätzlich zu den vier im Rahmen der Legislaturplanung formulierten Stossrichtungen - weitere Handlungsfelder definiert und auch Massnahmen zusammengestellt werden.
5. Die Interims-Projektleitung erhält zudem den Auftrag, eine Definition der zu fördernden Branchen und deren Bedürfnissen zu entwerfen. Jedem zentralen Entwicklungsgebiet soll ein Fokusthema (zum Beispiel personalisierte Medizin) zugeteilt werden - eine erste Liste möglicher Fokusthemen und Schlüsselinvestoren wird erstellt.
6. Die FKD (Steuerverwaltung) erhält den Auftrag, einen Leitfaden für Steuerfragen (Tax Guide) - zum Beispiel wie derjenige des Kantons Schaffhausen - zu erstellen.
7. FKD (Steuerverwaltung) und VGD (Bestandespflege) erhalten den Auftrag, einen Entwurf für ein Konzept «Key Account Management» durch Regierungsrat, Bestandespflege und Steuerverwaltung auszuarbeiten.
8. FKD (Steuerverwaltung) und VGD (Bestandespflege) erhalten den Auftrag, bis zum Sommer eine Liste möglicher administrativer Erleichterungen für Unternehmen und Einwohnerschaft zusammenzustellen.

9. Die BUD erhält den Auftrag, bis Ende Juni 2013 eine Grobanalyse des Immobilienportfeuilles vorzulegen. Bis zum März 2013 sollen zudem mindestens die ersten beiden zentralen Entwicklungsgebiete provisorisch identifiziert sein.
10. Die Arbeitsgruppe Kommunikation des Regierungsrates erhält den Auftrag, zusammen mit einer externen Firma einen Entwurf für ein Kommunikationskonzept für die Wirtschaftsoffensive zu erstellen. Dabei sollen ein neuer, kundenorientierter Webauftritt des Kantons, ein Leitfaden für Investoren und ein Leitfaden für Neuzuzüger im Vordergrund stehen.

Bei den Analysen unter den Punkten 2, 3 und 4 muss nicht bei Null angefangen werden. Die schon vorliegenden Studien sollen zusammengeführt, die Ergebnisse hinterfragt und mit der Innensicht des Regierungsrates abgeglichen werden. Widersprüche zwischen externer und interner Sicht sind zu gewichten und zu kommentieren. In der Analyse müssen auch die Bauwirtschaft und das Gewerbe prominent vorkommen. Am Schluss soll eine Quintessenz aus der Sicht der Interims-Projektleitung formuliert werden.

Phase 2: Start der Wirtschaftsoffensive vom Sommer 2013 bis zum Sommer 2014

Das erste Jahr der Wirtschaftsoffensive wird im Zeichen des Aufbaus stehen. Die wichtigsten Grundlagen sind im Sommer 2013 erarbeitet. Die Zusammenstellung des Teams der Wirtschaftsoffensive, die ersten Aktivitäten zur Wirtschaftsoffensive und das Entwickeln des Netzwerkes werden im Vordergrund der Startphase stehen.

- Als erste Aufgabe wird die Leitung noch im Sommer 2013 eine Detailplanung Wirtschaftsoffensive erstellen und diese der Regierung und der zuständigen Landratskommission präsentieren.
- Die Projektorganisation "Wirtschaftsoffensive" soll bis Ende 2013 zu 50 Prozent mit Personal besetzt sein.
- Der Beirat soll bis Ende 2013 zusammengestellt werden.
- Mittels kommunikativer Massnahmen wird im Kanton Basel-Landschaft ein breit abgestütztes Problembewusstsein geschaffen, wieso es die Wirtschaftsoffensive braucht und welche Ziele verfolgt werden sollen.
- Eine erste Veranstaltung für Investoren soll bis Ende September 2013 stattfinden.
- Die detaillierte Areal-Analyse soll bis zum Herbst 2013 vorliegen.
- Eine erste Absichtserklärung für einen Schlüsselinvestor in einem Entwicklungsgebiet wird platziert.
- Die Umsetzung erster administrativer Erleichterungen beginnt.

Phase 3: Übergang in den Normalbetrieb ab Sommer 2014

- Die Wirtschaftsoffensive Baselland wird zu einem Begriff und markiert Präsenz.
- Der One-stop-shop weist eine stark ansteigende Benutzung auf.
- Das neu lancierte Key Account Management der Regierung, der Bestandespflege und der Steuerverwaltung löst ein positives Echo aus.
- Die Schnittstellen der im Bereich Wirtschaftsförderung engagierten Organisationen sind bereinigt, die entsprechenden Leistungsaufträge sind koordiniert, Synergien werden genutzt, die Projektorganisation "Wirtschaftsoffensive Baselland" bildet die zentrale Drehscheibe.

- Im Bereich der Wirtschaftsförderung finden regelmässig Veranstaltungen statt.
- Die Fokusthemen für alle zentralen Entwicklungsgebiete sind definiert.
- Allfällige legislative Anpassungen werden umgesetzt (zum Beispiel im Bereich steuerlicher Anreizsysteme).
- Die Projektorganisation Wirtschaftsoffensive soll ab Sommer 2014 zu 100 Prozent mit Personal besetzt sein. Neben der Leitung sind die jeweiligen Areal-Verantwortlichen, samt operativen Umsetzungsteams, ebenso bestimmt wie die Spezialisten- und Support-Positionen der Projektorganisation Wirtschaftsoffensive.

Phase 4: Abschluss Aufbauphase und Übergang in Dauerbetrieb

- Grundsatzentscheid: Verlängerung des Mandats mit der Projektleitung, Wechsel bei der Projektleitung oder Eingliederung der Projektorganisation Wirtschaftsoffensive in die Verwaltung.

B4 Einbezug des Parlamentes

Der Landrat wird jährlich mittels eines Fortschrittsberichts über die Wirtschaftsoffensive informiert. Dabei sind neben Qualitäts- und Risikoaspekten insbesondere auch der quantitativen Zielerreichung ein besonderes Augenmerk zu schenken.

Die zuständige Landratskommission wird halbjährlich detailliert über den Projektfortschritt orientiert.

Teil C: Finanzen, Controlling, Kommunikation

C1 Finanzen

Für die Wirtschaftsoffensive sind im Budget 2013 1.5 Millionen Franken eingestellt. Diese Mittel sollen zum Aufbau der für die Umsetzung der Wirtschaftsoffensive notwendigen Ressourcen genutzt werden. Die Regierung erwartet, dass auch für die Periode von 2014 - 2017 jährliche Mittel in der gleichen Höhe notwendig werden und beantragt mit dieser Vorlage deshalb einen entsprechenden Verpflichtungskredit. Der Verpflichtungskredit ermöglicht ihr, eine 5-Jahres-Startphase gesamthaft planen und die benötigten qualifizierten Fachleute für ein mehrjähriges Engagement verpflichten zu können.

Sobald ein zentrales Entwicklungsgebiet in die operative Umsetzungsphase übergeht, werden allfällige zusätzlich notwendige Mittel (zum Beispiel für Erschliessungsmassnahmen, etc.) mit separater Vorlage beim Landrat beantragt.

C2 Controlling

Das Projektcontrolling überwacht den Projektverlauf hinsichtlich Qualität, Dauer und Ressourcen und berichtet der Projektleitung mindestens quartalsweise über seine

Erkenntnisse und Empfehlungen. Das Projektcontrolling wird durch das Controlling der FKD wahrgenommen.

C3 Kommunikation

Der Kommunikation kommt im Projekt eine zentrale Rolle zu. Kommunikationsmassnahmen bewirken Vertrauen, Motivation und Goodwill nach innen und aussen und sorgen für einen dauerhaft kraftvollen Auftritt der Wirtschaftsoffensive. Dabei sind Konsistenz und Kontinuität von entscheidender Bedeutung.

Bei der "Vermarktung" des Standortes Baselland im engeren Sinne ist die Kommunikation ein gewichtiges Instrument. Sie ist Chef-Aufgabe und eine zentrale Position im Pflichtenheft des Projektleiters Wirtschaftsoffensive. Für die Kommunikation innerhalb der Verwaltung und die strategische Kommunikation nach aussen arbeitet die Projektorganisation Wirtschaftsoffensive eng mit der Arbeitsgruppe Kommunikation des Regierungsrates zusammen.

Die Kommunikation schafft einen einheitlichen, visuellen Auftritt für die Wirtschaftsoffensive. Sie bedient die Projektleitung und die Teilprojektleitungen mit massgeschneiderten Dokumentationen (Investoren-Leitfaden, Steuer-Leitfaden, Neuzuzüger-Leitfaden), Werbemitteln und Newsletters, unterstützt Brandings, Kampagnen und Veranstaltungen. Sie stellt sicher, dass alle Beteiligten intern und extern jederzeit adäquat über den Projektstand informiert sind. Weiter begleitet sie die Projektleitung bei der Medienkommunikation.

In die Kommunikationsstrategie einbezogen wird auch die systematisierte Kontaktpflege zu ansässigen Unternehmen im Sinne der Bestandespflege. Bei diesem Key Account Management sollen in Zukunft die Mitglieder des Regierungsrates und die Spitzen der Steuerverwaltung eine zentrale Rolle spielen.

Antrag

Gestützt auf die vorstehenden Ausführungen beantragen wir Ihnen, gemäss dem Landratsbeschluss im Anhang zu beschliessen.

Liestal, 18. Dezember 2012

Im Namen des Regierungsrates

Die Präsidentin:
Sabine Pegoraro

Der Landschreiber:
Alex Achermann

Anhang A: Anforderungsprofil für die Projektleitung Wirtschaftsoffensive

- Praktischer Erfolgsausweis bei der Unternehmensansiedlung.
- Vorhandenes Netzwerk und Akzeptanz bei Investoren der potenziellen Zielbranchen
- Ausgezeichnete Projektmanagementkompetenz: Nachgewiesene, erfolgreiche Leitung von komplexen und anspruchsvollen, interdisziplinären Projekten; muss interdisziplinäres Team führen können;
- Praktische Erfahrung in Wirtschaftsförderung und / oder Gebietsentwicklung;
- Hohe Marketing- und Networking-Kompetenz;
- Ausgeprägte unternehmerische Fähigkeiten und unternehmerisches Denken;
- Kenntnisse der Zielbranchen mit mittlerer bis höherer Wertschöpfung (Wie ticken Unternehmer? Was passiert international?);
- Hohe Kommunikations- und Sozialkompetenz;
- Gute Sprachkenntnisse (englisch);
- Verständnis für politische Zusammenhänge und Abläufe;
- Politisch neutral; nur 1 Hut auf dem Kopf = Hut von BL;
- Dynamische und belastbare Persönlichkeit mit gewinnender Ausstrahlung, Überzeugungskraft und breiter Akzeptanz;
- Bereitschaft für ein längerfristiges Engagement (personelle Kontinuität).

Das Mandat an den externen Projektleiter muss in dieser Materie ein Exklusiv-Mandat sein: Konsequente und engagierte Wirtschaftsförderung kann nicht gleichzeitig für mehrere Gebietskörperschaften (Kantone, Regionen, Länder) ausgeübt werden.

Landratsbeschluss

Wirtschaftsoffensive des Kantons Basel-Landschaft

vom

Der Landrat des Kantons Basel-Landschaft beschliesst:

1. Der Landrat stimmt der geplanten Wirtschaftsoffensive des Kantons Basel-Landschaft zu.
2. Für die Aufbauphase (Phase 1 und Start Phase 2 gemäss Konzept) im Jahr 2013 werden Ausgaben von CHF 1.5 Millionen bewilligt. Diese sind im Budget 2013 entsprechend eingestellt.
3. Für die Jahre 2014 - 2017 wird ein Verpflichtungskredit von CHF 6 Millionen (1.5 Millionen pro Jahr) bewilligt.

Liestal,

Im Namen des Landrates

Der Präsident:
Jürg Degen

Der Landschreiber:
Alex Achermann