

Weil sich Erfahrung nicht googeln lässt!



Bericht

# AKTUALISIERUNG WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSSTRATEGIE



Autor: Remo Daguati, LOC AG  
Aktualisierungen durch Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr

Beilage für Antrag an den Regierungsrat und anschliessende Veröffentlichung Juli 2023

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Management Summary</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Ausgangslage</b>	<b>5</b>
2.1.	Ziele des Projekts	5
2.2.	Vorgehen	5
2.3.	Methode: Modell für Standortstrategien	6
2.4.	Verwendete Dokumente	7
<b>3.</b>	<b>Tätigkeiten 2015 – 2022</b>	<b>8</b>
<b>4.</b>	<b>Zusammenfassende Erkenntnisse aus Analyse</b>	<b>11</b>
<b>5.</b>	<b>Handlungsfelder</b>	<b>14</b>
5.1.	SWOT-Analyse	14
5.2.	Handlungsfelder und Zuständigkeiten	15
<b>6.</b>	<b>Strategie und Massnahmen</b>	<b>16</b>
6.1.	Positionierung	16
6.2.	Entwicklung	17
6.2.1.	Campus Uri	17
6.2.2.	Entwicklungsschwerpunkte	19
6.2.3.	Chancen Tourismus-Entwicklung Andermatt	20
6.2.4.	Umsetzung Digitalisierungsstrategie	20
6.2.5.	Kommunale Kleinleuchttürme	21
6.3.	Vermarktung	22
6.3.1.	Pflege bereits ansässiger Unternehmen	22
6.3.2.	Schwerpunkte Uri (Testimonials)	22
6.3.3.	Fachkräfte-Marketing	23
6.3.4.	Botschafter-Netzwerk	23
6.3.5.	Kernbotschaften Uri	23
6.3.6.	Vermarktung mit GZA und S-GE	24
	<b>Anhang: Ausführliche Analyse</b>	<b>25</b>
	Makro- und Mesoebene	26
	Mikro- und Objektebene	29
	Konkurrenzsituation	30
	Beschäftigungs- und Bevölkerungsentwicklung	31
	Erschliessungsqualität	35
	Markttrends für ausländische Direktinvestitionen	36
	Markttrends bei bereits ansässigen Firmen	38
	Softe Faktoren – New Work, New Balance – Tourismus	39
	Trends aufgrund der COVID 19-Pandemie	40
	Wirkungszusammenhänge	41

# 1. Management Summary

Ziel der Aktualisierung der Wirtschaftsförderungsstrategie des Kantons Uri (→ Abschnitt 2) ist die Identifikation der wesentlichsten Handlungsfelder sowie der zukünftig wichtigsten Aktivitäten in den Bereichen Positionierung, Entwicklung und Vermarktung.

Nach einem Rückblick auf die Aktivitäten in den Jahren 2015 bis 2022 (→ Abschnitt 3) und deren Würdigung werden, basierend auf den Erkenntnissen aus der Sichtung bestehender Grundlagendokumente und Interviews mit externen Partnern, die Erkenntnisse der Analyse (→ Abschnitt 4, Anhang) festgehalten und die wesentlichen Handlungsfelder (→ Abschnitt 5) abgeleitet. Der Wirtschaftsstandort Kanton Uri kann an vielen positiven Entwicklungen anknüpfen, damit der Standort in den kommenden Jahren weiter vorwärtskommt. Bevölkerungs- wie Beschäftigungsentwicklung sollen sich weiterhin positiv entwickeln. Bei der Umsetzung der Entwicklungsstrategien und den damit verbundenen Projekten und Massnahmen wirkt die Wirtschaftsförderung Kanton Uri zusammen mit Privaten und Netzwerkpartnern aktiv zusammen und entwickelt die gemeinsamen Projekte. Ein Vermarktungskonzept für die endogene (gegen innen gerichtete) und exogene (gegen aussen gerichtete) Vermarktung ist definiert.

Mit der Definition der Schlüsselprojekte (→ Abschnitt 6) werden die Grundlagen geschaffen, damit der Kanton Uri seine Beschäftigungsentwicklung positiv gestalten kann. Der Standort Kanton Uri wird als verlässlicher, pragmatischer Standort der kurzen Wege positioniert (→ Abschnitt 6.1). Schwerpunktthemen mit Potentialen für eine aktive Vermarktung sind wissensbasierte Dienstleistungen (mitunter ICT), Alpinetechnik (Beförderungssysteme, Spezialfahrzeuge, Wintersporttechnik), Alpiner Tourismus, 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. Familiengeführte Unternehmen bedienen vom Kanton Uri aus erfolgreich ihre regionalen, nationalen und internationalen Absatzmärkte.

Wichtigste Projekte zur Standortentwicklung (→ Abschnitt 6.2) 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 positiven Effekten durch die anhaltenden Grossinvestitionen in Andermatt, die Umsetzung der kantonalen Digitalisierungsstrategie mit Bezug zu den Urner Unternehmen sowie die Förderung von kommunalen Leuchtturmprojekten.

Ein Vermarktungskonzept (→ Abschnitt 6.3) 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 mit Factsheets und Netzwerkveranstaltungen, Projekte für das Fachkräfte-Marketing mit einem Schwerpunkt auf «Heimweh»-Urnerinnen und -Urner, die Weiterentwicklung des Botschafternetzwerks, die Bündelung der Kernbotschaften zu Uri

in Vermarktungsinhalten und Kanälen sowie die Weiterführung von Vermarktungsanstrengungen in enger Zusammenarbeit mit der Greater Zurich Area (GZA) sowie Switzerland Global Enterprise (S-GE).

Trotz Vision und klaren Zielsetzungen muss auch auf neue, zukünftige Entwicklungen reagiert werden können wie etwa neue Trends (Wirtschaft, Mobilität, Rahmenbedingungen) oder sonstige übergeordnete Entwicklungen (insbesondere Konjunktur, langfristige Auswirkungen der COVID-19-Pandemie etc.).

Der ... **STANDORT URI** ... ist der verlässliche Standort der kurzen Wege  
 ... bietet einen zielführenden, engagierten Arbeitsethos  
 ... verbindet die Metropolitanräume Mailand und Zürich

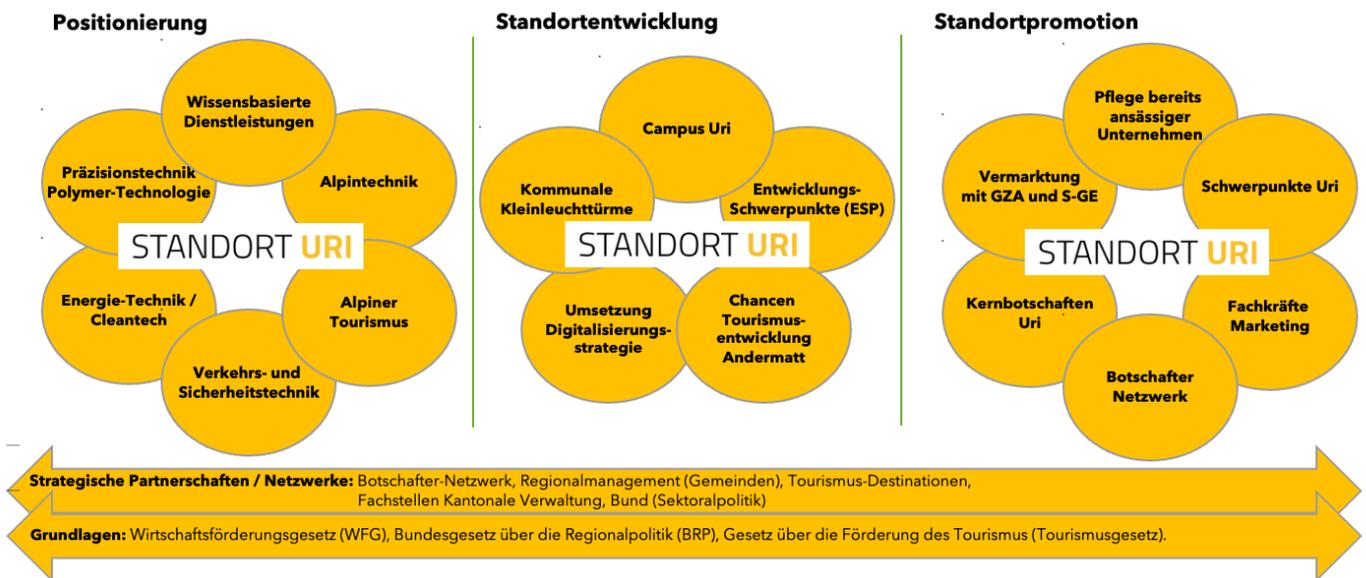


Abbildung 1: Aktualisierung Wirtschaftsförderungsstrategie Kanton Uri

## 2. Ausgangslage

Der Kanton Uri steht für den Aufbruch: mit dem neuen Kantonsbahnhof Altdorf sowie vielversprechenden Entwicklungsflächen, der Tourismusentwicklung in Andermatt, wo ein neuer Ausstrahlungspunkt für Premium-Hotellerie, ganzjährigem Sportangebot, Kulturveranstaltungen und Gastronomie entsteht, oder der Ansiedlung neuer Forschungsinstitute, etwa dem neuen Institut «Kulturen der Alpen» der Universität Luzern. Es bewegt sich Vieles. Gleichsam gilt es auch den weiteren Kantonsgebieten im Rahmen der Tourismus- und Regionalpolitik Beachtung zu schenken.

### 2.1. ZIELE DES PROJEKTS

Das Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr möchte die Wirtschaftsförderungsstrategie des Kantons Uri für die kommenden Jahre schärfen und aktualisieren. Die Strategie soll eng mit der Strategie und dem Regierungsprogramm 2020-2024+ und den darin enthaltenen Zielen der Urner Regierung abgestimmt sein. Neben den Umsetzungsprogrammen aus der Tourismus- und Regionalentwicklung sollen zudem die Aktivitäten der Standortkommunikation und der Standortpromotion in die Arbeiten einbezogen werden. Handlungsfelder und zielführendste Interventionen sind dabei zusammen mit wichtigen Anspruchsgruppen zu identifizieren, Schlüsselprojekte zu skizzieren und bestehende und neue Umsetzungsmassnahmen aufeinander abzustimmen. 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.

### 2.2. VORGEHEN

In verschiedenen Workshops des Teams aus dem Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr sowie im Dialog mit Wirtschaft Uri, dem Gemeindeverband und den Tourismusorganisationen wurden die wichtigsten Handlungsfelder für die Blickwinkel «Positionierung», «Entwicklung» und darauf aufbauend «Vermarktung» erarbeitet. Zur Ableitung der wichtigsten Erkenntnisse wurden im September – Dezember 2021 mehrere teilstrukturierte Interviews und Workshops durchgeführt. Ziel war dabei, die laufenden Arbeiten und Konzepte der wichtigsten mit Wirtschafts- und Standortfragen betrauten Organisationen in Erfahrung zu bringen. Folgende Personen wurden bei den Gesprächen eingebunden:

Organisation	Interviewpartner
Wirtschaft Uri	René Röthlisberger, CEO Heitkamp Construction Swiss GmbH, Präsident Wirtschaft Uri Beat Marty, Niederlassungsleiter BDO AG, Mitglied der Geschäftsleitung Wirtschaft Uri
Gemeindeverband Uri	Judith Durrer, Gemeindepräsidentin Seelisberg, Präsidentin Urner Gemeindeverband Hermann Epp, Gemeindepräsident Silenen, Vize-Präsident Urner Gemeindeverband Daniela Planzer, Sozialvorsteherin, Gemeinde Schattdorf, Ausschuss Urner Gemeindeverband Elias Bricker, Geschäftsstellenleiter Urner Gemeindeverband
Volkswirtschafts- direktion / Wirtschafts- förderung Uri	Christian Raab, Volkswirtschaftsdirektion, Generalsekretär Stefan Büeler, Volkswirtschaftsdirektion, Leiter Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr Raphael Medici, Amt für Wirtschaft und öffentlicher Verkehr, Projektleiter Standortmarketing Christoph Müller, Amt für Wirtschaft und öffentlicher Verkehr, Kontaktstelle Wirtschaft Linda Russi, Amt für Wirtschaft und öffentlicher Verkehr, Projektleiterin Neue Regionalpolitik/Tourismus

Tabelle 1: Interviewpartner

### 2.3. METHODE: MODELL FÜR STANDORTSTRATEGIEN

Das Modell für die vorliegende Vorstudie besteht aus drei Elementen. Aus der Positionierung (A.) eines Standorts mit seinen Kernprodukten sowie Prozessen lassen sich die Vision und wichtigsten Handlungsfelder erkennen. Aus der Standortentwicklung (B.), in der die Leit- und Schlüsselprojekte umgesetzt werden, können Massnahmen und die dazugehörigen Unique Selling Propositions (USPs) eines Standorts abgeleitet werden. Im Rahmen der Vermarktung (C.) wird festgelegt, für welche Themen/Sektoren oder Funktionen in welchen Ziel- sowie Teilregionen Schlüsselpersonen kontaktiert werden. Darauf aufbauend werden Kernbotschaften sowie der damit verbundene Marketing-Mix abgeleitet.

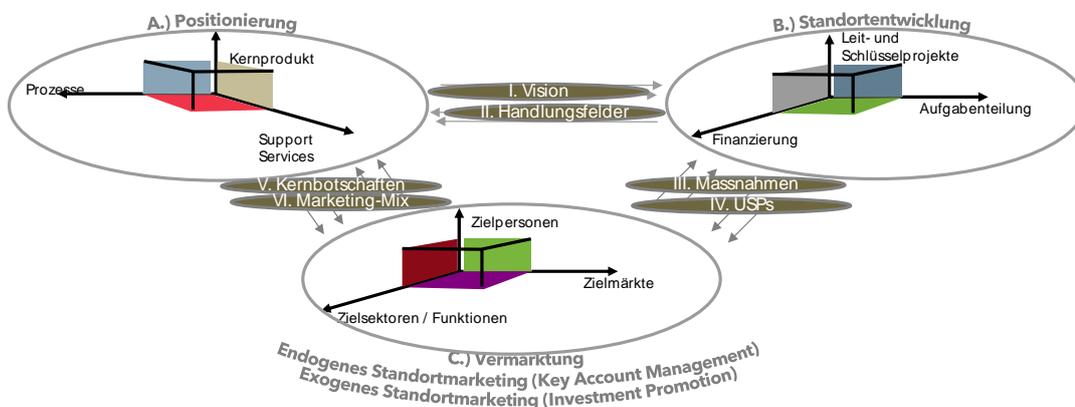


Abbildung 2: Modell zur Strategiebildung in Wirtschaftsförderungen

Erst aus dem klaren Positionierungs-Verständnis eines Standorts heraus können dessen Kernprodukte (d.h. verfügbare Büro- und Gewerbeflächen, spezialisierte Arbeitskräfte, Sektoren und Branchen, Technologien, Innovationsthemen etc.) und Zusatzservices (Finanzbeihilfen, Steuerlösungen, Freizeitmöglichkeiten, Life Style und Shopping, Bildung, kulturelle Angebote, Qualität des öffentlichen Raumes usw.) sowie mit der Standortvermarktung verbundene Prozesse (beschleunigte Verfahren, Netzwerke etc.) abgeleitet und verbessert werden.

Sofern Lücken zwischen der Positionierung eines Standorts und seinem tatsächlichen Angebot bestehen, so sollten diese durch die aktive Standortentwicklung geschlossen und mit entsprechenden Massnahmen belegt werden. Dabei spielen verschiedene Politikbereiche eine wesentliche Rolle, etwa die Innovationsförderung, die Bildungs- und Infrastruktur-Politik, die Raumordnung, der Verkehr (öffentlicher Verkehr, Individualverkehr, Langsamverkehr), die Steuer- und Finanzpolitik oder die Gestaltung des öffentlichen Raums mit städtebaulichen Aspekten. Eine aktive Standortentwicklung hat dafür zu sorgen, dass die Vision eines Standorts mehr und mehr zur Wirklichkeit wird, nach

## 2 Ausgangslage

Prioritäten und Potenzialen gewichtete Handlungsfelder aktiv bearbeitet und Lücken im Standortangebot geschlossen werden.

Ist das Produkt eines Standorts definiert und sind die ersten Lücken durch aktive Standortentwicklung geschlossen, so kann abgeleitet werden, in welchen Marktgebieten, Sektoren oder Funktionen die entsprechenden Schlüsselpersonen der Zielfirmen kontaktiert werden. Dabei ist auch ein Grundsatzentscheid zu fällen, welche Ressourcen für endogenes (d.h. die Pflege bereits ansässiger Unternehmen sowie die Begleitung derer Expansionsvorhaben) und exogenes Standortmarketing (d.h. Gewinnung von neuen Unternehmen bzw. Unternehmensfunktionen bzw. Privatpersonen aus weiteren, auch ausländischen Zielmärkten) eingesetzt werden.

### 2.4. VERWENDETE DOKUMENTE

Folgende Dokumente und deren Inhalte wurden für die Wirtschaftsstrategie Kanton Uri berücksichtigt:

Datum	Titel	Form	Herausgeber
07.11.21	Standortinformationen Geoinfo zum Kanton Uri, Referenzgemeinden und Vergleichsräumen	Bericht	Wüest Partner AG
25.08.21	Standortqualität 2021	Studie	Credit Suisse AG
25.08.21	Kantonaler Wettbewerbsindikator	Studie	UBS AG
16.06.21	Agglomerationsprogramm Unteres Reusstal, 4. Generation	Bericht	Kanton Uri, Justizdirektion
10.05.21	Perspektive Erstfeld	Studie	Kontextplan AG
04.05.21	Finanzielle Wohnattraktivität	Studie	Credit Suisse AG
01.04.21	«Post Corona»: Ein Kurzbericht zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Siedlungsentwicklung	Kurzbericht	EspaceSuisse
20.11.20	Strategie und Regierungsprogramm 2020-2024+: Legislaturziele	Bericht	Kanton Uri, Standeskanzlei
05.11.20	Digitalisierungsstrategie Kanton Uri	Bericht	Kanton Uri, Landamannamt
13.08.20	Kantonaler Richtplan	Bericht	Kanton Uri, Amt für Raumentwicklung
01.07.20	NRP-Umsetzungsprogramm 2020 – 2023	Programm	Kanton Uri, Volkswirtschaftsdirektion
01.05.20	Rechenschaftsbericht über die kantonale Verwaltung des Kantons Uri in den Jahren 2018 und 2019	Bericht	Kanton Uri, Standeskanzlei
31.03.20	Vermarktungskonzept 2022 ESP Kantonsbahnhof Altdorf	Bericht	LOC AG
01.09.19	Business Location Uri, Selection of Focus Fields	Thesis	Stefan Büeler
19.05.19	Kantonaler Wettbewerbsindikator 2021: Update Steuerreform	Studie	UBS AG
10.05.19	Umsetzung der Steuerreform und AHV-Finanzierung (STAF)	Factsheet	PWC Switzerland
14.03.19	Factsheet Umsetzung SV17 im Kanton Uri	Präsentation	BDO Schweiz
01.01.19	Megatrends und Raumentwicklung Schweiz	Studie	Rat für Raumordnung
23.08.18	Beschäftigte und Vollzeitäquivalente nach Wirtschaftszweigen (NOGA BFS-50) auf Ebene Arbeitsstätten und nach Kantonen, Ergebnisse 2005 – 2016	Statistik	Bundesamt für Statistik
19.12.17	Umsetzungsstrategie «Werkstatt Uri»	Strategie	Kanton Uri, Volkswirtschaftsdirektion
01.06.17	Masterarbeit «Location Marketing Canton of Uri»	Master Thesis	Stefan Büeler
31.01.17	Strategie und Regierungsprogramm 2016-2020+; Legislaturziele 2016-2020	Bericht	Kanton Uri, Standeskanzlei
01.01.17	Wirtschaftsförderungsstrategie 2016 – 2020 Kanton Uri	Studie	Kanton Uri, Volkswirtschaftsdirektion
31.08.16	Richtplan Uri – Teil Siedlung	Koordinationsblatt	Kanton Uri, Amt für Raumentwicklung
23.09.13	Wirtschaftsförderungsgesetz (WFG)	Gesetz	Kanton Uri
01.01.13	Gesetz über die Förderung des Tourismus (Tourismusgesetz)	Gesetz	Kanton Uri
01.09.11	Raumkonzept Kanton Uri	Konzept	Kanton Uri, Amt für Raumentwicklung

Tabelle: Verwendete Dokumente

## 3. Tätigkeiten 2015 – 2022

Das Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr ist zuständig für die Wirtschaftsförderung innerhalb der kantonalen Verwaltung. Die Wirtschaftsförderung im engeren Sinn umfasst die Bereiche Bestandsentwicklung, Unternehmensansiedlung und Standortkommunikation. Im weiteren Sinn gehören zur Wirtschaftsförderung auch die Bereiche Regionalentwicklung und Tourismus. Die Aufgaben und Tätigkeiten der Abteilung richten sich im Wesentlichen nach dem kantonalen Wirtschaftsförderungsgesetz (WFG), dem Bundesgesetz über die Regionalpolitik (BRP) und dem kantonalen Gesetz über die Förderung des Tourismus (Tourismusgesetz).



Abbildung 3: Wirtschaftsförderungsstrategie aus dem Jahr 2016 (Darstellung BHP)

In der *Stossrichtung 1* der bisherigen Wirtschaftsförderungsstrategie stand die Unterstützung der grossen Entwicklungs- und Infrastrukturprojekte im Zentrum. Eine Haupttätigkeit war die Erarbeitung eines Positionierungs- und Vermarktungskonzepts für den Entwicklungsschwerpunkt Urner Talboden, welcher die Neugestaltung des Bahnhofs Altdorf mit dem Neubau der Urner Kantonalbank (UKB) und die Entwicklung des Gewerbe- und Industriegebietes Werkmatt Uri (Eyschachen) beinhaltet. Mit der Firma Kässbohrer konnte bald ein erstes grösseres Ansiedlungsprojekt realisiert werden. Weiter konnten die beiden denkmalgeschützten Gebäude «Maillart» und «Züblin» verkauft und einer neuen Nutzung zugeführt werden. Die erste Erschliessungsetappe der Werkmatt Uri konnte abgeschlossen und diverse Zwischennutzungen realisiert werden. Die Vermarktungsaktivitäten zur Werkmatt wurden intensiviert und verschiedene Projekte von Interessenten begleitet. Eines der Projekte konnte bis Ende 2022 bis kurz vor Abschluss eines Baurechtsvertrags gebracht werden. In Ergänzung zu diesen Anstrengungen wurden auch die weiteren Entwicklungsschwerpunkte im Kanton weiterentwickelt. Die Promotion des Wirtschaftsstandorts erfolgte mit einem Fokus auf die Bereiche Metallverarbeitung, Tourismus, Verkehr/Logistik, ICT und Wintersporttechnik/Seilbahnen. Dabei konnten auch erste Aktivitäten zur Stärkung der Kompetenzbereiche angegangen werden. Insbesondere wurde im Jahr 2022 das Fokusthema Alpinetechnik zusammen mit der Branche aufgebaut und auf verschiedensten Kanälen kommuniziert. In Zusammenarbeit mit den Promotionspartnern Greater Zurich Area (GZA) und Switzerland Global Enterprise (S-GE) wurde die Unterstützung von standortinteressierten Unternehmen intensiviert. Dies resultierte in einer steigenden Anzahl Ansiedlungen. Schliesslich konnten durch Unterstützung der Neuen Regionalpolitik auch erste Förderprojekte auf tertiärer Bildungsstufe angestossen werden, über die man Bildungs- und Forschungsinstitutionen für den Kanton Uri gewinnen konnte. Zu erwähnen sind etwa das Projekt «Logistikum Schweiz»<sup>1</sup> in Kooperation mit der Hochschule Luzern (HSLU) oder «Kulturen der Alpen»<sup>2</sup> mit einem Urner Institut an der Universität Luzern. Diese beiden Initiativen gilt es nun mit weiteren, zukunftsgerichteten Innovations-Themen zu ergänzen. Zu erwähnen sind aber auch umfangreiche Investitionshilfen an verschiedene Bergbahnprojekte.

<sup>1</sup> <https://www.logistikum.ch/>

<sup>2</sup> <https://www.kulturen-der-alpen.ch/>

*Stossrichtung 2* stand für die Nutzung der Möglichkeiten aus der zunehmenden Internationalisierung. Vor allem die Investitions- und Bautätigkeiten rund um das Tourismusresort in Andermatt konnten seitens der Wirtschaftsförderung mit Kommunikationsmassnahmen und zahlreichen Events (TV-Übertragungen, Wirtschafts- und Sportanlässe etc.) begleitet werden. Dabei konnte das Netzwerk mit internationalen Beziehungen stark ausgebaut und zum Vorteil des Standorts Uri eingesetzt werden. Auch im Bereich des Vollzugs der Gesetzgebung über den Erwerb von Grundstücken durch Personen im Ausland war die Wirtschaftsförderung besonders gefordert. Die internationale Vermarktung erfolgt in Ergänzung dazu über die Greater Zurich Area. Mit ihrer Erweiterung in die italienischsprachige Schweiz bildet der Kanton Uri in dieser Vermarktungsorganisation das Scharnier zwischen den beiden wichtigen Wirtschafts- und Metropolitanräumen im Mailand und Zürich. Diesem Aspekt kann in der künftigen Promotion weitere Beachtung geschenkt werden, insbesondere auch durch die neuen Chancen der direkten und schnellen Zugverbindungen in Richtung Süden seit Dezember 2021.

*Stossrichtung 3* verfolgte die Profilierung des Wohn- und Wirtschaftsstandorts in der Nische, mitunter die Ansiedlungsberatung sowie Unterstützung der Bestandesentwicklung. Vor allem das Wirken in der Bestandesentwicklung kann oft nur summarisch dargestellt werden, da die Vertraulichkeit im Umgang mit bereits ansässigen Firmen zentral ist. Nachfolgende Leistungszahlen für die Jahre 2015 bis 2021 zeigen die Entwicklung der unterstützten Unternehmen auf und verdeutlichen das Geleistete:

Jahr <sup>3</sup>	Anzahl Firmen	Anzahl Arbeitsplätze	Stand Arbeitsplätze - Stichtag	
			31.12.2021	Zuwachs <sup>4</sup>
2015	10	145	121	- 24
2016	12	2	42	40
2017	6	0	14	14
2018	10	13	32	19
2019	13	213	333	120
2020	16	39	42	3
2021	15	185	185	0
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>597</b>	<b>769</b>	<b>172</b>

Abbildung 4: Nachhaltige Entwicklung der unterstützten Unternehmen seit 2015

Mit Instrumenten der Wirtschaftsförderung konnten in der Berichtsperiode 82 Unternehmen mit insgesamt 769 Arbeitsplätzen unterstützt werden. Dies bezieht sich sowohl auf Aktivitäten der Bestandsentwicklung als auch auf Neuansiedlungsprojekte. Um die Nachhaltigkeit der geförderten Firmen aufzuzeigen, erhebt das Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr im Rahmen des kantonalen Rechenschaftsberichts alle zwei Jahre die Zahl der Beschäftigten. Insgesamt resultiert seit 2015 eine effektive Zunahme von 172 Arbeitsplätzen in den durch die Wirtschaftsförderung unterstützten Betrieben.

*Stossrichtung 4* schliesslich beabsichtigte die Verbesserung der Rahmenbedingungen. Da das Gros des materiellen Rechts mit Wirkung auf die Unternehmen und KMU zu fast 75 Prozent auf Bundesrecht fusst, hat die kantonale Wirtschaftsförderung in diesem Bereich wenig Handhabe. Es gilt vor allem Verfahren zu koordinieren und so zu beschleunigen. Gerade im Bereich der Wohnattraktivität waren vor allem die Urner Gemeinden aktiv, welche im Rahmen ihrer Bau- und Zonenordnung das Wohnangebot auch in Zukunft gestalten. Eine von der Wirtschaftsförderung in Auftrag gegebene Bachelorarbeit zum Thema Wohnortmarketing hat mögliche Handlungsfelder identifiziert. Im Bereich der Innovationsförderung wurde in der Berichtsperiode in Zusammenarbeit mit den Zentralschweizer Kantonen das Programm «Zentralschweiz innovativ» etabliert. Zudem entstand ebenfalls in Kooperation mit allen Zentralschweizer Kantonen der Switzerland Innovation Park Central in Rotkreuz. Im Park mit Fokus auf «Building Excellence» sind auch Urner Unternehmen involviert. Im Projekt Perspektive Erstfeld

<sup>3</sup> Die Daten zum Jahr 2022 werden im Rahmen des Rechenschaftsbericht 2022-2023 erhoben.

<sup>4</sup> Im Vergleich zum Jahr der Unterstützung zusätzlich neu geschaffene Arbeitsplätze

erarbeiteten verschiedene Arbeitsgruppen für die Bereiche Bahnbranche, Tourismus, Wohnraum/Areale sowie Innovation, Technologie, Aus- und Weiterbildung konkrete Vorschläge, die nun in Umsetzung sind.

Insgesamt konnten in allen Stossrichtungen der Wirtschaftsförderungsstrategie Akzente gesetzt werden. Diese gilt es nun in der weiteren Ausrichtung eher zu verstetigen, als komplett zu revidieren. Gleichzeitig ist auch zu beachten, dass durch die Massnahmenbegleitung der COVID-19-Pandemie teamintern viele Ressourcen gebunden wurden.

## 4. Zusammenfassende Erkenntnisse aus Analyse

Im Regierungsprogramm 2021 – 2024 wurde bereits eine umfassende Analyse des Standorts Kanton Uri vorgenommen mit allen Themenbereichen, welche die Entwicklung des Kantons prägen. Es ist daher eine wichtige Quelle für die Wirtschaftsförderungsstrategie. Die Strategie 2020-2024+ definiert zusammen mit dem darin enthaltenen Regierungsprogramm 2020-2024 die konkreten Ziele, die der Urner Regierungsrat in diesen Jahren erreichen will. «Tue Gutes und sprich darüber!» - so wird das Regierungsprogramm eröffnet. Nachfolgend werden die wichtigsten Aufträge und Leuchtturmprojekte mit Relevanz für die Aktivitäten der kantonalen Wirtschaftsförderung zusammenfassend wiedergegeben:

A-Z	Titel	Inhalt
G	Perspektiven und 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 verbunden werden. Eine besondere Beachtung kommt in der Peripherie den neuen Chancen durch die Digitalisierung wie durch die neuen Bedürfnisse nach Rückzug und ressourcenschonender Lebensweise zu.
I	Tourismusentwicklung Urserntal und Oberes Reusstal	Die Tourismusentwicklung im Urserntal beeinflusst die künftige Positionierung und die Entfaltungsmöglichkeiten des südlichen Kantonsteils massgeblich. Wichtig ist die Umsetzung der Massnahmen aus den strategischen Initiativen zur partnerschaftlichen Erschliessung der Ferienregion Andermatt und zur Schaffung von Erlebniswelten entlang der Gotthardstrecke. Idealerweise erfolgen diese unter Miteinbezug der Betriebs- und Vermarktungskompetenzen der Südostbahn (SOB) als neue Betreiberin der Bergstrecke.
Q	Feincluster Uri	Entlang der Urner Besonderheiten wie den Bergen, den tüchtigen Menschen, der Lage an der Verkehrsschlagader, haben sich feine Schwerpunkte gebildet. Weil sie gleichzeitig robust wie zukunftssträftig sind, sollen sie als Cluster bzw. Fokusthema verfolgt und entwickelt werden. Im Regierungsprogramm sind folgende mögliche Feincluster namentlich erwähnt: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourismus</li> <li>- Polymer-Technologie und -Produktion</li> <li>- Hochwertiges Bau- und Metall-Handwerk</li> <li>- Energieproduktion und -technik</li> <li>- Alpinetechnik</li> <li>- Verkehrstechnik und -sicherheit</li> <li>- Cleantech-Unternehmungen</li> </ul>
R	Aufbau Co-Working-Netz Uri	Uri verfügt wegen der Rückzugsqualitäten über beste Voraussetzungen für Homeoffice-Arbeitende. Um am Wohnort und doch ausserhalb der eigenen vier Wände arbeiten zu können, suchen sie gerne Co-Working-Räumlichkeiten auf. Solche Räumlichkeiten erlauben konzentriertes Arbeiten und bieten auch Sitzungszimmer für Besprechungen an, es entstehen Arbeitsplätze. Mit dem Aufbau solcher Co-Working-Räumlichkeiten können in Uri niederschwellige dezentrale Arbeitsplätze entstehen.
U	Bereichsübergreifende Nutzung der Positionierung Uris als Kern einer stärkeren Vermarktung des Kantons Uri	Uri ist bereits heute für eine Kantonsmarke überdurchschnittlich stark verwendet und positiv bekannt. Die Vermarktung soll gestärkt und die Positionierung künftig explizit auch als bereichsübergreifendes Vermarktungsinstrument genutzt werden. Zum einen können sich damit die einzelnen wirtschaftlichen, touristischen, landwirtschaftlichen, kulturellen Angebote, aber auch amtliche Aktivitäten klar und einheitlich mit Uri verbinden. Zum andern werden gezielte Marketingmassnahmen wie App, Magazin, Markt- und Messe-auftritte lanciert und damit Reichweiten erzielt, die sie einzeln nicht erreichen.

A-Z	Titel	Inhalt
W	Weiterentwicklung des Netzwerks der Urner Botschafterinnen und Botschafter	Die ausserkantonale Vernetzung von Uri ist stark und massgeblich für die Interessenwahrnehmung. Das Netzwerk der Urner Botschafterinnen und Botschafter soll dafür stärker mobilisiert werden. Die Rolle und Ausrichtung des Netzwerks sollen hinsichtlich gezielter Information und Vernetzung vor Ort überdacht werden.

Tabelle 2: Leuchtturmprojekte Regierungsprogramm 2020 – 2024

Nachfolgend werden in Ergänzung zum Regierungsprogramm die wichtigsten Aspekte aus der umfassenden Analyse (siehe Anhang) dargestellt:

Der Kanton Uri ist gemäss Raumkonzept Schweiz ein Übergangsraum zwischen den klein- und mittelstädtisch geprägten Gebieten zu den alpinen Handlungsräumen. Das Gebiet liegt direkt an der Achse der Grosszentren (bzw. Metropolitanräume) Zürich und Mailand und ist somit historisch wie strategisch ein wichtiger Raum der Nord-Süd-Achse. Mit der Neat-Achse, dem massiven Ausbau der Verkehrsinfrastrukturen und den neuen, beschleunigten Fahrzeiten kann im Kanton Uri ein viel grösseres Fach- und Arbeitskräftepotential angesprochen werden. Dank der zentralen Lage bestehen Zugänge zu den Innovations- und Technologie-Metropolen Zürich und Mailand (v.a. auch Kreativitätswirtschaft), engste Verbindungen zu den Finanz- und Headquarter-Zentren Zug, Rotkreuz, Küsnacht und Freienbach sowie eine ausgeprägte Nähe zu den weiteren universitären Bildungsangeboten in Zürich, Luzern, Zug, Rotkreuz, Rapperswil und im Tessin. Zu den grössten Arbeitgebern gehören die Dätwyler-Firmengruppe, die Andermatt Swiss Alps sowie die Andermatt-Sedrun Sport AG, verwaltungs- und staatsnahe Betriebe wie die kantonale Verwaltung, das Kantonsspital Uri, die Stiftung Behindertenbetriebe Uri, EWA-energieUri, verschiedene bundesnahe Betriebe (wie SBB, VBS, RUAG oder Post) sowie die Urner Kantonalbank. Der Kanton Uri ist Trägerkanton der Hochschule Luzern und konnte in den letzten Jahren auch Institute oder An-Institute von bereits bestehenden Bildungsinstitutionen ansiedeln.

Betrachtet man die Gesamtbeschäftigung im nationalen Vergleich, so sind vor allem die Infrastruktur, Bau und wirtschaftliche Dienstleistungen als wachsende Sektoren zu benennen. Die Prognose für die Entwicklung der Erwerbsbevölkerung hat sich im Kanton Uri dabei deutlich aufgehellt. Der Kanton Uri weist vor allem beim Kostenumfeld deutliche Vorzüge auf. Die soliden Staatsfinanzen und die daraus resultierenden tiefen Steuerbelastungen für Private wie Unternehmen sorgen für ein attraktives Kostenumfeld. Schwächen werden dem Kanton Uri bei der Wirtschaftsstruktur, der Innovationskraft, der Verfügbarkeit von Humankapital sowie aufgrund der geografischen Lage beim Einzugsgebiet attestiert.

Für die Prognose der Beschäftigungsentwicklung wurde davon ausgegangen, dass im Entwicklungsschwerpunkt Urner Talboden (Kantonsbahnhof, Werkmatt Uri) bis 2040 maximal 2'000 neue Arbeitsplätze entstehen. Im Tourismusresort Andermatt werden durch die direkten, indirekten und induzierten Beschäftigungseffekte bis zu 3'700 neue Arbeitsplätze entstehen. Drei Viertel der entstehenden Arbeitsplätze werden durch Zuzüger oder Pendler von ausserhalb des Kantons besetzt werden. Eine neue Bevölkerungsprognose des Bundesamtes für Statistik (BFS) für den Kanton Uri aus dem Jahr 2020 bestätigt die positive Entwicklung der letzten Jahre. Bis ins Jahr 2035 wird in allen drei Szenarien von einem anhaltenden Bevölkerungswachstum ausgegangen. Je nach Szenario werden für das Jahr 2035 40'741 (Referenzprognose), 42'468 (Szenario «Hoch») bzw. 38'935 (Szenario «Tief») Einwohnerinnen und Einwohner prognostiziert. Entsprechend hat eine Wirtschaftsförderungsstrategie sowohl die Gewinnung von Arbeitsplätzen, aber auch das Halten und Zurückgewinnen von Talenten mit Urner Wurzeln zu verfolgen.

Die Ansiedlungen ausländischer Unternehmen sind in der Schweiz in den letzten Jahren zurückgegangen und haben sich seit 2015 auf tiefem Niveau stabilisiert. Die wenigen verbliebenen Projekte ausländischer Investoren sind meist mit Hochtechnologien verbunden. Bei einem erheblichen Anteil der Ansiedlungen in der Schweiz handelt es sich also

um regionale oder globale Unternehmensfunktionen. Das Gros der im internationalen Wettbewerb gewonnenen Projekte beginnt sehr klein und wählt für die Umsetzung meist eine bestehende Büroinfrastruktur. Erfolgreiche Wirtschaftsstandorte bieten ein umfassendes Paket, um natürliche Personen sowie Firmen und Institutionen anzuziehen bzw. zu halten. Dieses besteht aus einem innovativen Umfeld für konvergierende Technologien und werttreibende Funktionen, rasch verfügbaren Immobilien sowie einer wirksamen Vermarktung der Rahmenbedingungen, insbesondere auch im steuerlichen Bereich. Dazu kommen Rekrutierungsmöglichkeiten zur Gewinnung von Talenten (Fachkräfte, Wissen), welche in der Umgebung wohnen, in die Region ziehen oder zum Arbeitsort pendeln.

Neue digitale Arbeitsformen entkoppeln die Arbeit und den Arbeitsort. Wer keinen ortsgebundenen Kundenkontakt hat, wird die Arbeit in Zukunft dort ausführen, wo er diese am besten erledigen kann. Homeoffice und neue Formen des mobilen Arbeitens bieten gerade für ländliche Kantone grosse Chancen. Mitarbeitende sind zwar in Firmen angestellt, die ihren Geschäftssitz in den Zentren haben, erledigen aber ihre Arbeit von zuhause aus – auch am Wohnsitz im grünen, ländlichen Raum. Einige arbeiten hierfür am Wohnort in Co-Working-Strukturen, um Arbeit und Familienleben konsequent zu trennen. Gerade die COVID-19-Pandemie hat diesen Trend massiv verstärkt. Die Digitalisierung bietet neue Chancen, die Produktion und damit Werkplätze wieder nahe an die Absatzmärkte zu bringen. Ein Stichwort ist die Individualisierung von Gütern wie Dienstleistungen. ICT und Robotik können zur Renaissance eines Arbeitsplatzes beitragen, Büroflächen und Research-/Entwicklungs-Labore wachsen zusammen. Gerade im Dienstleistungsbereich kommt es vermehrt zu Onshoring, wobei ortsunabhängige Dienstleistungs-Funktionen aus den kostspieligen Zentren in ländlichere Regionen verlagert und so Lohn- und Kostenvorteile genutzt werden.

Talente und gerade jüngere Fachkräfte schliesslich wünschen sich ein Arbeitsmarktpotential mit Zukunftsaussichten, bauen ihre Standortwahl aber auch auf softe Argumente (Sicherheit, Unversehrtheit, Stabilität etc.) sowie Aspekte zur Gestaltung des Umfelds für Familie, Freizeit und Erholung. Regionen ausserhalb der grossen Zentren etablieren sich dank einem günstigen Kostenumfeld (Steuern, Energie, Preise für Liegenschaften, Lebenshaltungskosten) als komplementärer Teil zu den metropolitanen Netzwerken wie Zürich. Der Urner Talboden ist ein fantastischer Lebens- und Freizeitraum mit einer Seenlandschaft (Wasser- und Segelsport), Bergen und Flüssen (Outdoor, Klettern, Wandern), einem authentischen, ungekünstelten Erfahrungsraum mit der Ur-Geschichte und Tradition der Schweiz. Mit Andermatt bietet der Kanton Uri zudem einen internationalen Tourismus-Standort mit Konzerten, Events und Festivals. Geprägt von einer jahrhundertelangen Tradition mit Gästen und Durchreisenden auf der Nord-Süd-Verkehrsachse haben unbürokratische, schnelle und informelle Wege eine Transferkultur entstehen lassen. Trennendes wird im Kanton Uri verbunden, wodurch Inspirationen für neue Geschäftsideen entstehen.

## 5. Handlungsfelder

Die zusammenfassenden Erkenntnisse der Interviews mit den Stakeholdern und des Analyseteils (Zusammenfassung Abschnitt 4, Details gemäss Anhang) werden nachfolgend zur SWOT-Analyse verdichtet. Dies ermöglicht die Ableitung der wichtigsten Handlungsfelder, welche in der Wirtschaftsförderungsstrategie des Kantons Uri adressiert werden können. Die Reihenfolge der Erkenntnisse entspricht der Nennung im Bericht und stellt keine Priorisierung dar.

### 5.1. SWOT-ANALYSE

Die im Analyseteil erarbeiteten Erkenntnisse lassen sich in nachfolgender SWOT-Analyse<sup>5</sup> darstellen:

Stärken:	Schwächen:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestehendes Botschafternetzwerk</li> <li>• Erste Forschungs- und Bildungsinstitutionen auf tertiärer Stufe erfolgreich angesiedelt</li> <li>• Deutliche Kostenvorteile, attraktives steuerliches Umfeld</li> <li>• Flächenpotential Werkmatt Uri</li> <li>• Neues UKB-Gebäude</li> <li>• Massiver Boost bei Erreichbarkeit aufgrund neuem Kantonsbahnhof und Direktverbindungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlende grössere Hotel-, Tagungs- und Seminarinfrastruktur für Business-Anlässe</li> <li>• Entwicklungsschwerpunkte sind – mit Ausnahme Werkmatt Uri – alle ausgeschöpft resp. weisen wenig tatsächlich verfügbare zusammenhängende Flächen auf</li> <li>• Noch wenig ausgeprägte familienergänzende Betreuungsangebote in Gemeinden</li> <li>• Starker Strukturwandel in Gewerbe, Gastronomie und Hotellerie</li> <li>• Unterdurchschnittliche Wirtschaftsstruktur und Innovationskraft mit Potential</li> <li>• Unterdurchschnittliche Verfügbarkeit Hochqualifizierter</li> <li>• Relativ breite Branchenstruktur, Fokussierung und Schwerpunktsetzung für Vermarktung nötig</li> </ul>

Abbildung 5: SWOT-Analyse Stärken Schwächen

Chancen:	Gefahren:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekt Innovationsbiotop Uri als Nukleus für den Austausch zu neuen Technologien</li> <li>• Gewinnung weiterer Ausbildungsinstitutionen im Seilbahn- und Wintersportbereich</li> <li>• Thema Sicherheit, natürlicher Hochsicherheitstrakt</li> <li>• Fachkräftemarketing ausbauen</li> <li>• Digitalisierung und neue Arbeitsformen auch in Talschaften aufgreifen</li> <li>• Marktbearbeitung italienischsprachiger Raum</li> <li>• Verkehrsdrehscheibe Göschenen</li> <li>• Ansiedlung von Backoffice-Funktionen</li> <li>• Chancen aus Digitalisierung nutzen</li> <li>• Entschleunigter Standort der Wissensökonomie</li> <li>• COVID-Pandemie stärkt dezentrale Standorte (Entkopplung Wohn- und Arbeitsort)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhebliche Konkurrenzsituation, v.a. Schwyzer Talkessel und Arth Goldau</li> <li>• Prognosen sagen eine unterdurchschnittliche Beschäftigungsentwicklung sowie ein unterdurchschnittliches Wachstum der Bevölkerung voraus</li> </ul>

Tabelle 3: SWOT-Analyse Chancen Gefahren

Die wesentlichen Punkte des Analyseteils sowie der SWOT-Analyse werden nachfolgend zu fünf zentralen Handlungsfeldern zusammengeführt.

<sup>5</sup> SWOT-Analyse. Die SWOT-Analyse (engl. Akronym für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Bedrohungen)) ist ein Instrument der strategischen Planung. Sie dient der Positionsbestimmung und der Strategieentwicklung von Unternehmen und anderen Organisationen.

### 5.2. HANDLUNGSFELDER UND ZUSTÄNDIGKEITEN

Zur Adressierung der wichtigsten Empfehlungen müssen in der Wirtschaftsförderungsstrategie des Kantons Uri folgende Handlungsfelder adressiert werden:

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 Werkmatt Uri mit kantonseigenen 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 6: Handlungsfelder

Obige Handlungsfelder sind weiter zu prüfen, zu verfeinern und in entsprechenden Projektstrukturen anzugehen. Im nachfolgenden Abschnitt 6 werden die Projekte weiter skizziert, damit sie in entsprechenden Projektaufträgen und im Dialog mit Partnern für ein allfälliges Hauptprojekt präzisiert werden können.

# 6. Strategie und Massnahmen

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.

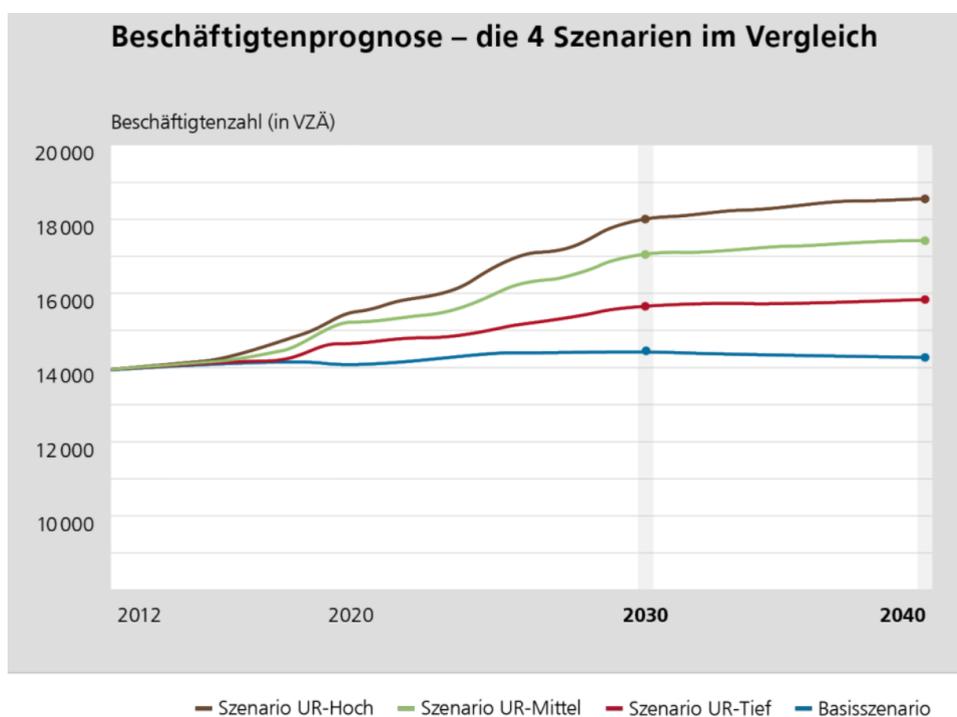


Abbildung 7: Beschäftigungsprognosen gemäss Schätzungen Amt für Raumentwicklung Kanton Uri

Um diese ambitionierte Strategie zu erreichen, wird dem Standort Uri empfohlen, bei der Positionierung, der Standortentwicklung und der Vermarktung die nachfolgend skizzierten Stossrichtungen zu vertiefen, entsprechende Projekte zu lancieren und geeignete Massnahmen umzusetzen. Die Projekte und Zuständigkeiten zwischen der kantonalen Wirtschaftsförderung, Wirtschaft Uri, Gemeindeverband, touristischen Leistungsträgern und weiteren Umsetzungspartnern sind weiter zu detaillieren.

## 6.1. 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.

## 6 Strategie und Massnahmen

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
- Alpiner Tourismus
- Verkehrs- und Sicherheitstechnik
- Energie-Technik/Cleantech
- Präzisionstechnik bzw. Polymer-Technologien



Abbildung 8: Positionierung

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.

### 6.2. ENTWICKLUNG

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 kurz ausgeführt.



Abbildung 9: Standortentwicklung

#### 6.2.1. 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.

### 6.2.1.1. Logistikum

Das Logistikum Schweiz<sup>6</sup> 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.

### 6.2.1.2. Kulturen der Alpen

Das Institut «Kulturen der Alpen»<sup>7</sup> 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.

### 6.2.1.3. Innovationsförderung

Die Zentralschweizer Kantone betreiben ihre Innovationsförderung über das gemeinsame Innovationsnetzwerk «Zentralschweiz Innovativ»<sup>8</sup>. 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 Projekt 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. 6.3.2).

---

<sup>6</sup> <https://www.logistikum.ch/>

<sup>7</sup> <https://www.kulturen-der-alpen.ch/>

<sup>8</sup> <http://www.zentralschweiz-innovativ.ch>

### 6.2.1.4. 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	Zieldatum
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

Tabelle 4: Mögliche Stossrichtungen

### 6.2.2. 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 Halbinschluss an die Autobahn.<sup>9</sup> 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 Konzernverwaltungscentralen 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 oder der Projektgruppe «Innovationspark Gotthard»). 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 Entwicklungsschwerpunkte im engen Dialog mit den Grundeigentümern und Standortgemeinden, welche die Federführung haben, begleiten. Wie in der detaillierten Analyse im Anhang 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 ausgeschrieben werden können. Idealerweise werden neue Flächen an besten Erreichbarkeitslagen ausgeschrieben.

Tasks	Zuständig	Zieldatum
Umsetzung Positionierungs- und Vermarktungskonzept Kantonsbahnhof Altdorf	Wirtschaftsförderung Kanton Uri	laufend

<sup>9</sup> Beachte das Positionierungs- und Vermarktungskonzept ESP Gebiet Kantonsbahnhof Altdorf

## 6 Strategie und Massnahmen

Je nach Entwicklungsstand Werkmatt Uri: Vorbereitung einer Ausschreibung nach SIA 142/143 für ein einzelnes Baufeld, Auswahl Verfahrensbegleitung	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!Invest (Zentralschweiz)	Wirtschaftsförderung Kanton Uri	2022, erledigt
Teilnahme Immo '24	Wirtschaftsförderung Kanton Uri	Evtl. 2024

Tabelle 5: Mögliche Stossrichtungen

### 6.2.3. Chancen Tourismus-Entwicklung Andermatt

Die Investitionen in die Tourismusentwicklung in Andermatt haben zu einem enormen Zuzug von ausländischen Fachkräften geführt. Mit dem Ausbau des Bahnhofes Göschenen, dem möglichen zukünftigen Bau einer neuen Seilbahn direkt auf den Güttsch sowie eines allfälligen neuen Parkhauses kann Göschenen langfristig 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 Urserental<sup>10</sup>.

Tasks	Zuständig	Zieldatum
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

Tabelle 6: Mögliche Stossrichtungen

### 6.2.4. 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



Abbildung 10: Stakeholder Digitalisierungsstrategie

<sup>10</sup> Siehe auch Ideenkonkurrenz Urserental (2021)

## 6 Strategie und Massnahmen

erarbeitet.<sup>11</sup> 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. Die Stakeholder sind in den Bereichen gemäss Abbildung 14 zu verorten.

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	Zieldatum
Unterstützung Netzwerk «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

Tabelle 7: Mögliche Stossrichtungen

### 6.2.5. 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	Zieldatum
Unterstützung, Weiterführung und Weiterentwicklung Regionalmanagement	Gemeindeverband	2023ff
Identifizierung / Unterstützung weiterer Initiativen für die NRP-Umsetzungsprogramme	Wirtschaftsförderung Kanton Uri	2023ff

Tabelle 8: Mögliche Stossrichtungen

<sup>11</sup> Siehe <https://www.ur.ch/themen/3635>

### 6.3. 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 11: Standortvermarktung

#### 6.3.1. 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 Services 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	Zieldatum
Umsetzung und Weiterentwicklung Betriebsbesuche	Wirtschaftsförderung Kanton Uri	2022ff
Standortdialog Kanton Uri (eigene Anlässe oder Unterstützung Anlässe Dritter)	Wirtschaftsförderung Kanton Uri	2023ff

Tabelle 9: Mögliche Stossrichtungen

#### 6.3.2. Schwerpunkte Uri (Testimonials)

Aus den Schwerpunktt Themen 1.) Wissensbasierte Dienstleistungen (inkl. ICT), 2.) Alpinetechnik (Beförderungssysteme, Spezialfahrzeuge, Wintersportindustrie), 3.) Alpiner Tourismus, 4.) Verkehrs- und Sicherheitstechnik (inkl. Hazard-Management), 5.) Energie-Technik/Cleantech sowie 6.) Präzisionstechnik bzw. Polymer-Technologien werden jeweils mehrere führende Unternehmerinnen und Unternehmer für ein Statement gewonnen. Damit werden die bestehenden Schlüsselvorteile des Standorts Kanton Uri für das jeweilige Schwerpunktt Thema 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<sup>12</sup> (Schwerpunkt Alpinetechnik) oder an der Natural Disaster & Emergency Management Messe<sup>13</sup> (Schwerpunkt Sicherheitstechnik). Je nachdem kann es Sinn machen, an diesen Leitmesse eine Agentur bzw. Scouts einzusetzen, welche das Buchen von Gesprächsterminen mit Entscheidungsträgern aktiv unterstützen.

<sup>12</sup> <https://www.interalpin.at/>

<sup>13</sup> <https://www.ndemevent.com/>

## 6 Strategie und Massnahmen

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

Tabelle 10: Mögliche Stossrichtungen

### 6.3.3. 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 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	Zieldatum
Sprungbrett Event: Firmen zur Teilnahme motivieren	Wirtschaftsförderung Kanton Uri	2022ff
Überraschungsversand an potenzielle Heimkehrende inkl. Netzwerkanlass und Vernetzung digitale Medien	Wirtschaftsförderung Kanton Uri	2024

Tabelle 11: Mögliche Stossrichtungen

### 6.3.4. Botschafter-Netzwerk

Das Botschafternetzwerk 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	Zieldatum
Ernenngsrunde neue Mitglieder Botschafter Netzwerk	Regierungsrat	2023
Give-Away und Botschafter-Packages	Wirtschaftsförderung Kanton Uri	2024

Tabelle 12: Mögliche Stossrichtungen

### 6.3.5. 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.

## 6 Strategie und Massnahmen

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

Tabelle 13: Mögliche Stossrichtungen

### 6.3.6. Vermarktung mit GZA und S-GE

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

Tasks	Zuständig	Zieldatum
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

Tabelle 14: Mögliche Stossrichtungen

## Anhang: Ausführliche Analyse

Nebst den Erkenntnissen aus Interviews mit Stakeholdern und der Auswertung von bereits bestehenden Studien und Konzepten erfolgt nachfolgend die externe Analyse. In ihr wurden die Standortanalyse, Marktanalyse sowie die Bedürfnisanalyse aus Nutzersicht inklusive Trends vertieft.

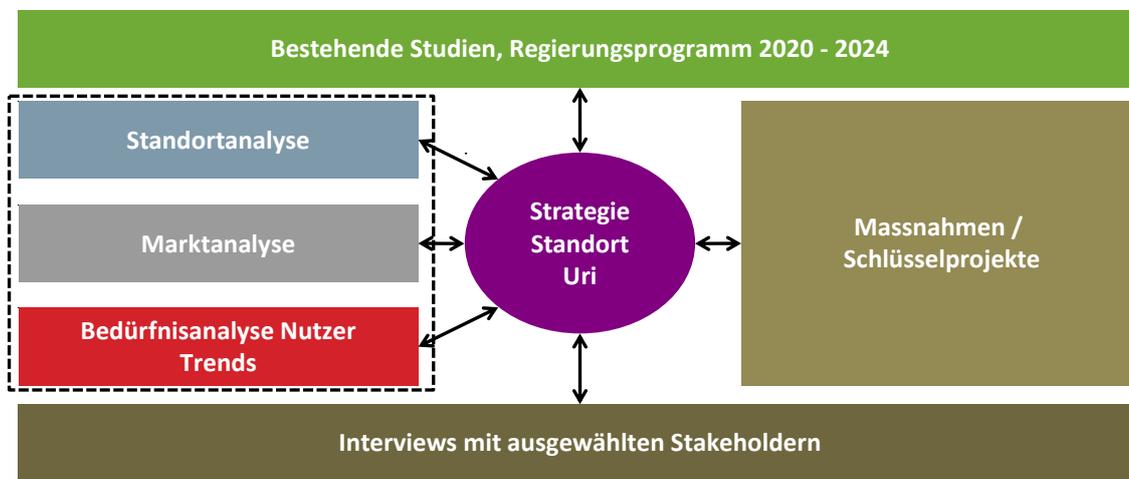


Abbildung 12: Elemente der Analyse

Der vorliegende Bericht kann nicht alle obigen Fragestellungen in absoluter Tiefe behandeln. Dennoch werden alle aus heutiger Sicht erkennbaren Aspekte für eine künftige Positionierung, Entwicklung und Vermarktung des Wirtschaftsstandorts Kanton Uri angeführt. Wesentliche Lücken werden als Handlungsfelder bezeichnet, die in weiteren Schritten vertieft und mit Projekten und Massnahmen kurz-, mittel- und langfristig adressiert werden müssen.

Bei der Standortanalyse können vier Ebenen unterschieden werden: Das Kernprodukt eines Wirtschaftsstandorts sind immer seine Immobilienstandorte und oft Entwicklungsschwerpunkte (ESP), in denen eine natürliche Person lebt oder eine juristische Person ihren Sitz hat. Das Kernprodukt besteht also zum einen aus der Liegenschaft bzw. dem Objekt, also dem Grundstück mit seinen baulichen Anlagen, und zum anderen aus den weiteren Eigenschaften des Standorts im Sinne der Mikro-, Meso- und Makroebene.

<b>Makroebene (regionales und nationales Umfeld)</b>
private und staatliche Forschungs- und Technologiezentren
nahegelegene Flugfelder, Airports
übergeordnete Anbindung an Metropolitanräume durch öV und MIV
Referenzfirmen (Weltmarktführer) im erweiterten Einzugsgebiet (Cluster)
...

<b>Mesoebene (funktionales Umfeld)</b>
öV-Knoten (Bahnhof, Haltestellen)
Autobahnanschlüsse, Zufahrtsstrassen

Bildungs- und Forschungsstätten, internationale Schulen
Schlüsselinfrastrukturen (Spitäler, Post, Versorgung [Strom, Wasser, Gas etc.])
Übernachtungs-, Tagungs- und Seminar-Angebote
bereits ansässige Schlüsselfirmen im Umfeld mit Ausstrahlungskraft (Kunden, Fachkräfte)
...

<b>Mikroebene (Kernbereich):</b>
Parzellenscharfer Kernbereich der Entwicklung, d.h. Einflussbereich der beteiligten Eigentümer auf Grundstücke oder Objekte
Potential- und Arrondierungsflächen für Erweiterungen und Einzonungen (Bauland, Grünflächen, Wald)
Bezug auf die nächste Umgebung wie Quartier oder Strasse
...

<b>Objektebene (Immobilie):</b>
Architektur
Nutzflächenangebot, Raumeinteilung
Funktionen (Empfang, Sitzungszimmer, Recreation Area usw.)
...

Abbildung 13: Die vier Ebenen

Nachfolgend werden die Makro- und Mesoebene sowie die Mikro- und Objektebene jeweils zusammengefasst für den Kanton Uri analysiert.

### Makro- und Mesoebene

Der Kanton Uri ist gemäss Raumkonzept Schweiz ein Übergangsraum zwischen den klein- und mittelstädtisch geprägten Gebieten zu den alpinen Handlungsräumen. Das Gebiet liegt direkt an der Achse der Grosszentren (bzw. Metropolitanräume) Zürich und Mailand und ist somit historisch wie strategisch ein wichtiger Raum der Nord-Süd-Achse. Mit der Neat-Achse, dem massiven Ausbau der Verkehrsinfrastrukturen und den neuen Fahrzeiten mit Auswirkungen auf das Fach- und Arbeitskräftepotential ist diesem Aspekt bei der späteren Vermarktung besondere Aufmerksamkeit zu widmen.<sup>14</sup> In Bezug auf den Austausch zu den weiteren unmittelbaren Agglomerationen sind die Verflechtungen nach Schwyz, Zug und Luzern zu erwähnen. Die wesentlichsten Vorzüge des Wirtschaftsstandorts Kanton Uri können wie folgt zusammengefasst werden:

- In Bezug auf die Wirtschafts- und Verkehrsströme bestehen Verbindungen zum Schwyzer Talkessel, Zug, Luzern und Tessin. Ein besonderer Bezug besteht zum neuen Tourismusresort in Andermatt, welches sich als neuer Ausstrahlungspunkt für Premium-Hotellerie, Sport (Sommer, Winter), Kulturveranstaltungen und Gastronomie etabliert hat.
- Durch die Lage bestehen Zugänge zu den Innovations- und Technologie-Metropolen Zürich und Mailand (v.a. auch Kreativitätswirtschaft), engste Verbindungen zu den Finanz- und Headquarter-Zentren Zug, Rotkreuz, Küssnacht und Freienbach sowie eine ausgeprägte Nähe zu den weiteren universitären Bildungsangeboten in Zürich, Luzern, Zug, Rotkreuz, Rapperswil und im Tessin.
- Mit Abstand grösste privatwirtschaftliche Arbeitgeber im Einzugsgebiet sind die Dätwyler Firmengruppe sowie die Andermatt Swiss Alps Group.<sup>15</sup>

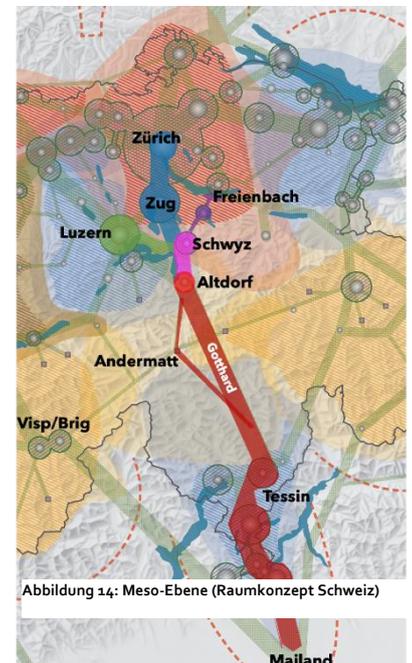


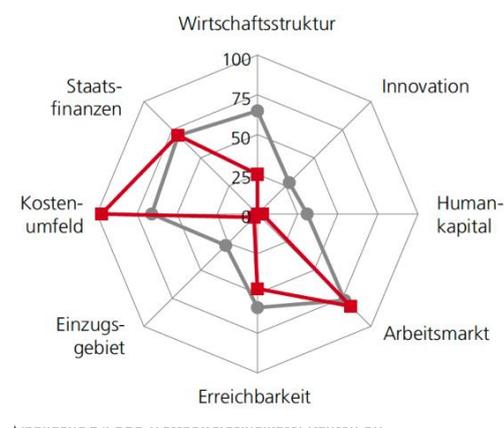
Abbildung 14: Meso-Ebene (Raumkonzept Schweiz)

<sup>14</sup> vgl. dazu auch den Anhang «Erschliessungsqualität»

<sup>15</sup> Die grössten Urner Arbeitgeber 2019, Bote der Urschweiz sowie Uri in Zahlen (2018/2019), S. 16

- Zu den grössten Arbeitgebern gehören auch die verwaltungs- und staatsnahen Betriebe wie die kantonale Verwaltung, das Kantonsspital Uri, die Stiftung Behindertenbetriebe Uri, die EWA Gruppe (CKW), verschiedene bundesnahe Betriebe (wie SBB, VBS, RUAG oder Post) sowie die Urner Kantonalbank.
- Weitere Potentiale bestehen in den Bereichen Metallverarbeitung, Wintersporttechnik, ICT (Data-Center und -Security), Mobilität & Verkehr sowie touristische Leistungsträger (siehe Liste im Anhang 1)<sup>16</sup> Weitere grössere Arbeitgeber sind die mit den grossen Bau- und Tunnelprojekten mandatierten Baufirmen wie etwa Implenia Schweiz AG, Strabag AG oder Porr Suisse.
- Als wichtige Institutionen im Bildungsbereich sind das Berufs- und Weiterbildungszentrum Uri (Altdorf), die Kantonale Mittelschule Uri (Altdorf), die Lemania International School (Altdorf) sowie das Theresianum Ingenbohl (Ingenbohl) zu erwähnen.
- Das Innovationsnetzwerk «Zentralschweiz Innovativ»<sup>17</sup> bündelt die Institutionen des Technologie- und Innovationstransfers in der Region Zentralschweiz. Point of Entry ist die Wirtschaftsförderung Uri.
- Der Kanton Uri ist Trägerkanton der Hochschule Luzern. Er nutzt für die Bildungsangebote der höheren Bildung die physischen Standorte der Universitäten und Fachhochschulen in den Nachbarkantonen. Er verfügt über keine eigenen Standorte, konnte aber in den letzten Jahren verschiedene Institute oder An-Institute von bereits bestehenden Bildungsinstitutionen ansiedeln. Mit dem neuen, in Altdorf domizilierten Forschungsinstitut «Kulturen der Alpen», geht die Universität Luzern erstmals eine Kooperation mit einem anderen Kanton ein. Das Urner Institut wurde Ende Februar 2020 eröffnet. Es beschäftigt sich mit Fragen zum erfolgreichen Strukturwandel im Alpenraum, dem Umgang mit Naturgefahren oder dem Einfluss der Digitalisierung und wird weitere Kooperationen aufbauen. Zu erwähnen ist auch das Projekt «Logistikum Schweiz» in Kooperation mit der Hochschule Luzern (HSLU). Hier soll ein eigenständiger Master-Studienlehrgang aufgebaut werden.
- Betrachtet man die Gesamtbeschäftigung im nationalen Vergleich, so sind vor allem die Infrastruktur, Bau und Wirtschaftliche Dienstleistungen als wachsende Sektoren zu benennen.

In Bezug auf die Wettbewerbsaspekte gehört der Kanton Uri<sup>18</sup> zu den Kantonen im hinteren Mittelfeld<sup>19</sup>. Die Prognose für die Entwicklung der Erwerbsbevölkerung hat sich im Kanton Uri dabei deutlich aufgeheitert. Der Kanton Uri (rote Linie) weist im Vergleich zu einem Mediankanton (graue Linie) vor allem beim Kostenumfeld deutliche Vorzüge auf. Die soliden Staatsfinanzen und die daraus resultierenden tiefen Steuerbelastungen für Private wie Unternehmen sorgen für ein attraktives Kostenumfeld. Deutliche Schwächen werden dem Kanton Uri bei der Wirtschaftsstruktur, der Innovationskraft, der Verfügbarkeit von Humankapital sowie aufgrund der geografischen Lage beim Einzugsgebiet attestiert.



Im CS-Ranking zur Standortqualität führt der Kanton Uri die Gruppe des hinteren Drittels an. Er hat sich vor allem im Steuerbereich laufend verbessert. Im kantonalen Vergleich der Zentralschweizer Kantone bzw. Regionen weist der Kanton Uri leicht unvorteilhaftere Standortqualitäten aus.

<sup>16</sup> Vgl. dazu Business Location Uri – Selection of Focus Fields sowie die Masterarbeit «Location Marketing Canton of Uri», Stefan Büeler

<sup>17</sup> <http://www.zentralschweiz-innovativ.ch>

<sup>18</sup> UBS (2021): Kantonaler Wettbewerbsindikator

<sup>19</sup> Der Rückschritt wird mit der unvorteilhaften Positionierung bei der Unternehmenssteuerreform begründet.

### Standortqualität der Schweizer Kantone

Standortqualitätsindikator (SQI), synthetischer Index, CH = 0



Quelle: Credit Suisse

Abbildung 16: Credit Suisse RQI-Index 2021

Der Kanton Uri teilt mit den weiteren Wirtschaftsregionen der Zentralschweiz insbesondere die Vorteile bei den Steuern (sowohl juristische, etwas weniger ausgeprägt bei natürlichen Personen), hat unterdurchschnittliche Werte bei der Verfügbarkeit von Fachkräften und der Erreichbarkeit der Beschäftigten sowie leichte Nachteile bei der Erreichbarkeit des Flughafens. Mässige Werte hingegen hat der Kanton Uri bei der Verfügbarkeit von Hochqualifizierten. Durch die neuen Erschliessungsvoraussetzungen (Eröffnung Kantonsbahnhof, Strassenprojekte) wird es aber auch hier zu Verbesserungen kommen.

Der Kanton Uri konnte sich in den letzten Jahren im Ranking der Credit Suisse laufend verbessern. Es ist davon auszugehen, dass die prospektive Erreichbarkeit des Kantons Uri über den neuen Kantonsbahnhof sowie die Optimierungen bei den Strassenprojekten noch nicht in die Beurteilungen von UBS und Credit Suisse eingeflossen sind.

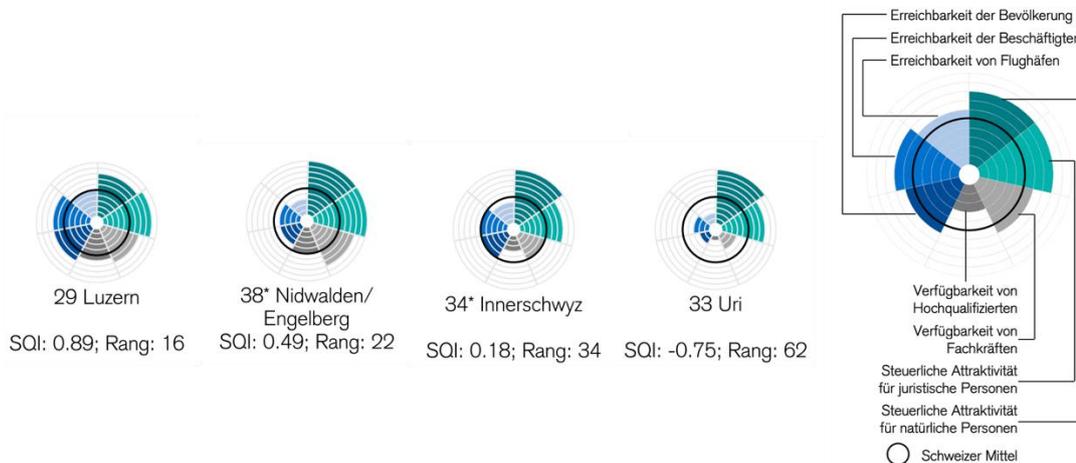


Abbildung 17: Kanton Uri und umliegende Regionen im Credit Suisse SQI-Indikator

### Mikro- und Objektebene

Das Tempo im Standortwettbewerb ist horrend. Die Entscheidfenster für eine Standortwahl von international tätigen Unternehmen öffnen sich zwischen drei und sechs Monaten. Standorte, bei denen innerhalb von 2,5 bis 3 Jahren sämtliche Bewilligungs- und Bauverfahren durchlaufen werden können, damit ein Gebäudebezug oder die Aufnahme der Produktionstätigkeit eingeleitet werden kann, erhalten den Vorzug.<sup>20</sup> Entsprechend müssen Standorte nicht nur raumplanerisch und baureif aufbereitete Areale, sondern bezugsfertige Liegenschaften mit einem attraktiven Nutzungsmix, Services und vielfältigen Funktionen anbieten.

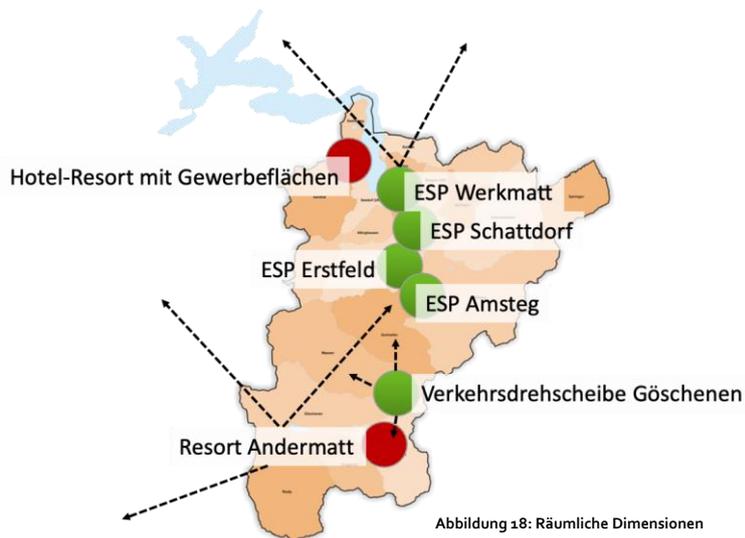


Abbildung 18: Räumliche Dimensionen

Für die wirtschaftliche Entwicklung bedeutende Standorte werden meist im Kantonalen Richtplan<sup>21</sup> als so genannte Entwicklungsschwerpunkte (ESP) festgelegt, um die Rechtssicherheit bei der Planung zu erhöhen, aber auch die Ressourcen von Kanton und Gemeinde an solchen Standorten gezielt zu bündeln. Dies ist auch im Kanton Uri der Fall. Mittelpunkt<sup>22</sup> der Entwicklungs- und Vermarktungsanstrengungen für die Wirtschaftsförderung ist der Entwicklungsschwerpunkt Urner Talboden, welcher u.a. die Neugestaltung des Bahnhofs Altdorf mit dem Neubau der Urner Kantonalbank (UKB) und die Entwicklung des Gewerbe- und Industriegebietes Werkmatt Uri (Eyschachen) beinhaltet. In Ergänzung zu diesen Anstrengungen werden auch weitere Entwicklungsschwerpunkte (ESP) mit einem Schwerpunkt Wirtschaft (Industriegebiete / -propeller) weiterentwickelt, so etwa der ESP Schattdorf, der ESP Amsteg und der ESP Erstfeld, damit Nutz- und Entwicklungsflächen für die Urner Wirtschaft und ansiedlungswillige Betriebe bereitgestellt werden können. An fast all diesen weiteren ESP-Standorten sind Verknappungen des Flächenangebots feststellbar.

In sämtlichen Gebieten und Teilbereichen laufen bereits umfassende Planungen, welche nachfolgend stark verkürzt in den wesentlichsten Punkten wiedergegeben werden:

Zielrichtungen	Projekte
ESP Urner Talboden – Gebiet Bahnhof Altdorf	Entwicklungsschwerpunkt Urner Talboden, welcher u.a. die Neugestaltung des Bahnhofs Altdorf mit dem Neubau der Urner Kantonalbank (UKB) und die Entwicklung des Gewerbe- und Industriegebietes Werkmatt Uri (Eyschachen) beinhaltet. In diesem Generationenprojekt entsteht ein rund 120'000 m <sup>2</sup> grosses Gewerbe- und Industriegebiet mit einem Potential von bis zu 1'100 Arbeitsplätzen. Mit den neuen Anschlüssen an das Intercity-Netz der SBB und einem Autobahnhalbinschluss Altdorf Süd wird die Erreichbarkeit für Arbeitnehmende und Investoren aus dem Kanton und anderen Regionen der Schweiz nun zeitnah massiv gesteigert.
Arbeitsplatzgebiet Schattdorf/Bürglen	Das Gebiet Rossgiessen liegt zwischen dem Tellpark und der Betriebsstätte der Dätwyler Schweiz AG. Sofern die Pema Holding AG, Altdorf, ihre Entwicklungsabsichten umsetzt, so wäre auch dieses Gebiet durch bestehende Firmen und deren Ausbauprojekte grösstenteils konsumiert. Der Entwicklungsschwerpunkt ist für Industrie und Gewerbe sowie verkehrintensiv orientierte Einrichtungen positioniert.
Arbeitsplatzgebiet Erstfeld	Das Gewerbegebiet «Gygen» liegt nördlich des Dorfes Erstfeld. Verschiedene Grundeigentümer haben noch einzelne Landreserven, jedoch sind kaum grössere Landflächen mehr für Interessenten verfügbar. In Bezug auf das Bahnhofsareal wurde unter Zusammenwirken der Gemeinde Erstfeld, des Kantons Uri, der SBB und der Südostbahn (SOB) wurden vier Arbeitsgruppen ins Leben gerufen, die bis zum Frühjahr 2021 die Erarbeitung einer wertschöpfungs- und umsetzungsorientierten Perspektive zu den Bereichen

<sup>20</sup> Vgl. im Detail Anhang «Bedürfnisanalyse Nutzer»

<sup>21</sup> Richtplan Uri – Teil Siedlung, Koordinationsblatt, Abschnitt 4.3, Stand: 31. August 2016

<sup>22</sup> Hier ist auch die Federführung direkt beim Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr angegliedert.

Zielrichtungen	Projekte
	Bahnbranche, Tourismus, Wohnraum und Areale sowie Innovation, Technologie und Berufs- und Weiterbildung leisteten. Der priorisierte Schienenzugang des Erhaltungs- und Interventionszentrums der SBB sowie die Lage der schützenswerten Remise erschweren die Bildung von attraktiven Baufeldern sowie öffentlichen Zugängen erheblich. Der Entwicklungsschwerpunkt fokussiert auf Gewerbe-Nutzungen.
Arbeitsplatzgebiet Amsteg	Das ehemalige Baustellengebiet der Neat weist kaum noch verfügbare Flächen auf. Aktuell stehen hauptsächlich noch zwei Hallen zur Verfügung. In einem Dienstleistungs- und Gewerbegebäude entsteht ein Sport- und Ärztezentrum mit Restaurant. In Amsteg bietet die Firma "Green Places" auch Hallen an (modulare Büroräumlichkeiten zu günstigen Konditionen). Der Entwicklungsschwerpunkt fokussiert primär auf Gewerbe-Nutzungen.
Verkehrsdrehscheibe Göschenen	Nicht unwesentlich ist die Tatsache, dass auch Göschenen zur Verkehrsdrehscheibe aufgewertet werden soll. Denkbar wäre der Ausbau des Bahnhofs Göschenen, eine neue Seilbahn direkt auf den Gütsch sowie ein neues Parkhaus. Die Investitionen betragen nach Schätzungen rund 150 bis 200 Millionen Franken. Damit könnte die Verbindung zwischen dem Resort in Andermatt und dem Reusstal weiter beschleunigt werden. Es ist damit zu rechnen, dass die Wirkung dieses Investments die Wohnortentwicklung in den umliegenden Gemeinden von Göschenen direkt beeinflussen würde.

Tabelle 15: Nutzungsabsichten

Es ist aus den Ausführungen erkennbar, dass im Bereich Entwicklungsareale aktuell und in Zukunft sehr viele Aktivitäten geplant oder bereits in Umsetzung sind. In Bezug auf das Flächenangebot nimmt die Verfügbarkeit von Entwicklungsflächen für die Urner Wirtschaft laufend ab. Es ist also fast ein Trugschluss, wenn man meint, dass man im Kanton Uri noch umfassende Flächen zur Verfügung stellen kann für expansionswillige ansässige Unternehmen oder Neuansiedlungen. Die Werkmatt Uri ist das letzte grosse Entwicklungsgebiet mit zusammenhängenden Flächen. Entsprechend sind in Zusammenarbeit mit der kantonalen Raumplanung zu prüfen, wie die bestehenden Areale weiter verdichtet werden können und wo allenfalls raumplanerische Anpassungen oder Erweiterungen nötig sind.

### Konkurrenzsituation

Verschiedene Landesteile der Schweiz bauen im nationalen Netzwerk «Switzerland Innovation» eigene Innovationsparks auf – Standorte mit Einrichtungen für Spitzenforschung, bezugsfertigen Gebäuden und Reserveflächen für Firmen. Der Switzerland Innovation Park Central hat seinen Standort in der Suurstoffi Rotkreuz mit dem Schwerpunkt Building Excellence. Es gibt darüber hinaus im ganzen Land weitere und zahlreiche grössere Entwicklungsflächen, welche den Anforderungen an die Ansiedlung von Hightech- und Dienstleistungs-Funktionen gerecht werden können. Nicht zu unterschätzen ist die Westschweiz, welche im Bogen entlang des Lac Léman zwischen Genf und Lausanne erhebliche Ansiedlungserfolge verbuchen konnte und äusserst aktiv um Investitionsvorhaben wirbt. Daneben sind aber auch Lagen zu beachten im Kanton Aargau (Raum Aarau und Lenzburg, Rheinfelden, Park InnovAARE/PSI) sowie unmittelbar in der Zentralschweiz (siehe nachfolgend), wo zahlreiche Bahnhofgebiete, Brachen und Konversionsflächen (Armee, Neat-Baustellen etc.) auf den Markt kommen.

Auch die Konkurrenzsituation in der Region Zentralschweiz ist nicht zu unterschätzen. Zum einen sind verschiedene Projekte in der Stadt Luzern in Umsetzung (Seetalplatz, Rösslimatt, Campus Horw), welche vor allem im Bereich Bürobauten grössere Nutzflächen bereitstellen. Wichtigstes Zugpferd und damit auch «Benchmark» für eine zeitgemässe, integrale Standortentwicklung ist das Gebiet «Suurstoffi» im Dreieck Zug-Risch-Rotkreuz mit direkter Bahnhofanbindung, International School, Golfresort, Business Appartements, Data-Center sowie Büro-Gebäuden für Headquarter-Funktionen. Mit dem Neat-Basistunnel durch den Gotthard hat die Verkehrsanbindung von Altdorf Richtung Norden wie Süden massgeblich gewonnen. Dadurch wird auch der Einzugsbereich für Fachkräfte deutlich erhöht. Bei der Detailpositionierung des ESP Kantonsbahnhof Altdorf sind daher auch die Entwicklungen rund um die Entwicklungsgebiete des Kantons Graubünden (San Vittore) sowie Schwyz (Arth-Goldau, Schwyz und Brunnen) zu beachten. Schliesslich sind auch die weiteren innerkantonalen ESPs zu erwähnen, mit denen die Vermarktung gezielt abgestimmt werden sollte. Nachfolgend werden alle Areale ab 20'000 m<sup>2</sup> Nutzfläche im Umfeld von 45 Fahrminuten mit dem MIV dargestellt:

Areal	Adresse	Ort	Grundstücksfläche in m2	Geschossfläche in m2
Militärflugplatz Alpnach	Eichstrasse 13	Alpnach	665'028	163900
Areal Flugplatz Buochs Nord	Flugplatz Buochs	Ennetbürgen	89'091	125093
Areal Brunnen Nord	Industriestrasse	Ingenbohl	152'631	107200
Quartier Ibach	Reusseggstrasse 17	Luzern	120'000	85700
Nidfeld Kriens - alter Pilatusmark (West)	Nidfeldstrasse 2	Kriens	41'300	80000
Seewenfeld	Gardiweg	Schwyz	120'203	76300
Feldbreite	Feldbreite	Emmen	105'000	67300
Schweighofpark	Schweighof	Kriens	67'291	67000
Horw Mitte - Ziegelei-Areal	Sternenried 14	Horw	47'567	62200
Fänn Süd	Aahusweg	Küssnacht (SZ)	66'869	49800
Arbeitsgebiet Foribach	Foribachstrasse 3	Sarnen	103'580	49800
Zeughaus-Areal	Franzosenstrasse	Schwyz	43'673	49600
Eichhof Areal	Obergrundstrasse 109	Kriens	29'343	42750
EWL-Areal Industriestrasse	Steghof	Luzern	21'524	38500
Vorderschlund	Schlund	Kriens	57'400	38400
Mättivor	Mättivor	Schwyz	53'669	36100
Schällematt	Schällematt	Kriens	51'325	34600
Mattenhof Kriens	Mattenhof	Kriens	26'089	33900
Areal Flugplatz Buochs Süd	Flugplatz Buochs	Buochs	122'172	33900
Familiengartenareal Grabenhof	Grabenhofstrasse	Kriens	43'895	33600
HSLU-Areal	Brünigweg	Horw	84'264	32000
Nidfeld - alter Pilatusmarkt (ost)	Nidfeldstrasse 1	Kriens	40'299	31100
Hinterschlund	Wiggehof	Kriens	43'895	29900
Wijermatt	Wyerermatt	Schwyz	41'807	28600
Horw Mitte, Ostseite - Baufelder D und E	Bahnhofstrasse 2	Horw	8873	22'250
Flugplatz Bochs Süd - Pilatus Produktionshalle	Fadenbrücke 20	Buochs	36'292	21'900
Hof	Gerbihofstrasse 1	Schwyz	30'103	21'100
Rösslimatt	Rösslimatt	Luzern	39'170	20'000

Abbildung 19: Standorte innert 45 Fahrminuten MIV (Quelle: Wüest & Partner)

Der Standort Kanton Uri muss sich über seine Entwicklungsgebiete gegen beträchtliche Konkurrenz innerhalb der Schweiz resp. der Zentralschweiz durchsetzen.

### Beschäftigungs- und Bevölkerungsentwicklung

Prognosen für die Zukunft sind schwierig. Kleinste negative Veränderungen eines Indikators in der Gegenwart können sich bei einer Extrapolation über Jahrzehnte überraschend nachteilig auswirken. Prognosen für die Zukunft sind daher schwierig und gerade bei Betrachtungsebenen eines bevölkerungsmässig kleineren Kantons wie Uri mit Vorsicht zu geniessen.

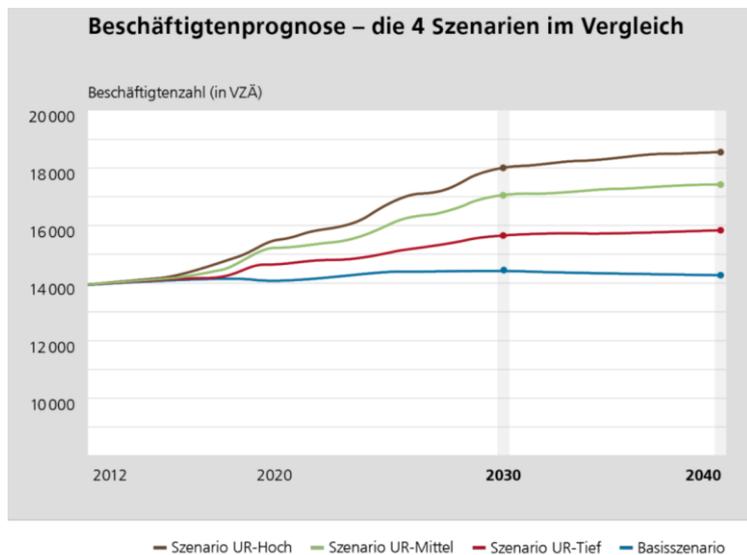


Abbildung 20: Beschäftigungsprognosen gemäss Schätzungen 2014

Für die Prognose der Beschäftigungsentwicklung wurde davon ausgegangen, dass im Entwicklungsschwerpunkt Urner Talboden (Kantonsbahnhof, Werkmatt Uri) bis 2040 maximal 2'000 neue Arbeitsplätze entstehen. Im Tourismusresort Andermatt werden durch die direkten, indirekten und induzierten Beschäftigungseffekte bis zu 3'700 neue Arbeitsplätze entstehen. Drei Viertel der entstehenden Arbeitsplätze werden durch Zuzüger oder Pendler von ausserhalb des Kantons besetzt werden.<sup>23</sup>

Eine neue Bevölkerungsprognose des Bundesamtes für Statistik (BFS) für den Kanton Uri aus dem Jahr 2020 bestätigt die positive Entwicklung der letzten Jahre. Bis ins Jahr 2035 wird in allen drei Szenarien von einem anhaltenden Bevölkerungswachstum ausgegangen. Je nach Szenario werden für das Jahr 2035 40'741 (Referenzprognose), 42'468 (Szenario «Hoch») bzw. 38'935 (Szenario «Tief») Einwohnerinnen und Einwohner prognostiziert. Das grösste prozentuale Bevölkerungswachstum wird mit 26 Prozent im Urserental erwartet. Ebenfalls weiter an Bevölkerung zunehmen wird das Untere Reusstal Nord mit einem Wachstum von 7,9 Prozent. Dies unterstreicht den starken Einfluss der Wachstumsimpulse, die sich aus dem Tourismusprojekt in Andermatt und den Entwicklungen im Umfeld des Kantonsbahnhofs ergeben. In den Regionen Oberes Reusstal, Unteres Reusstal Süd und den Seegemeinden wird die Bevölkerung bis 2035 ebenfalls zwischen 1,9 und 6,0 Prozent zunehmen. Als einzige Region im Kanton dürfte das Schächental in den nächsten 15 Jahren an Bevölkerung verlieren.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Bevölkerungs- und Beschäftigtenprognose Kanton Uri, Kurzbericht 2014

<sup>24</sup> Bevölkerungsprognose Kanton Uri, Kurzbericht 2020

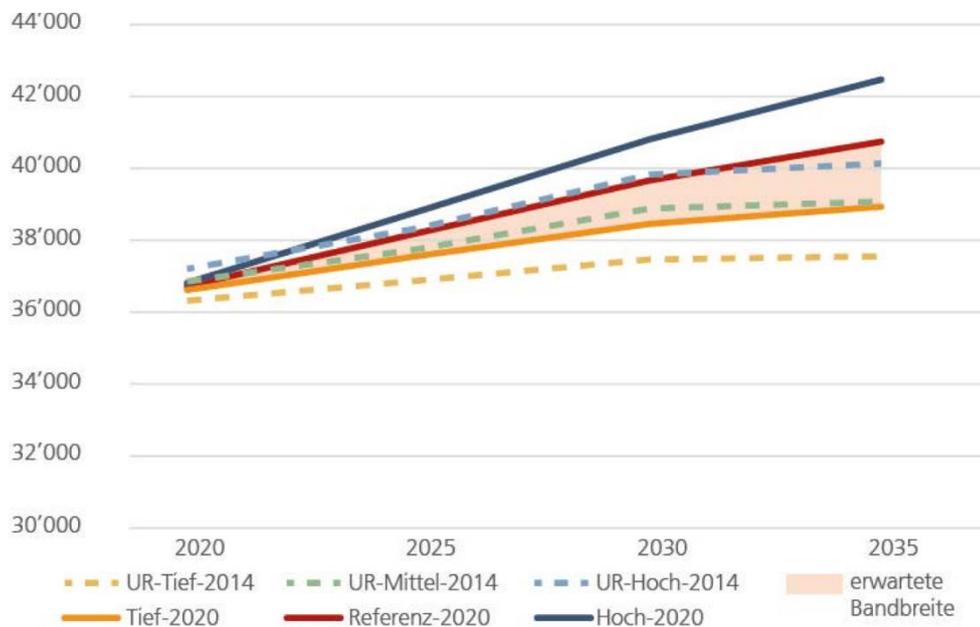
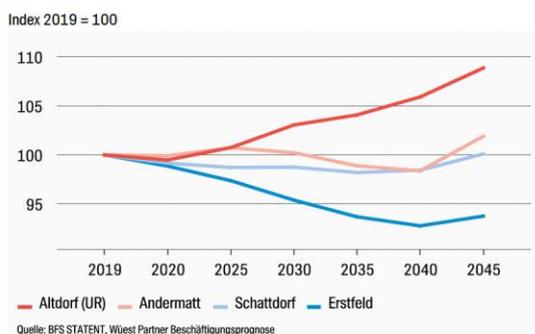


Abbildung 21: Prognose Beschäftigungsentwicklung 2045 (Quelle: Wüest Partner, Stand November 2021)

Betrachtet man die für die wirtschaftliche Entwicklung massgeblichen Hauptorte Altdorf, Andermatt, Schattdorf und Erstfeld, so zeigt sich folgende Entwicklung:

**Prognose des Beschäftigtenentwicklung für die nächsten 30 Jahre (indexiert)**



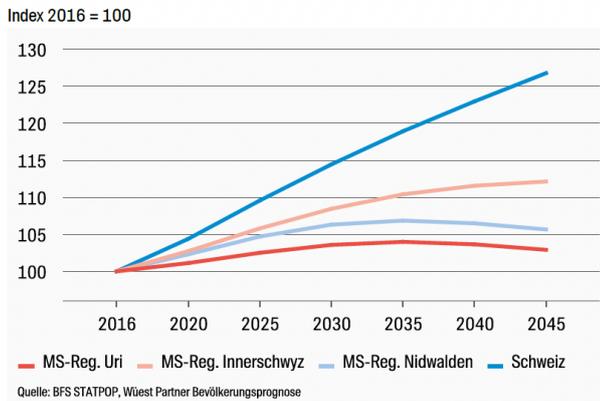
	Altdorf (UR)	Andermatt	Schattdorf	Erstfeld
2019	100.0	100.0	100.0	100.0
2020	99.5	99.9	99.2	98.9
2025	100.7	100.7	98.7	97.4
2030	103.1	100.2	98.8	95.4
2035	104.1	98.9	98.2	93.7
2040	105.9	98.4	98.4	92.8
2045	108.9	101.9	100.1	93.8

	Altdorf (UR)	Andermatt	Schattdorf	Erstfeld
2019	6'809	1'361	2'902	1'411
2020	6'774	1'360	2'878	1'395
2025	6'860	1'371	2'865	1'374
2030	7'017	1'364	2'866	1'346
2035	7'087	1'346	2'850	1'322
2040	7'212	1'339	2'857	1'309
2045	7'413	1'387	2'905	1'323

Abbildung 22: Prognose Beschäftigungsentwicklung 2045 (Quelle: Wüest Partner, Stand November 2021)

Bei der Bevölkerungsentwicklung deutet sich ein Szenario an, welches dem Kanton Uri nur ein schwaches Bevölkerungswachstum attestiert. Auch die Nachbarregionen Innerschwyz und Nidwalden weisen im Vergleich zur Schweiz ein moderates Wachstum aus.

Prognose der Bevölkerungsentwicklung für die nächsten 30 Jahre (indexiert)

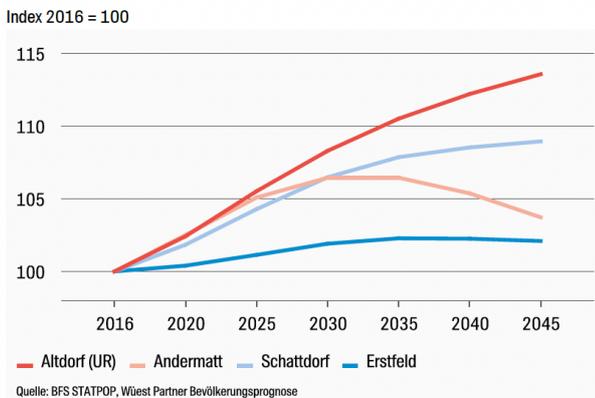


	MS-Reg. Uri	MS-Reg. Innersch	MS-Reg. Nidwald	Schweiz
<b>2016</b>	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>2020</b>	101.1	102.7	102.3	104.4
<b>2025</b>	102.5	105.8	104.7	109.6
<b>2030</b>	103.6	108.4	106.3	114.4
<b>2035</b>	104.0	110.4	106.9	118.9
<b>2040</b>	103.7	111.6	106.5	123.0
<b>2045</b>	102.9	112.1	105.7	126.8

Abbildung 23: Prognose Bevölkerungsentwicklung 2045 (Quelle: Wüest Partner, Stand Mai 2021)

Betrachtet man die Zahlen im innerkantonalen Vergleich, so wird sich die Bevölkerungsentwicklung vor allem auf Altdorf und Schattdorf konzentrieren.

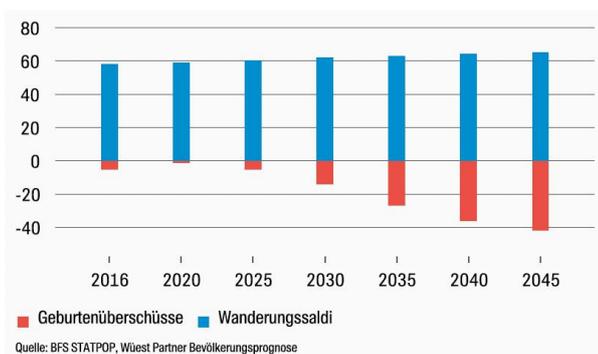
Prognose der Bevölkerungsentwicklung für die nächsten 30 Jahre (indexiert)



	Altdorf (UR)	Andermatt	Schattdorf	Erstfeld
<b>2016</b>	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>2020</b>	102.4	102.5	101.8	100.4
<b>2025</b>	105.5	105.1	104.3	101.1
<b>2030</b>	108.3	106.4	106.5	101.9
<b>2035</b>	110.5	106.4	107.9	102.3
<b>2040</b>	112.2	105.4	108.5	102.3
<b>2045</b>	113.6	103.7	108.9	102.1

Dies hat viel mit der demografischen Struktur zu tun. Die negative Entwicklung bei den Geburtenüberschüssen kann nicht durch Zuwanderung kompensiert werden.

### Prognose der jährlichen Geburtenüberschüsse, Wanderungssaldi und die Bevölkerungsveränderung für die nächsten 30 Jahre, Altdorf (UR)



Altdorf (UR)		
	■ Geburtenüberschüsse	■ Wanderungssaldi
2016	-5	58
2020	-1	59
2025	-5	60
2030	-14	62
2035	-27	63
2040	-36	64
2045	-42	65

Abbildung 24: Prognose Geburtenüberschüsse und Wanderungssaldi (Quelle: Wüest Partner, Stand Mai 2021)

Entsprechend hat eine Wirtschaftsförderungsstrategie sowohl die Gewinnung von Arbeitsplätzen, aber auch das Halten und Zurückgewinnen von Talenten mit Urner Wurzeln zu verfolgen.

### Erschliessungsqualität

Die Wahrscheinlichkeit oder Bereitschaft, vom aktuellen Wohnort zu einem neuen Arbeitsplatz zu pendeln, hängt von der Versorgungsfunktion des Mitarbeiters mit attraktiven Verkehrslösungen ab. Mitarbeiter sind nicht bereit zu pendeln, wenn die Reisezeit einen bestimmten Schwellenwert überschreitet. Die «Knock-Out»-Schwelle<sup>25</sup>, bei der ein Standort die Standortgunst von Bewohnern, Unternehmen und Talenten verliert, setzt bei 45 Minuten ein und liegt bei maximal 90 Minuten je Fahrweg (Tür zu Tür-Reisezeit) für gut dotierte, anspruchsvolle und herausfordernde Stellen. Insbesondere die Erschliessungsgüte mit dem öffentlichen Verkehr prägt Dienstleistungs- und Forschungsstandorte. Mobiles Arbeiten hat dank neuer Kommunikationstechnologien auch die Erwartungen von qualifizierten Arbeitskräften verändert. Talente, die mit dem Kopf arbeiten, wollen auf dem Arbeitsweg produktiv sein. Firmen wählen innerhalb einer Gemeinde auch gerne Bürostandorte mit guter Anbindung an Autobahnknoten, damit Besprechungen mit Kunden und eigene Geschäftsreisen flexibel gestaltet werden können. Die Präferenz für den motorisierten Individualverkehr (MIV) nimmt mit dem Alter (und damit indirekt auch der Kaderstufe) zu. Je besser eine Erschliessung mit öffentlichem Verkehr sowie die Nähe zu einem öV-Knoten in Fussdistanz (350 bis 450 Meter) gegeben sind, desto eher unterstützt dies die Ansiedlung von wertschöpfungsintensiver Produktion bzw. produktionsnahen Dienstleistungen (Labore, Forschung und Entwicklung) und vor allem von Unternehmens-Funktionen. Letztere betreffen 75 Prozent aller ausländischen Ansiedlungen.<sup>26</sup>

Neue Verkehrserschliessungen bringen völlig neue Standortvoraussetzungen für den Kanton Uri. Es gibt in naher Zukunft ein viel höheres Fachkräftepotential. Zudem hat der Kanton Uri mit der Werkmatt Uri ein planerisch aufbereitetes Areal direkt beim Kantonsbahnhof – ein absoluter Pluspunkt. Folgende Entwicklungen sind dabei besonders zu erwähnen:

- Seit Dezember 2021 laufen am neuen Kantonsbahnhof in Altdorf SBB-Züge, die Buslinien der Auto AG und der Postauto Schweiz sowie des Tellbus und des Winkelriedbus zusammen. Dank der sehr zentralen Lage mitten im Talboden können Einheimische, Pendler und Touristen von einem deutlich verbesserten öV-Angebot profitieren. Seit Fahrplanwechsel 2021 halten am neuen Kantonsbahnhof in Altdorf täglich neun Fernverkehrszüge (IC-Züge), die schnell durch den Gotthard-Basistunnel in den Süden fahren oder die Passagiere rasch und bequem Richtung Zug, Zürich und Luzern bringen. Dazu kommen die bestehenden stündlichen InterRegio-Züge (Treno Gottardo)

<sup>25</sup> Vgl. dazu Daguati (2018): Die Knock-out Schwelle in der Standortgunst, siehe <https://www.loc-consulting.ch/single-post/2018/08/25/Knock-Out-Schwelle-Standortgunst>

<sup>26</sup> <https://home.kpmg.com/ch/en/home/insights/2016/11/clarity-on-business-location-switzerland.html>

sowie die S2-Anschüsse (Erstfeld - Zug), die das Bahnangebot weiter aufwerten.<sup>27</sup> Mit dem Konzept «ÖV-Erschliessung und Buskonzept unteres Reusstal» vom Juli 2013 wurde das Urner Bussystem in mehreren Schritten auf den Kantonsbahnhof ausgerichtet. Das Bahnhofprojekt umfasste zwei neue Busbahnhöfe, Perronverlängerungen, die Verlängerung der Personenunterführung nach Westen sowie verschiedene Parkierungsanlagen (Ost/West) und einer Park&Ride-Lösung auf der Ostseite des Bahnhofs. Damit wurde der Kantonsbahnhof Altdorf zur eigentlichen Drehscheibe des öffentlichen Verkehrs im Urner Talboden. SBB, Kanton Uri, Gemeinde Altdorf und Dritte investierten in den neuen Kantonsbahnhof mehr als 60 Mio. Franken.

- Auch im Strassenbereich sind umfassende Entwicklungen im Gang oder bereits umgesetzt. Mit der Unterführung Wysshus, dem Halbinschluss Altdorf Süd (A4) sowie der neuen Umfahrungsstrassen (West-Ost-Verbindung inklusive flankierender Massnahmen) wird der ESP Urner Talboden – Gebiet Bahnhof Altdorf noch besser verbunden und mit ausreichenden Strassenkapazitäten versehen.
- Die Ferienregion Andermatt soll in Zukunft direkter, komfortabler und nachhaltiger erschlossen werden. Dafür wollen verschiedene Partner der Destinationsperspektive Göschenen-Andermatt die Gemeinde Göschenen mittelfristig zur alpinen Verkehrsdrehscheibe für Bahn, Seilbahn, Busse und Autos ausbauen. Denkbar wäre ein Ausbau des Bahnhofs Göschenen, eine neue Seilbahn direkt auf den Gütsch sowie ein neues Parkhaus in Göschenen. Die Investitionen für die Verkehrsdrehscheibe Göschenen können nach Schätzungen bis zu 150 - 200 Millionen Franken betragen.<sup>28</sup>

Neue und künftige Formen der Mobilität (selbstfahrende Systeme des MIV, Kombination der verschiedenen Verkehrsträger [ÖV, Langsamverkehr, MIV etc.]) verändern zudem die Erreichbarkeit von Standorten ausserhalb der Zentren (autonome Taxidienste, selbstfahrende Autos und Busse).<sup>29</sup> Gleichzeitig werden die Buchung und der Vertrieb von Reisen, touristischer Angebote und Veranstaltungen durch digitale Marktplätze vereinfacht. Schliesslich können dank der Elektrifizierung und Motorisierung von Fahrrädern völlig neue Reichweiten realisiert werden, weshalb immer mehr Berufstätige ihren Arbeitsweg mittels E-Bikes bestreiten. Ein Trend, der durch die COVID-19-Pandemie geradezu explodiert ist. Standorte, die sich bei der Entwicklung ihrer Bahnhofareale in solche Netze aktiv einbringen und Infrastruktur wie Software aufeinander abstimmen, haben klare Vorteile. Der Kanton Uri ist hier auf dem Weg und wendet alle Instrumente bereits aktiv an.

### Markttrends für ausländische Direktinvestitionen

Die Ansiedlungen ausländischer Unternehmen sind in der Schweiz seit 2006 regelrecht eingebrochen und haben sich seit 2015 auf tiefem Niveau stabilisiert. Die globalen Ströme für ausländische Direktinvestitionen (nachfolgend Foreign Direct Investments [FDI]) konzentrieren sich auf die Wachstumsmärkte Asien, Südamerika und Afrika. Europa zieht – wegen seiner überalterten Bevölkerung – v.a. Projekte in den Sektoren Life Sciences, ICT, MEM und zentralen Funktionen an. Die wenigen verbliebenen Projekte ausländischer Investoren sind meist mit Hochtechnologien verbunden. Zudem muss in solchen Projekten auch ein internationales Umfeld (Mehrsprachigkeit) geboten werden können. Nur wenige Wirtschaftsförderungen können sich deshalb in diesem Umfeld behaupten. Leitprojekte wählen primär die Wirtschaftsräume Lac Léman (Achse Genf-Lausanne), Mittelland (Achse Zürich-Bern), Basel oder Zentralschweiz (Achse Luzern-Rotkreuz-Zug) für ihre neuen Standorte. Die von den USA erlassene Reform bei den Unternehmenssteuern hat die komparativen Vorteile der Schweiz (Kostenaspekte, insbesondere Steuern) in diesem wichtigsten Markt für FDI zudem verringert. Eine Studie von KPMG gibt für den Zielmarkt USA entsprechende Empfehlungen ab, wonach ein geplanter Steuersatz von Vorteil unter 14 Prozent liegt.<sup>30</sup> Da das Gros aller Foreign Direct Investments in die Schweiz eine Verbindung zu einer US-Muttergesellschaft aufweist, kann der Kanton Uri diesem Aspekt bestens Rechnung tragen.

<sup>27</sup> Botschaft zum Kredit für den Ausbau des Bahnhofs Altdorf zum Kantonsbahnhof, Volksabstimmung vom 2. Juli 2017

<sup>28</sup> Luzerner Zeitung, Göschenen soll zur Verkehrsdrehscheibe werden; Bericht vom 9. Juli 2021

<sup>29</sup> Vergleiche etwa <https://mybuxi.ch/>

<sup>30</sup> KPMG (2018): US-Steuerreform: Was könnten die Auswirkungen für den Standort Schweiz sein?

Bei einem erheblichen Anteil der Ansiedlungen in der Schweiz handelt es sich also um regionale oder globale Unternehmensfunktionen. Das Gros der im internationalen Wettbewerb gewonnenen Projekte beginnt sehr klein und wählt für die Umsetzung meist eine bestehende Büroinfrastruktur. Dieser Kategorie sind rund 75 Prozent aller Ansiedlungen zuzurechnen.<sup>31</sup> Ein Konzept, welches auch auf exogene Ansiedlungsfälle setzt, muss zwingend in einem bahnhofsnahen Bereich Business-Center-Flächen und Funktionen (Fussdistanz zur Perronkante: maximal 350 bis 500 Meter) bereithalten. Der Kantonsbahnhof und der ESP Werkmatt Uri erfüllen diese Anforderungen bestens.

Erfolgreiche Wirtschaftsstandorte bieten heute ein umfassendes Paket, um natürliche Personen sowie Firmen und Institutionen anzuziehen bzw. zu halten.<sup>32</sup> Dieses besteht aus einem innovativen Umfeld für konvergierende Technologien und werttreibende Funktionen, rasch verfügbaren Immobilien sowie einer wirksamen Vermarktung der Rahmenbedingungen, insbesondere auch im steuerlichen Bereich. Dazu kommen Rekrutierungsmöglichkeiten zur Gewinnung von Talenten (Fachkräfte, Wissen), welche in der Umgebung wohnen, gewillt sind in die Region zu ziehen oder zu ihrem Arbeitsort pendeln. Entsprechend relevant ist die Erreichbarkeit mit motorisiertem Individualverkehr (MIV)<sup>33</sup> und öffentlichen Verkehr (ÖV).<sup>34</sup>

Geschäftsmodelle können verschiedenste Treiber haben: Innovationen, optimierte Prozesse und Strukturen oder die Erschliessung neuer Märkte. International erfolgreiche Unternehmen optimieren ihre Wertschöpfungsketten laufend. Da Unternehmen immer globaler agieren, verändern sich auch ihre Betriebsstrukturen, um komplexen Lieferketten und neuen Managementmodellen – insbesondere auch getrieben durch die zunehmende Digitalisierung – entsprechen zu können. Ein erfolgreicher Wirtschaftsraum muss deshalb nebst qualifiziertem Personal für konvergierende Technologien auch einen Pool von Talenten zur Verfügung stellen, die obige Werttreiber und Funktionen innerhalb eines Unternehmens vorteilhaft weiterentwickeln und Qualifikationen in den entsprechenden Managementdisziplinen aufweisen. Sofern solche Unternehmen für das Management der Wertschöpfungstreiber keine Visibilität bzw. eine renommierte Adresse (meist in Zentrumslagen von Metropolitanregionen) verlangen, können auch Regionalzentren zu Standorten werden (v.a. Backoffice-Funktionen), sofern sie an bahnhofsnahen Lagen Nutzflächen bereithalten. Auch der Kanton Uri kann sich für solche Funktionen aufstellen und diese mit etwas Geduld und Zielstrebigkeit langfristig gewinnen.

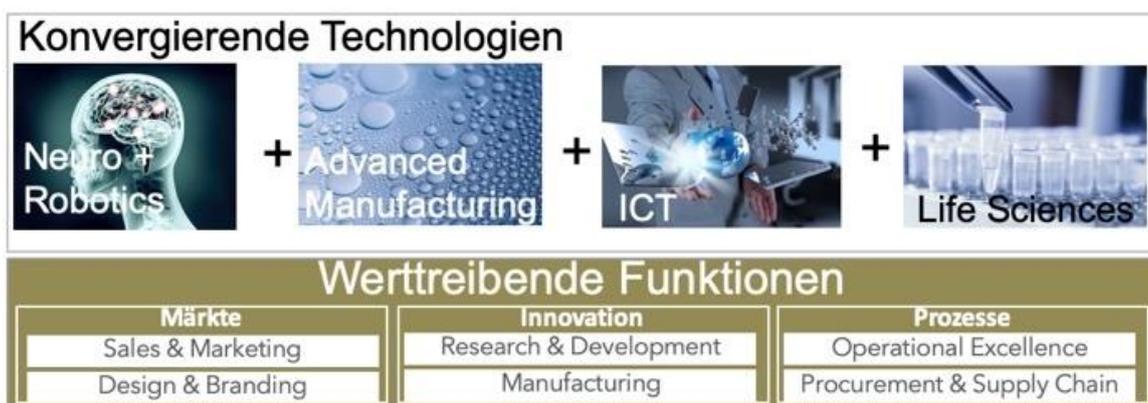


Abbildung 25: Zaubersformel für Wirtschaftsstandorte (Daguati, 2017)

<sup>31</sup> <https://home.kpmg.com/ch/en/home/insights/2016/11/clarity-on-business-location-switzerland.html>

<sup>32</sup> Daguati, Remo (2016): Wie Standorte innovative Projekte gewinnen. Verfügbar unter <http://www.loc-consulting.ch/single-post/2016/08/12/Wie-Standorte-innovative-Investitionsprojekte-gewinnen> (abgerufen am 11. Januar 2021) sowie

Daguati, Remo (2017): Zaubersformel für erfolgreiche Standorte. Verfügbar unter <http://www.loc-consulting.ch/single-post/2017/03/12/Zaubersformel-für-erfolgreiche-Standorte> (abgerufen am 11. Januar 2021)

<sup>33</sup> Die Präferenz für den motorisierten Individualverkehr (MIV) nimmt mit dem Alter (und damit indirekt auch der Kaderstufe) deutlich zu. Gerade bei C-Level Entscheidungsträgern spielt die Verfügbarkeit eines eigenen Parkplatzes bei der individuellen Standortentscheidung eine nicht unwesentliche Rolle.

<sup>34</sup> Daguati, Remo (2018): Die Knock-Out-Schwelle der Standortgunst, In: Die Ostschweiz. Verfügbar unter <https://www.dieostschweiz.ch/artikel/die-knock-out-schwelle-der-standortgunst-wgKdJKr>

### Markttrends bei bereits ansässigen Firmen

Das Potential für den Kanton Uri, endogene Nutzer (v.a. aus der Zentralschweiz) auf den Lebens- und Wirtschaftsstandort Uri aufmerksam zu machen, ist grundsätzlich intakt. Folgende Markttrends bei bereits ansässigen Firmen können genannt werden:

- Neue digitale Arbeitsformen entkoppeln die Arbeit vom Arbeitsort. Wer keinen ortsgebundenen Kundenkontakt hat, wird die Arbeit in Zukunft dort ausführen, wo er diese am besten erledigen kann. Die Freiheiten in Bezug auf die Wahl von Arbeitsort und -zeit werden zum wesentlichen Entscheidungskriterium bei der Stellensuche. Das Homeoffice gewinnt auch deshalb an Bedeutung, weil öffentliche Verkehrssysteme an ihre Grenzen geraten und Mobilität teurer wird.
- Homeoffice und neue Formen des mobilen Arbeitens fordern erweiterte Nutzungskonzepte. Mitarbeitende sind zwar in Firmen angestellt, die ihren Geschäftssitz in den Zentren haben, erledigen aber ihre Arbeit von zuhause aus – auch am Wohnsitz im grünen, ländlichen Raum. Einige arbeiten hierfür am Wohnort in Co-Working-Strukturen, um Arbeit und Familienleben konsequent zu trennen. Gerade die COVID-19-Pandemie hat diesen Trend massiv verstärkt.
- Auch Verkaufsflächen unterstehen einem Verdrängungswettbewerb, werden doch historisch gewachsene Einkaufsangebote durch Erlebniscenter mit Einkaufsmöglichkeiten sowie neuen Formen von Schnelleinkäufen (Online-Handel, Bahnhof- und Tankstellenshops, Harddiscounter) verdrängt. Entsprechend müssen bestehende Einkaufspassagen Erlebnis- und Verweilwelten bieten.
- Die Digitalisierung bietet neue Chancen, die Produktion und damit Werkplätze wieder nahe an die Absatzmärkte zu bringen. Produkte können auf die einzelnen Kunden zugeschnitten werden – ein Stichwort ist die Individualisierung von Gütern oder Dienstleistungen. Dank dem gezielten Einsatz von Robotern kann die Produktivität von Prozessen und Verfahren erheblich gesteigert werden. Kleine Serien können direkt vor Ort und innert kurzer Zeit produziert werden. ICT und Robotik können zur Renaissance eines Werkplatzes beitragen, Büroflächen und Research-/Entwicklungs-Labore wachsen zusammen.<sup>35</sup>
- Gebäude müssen ein flexibles Raumangebot mit Empfangs- und Besprechungsbereichen für Kunden bieten. Firmen buchen Raum auf Zeit zur Abwicklung spezifischer Aufträge in der Nähe. Variable Anschlüsse und digitale Vernetzung bieten den Nutzern mehr Flexibilität. Lagerflächen und Liftsysteme sind optimiert. Gebäude sind als Mischnutzungen verdichtet, Gewerbenutzungen mit Büros kombiniert, Hotels weichen vollautomatisierten und modernen Business-Appartements und Digitalhotels auf Zeit.
- Gerade im Dienstleistungsbereich kommt es vermehrt zu Onshoring (Bsp. UBS)<sup>36</sup>, wobei ortsunabhängige Dienstleistungs-Funktionen aus den kostspieligen Zentren in Second- oder Third-Tier Cities verlagert werden und so Lohn- und Kostenvorteile genutzt werden. Teilweise können auch gesetzliche Auflagen in hochregulativen Sektoren ein Onshoring verlangen, da eine Auslagerung ins Ausland ausgeschlossen werden muss, der Kostendruck aber hoch bleibt. Rechtliche Auslegungen, etwa beim Datenschutz, sind ebenso ein Treiber für Onshore-Lösungen.
- Unternehmen, welche in Wohn-Gewerbe-Gebieten erfolgreich entwickeln und produzieren, kommen immer stärker in Konflikte wegen Immissionen und Beschwerden von Nachbarn. Häufig können solche Grundstücke durch Umzonungen für Wohnnutzungen frei gegeben werden. Idealerweise werden die Firmen in der Region gehalten, weshalb ein gewerbliches Entwicklungsgebiet Nutzflächen für solche umzugswillige Firmen bereitstellen sollte.

<sup>35</sup> Remo Daguati (2018): Robotik als Chance für den Werkplatz, <https://www.loc-consulting.ch/single-post/2018/03/10/Robotik-als-Chance>

<sup>36</sup> Vgl. dazu <https://www.loc-consulting.ch/onshoring-inlandsverlagerung>

Trendbox	Entkopplung Arbeitsort	Digitaler Speed vs. Entschleunigung	Überalterung Europa/Schweiz	Mobilität
Lifestyle	Wohnen für gutsituierte Arbeitsnomaden	Wohnen für gutsituierte Entschleuniger	Alterswohnen für zahlungskräftige Personen	Selbstfahrender Motorisierter Individualverkehr (Taxidienste)
Produktivität Arbeitswelt	Mobiles Arbeiten	Cloud Offices Datenanbindung	Ansiedlung KMU Präzisionstechnik	Renaissance von bahnhofsnahe Standorten
Geschäfts- immobilien	Variable Bürokonzepte für digitale Nomaden	Gewerbeterminals für KMU 4.0 (Produktion und Handel)	Bahnhof-Shops für Versorgung der Pendler/Zentren	Park & Ride für Streusiedlungs-Pendler

Abbildung 26: Trendbox (Quelle: LOC AG)

### Softe Faktoren – New Work, New Balance – Tourismus

Talente und gerade jüngere Fachkräfte wünschen sich ein Arbeitsmarktpotential mit Zukunftsaussichten, bauen ihre Standortwahl aber auch auf softe Argumente (Sicherheit, Unversehrtheit, Stabilität etc.) sowie Aspekte zur Gestaltung des Umfelds für Familie, Freizeit und Erholung. Regionen ausserhalb der grossen Zentren etablieren sich dank einem günstigen Kostenumfeld (Steuern, Energie, Preise für Liegenschaften [Kauf, Miete], Lebenshaltungskosten) als komplementärer Teil zu den metropolitanen Netzwerken Zürich, Arc Lémanique, Basel oder der Hauptstadtregion Bern. Entsprechend definieren sich solche Orte als «third place» mit hoher Lebensqualität. Digitalisierung und «New Work»<sup>37</sup> machen solche Region zum entschleunigten Standort für die Wissensökonomie, wo gute Ideen erst entstehen können. Die gemachten Überlegungen führen zur Gegenthese der Urbanisierung, dass ein gewisser Anteil an innovationsintensiven Branchen sowie Ablegern der Wissensökonomie durch die Verlagerung von F&E-Aktivitäten aus dem metropolitanen Netzwerk in rurale geographische Räume steigen wird. Durch die gezielte Ansiedlung von international oder national anerkannten Forschungs- und Bildungsinstitutionen kann solchen Ansätzen zusätzlicher Rückenwind verschafft werden. Der Kanton Uri setzt dieses Instrument bereits erfolgreich ein.

Der Urner Talboden ist ein fantastischer Lebens- und Freizeitraum mit einer Seenlandschaft (Wasser- und Segelsport), Bergen und Flüssen (Outdoor, Klettern, Wandern), einem authentischen, ungekünstelten Erfahrungsraum mit der Ur-Geschichte und Tradition der Schweiz. Tradition trifft auf Moderne, Brauchtum auf Wirtschaft, Musik auf Kreativität. Der Kantonshauptort Altdorf ist wie kein anderer Ort von der Tell-Geschichte geprägt. Auch das Haus der Volksmusik ist in Altdorf beheimatet und führt zahlreiche Veranstaltungen durch. Mit «Alpentöne» besteht zudem ein hochstehendes, regelmässiges Festival im Naturmusikbereich. Geprägt von einer jahrhundertelangen Tradition mit Gästen und Durchreisenden auf der Nord-Süd-Verkehrsachse haben unbürokratische, schnelle und informelle Wege eine Transferkultur entstehen lassen. Trennendes wird verbunden, wodurch Inspirationen für neue Geschäftsideen entstehen.

<sup>37</sup> New Work beschäftigt sich mit der Zukunft der Arbeit. Ausgehend von den Trends der Globalisierung, Digitalisierung, dem Wertewandel in der Gesellschaft und der Veränderung der Funktionsweise unserer Märkte, werden sowohl Chancen als auch individuelle und gesellschaftliche «Druckpunkte» in der Transformation der Arbeitswelt untersucht.



Abbildung 27: Softurbane Work-Life-Balance

Die Nähe zu Luzern und Zürich (Kultur und Einkauf), dem Urner- und Vierwaldstättersee (Wasser und Outdoor Sport), Andermatt (Wellness, Konzerthalle, Sport) und der neue Bahntunnel in die Südschweiz und den Grossraum Mailand führen zu höchster Lebensqualität. Uri ist der nächstgelegene deutschsprachige Kanton, welcher an das Tessin und den Grossraum Mailand grenzt. Er bietet gegenüber den italienischsprachigen Nachbarn das höchste verfügbare Einkommen.

Die Wahrnehmung eines solchen Raums kann über Profilprojekte mit Ausstrahlung (Inkubatoren für Technologie, Anreicherung mit New-Work-Arbeitsplätzen) und einer verbesserten Wahrnehmung in den thematischen Feldern Arbeit, Bildung, Mobilität, Gesundheit, Erholung und Kultur oder Ernährung und Ressourcen erfolgen. Eine solche Region zeichnet sich durch vielseitige urbane und ländliche Arbeits- und Wohnqualitäten aus und öffnet sich auch dem Tourismus, der Gastronomie und dem Lebensgefühl einer ausgewogenen Arbeits- und Lebensbalance.

### Trends aufgrund der COVID 19-Pandemie<sup>38</sup>

Basierend auf der Annahme, dass sich der Trend zum Homeoffice fortsetzt, könnte der Faktor Wohnqualität auf Kosten der Zentralität in Zukunft eine höhere Gewichtung erfahren. In der Folge wären Verschiebungen in den offenbarten Lagepräferenzen zu erwarten, was mit vermehrten Umzügen – ob zur Miete oder im Eigentum – an dezentralere Standorte einhergehen würde. Dadurch wäre eine erhöhte Nachfrage sowohl nach Wohneigentum wie auch nach Mietwohnungen an eher peripheren Standorten zu erwarten. Infolgedessen sind Anpassungen im Mobilitätsverhalten möglich. Zum einen ist es möglich, dass die Gesellschaft insgesamt weniger Mobilität nachfragt. Zum anderen sind gewisse Verschiebungen zwischen den Verkehrsträgern wahrscheinlich. Dabei ist davon auszugehen, dass auf kurzen Strecken vermehrt auf das (elektrisch verstärkte) Fahrrad zurückgegriffen oder eine Strecke zu Fuss zurückgelegt wird. Auf längeren Strecken könnte derweil der motorisierte Individualverkehr (MIV) auf Kosten des öffentlichen Verkehrs an Bedeutung gewinnen. Gründe hierfür sind zweierlei: Auf der einen Seite wirken sich verändernde Lagepräferenzen auf das Mobilitätsverhalten aus, was gemäss dem in der Schweiz beobachtbaren und räumlich stark unterschiedlichen Modalsplit den MIV begünstigt. Auf der anderen Seite hat der öffentliche Verkehr aufgrund der Krise stark an Vertrauen eingebüsst bzw. die empfundene Sicherheit wird deutlich tiefer wahrgenommen. Das Privatauto oder allgemein der MIV vermittelt dabei als mobiler Schutzraum diese Sicherheit, die ein Massenverkehrsmittel per Definition nicht bieten kann. Unabhängig von den Verschiebungen zwischen den Verkehrsträgern tragen Homeoffice, Videokonferenzen und allgemein die Auswirkungen des digitalen Arbeitens dazu bei, dass insgesamt weniger Mobilität nachgefragt wird – und wie einleitend erwähnt der Faktor «Wohnqualität» auf Kosten der «Zentralität» in Zukunft eine höhere Gewichtung erfährt.<sup>39</sup>

<sup>38</sup> HEV Kanton St.Gallen (2020): Studie Wohnstandort St.Gallen, Fahrländer Partner, Zürich (Auszug)

<sup>39</sup> Beachte dazu das Interview mit Dominik Matter, St.Galler Hauseigentümer 5/20, S. 7ff

### Wirkungszusammenhänge

Das Wirkungsziel der Wirtschaftsförderungsstrategie des Kantons Uri ist, über breit verankerte Initiativen die Beschäftigungs- und Arbeitsplatzentwicklung langfristig positiv und ausgeglichen zu prägen. Dies erfolgt primär über eine gezielte räumliche Entwicklung und Vermarktung von Entwicklungsschwerpunkten und die Stärkung der Standortattraktivität durch ausgewählte Entwicklungsprojekte. Die dadurch geschaffene Wirtschaftskraft soll die Steuerkraft des Standorts Kanton Uri langfristig positiv beeinflussen. Dadurch werden auch öffentliche Finanzen geschaffen, damit die mit der Umsetzung dieser Strategie zu leistenden öffentlichen Aufgaben erbracht werden können. Bei allen Anstrengungen sind aber auch die qualitativen Aspekte eines Wohn- und Wirtschaftsraums sowie der Nachhaltigkeit hohe Beachtung zu schenken.

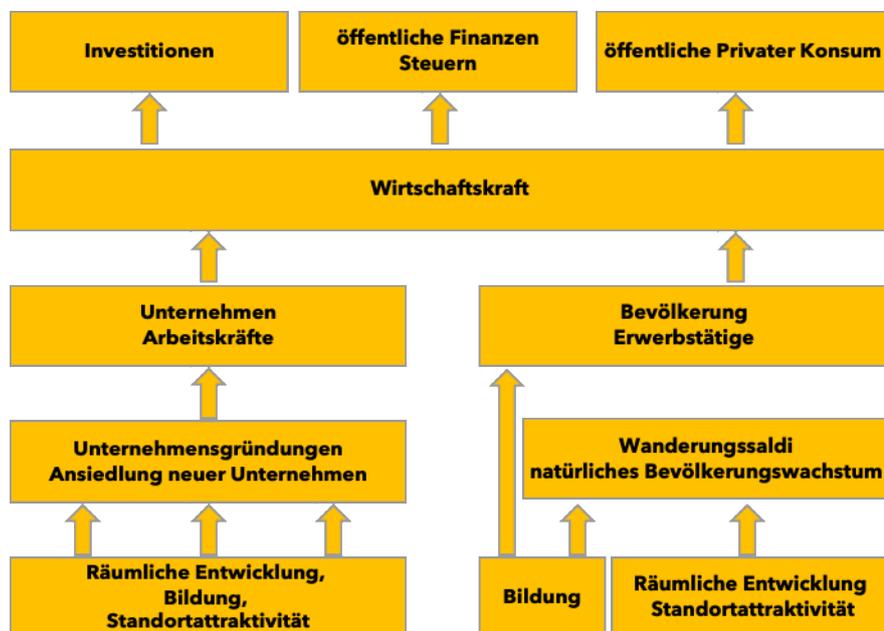


Abbildung 28: Wirkungszusammenhänge

### LOC AG

Badergasse 9  
CH-8001 Zürich  
Tel. +41 43 277 02 70  
Mob. +41 79 642 88 82  
www.loc.ag