

Gschaffhauser Nachrichten

Publiziert am 17.03.2010

Preis-Leistungs-Verhältnis hervorheben

Für eine professionell geführte Geschäftsstelle «Pro Weinland» entschieden sich die Mitglieder mit der Wahl von Felix Juchler an der ersten Mitgliederversammlung. Als Cashcow für den Verein hat sich der Weinland-Kalender profiliert.

Oberstammheim Der Schritt war bereits bekannt: Der regionale Förderverein Pro Weinland wird eine Geschäftsstelle mit zwei Teilzeitstellen für je einen Koordinator und Projektbetreuer sowie eine Sekretariatsstelle lancieren (SN vom 19. 11. 2009). Doch die Personen, welche diese Ämter bekleiden sollen, wurden am Montag an der ersten Mitgliederversammlung des jungen Vereins im Schwertsaal in Oberstammheim erstmals den Mitgliedern präsentiert: Vorstandsmitglied Felix Juchler übernimmt die operative Leitung und die Betreuung der Projekte in der Region. Mit niedrigem Budget, so die Präsidentin von Pro Weinland, Anita Simioni (budgetierter anfänglicher Aufwand der Geschäftsstelle: 25 000 Franken), wird er zusammen mit Brigitte Huggel «ganz bescheiden» beginnen. «Das ist der erste Schritt in die Professionalisierung fürs Weinland», fügte Simioni an.

Die Geschäftsstelle soll per Mobiltelefon und E-Mail (ohne gemietete Räumlichkeiten) erreichbar sein und für die zahlreichen Projekte eine koordinierende und beratende Funktion ausüben. Tragende Säulen sind vor allem die Finanzbeiträge der 24 Weinländer Gemeinden – bislang haben 13 Gemeinden einen Beitrag an die Geschäfts- oder Anlaufstelle von Pro Weinland gesprochen. Derweil sind 19 Gemeinden Mitglied des Vereins. In diesem Jahr sollen auch die Gespräche mit dem Kanton im Hinblick auf eine Beteiligung intensiviert werden. Vor dem offiziellen Teil mit den Zahlen sorgte das Unterhaltungs- und Tanzmusikorchester «Wyländer Provisorium» mit beschwingten Noten für Unterhaltung. Der zurücktretende Aktuar Markus Lütscher verriet dann vor der Erläuterung der Rechnung 2009, dass sich der zum zweiten Mal herausgegebene Weinland-Kalender als stärkster Umsatzträger und «Milchkuh» des Vereins entpuppte. Ein Blick in die Jahresrechnung genügt: Bei einem Aufwand von 49 900 Franken und einem Ertrag von 57 800 Franken betrug der Erlös aus den Kalenderverkäufen 2009 und 2010 total 37 600 Franken. Mit einem Gewinn von rund 15 000 Franken dieses – dank viel Fronarbeit zustande gekommenen – Projekts schliesst auch das Jahresergebnis per 31. Dezember 2009 mit einem Plus von rund 7800 Franken.

Weinland soll Stärken hervorheben

Eines Kernthemas des Vereins, nämlich der Standortförderung, nahm sich dann der Gastredner Robert Gubler, Präsident der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement (SVSM), an. Wie sich das Weinland seines Schattendaseins im Standortwettbewerb entledigen kann, versuchte Gubler anhand von praktischen Beispielen und Vorschlägen aufzuzeigen. Im Eilzugstempo zwischen hingezappten Power-Point-Projektionen und einem Staccato von Fachausdrücken Marke «Standortförderung» liess er der versammelten Mitgliedschaft zwar kaum Zeit zum Sinnieren über seine Inputs. Doch die generelle Stossrichtung wurde klar: Das Weinland muss sich mit seinen Stärken in Position rücken, um vor allem als Wohnregion natürliche Personen, bestenfalls steuerkräftige, zu «akquirieren». Als Erfolgsbeispiele nannte er den Kanton Thurgau, «fast Weltmeister im Standortmarketing», der es geschafft habe, die S-Bahn in die eigene «heile Welt» zu verlängern und diese Vorteile auch noch erfolgreich zu vermarkten. Ein weiteres Paradebeispiel aus seinem Repertoire lieferte er mit der «Graubündner Frage»: Für den Kanton Graubünden erwies sich die Ansiedlung des riesigen Stallinger-Sägereiwerts als «zweites Standbein» neben dem Tourismus – ein standortpolitischer Geniestreich, um das Klumpenrisiko sozusagen zu reduzieren. Für Gubler zeigte dieses Beispiel exemplarisch auf: «Nicht Ordnungspolitik ist entscheidend, sondern der Wettbewerb mit anderen Kantonen» (Standortpolitik). Auf die vereinfachte Formel zugespitzt, fasste er zusammen: «Junge Menschen zieht es (aus dem Kanton Zürich) in den Kanton Thurgau bis zur Scheidung – und alte Menschen gehen nach Graubünden.»

Bestandespflege statt neuer Angebote

Im Weinland seien die vermeintlichen «Probleme» geringer als anderswo, zumal hier am «Produkt» nichts Wesentliches geändert werden müsse. Die Freizeit- und Erholungswerte, die Landschaft, die Dorfbilder seien bereits gegebene Vorteile mit Vermarktungspotenzial. Insofern sei hier vor allem die Standortpflege vonnöten, welche sich aus den Wohnmöglichkeiten definieren solle. Das Weinland gelte zwar steuerlich nicht als günstige Region im Kanton Zürich, doch die Zuzüger achteten nicht nur auf den Steuerfuss, sondern auch aufs Preis-Leistungs-Verhältnis. Erfolgreiche Wohnpolitik respektive Wohnortvermarktung sei daher ein wichtiger Ansatz, um ein Umdenken vor allem bei steuerkräftigen Privatpersonen zu erreichen. Die Dinks (double income, no kids – kinderlos, mit doppeltem Einkommen) hob er als spezielle Zielgruppe hervor: «Die können sich alles leisten, auch Ihre Fachwerkhäuser.» Andererseits sei es utopisch, sich die Ansiedlung zahlreicher Ingenieure, Industriebetriebe oder Manager herbeizuwünschen. Unter dem Strich sei das Angebot bei der Bestandespflege entscheidend: «Sie brauchen im Zyklus ihrer Familien ganz unterschiedliche Wohnungstypen.» Nur einer Ortskernpolitik, welche sich auf bestehende Stärken konzentriere (Dorfbild, grüne Landschaft, Detailhandel), sei Erfolg vergönnt – Hand in Hand mit einer Verstärkung bestehender Standortfaktoren: Bildung, Infrastruktur, Freizeitangebote usw. Wenngleich einige der Vorschläge doch eher utopisch anmuteten im kleinräumigen und raumplanerisch eingeschränkten Weinland, nahm die Versammlung Gublers Vorschläge mit Applaus zur Kenntnis. (M. G.)

Wahlen und Ausblick Wieder ein Winzer und ein Banker im Vorstand von Pro Weinland

Oberstammheim Als Vereinsziele hat sich Pro Weinland laut Felix Juchler im Jahr 2010 die Stärkung der Basis, sprich: das Akquirieren neuer Privat- und Geschäftsmitglieder, auf die Fahnen geschrieben. Zu den zahlreichen bereits lancierten Projekten, die 2010 weitergeführt werden (u. a. die Erweiterung der Velo-, Wein- und Behindertenwanderwege, die Weinland-Agenda, ein Koch-

Kunst-Buch oder der Weinland-Kalender 2011), sind auch einige neue gestossen: Mitte des Jahres soll die Homepage «Zürcher Weinland» unter Brigitte Huggels Regie aufgeschaltet werden; ausserdem soll eine Datenbank mit regionalen Produkten die allgemeine Unübersichtlichkeit reduzieren helfen.

Zum Schluss durften die Mitglieder den teilweise neu besetzten Vorstand kennenlernen und wählen. Neuer Vizepräsident wird der Winzer Hans Glesti aus Oberstammheim – für die abtretende Winzerin Nadine Besson (Uhwiesen); für den zurücktretenden Finanzchef Markus Lüscher wurde erneut ein Banker, nämlich Stefan Leu (Benken), Filialleiter der Ersparniskasse Schaffhausen in Kleinandelfingen, in den Vorstand gewählt; auch Brigitte Huggel (Kommunikationsberatung, neu Sekretariat der Geschäftsstelle) ist neu im Vorstand. Bestätigt wurden die bisherigen Mitglieder Hannes Huggel (Marketing und Kommunikation), Felix Juchler (neu Leiter der Geschäftsstelle), Mathias Hofmann (Beziehungspflege) und Präsidentin Anita Simioni. Der bisherige Chefredaktor der «Andelfinger Zeitung», Daniel Thüler, wird aufgrund seiner beruflichen Neuausrichtung nicht mehr im Vorstand vertreten sein. (M. G.)