

Zeitschrift: Anthos : Zeitschrift für Landschaftsarchitektur = Une revue pour le paysage
Herausgeber: Bund Schweizer Landschaftsarchitekten und Landschaftsarchitektinnen
Band: 53 (2014)
Heft: 4: Mehrwert Landschaft = Plus-value paysagère

Artikel: Landschaftsqualität als Standortfaktor = La qualité du paysage comme facteur d'implantation
Autor: Kägi, Wolfram
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-595323>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 26.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Landschaftsqualität als Standortfaktor

Hohe Landschaftsqualität macht einen Wohnort attraktiver. Wie sie sich allerdings auf die Standortwahl von Unternehmen auswirkt, ist noch nicht abschliessend geklärt.

Einiges spricht jedoch dafür, dass sie ein zunehmend wichtiges Element der Standortattraktivität ist.

La qualité du paysage comme facteur d'implantation

Un paysage de grande qualité augmente l'attractivité d'un lieu d'habitation. On ne sait jusqu'à présent pas vraiment dans quelle proportion cette qualité détermine le choix d'une entreprise pour un site.

Elle constituerait toutefois un élément toujours plus important de l'attractivité pour l'implantation.

Wolfram Kägi

Viele Menschen empfinden attraktive Landschaften als wertvoll, wichtig und schützenswert. Die Annahme der Zweitwohnungsinitiative und das revidierte Raumplanungsgesetz sind Beispiele dafür, dass eine Mehrheit der Schweizer ein Bewusstsein dafür entwickelt, dass Landschaftsqualität erhalten und der Zersiedelung Einhalt geboten werden sollte. Gleichzeitig wissen Politik und Bevölkerung um die Bedeutung der Standortattraktivität einer Gemeinde, eines Kantons und des Landes, wobei sich der Begriff heute im allgemeinen Verständnis auf die Wahrnehmung eines Standorts aus Sicht von Firmen bezieht. Eine hohe Standortattraktivität ist demnach eine Voraussetzung für eine ausreichende Anzahl von Arbeitsplätzen und wirtschaftliche Prosperität.

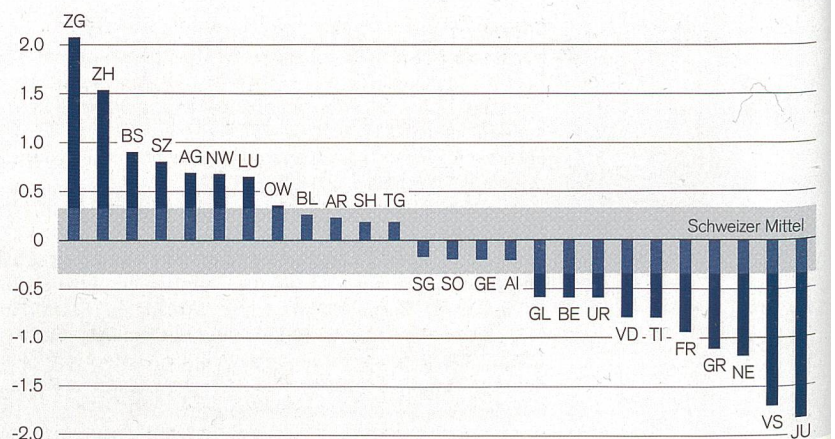
Abhängigkeiten und Rückschlüsse

Um der Frage nachzugehen, was einen Standort heute für Firmen interessant macht, hilft ein Blick auf Rankings zum Thema Wettbewerbsfähigkeit. Beispiele auf globaler Ebene sind der Global Competitiveness Index, das Kernstück des Global Competitiveness Reports des World Economic Forums, das vom World Competitiveness Center jährlich herausgegebene World Competitiveness Yearbook oder der Ease of Doing Business Index der Weltbank. In der Schweiz finden der kantonale Wettbewerbsindikator der UBS und das Pendant der Credit Suisse viel Beachtung. Diese verschiedenen Rankings stützen sich auf Indikatoren wie zum Beispiel die Wirtschaftsleistung, staatliche Verwaltungseffizienz, Steuerhöhe, Verfügbarkeit von Arbeitskräften, oder die Erreichbarkeit ab. In keinem dieser Systeme wird Landschaftsqualität explizit als Kriterium aufgeführt. Einzig der Indikator «Lebensqualität», der lediglich in einem der genann-

De nombreuses personnes estiment que les paysages attractifs ont une grande valeur, sont importants et doivent être protégés. L'adoption de l'initiative populaire sur les résidences secondaires et la révision de la loi sur l'aménagement du territoire sont deux exemples qui montrent qu'une majorité des Suisses sont devenus conscients du fait qu'il faut préserver la qualité du paysage et mettre un terme à son mitage. Dans le même temps, les responsables politiques et la population connaissent l'importance de l'attractivité d'implantation pour une commune, un canton ou une région, sachant que cette notion – dans son acception actuelle – se rapporte plus à la perception d'un site du point de vue des entreprises. Une forte attractivité d'implantation constitue par conséquent la condition d'un nombre suffisant de postes de travail et de la prospérité économique.

Relations et déductions

Un regard sur le classement du point de vue de la compétitivité permet d'approfondir la question de



Global Competitiveness Index

Rank
(out of 148) Score
(1–7)

GCI 2013–2014	1	5.7
GCI 2012–2013 (out of 144)	1	5.7
GCI 2011–2012 (out of 142)	1	5.7

Basic requirements (20.0%).....36.1

Institutions	7	5.6
Infrastructure	6	6.2
Macroeconomic environment	11	6.3
Health and primary education	12	6.5

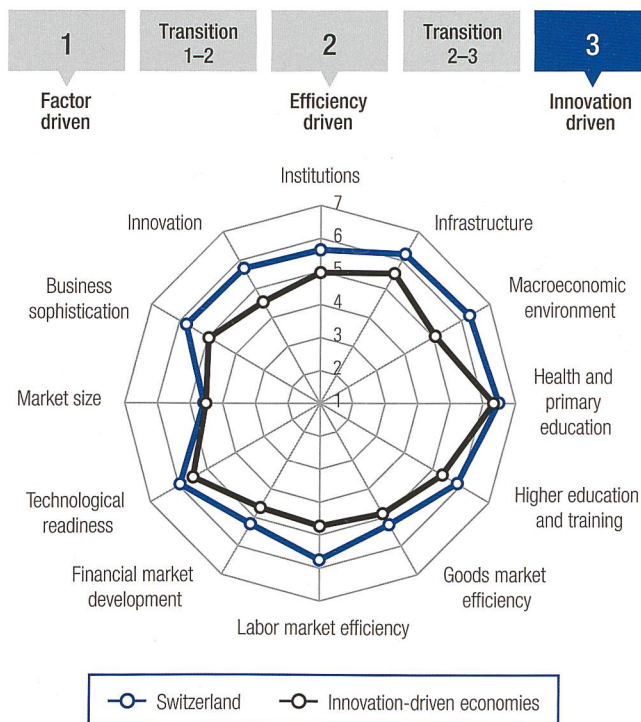
Efficiency enhancers (50.0%).....55.4

Higher education and training	4	5.9
Goods market efficiency	6	5.3
Labor market efficiency	2	5.8
Financial market development	11	5.2
Technological readiness	9	5.9
Market size	40	4.6

Innovation and sophistication factors (30.0%).....15.7

Business sophistication	2	5.7
Innovation	2	5.7

Stage of development



WEF

ten Rankings berücksichtigt wird, kommt ihr nahe. Dabei ist Lebensqualität wiederum von verschiedenen Faktoren determiniert. Es muss also konstatiert werden, dass in der gängigen Literatur zur Standortattraktivität das Thema Landschaftsqualität keine oder nur eine untergeordnete Rolle spielt.

Gekoppelte Systeme

Während verschiedene Studien inzwischen belegen konnten, dass eine hohe Landschaftsqualität einen Standort für die Wohnbevölkerung attraktiver macht, ist es weit schwieriger zu deduzieren, ob attraktive Landschaften auch einen wichtigen Standortfaktor für Firmen darstellen. Jedoch lassen sich aus den für die Dimension Wohnen gewonnenen Erkenntnissen, zum Beispiel auf Basis angewandter Migrationsmodelle, indirekt entsprechende Zusammenhänge ableiten: Die Verfügbarkeit von hochqualifizierten Arbeitskräften ist für viele Firmen ein wichtiger Standortfaktor – und Arbeitskräfte wiederum schätzen attraktive Landschaften. Es kann also davon ausgegangen werden, dass eine attraktive Landschaft auch für einen Firmenstandort grundsätzlich ein Plus ist, wobei dies zwischen verschiedenen Branchen, Firmen und Aktivitäten deutlich variiert. Auf Basis der aktuellen Literatur lässt sich nicht determinieren, welchen Stellenwert die Landschaftsqualität als Standortfaktor heute und in Zukunft für Firmen tatsächlich hat und wie dieser Aspekt im Vergleich zu anderen Standortfaktoren einzuschätzen ist. Es spricht jedoch einiges dafür, dass die Bedeutung der Landschaftsqualität als

l'intérêt d'un site pour les entreprises aujourd'hui. A l'échelle internationale, on peut citer le Growth Competitiveness Index, le point central du Global Competitiveness Report du World Economic Forum, le World Competitiveness Yearbook du World Competitiveness Center qui paraît chaque année, ou encore l'Ease of Doing Business Index de la Banque mondiale. En Suisse, l'Indicateur de compétitivité cantonal (ICC) d'UBS et son pendant du Credit Suisse font l'objet d'une grande considération. Ces différents classements s'appuient sur des indicateurs comme la performance économique, l'efficacité administrative, le taux des impôts, la disponibilité de la main-d'œuvre ou encore le niveau de desserte. La qualité du paysage ne figure explicitement, comme critère, dans aucun de ces systèmes. Seul l'indicateur de «qualité de vie» pris en compte dans l'un de ces classements mentionnés s'en rapproche. La qualité de vie est dans ce cas déterminée à son tour par les facteurs les plus différents. Il convient donc de constater que dans la littérature usuelle sur l'attractivité de l'implantation, le thème de la qualité du paysage joue un rôle secondaire, voire inexistant.

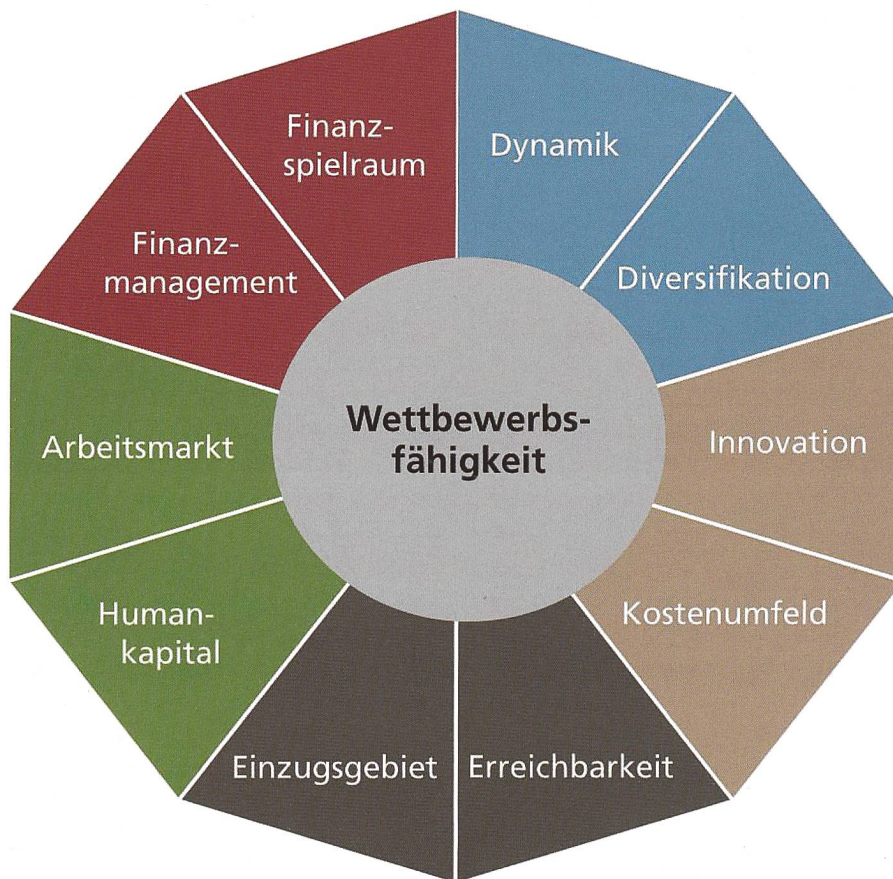
Systèmes découplés

Tandis que différentes études ont entre-temps attesté le fait qu'un paysage de haute qualité renforce l'attractivité d'un site pour la population résidente, il s'avère en revanche bien plus difficile de déduire que des paysages attractifs représentent également un facteur d'implantation décisif pour des entreprises. Toutefois,

2

1 Standortqualität der Schweizer Kantone 2013 (synthetischer Indikator; CH = 0). Weiche Standortfaktoren wie Landschaftsqualität spielen bei der Bewertung heute noch kaum eine Rolle. Qualité des facteurs d'implantation des cantons suisses (indicateur synthétique CH = 0). Aujourd'hui on ne tient que peu compte des facteurs difficilement quantifiables comme la qualité du paysage.

2 Faktoren internationaler Standortattraktivität. Les facteurs internationaux de l'attractivité d'implantation.



3

UBS³

Standortfaktor künftig weiter zunimmt. Der internationale Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte wird voraussichtlich an Intensität gewinnen, insbesondere in Branchen, die eine hohe Wertschöpfung pro Mitarbeiter und Mitarbeiterin erwirtschaften. Und gut qualifizierte Fachleute haben eine Präferenz für Wohn- und Arbeitsorte mit einer guten Lebensqualität. Gleichzeitig dehnen sich Siedlungsräume weltweit immer weiter aus, Landschaftsqualität, die ein Element einer hohen Lebensqualität ist, wird also ein knapperes Gut.

Landschaft als öffentliches Gut

Neben der Frage, welche Bedeutung Landschaft als Standortfaktor hat, ist noch ein zweiter Aspekt aus ökonomischer Sicht von Interesse: Landschaft ist ein öffentliches Gut. Öffentliche Güter sind meist mit der Problematik assoziiert, dass ohne entsprechende politische Massnahmen nicht ausreichend in deren Produktion investiert wird. Gerade in der kleinräumigen Schweiz besteht beispielsweise die Versuchung, in der eigenen Gemeinde Industrie anzusiedeln und mehr Wohnbau zuzulassen in der Hoffnung, dass in benachbarten Gemeinden weiterhin attraktive Landschaften verfügbar bleiben. Spieltheoretisch betrachtet bedeutet dies, dass sich die Gesellschaft in einem sogenannten Gefangenendilemma befindet. Alle haben einen

les connaissances acquises pour la dimension «habitat», par exemple sur la base de modèles appliqués de migration, conduisent à des déductions indirectes: la disponibilité de la main-d'œuvre hautement qualifiée représente un facteur d'implantation décisif pour nombre d'entreprises – et inversement, la main-d'œuvre apprécie les paysages de qualité. On peut donc en déduire qu'un paysage attractif constitue d'une manière générale aussi un plus pour l'implantation d'une entreprise, sachant que des variations importantes existent entre les différentes branches, sociétés et activités. En s'appuyant sur la littérature actuelle, il est impossible de déterminer l'importance que revêt réellement la qualité du paysage aujourd'hui, et dans le futur, pour les entreprises, et de savoir comment se situe cet aspect par rapport aux autres facteurs d'implantation. Il est par contre probable que la qualité du paysage gagnera en importance comme facteur d'implantation. La concurrence internationale pour la main-d'œuvre qualifiée sera de plus en plus rude, surtout dans des branches qui dégagent une forte valeur ajoutée par collaborateur. Sans oublier que le personnel qualifié a une préférence pour les lieux d'habitation et de travail qui présentent une grande qualité de vie. Parallèlement, les zones urbanisées s'étalent dans le monde entier alors que la qualité du paysage – l'un des éléments d'une qualité de vie élevée – devient un bien rare.

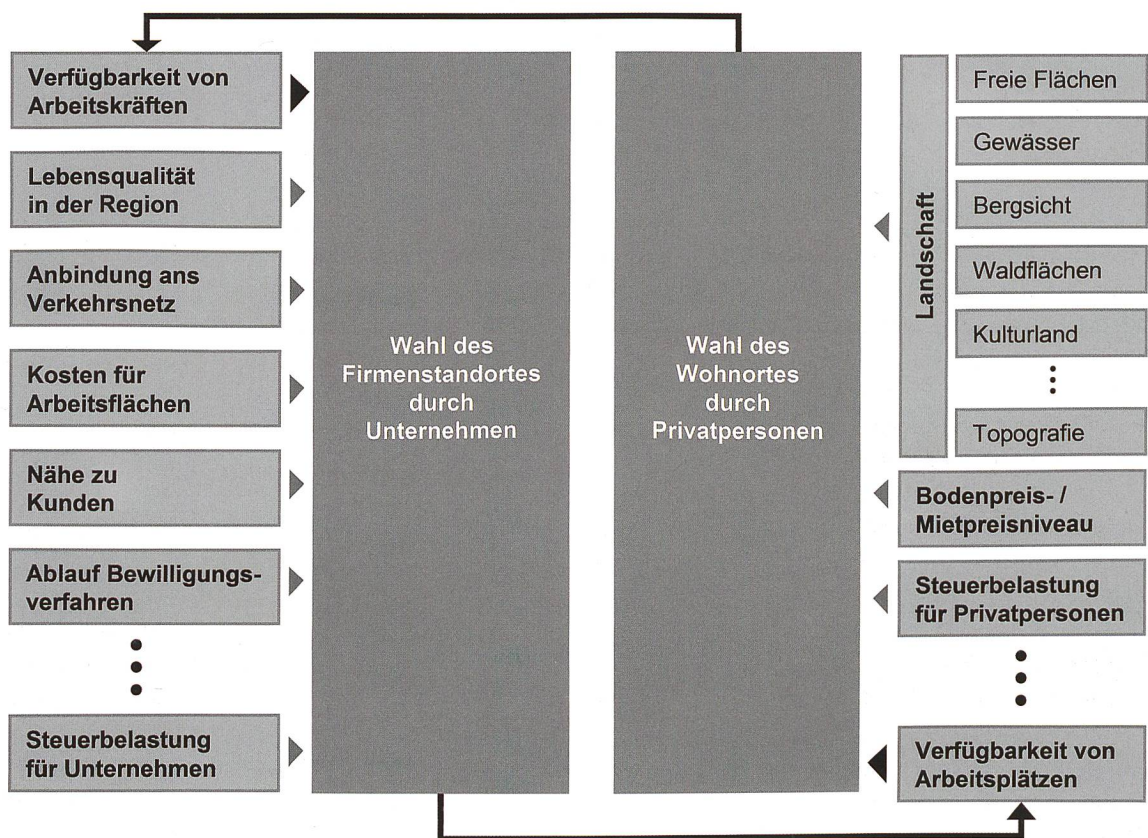
3 Der 10-Säulen-Ansatz der Wettbewerbsfähigkeit. L'approche-à-10-colonnes de la compétitivité.

4 Abhängigkeiten der Standortwahl. Les critères du choix de l'implantation.

Anreiz, ein bestimmtes Verhalten an den Tag zu legen, das gesamthaft zu einem suboptimalen Ergebnis führt. Das revidierte Raumplanungsgesetz enthält Elemente, die Schritte zu einem koordinierten Verhalten einleiten können. Ein interessanter Ansatz ist auch, Gemeinden, die auf bauliche Entwicklung verzichten, zu kompensieren, wie dies im Kanton Thurgau via kantonalen Finanzausgleich gehandhabt wird.

Le paysage, un bien commun

En plus de la question de l'importance du paysage comme facteur d'implantation, un second aspect présente un intérêt sur le plan économique: le paysage est un bien commun. Les biens communs souffrent la plupart du temps du fait que les investissements dans leur production restent insuffisants à défaut de mesures politiques correspondantes. C'est justement le cas de la Suisse, petit pays où les communes tentent d'installer les industries et d'accroître le nombre de logements avec l'espoir que les communes limitrophes vont conserver des paysages attractifs. D'après la théorie du jeu, cela signifie que la société est confrontée à ce que l'on appelle un dilemme. Tous sont incités à se comporter chaque jour d'une certaine manière – pour finalement obtenir un résultat qui laisse à désirer. La loi sur l'aménagement du territoire révisée comprend des éléments qui peuvent mener sur la voie d'un comportement plus coordonné. La proposition qui consiste à distribuer une compensation aux communes qui renoncent à développer leurs zones bâties – comme le canton de Thurgovie via une compensation financière cantonale – est également digne d'intérêt.



Credit Suisse⁴

¹ B.S.S.: Landschaftsqualität als Standortfaktor erkennen und verbessern: Stand des Wissens und Forschungsempfehlung. Im Auftrag des Bundesamtes für Umwelt, 2012. S. 12.

² World Economic Forum WEF: The Global Competitiveness Report 2013–2014, 2013. S. 358.

³ UBS: Wirtschaft Schweiz – Kantonaler Wettbewerbsindikator 2014, CIO WM Research. Zürich, 2014, S. 5.

⁴ Credit Suisse: Swiss Issues Regionen – Standortattraktivität der Schweizer Kantone und Regionen. Credit Suisse Global Research, Zürich, 2013, S. 8.