

Standortförderstrategie Zurzibiet 2025

16.10.2019



Standortförderstrategie Zurzibiet 2025

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser

Zurzibiet: Hier herrschen beste Aussichten zum Wohnen und Leben. Dank der unmittelbaren Nähe zu erstklassigen Forschungseinrichtungen und Hochschulen ist das Zurzibiet stets einen Schritt voraus. Hier wird nicht nur von Innovationen geträumt. Im Gegenteil: Es entstehen regelmässig marktreife Produkte mit einer Ausstrahlung weit über die Region hinaus. Als geografisch optimal gelegener Wohn- und Wirtschaftsraum punktet das Zurzibiet durch seine Nähe zu Metropolen in drei Ländern, nämlich Deutschland, Frankreich und der Schweiz. Da der Einklang von Privat- und Berufsleben heute bei vielen Menschen mehr und mehr im Vordergrund steht, bietet sich das Zurzibiet in ganz besonderem Masse als Wohnort an. Hier gibt es alles: Nähe zum Arbeitsplatz, Nähe zur Natur, Nähe zu städtischen Zentren. Die Zurzibieter Gemeinden punkten aber nicht nur durch räumliche Nähe, sondern ebenso auf zwischenmenschlicher Ebene. Hier werden Freundschaft und Nachbarschaft in ihrer wahren Bedeutung noch besonders intensiv gelebt. Für seine vielseitigen Kultur-, Erholungs- und Sportangebote ist das Zurzibiet weitherum bekannt. Insbesondere die langjährigen Vereinstraditionen prägen das Dorfleben.

Im Immobiliensektor sind die Potenziale gross: 234 Hektaren freies Bauland, 155 Hektaren in der Wohnzone gelegen. Die Bodenpreise sind tiefer als in den umliegenden Regionen. Ein Optimum: Beste Aussichten zum Wohnen und Leben bietet das Zurzibiet.

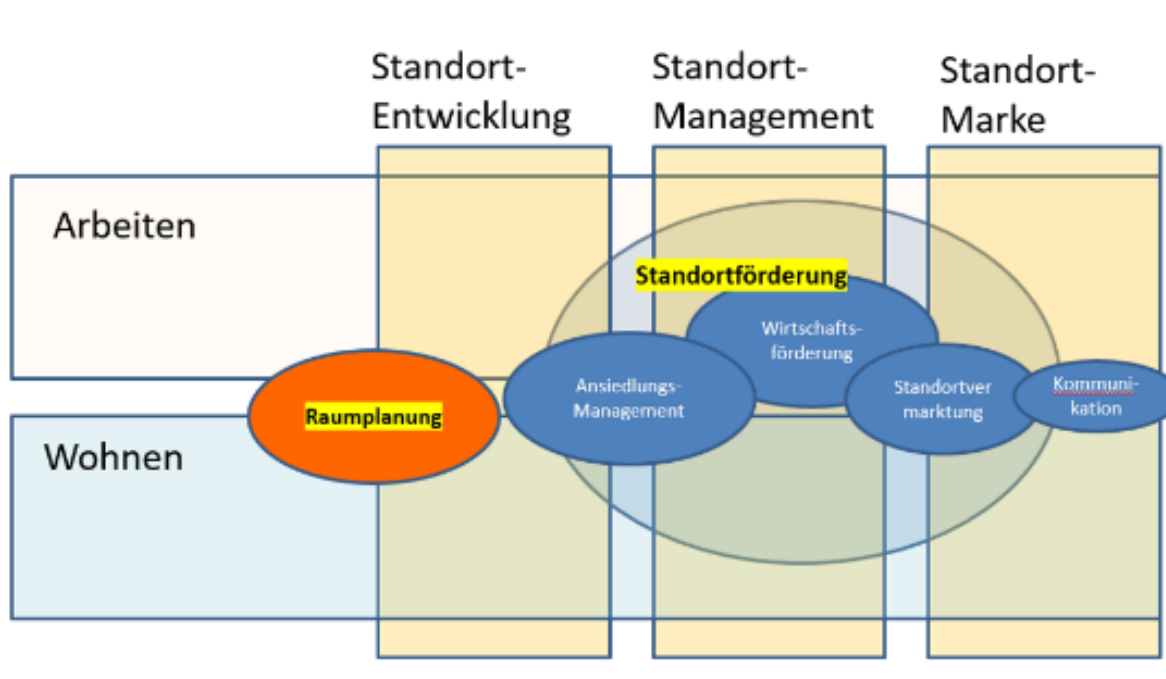
Der Gemeindeverband ZurzibietRegio hat deshalb im Rahmen seiner aktiven Entwicklungsplanung bereits vor Jahren die Immobilien-Möglichkeiten aufgelistet und in einer Potenzialkarte der Region verortet. Diese basierte auf die 2011 verabschiedeten Grundlagen der Zurzibieter Vision und Charta. Zudem wurden zahlreiche Areale analysiert und in jeder Gemeinde die Verfügbarkeit von Bauland erhoben. Fazit: Im Zurzibiet ist der Anteil an Baulandreserven vergleichsweise sehr hoch. Die Region liegt im Kanton Aargau auf Rang drei hinter Aargau Süd und dem Fricktal. 217 Hektaren sind hier verfügbar. Diese liegen teilweise in grossen Entwicklungspotenzialen. Zudem ist der Einbezug der Forschungsinstitutionen notwendig. Mit dem Paul Scherrer Institut (PSI) und dem Parkinnovaare als Teil von «Switzerland Innovation» befindet sich gemäss dem kantonalen Richtplan im unteren Aaretal in den Gemeinden Würenlingen und Villigen ein wirtschaftlicher Entwicklungsschwerpunkt erster Ordnung für Forschung und Entwicklung. Ziel der Standortförderstrategie 2025 ist es, den Standort Zurzibiet in vielerlei Hinsicht weiter zu entwickeln und dessen Potenziale im Standort-Management noch besser zu nutzen. Ein weiteres Ziel ist die breite Verankerung des Begriffs «Zurzibiet» als Identifikationsfaktor der Region. In der folgenden Standortförderstrategie sind die Schwerpunkte für die Jahre 2020 bis 2025 ausdifferenziert.

Zurzibiet, Dezember 2019
Felix Binder, Präsident

Ausgangslage Haus der Region

Die aktuelle regionale Standortförderstrategie stammt aus dem Jahre 2015. Sie bestand aus Grundlagen, Erläuterungen zur Marke Zurzibiet sowie einer Grundstruktur. Ziele und Arbeitsschwerpunkte wurden aufgelistet und Schlüsselmassnahmen identifiziert. Die aufdatierte Standortförderstrategie für die Jahre 2020 bis 2025 führt nun diese Ziele fort und Basis für die Jahresprogramme.

Aufbauend und in Anlehnung an das Haus der Region (vgl. Anhang) werden nun in Weiterführung und zur Konkretisierung derselben die verschiedenen Handlungsebenen definiert. Jeder Standort und jede Region lassen sich in die drei Bereiche Standort-Entwicklung, Standort-Management und die Pflege der Standort-Marke strukturieren.



Eine weitere wesentliche Funktion ist die tägliche Kommunikation der politischen Behörden zum und über den Standort, die ebenfalls imagebildend ist.

Leitsätze zur Standortförderung im Zurzibiet

Standort-Entwicklung

ZurzibietRegio betreibt eine aktive Standort-Entwicklung zur Schaffung von attraktiven Rahmenbedingungen für Wohnen und Arbeiten. Einen Schwerpunkt bildet hierbei insbesondere die Schaffung der raumplanerischen Voraussetzungen für die Entwicklung von Flächen zum Wohnen und Arbeiten (Arealentwicklungen, Baulandmobilisierung, Erschliessung etc.). Einen weiteren Schwerpunkt bildet die Sicherung der Grundversorgung als relevanter Standortfaktor des Zurzibiets. Dies beinhaltet u.a. den Erhalt und die Verbesserung eines umfassenden Schulangebotes für die Region, inklusive Berufsschulen, eines zeitgemässen Gesundheits- und Versorgungsangebots etc. Ferner die stetige Erweiterung und Inwertsetzung der Verkehrs- und Telekommunikations-Infrastruktur. Im Haus aus der Region als Ergebnis der Vision Zurzibiet sind die wesentlichen Aufgaben der Standort-Entwicklung mit den Ebenen Raum & Umwelt, Mobilität & Infrastruktur sowie Gesellschaft & Kultur erfasst.

Standort-Management

Das Zurzibiet betreibt eine aktive Standortförderung. Diese ist strategisch ausgerichtet, nach aussen wahrnehmbar und beinhaltet die Funktionen Ansiedlungsmanagement und Wirtschaftsförderung. Damit ist im Haus der Region der Aspekt der Wirtschaft erfasst. Ziel der Standortförderung ist das Halten und die Schaffung von innovativen Arbeitsplätzen unter Bezug der Vorteile der Forschungseinrichtungen sowie die Ansiedlung von Familien mit Kindern.

Standort-Markenpflege

Die Pflege der Standort-Marke Zurzibiet geht aus der Standortförderung hervor und beinhaltet die aktive und wahrnehmbare stetige Standortvermarktung sowie die reputationsfördernde Alltagskommunikation. Dies bildet im Haus der Region das Dach, die Kommunikation der Marke Zurzibiet. Ziel ist die Schaffung einer Aussenwahrnehmung der Region als Standort für Innovation unter Berücksichtigung der positiven Standortfaktoren im Bereich von Freizeit und Naherholung.

Ziele und Umsetzung der Standortförderung im Zurzibiet

Standort-Entwicklung

Standort-Entwicklung beinhaltet die Schaffung von Rahmenbedingungen und die Erarbeitung wichtiger Grundlagen. Folgende Schwerpunkte stehen im Vordergrund:

- Schaffung von raumplanerischen Voraussetzungen für die Entwicklung und das Management von für die Region relevanten Flächen für Wohnen und Arbeiten.
- Schaffen einer verbesserten Anbindung an naheliegende Zentren wie Baden und Brugg, sowie nach Basel und Bülach sowie Zürich, inkl. Flughafen.
- Sicherung und Weiterentwicklung der Grundversorgung als wichtiger Standortfaktor, unter besonderer Berücksichtigung von:
 - Nutzung des Synergiepotenzials für die Vernetzung der Angebote innerhalb der Region und regionale Abstimmung der Funktionsteilung (Smart City Region-Strategie)
 - Sicherung und Qualitätserhalt eines umfassenden Bildungsangebots für alle Altersstufen.
 - Schaffung von familienfreundlichen Rahmenbedingungen inklusive Tagesstrukturen für Kinder aller Altersstufen.
 - Sicherstellung eines Gesundheitsangebots für alle Bereiche. Schaffen einer Gesundheitsregion durch die Vernetzung der Akteure.
 - Sicherstellung der Erreichbarkeit innerhalb der Region mit neuen Mobilitätslösungen
- Entwicklung des Zurzibiets unter Bezug des PSI als Vorzeige-Energie-Region mit Modellcharakter im Rahmen der Energiestrategie 2050 des Bundes.

Standort-Management

Standort-Management beinhaltet die tagtägliche positive Bewältigung der Herausforderungen im Bereich Arbeit und Wohnen. Anliegen natürlicher und juristischer Personen werden aufgenommen und bearbeitet.

Ansiedlungsmanagement

- Initiierung von Projekten der Areal-Entwicklung.
- Sensibilisierung der Beteiligten zur Realisierung einer Baulandmobilisierung.
- Ansiedlung von innovativen Unternehmen, Schaffen von Arbeitsplätzen. Halten bestehender Arbeitsplätze.
- Ansiedlung von Familien mit Kindern.

Wirtschaftsförderung

- Bestandespflege: Ansprechpartner für ansässige Firmen, Firmenbesuche, Begleitung, Betreuungsangebote.
- Schaffung und Betrieb von Foren für die Vernetzung von Unternehmen.

Standort-Markenpflege

Standort-Markenpflege als die Führung und Stärkung der Marke Zurzibiet und meint die Kommunikation der Standortvorteile an das Zielpublikum. Zudem betrifft es die Alltagsinformation.

- Entwicklung von multimedialen Kernbotschaften für Zielgruppen.

- Schaffen eines Kommunikationsplan für eine Standortmarketing-Kampagne -> extern.
 - Schaffen eines Kommunikationsplan für die Stärkung des Wir-Gefühls -> intern.
 - Schulung der Gemeindebehörden in Fragen der Alltagskommunikation inkl. online Kommunikation.
- Entwurf für die Diskussion in der AGV ERFA vom 19.09.2019*

Haus der Region (Standortförderstrategie)

