



Zwischenbericht Motion „Professionelles Standortmarketing“

Botschaft des Gemeinderates an den Einwohnerrat
(2013.48)

Sehr geehrter Herr Präsident

Sehr geehrte Damen und Herren

1 Zusammenfassung

1.1 Antrag

Der Gemeinderat beantragt dem Einwohnerrat wie folgt Beschluss zu fassen:

- 1 Der Einwohnerrat genehmigt den Zwischenbericht über die Motion „Professionelles Standortmarketing“ und nimmt das Konzept „Standortförderung“ zur Kenntnis.
- 2 Der Gemeinderat unterbreitet dem Einwohnerrat auf die Einwohnerratssitzung vom 15. Oktober 2014 mindestens einen Zwischenbericht

1.2 Um was geht es?

Die im Oktober 2010 eingereichte Motion wurde im Januar 2011 überwiesen, fordert ein professionelles Standortmarketing und damit verbunden eine befristete Stellenaufstockung.

Standortförderung bedeutet einen Standort so zu planen, zu präsentieren und zu positionieren, dass er die Bedürfnisse seiner Zielmärkte befriedigt. Die Stärken des Standortes sowie seine positive Entwicklung sollen gefördert werden. Die Standortförderung besteht aus Standortentwicklung, Standortpflege und Standortmarketing und ist aus den Legislaturzielen 2010 bis 2013 abgeleitet.

Heute ist das Bild einer Region (kulturell, geschichtlich, wirtschaftlich, räumlich) zu einem entscheidenden Faktor in der Standortwahl geworden.

Daher steht am Anfang die Positionierung der Gemeinde Windisch. Diese basiert auf einer prägnanten Zusammenfassung eines breit abgestützten Konsenses:

- Relevante Entscheidungsträger und Interessengruppen müssen in den Prozess eingebunden werden
- Es braucht eine regionale Abstimmung; ein Alleingang der Gemeinde Windisch hat (zu) wenig Potential
- Aufgrund des aufwändigen Prozesses braucht es ein kleines Startprojekt, so können die Beteiligten mit einem Teilerfolg motiviert werden.

Unter obigen Aspekten wurde durch eine Arbeitsgruppe mit Heidi Ammon, Kurt Schneider, Standortentwicklung und André Gigandet, Standortmarketing, ein Konzept erarbeitet, das vom Gemeinderat am 09.09.13 verabschiedet wurde.

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	2
1.1	Antrag	2
1.2	Um was geht es?	2
2	Konzept	4
2.1	Einleitung	4
2.2	Ziele	4
2.3	Gliederung	4
2.4	Ressourcen / Finanzen	5
2.4.1	Personelles	5
2.4.2	Anforderungsprofil	6
2.4.3	Stellenpensum	6
2.4.4	Organisatorische Eingliederung	6
2.5	Finanzen	6
3	Standortmarketing unter dem Aspekt der regionalen Zusammenarbeit	7
4	Empfehlung des Gemeinderates	8
5	Antrag	9

2 Konzept

2.1 Einleitung

Eine nachhaltige Standortförderung bedarf einer intensiven Aufbauarbeit. Erfahrungen aus anderen Städten und Gemeinden zeigen, dass dafür mehrere Jahre notwendig sind. In der bisherigen Form des Standortmarketings der Gemeinde Windisch wurden punktuell immer wieder Anstrengungen unternommen, optimale Standortvoraussetzungen bieten zu können. Bevölkerung, Gewerbe, Vereine etc. sollen sich in Windisch weiterhin wohlfühlen, damit sie sich mit dem Standort identifizieren, sich für ihn einsetzen und auch die wichtigsten Windischer Botschaften nach aussen tragen. Dazu sollen die hauptsächlich zukunftsgerichteten Bedürfnisse identifiziert und Optimierungsansätze geklärt werden.

2.2 Ziele

- Standortentwicklung-, pflege

Nachhaltige Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Bevölkerung und die Wirtschaft. Die Attraktivität für Bewohner und Beschäftigte in Windisch wird erhöht.

Die Kontakte zu ortsansässigen Unternehmen und zur Bevölkerung werden gepflegt.

- Standortmarketing

Die Vorzüge und Stärken von Windisch sind überregional bekannt und wirken sich auf die Ansiedlung von Unternehmen und den Zuzug von Familien und Einzelpersonen aus.

2.3 Gliederung

Das Konzept Standortförderung beschreibt die Handlungsfelder und die Massnahmen zur Umsetzung. Ebenfalls enthalten sind die finanziellen und personellen Ressourcen. Bewusst nicht thematisiert wurde im Konzept die Zusammenarbeit mit anderen Marketingorganisationen wie bspw. Brugg Regio, der FHNW und der Stadt Brugg. Dies weil die Gemeinde Windisch in erster Linie in Eigenregie für ihre Vermarktung zuständig ist und eine vertiefte Zusammenarbeit noch nicht spruchreif war.

Bestandteil dieser Botschaft hingegen sind die wesentlichen Punkte des Pflichtenheftes und des Anforderungsprofils für die Leitung Standortförderung.

Gegliedert ist das Konzept Standortförderung in die Hauptthemen:

- 1 Einleitung
- 2 Zweck
- 3 Geltungsbereich
- 4 Geschichte
- 5 Standortförderung
- 6 Ist Analyse
- 7 Ziele
- 8 Anspruchsgruppen, Zielgruppen
- 9 Kommunikation
- 10 Standortentwicklung
- 11 Standortmarketing
- 12 Überprüfung der Massnahmen
- 13 Ressourcen / Finanzen
- 14 Mitgeltende Dokumente

Wichtigster Bestandteil zur Umsetzung sind die Anhänge

- 1 Massnahmen Standortentwicklung
- 2 Massnahmen Standortmarketing

in welchen die Massnahmen sowie der Umsetzungsgrad festgelegt sind.

Details sind dem beigelegten Konzept zu entnehmen.

2.4 Ressourcen / Finanzen

2.4.1 Personelles

Das Pflichtenheft der vorgesehenen Stelle Standortförderung umfasst im Wesentlichen folgende Aufgaben:

- Erarbeitung und Umsetzung eines Marketingkonzeptes für die Gemeinde
- Entwicklung notwendiger Marketinginstrumente wie Prospekte, Flyers, Give-aways etc.
- Anlaufstelle für interessierte Unternehmungen und Privatpersonen als One-Stop-Shop (d.h. Interessenten haben lediglich eine Anlaufstelle innerhalb der Verwaltung)
- Herausgabe von Wirtschaftsinformationen und Standortinformationen über die Gemeinde
- Unterstützung bei der Vermarktung der gemeindeeigenen Räumlichkeiten und des Campussaales
- Beziehungspflege zu Interessengruppen, Partnern und Netzwerken wie beispielsweise Aargau Services, FHNW, PDAG, etc.
- Regelmässige Kontaktpflege mit ortsansässigen Firmen
- Aufbau von Beziehungen zu Firmen, welche für eine Domizilverlegung nach Windisch in Frage kommen
- Koordination von Angebot und Nachfrage nach Geschäftsräumen, vorzugsweise im Interesse der Erhöhung eines attraktiven Branchenmixes in der Gemeinde

- Organisation und Realisierung von Auftritten der Gemeinde an Messen und Ausstellungen sowie weiterer öffentlichkeitswirksamer Veranstaltungen
- Unterstützung und Beratung des Gemeinderates in wirtschaftlichen und wirtschaftspolitischen Belangen
- Mitarbeit bei der Aktualisierung und Weiterentwicklung der Homepage
- Mitarbeit bei Fragen im Zusammenhang mit der Bevölkerungsentwicklung
- Kontaktpflege und Vernetzung zu den Verwaltungsabteilungen

2.4.2 Anforderungsprofil

Für die Besetzung einer solchen Stelle kommt am ehesten eine Person mit Ausbildung als Betriebsökonom (Universitäts- oder Fachhochschulabschluss oder KV mit entsprechenden Zusatzausbildungen) mit Erfahrung im Marketingbereich oder ein Marketingplaner mit entsprechenden Erfahrungen im Standortmarketing in Frage. Idealerweise sollte die Person auch praktische Erfahrungen in der Privatwirtschaft sowie Kenntnisse im Staats- und Verwaltungsrecht vorweisen können. Die Funktion als Standortförderer resp. Standortförderin verlangt nach einer kommunikativen Persönlichkeit mit einer selbstständigen Arbeitsweise und einem sicheren Auftreten. Kandidaten und Kandidatinnen müssen sich mit dem vorliegenden Konzept in den grundsätzlichen Aussagen identifizieren können.

2.4.3 Stellenpensum

In einer ersten Phase von zwei bis vier Jahren muss ein grosser Teil Aufbauarbeit geleistet werden. Beziehungs- und Netzwerkpflge ist zudem sehr zeitintensiv. Aus diesen Gründen, und auch in Verbindung mit dem aufgezeigten Pflichtenheft, soll vorerst eine Stelle mit einem 40 %-Pensum geschaffen werden.

Die Leitung Standortförderung wird durch den Informationsbeauftragten, dem Leiter Planung & Bau und dem Webmaster unterstützt.

Eine allfällige Reduktion des Pensums wird durch den Gemeinderat regelmässig überprüft, spätestens aber nach zwei Jahren.

2.4.4 Organisatorische Eingliederung

Die Stelle ist organisatorisch als Stabsstelle der Verwaltungsleitung unterstellt und dem Ressort 1 / Präsidiales zugeordnet.

2.5 Finanzen

Die finanziellen Mittel fliessen heute grösstenteils in die Standortentwicklung, welche die Basis für die zukünftige Entwicklung bildet. Zu vermarkten sind die Stärken unserer Gemeinde, die im Sog der Eröffnung des Campus der FHNW und zahlreicher Entwicklungsprojekte in den Vordergrund zu stellen sind.

Unter dem Blickwinkel der Standortförderung werden bereits heute viele der aufgelisteten Massnahmen umgesetzt und über das jährliche Budget genehmigt (Spalte Ressource bestehend). Für die Professionalisierung der Standortförderung sind die zusätzlichen Betriebskosten und die Investitionen in der Spalte neu ausgewiesen.

Kostenart	Betriebskosten			Investitionen		
	neu	bestehend	Total	neu	bestehend	Total
Personal						
Leitung Standortförderung / 40%	62'000		62'000			0
Informationsbeauftragter / 20%		25'000	25'000			0
Webmaster / 10%		10'000	10'000			0
Total Personal	62'000	35'000	97'000	0	0	0
Sachaufwand						
Arbeitsplatz	3'000		3'000			0
Spesen	2'000		2'000			0
Massnahmen Standortentwicklung ¹		350'000	350'000		6'000'000	6'000'000
Massnahmen Standortmarketing	20'000		20'000	50'000		50'000
Total Sachaufwand	25'000	350'000	375'000	50'000	6'000'000	6'050'000
Total Standortförderung ²	87'000	385'000	472'000	50'000	6'000'000	6'050'000
				über 3 Jahre		

Erläuterungen

- ¹ Kosten für Betriebsbeiträge Campussaal und Projekte Raumentwicklung / Investitionen Werterhaltung / Neubau Infrastruktur (Hochbau, Tiefbau, Werke)
Übersicht siehe Anhang 1 „Standortentwicklung Massnahmen“
- ² Insgesamt fallen für die Umsetzung des Konzeptes zusätzliche Betriebskosten von ca. CHF 85'000 und zusätzliche Investitionen von CHF 50'000 verteilt über drei Jahre an.

3 Standortmarketing unter dem Aspekt der regionalen Zusammenarbeit

Durch regionale Zusammenarbeit kann die Wirtschaftsentwicklung breiter abgestützt werden. Dabei ist jedoch zu beachten, dass die Gemeinden einander bewusst oder unbewusst konkurrenzieren. Diesem Aspekt muss Rechnung getragen werden, jedoch überwiegen langfristig besonders im Zentrum Brugg-Windisch durch das Miteinander die Vorteile einer Zusammenarbeit.

Zudem entwickelt Brugg Regio die Vermarktung der Region immer weiter und es ist zu prüfen inwieweit Synergien mit Brugg Regio und der Stadt Brugg nutzbar sind.

Jedenfalls ist bereits eine Besprechung der Vertreter von Brugg Regio, der Stadt Brugg und der Gemeinde Windisch für Mitte September geplant. Zudem wurde anlässlich der Einwohnerratssitzung der Stadt Brugg vom 30.08.13 ein Postulat betreffend Ausarbeitung eines Standortmarketingkonzeptes überwiesen.

Das regionale Zusammenarbeiten ist nicht anstelle, sondern zusätzlich zur eigenen Standort- und Wirtschaftsförderung sinnvoll.

4 Empfehlung des Gemeinderates

Durch die Erarbeitung des Kommunikationskonzeptes und der Gestaltung des neuen Webauftritts sind die Positionen des Informationsbeauftragten (20%) und des Webmasters (10%) geschaffen worden. Diese Funktionen können mit bestehenden Personalressourcen abgedeckt werden. Dies ist möglich, weil durch das Kommunikationskonzept klare Aufgaben und Verantwortlichkeiten festgelegt wurden und die Aufgaben verteilt werden konnten.

Prüft man die in den Massnahmen Standortentwicklung und -marketing aufgeführten Massnahmen sind die Wichtigsten in Bearbeitung.

Von einer Anstellung einer Leitung Standortförderung sieht der Gemeinderat zurzeit aus folgenden Gründen ab:

- Die Vermarktung des Wohnraums aller Entwicklungsprojekte entpuppt sich praktisch als Selbstläufer.
- Die Ansiedlung von Unternehmen ist zurzeit durch die verfügbaren Ressourcen (Land, Räumlichkeiten) begrenzt. Auch die Vermietung der im Bau befindlichen Gebäulichkeiten geht langsam voran. Für Industrieunternehmen ist wenig bis kein Land verfügbar. Die neue BNO soll das weitere Wachstum ermöglichen. Bis dahin geht es jedoch noch mindestens 2 Jahre.
- Die Nutzung von Synergien in der Zusammenarbeit mit Brugg Regio und der Stadt Brugg sind vorgängig zu einer Anstellung auszuloten.

Konsequenterweise wurden die Kosten nicht ins Budget 2014 eingestellt.

5 Antrag

Der Gemeinderat beantragt dem Einwohnerrat wie folgt Beschluss zu fassen:

- 1 Der Einwohnerrat genehmigt den Zwischenbericht über die Motion „Professionelles Standortmarketing“ und nimmt das Konzept „Standortförderung“ zur Kenntnis.
- 2 Der Gemeinderat unterbreitet dem Einwohnerrat auf die Einwohnerratssitzung vom 15. Oktober 2014 mindestens einen Zwischenbericht

Windisch, 16. September 2013

NAMENS DES GEMEINDERATES

Der Vizeammann:



Heinz Wipfli

Der Gemeindeschreiber I:



André Gigandet

Beilagen Botschaft:

- Konzept Standortförderung