



Auszug aus dem Protokoll vom

13. September 2004

189	16	Gemeindeorganisation
	16.08	Publikationen, Verhandlungsberichte
	20	Gewerbe, Industrie
	40	Wohnungsbau, Mieterschutz
	40.04	Wohnungsbau

Vorlage 14/2004: Antrag des Stadtrates auf Erteilung eines Rahmenkredites von Fr. 620'000.-- für Massnahmen auf dem Gebiet der Öffentlichkeitsarbeit und der Imagepflege

Referent

Peter Voser, Stadtpräsident

A. Vorbemerkungen und Ausgangslage

Zwei Gesichtspunkte sind hier von grosser Bedeutung:

- a) Schlieren ist innerhalb des letzten Jahres Thema von verschiedenen Medienberichten gewesen, welche die Stadt vornehmlich in einem nicht gerade vorteilhaften Bild dargestellt haben. Im Vordergrund standen Vorurteile über den Ort als Ganzes oder eine beschränkte Ausrichtung auf einzelne Teile (z. B. Badenerstrasse und Zürcherstrasse, Bahngebiet). Selbstverständlich weist auch Schlieren Schwächen in der Struktur auf. Es drängt sich aber geradezu auf, den wiederholten negativen Berichten in angemessener Weise zu begegnen und so das Bild zu berichtigen.

Schlieren hat auch viele Vorzüge, die nicht auf den ersten Blick erkennbar sind. Ebenfalls bestehen zahlreiche Projekte (z.B. Stadtentwicklung, Färbiareal, Zentrumsplanung), welche das Bild von Schlieren in den nächsten Jahren verändern und zu wesentlichen Verbesserungen führen werden. Es gilt darum, aktiv alle positiven Meldungen über Schlieren zu verbreiten.

- b) Viele Gemeinden und Städte sind im Bereich Standortmarketing äusserst aktiv. Der Konkurrenzdruck unter den Standorten ist beträchtlich. Die Grundlage des Wohlstandes von Kantonen, Regionen, Städten und Gemeinden hängt unter anderem davon ab, ob es gelingt, innovative, zukunftsgerichtete, wertschöpfungsintensive, markt- und kundenorientierte sowie professionell geführte Unternehmungen, aber auch Bewohner anzuziehen und zu halten. Hier steht Schlieren in Konkurrenz zu vielen anderen Orten, die mit bedeutenden Ressourcen Standortmarketing betreiben.

B. Ziele

Mit dem Rahmenkredit sollen in den folgenden drei Jahren (2005 bis 2007) folgende Massnahmen verfolgt werden, die auch zu den Zielsetzungen einer Standort- und Wirtschaftsförderung gehören:

- a) Imagepflege
- b) aktive Oeffentlichkeitsarbeit
- c) Werbung für Schlieren
- d) Wahrnehmung von Schlieren verbessern
- e) Schlieren als attraktiven Wohnort positionieren
- f) massvolles Bevölkerungswachstum durch Zuzug von Personen in einkommensstarken Bereichen
- g) Lebensqualität und Vorteile in Schlieren fördern und hervorheben
- h) Schlieren als attraktiven Arbeitsort darstellen, um die Steuerkraft zu steigern
- i) Unterstützung von Personen und Unternehmen, die zum positiven Ruf von Schlieren beitragen
- j) Information über alle Projekte und Vorhaben, die zu Verbesserungen des Standortes beitragen



Bedingt durch die in den Vorbemerkungen genannten Punkte sollen diese Bemühungen in den nächsten drei Jahren einerseits verstärkt und die Anstrengungen andererseits auch professionalisiert werden.

Alle diese konkret zu verfolgenden Ziele lassen sich auch aus dem vom Gemeinderat genehmigten Leitbild ableiten, nämlich aus den folgenden Leitsätzen:

- Schlieren ist eine attraktive Wohngemeinde, aber ebenso ein attraktiver Arbeitsort.
- Schlieren trägt zu diesen Qualitäten Sorge und entwickelt sie weiter.
- Schlieren will die Identität und Eigenständigkeit stärken.
- Schlieren plant die Entwicklung gesamtheitlich und stellt die Lebensqualität und Identität in den Vordergrund.
- Die Planung der Stadtentwicklung richtet sich nach dem Prinzip der Transparenz.
- Schlieren pflegt eine gute Informations- und Kommunikationspolitik.
- Schlieren trägt zum Wohlbefinden und Zusammengehörigkeit der Bevölkerung bei.
- Schlieren steigert die Wohnqualität.
- Schlieren setzt optimale Rahmenbedingungen für den Erhalt und die Ansiedlung eines breiten Branchenspektrums.

C. Heutige Situation

Die im Abschnitt B genannten Ziele werden schon heute in beschränktem Mass verfolgt. Dies hat bisher auch sehr gute Ergebnisse gebracht, so zum Beispiel:

- Aufbau eines Netzwerkes (Greater Zurich Area GZA, kantonale Wirtschaftsförderung, Schlieremer Wirtschafts- und Gewerbeverbände)
- Internetauftritt
- Druck von Standort- und Wirtschaftsbroschüren
- Gründung der Interessengemeinschaft IG Rietbach
- Neubau für den Hauptsitz der DaimlerChrysler Schweiz AG
- Aufhebung des grössten Autooccasionshandelsplatzes im Areal Rietbach
- Aufbau eines Bio Tech-Clusters im Wagiareal und Gründung des Vereins biotop Life Science Inkubator
- Vermittlung von Grundstücken für den Wohnungsbau (inkl. stadteigene Grundstücke)
- Ansiedlung von innovativen Unternehmungen (Prionics, Tenovis etc.)
- Schaffung von neuen Arbeitsplätzen (schätzungsweise ca. 500) und damit Verbesserung der Steuer-substanz
- neue Wohnüberbauungen mit grösserem Umfang (Hofuren, Gemeinnützige Baugenossenschaft Limmattal, GEWO BAG)

Die Arbeiten werden in der Stadtverwaltung vor allem durch den Bereichsleiter Liegenschaften wahrgenommen, der sozusagen im Nebenamt auch die Koordination der Wirtschaftsförderung betreibt. Insgesamt sind dafür 20 % seines Arbeitsumfanges vorgesehen; in Wirklichkeit ist aber der Einsatz wesentlich höher. Daneben nehmen auch zahlreiche weitere Mitarbeiter der Stadtverwaltung (Stadtschreiber, Verantwortliche für den Internet-Auftritt, Stadtingenieur, Bausekretär usw.) ebenfalls Aufgaben auf diesem Gebiet wahr.

D. Mittel zur Erreichung der Ziele

Die Mittel zur Erreichung der Ziele gemäss Abschnitt B sind:

- a) aktive und umfassende Kommunikation durch regelmässige Herausgabe von Pressemitteilungen, Bulletins, Textbeiträgen usw. mit der Absicht, eine möglichst hohe Präsenz in den Medien zu erreichen
- b) Unterstützung der einzelnen Verwaltungsabteilungen bei der Verstärkung ihrer Medienarbeit
- c) Erstellung von Dokumentationsmaterial, Broschüren, Grafiken usw. zum Standort Schlieren
- d) Organisation von Veranstaltungen, Ausstellungen usw. und Teilnahme an solchen Anlässen
- e) professioneller und einprägsamer grafischer wie auch textlicher Auftritt



- f) Ausbau und Nachführung der Homepage
- g) Schaffung eines einheitlichen Auftrittes (Corporate Design)
- h) Förderung von Kooperationen und Vernetzungen
- i) Beratung von Unternehmungen und Immobilieneigentümern

E. Konkretisierung und Mittelbedarf

2005

Aktivität	Wer	Kosten Fr.
Schaffung Corporate Identity (Logo) 1)	Marketingagentur	50'000
Marketing: Analyse, Konzept, Positionierung	Marketingagentur	30'000
Beiträge an Clusterentwicklung, Jungunternehmerförderung und Wohnbauprojekte	Fachspezialisten	30'000
Kosten neue Teilzeit-Stabsstelle Kommunikation	interne Stabsstelle	2) 60'000
PR-Aktionen zur Standortförderung in den Bereichen Wohnen und Arbeiten	Projekte	40'000
Kauf/Beteiligung Info-Pavillon für die Ausstellung von Projektergebnissen	Stadt zusammen mit Investoren	50'000
Total 2005		260'000

- 1) Auch wenn ein neues, einheitliches Logo geschaffen wird, werden die noch vorhandenen Briefpapier- und Kuvert-Vorräte weiter verwendet und auch die Beschriftungen nur sukzessive ersetzt.
- 2) Kosten = Lohn zuzüglich 50% für Sozialaufwand, Arbeitsplatz, Spesen, Material etc.

2006

Aktivität	Wer	Kosten Fr.
Marketing: Umsetzung	Marketingagentur	40'000
Kosten Teilzeit-Stabsstelle Kommunikation	interne Stabsstelle	60'000
Beiträge an Clusterentwicklung, Jungunternehmerförderung und Wohnbauprojekte	offen	30'000
PR-Aktionen zur Standortförderung in den Bereichen Wohnen und Arbeiten	offen	60'000
Total 2006		190'000

2007

Aktivität	Wer	Kosten Fr.
Beratung PR-Fachmann	offen	30'000
Kosten Teilzeit-Stabsstelle	offen	60'000
Beiträge an Clusterleitung	Wirtschaft	0
PR-Aktionen zur Standortförderung in den Bereichen Wohnen und Arbeiten	offen	50'000
PR-Aktionen allgemein	alle Ressorts/ Abteilungen	30'000
Total 2007		170'000

Gesamttotal für die Jahre 2005 bis 2007

Fr. 620'000

Zur fachlichen, professionellen Begleitung im Bereich Kommunikation und Marketing (Konzeptaufbau, Positionierung, Ausbildung und Umsetzung) wird eine externe Agentur beigezogen. Mit der grafischen Gestaltung des Marktauftrittes sowie der Einführung des Corporate Identity wird ebenfalls eine Agentur beauftragt. Für die Detailarbeit im Bereich Marketing und Kommunikation wird hingegen innerhalb der Verwaltung zunächst befristet für die Dauer von 3 Jahren neu eine Teilzeit Stabsstelle mit einem Umfang von höchstens 50% geschaffen.



F. Schlussfolgerungen

Die Aufbauarbeit für die Verbesserung der Standort-Attraktivität ist geleistet. Bevölkerung und Unternehmen sowie Investoren für die geplanten Grossprojekte wünschen richtigerweise verstärkte Aktivitäten der Stadt zur Verbesserung des Rufes von Schlieren, um die Positionierung als attraktiven Wohn- und Arbeitsort nachhaltig zu fördern.

Dazu muss die interne Organisation angepasst werden. Klare Strukturen und teilweise auch Zuständigkeiten für Stadtmarketing und Kommunikation/Information sind zu bilden. Die bisherigen Aktivitäten im Bereich der Standort- und Wirtschaftsförderung werden weiter geführt, jedoch durch flankierende professionelle Marketing- und Kommunikationsmassnahmen unterstützt respektive entlastet.

Es fehlt ein einheitlicher Auftritt in allen Bereichen (Gestaltung der Unterlagen, Wording, Umfang, Gesicht, Logo) - die verschiedenen Entscheide, Problemstellungen und Projekte sollen mit geeigneten Mitteln (Medien, Internet, Info-Pavillon usw.) in einem verständlichen Zusammenhang dargestellt werden. Auch ist bislang ein professionelles Wissen und Können auf den Gebieten Marketing und Kommunikation/Information in der Stadtverwaltung nicht oder nur in ungenügendem Mass vorhanden.

Auf Grund der vielen Aktivitäten und auch der in weiten Teilen wenig vorteilhaften Berichterstattung über Schlieren besteht im Moment ein grosser Handlungsbedarf.

Nach Ablauf der drei Jahre sollen die Ergebnisse der Aktivitäten geprüft werden, damit das weitere Vorgehen festgelegt werden kann. Nach heutigem Wissensstand sollten die Massnahmen dannzumal wieder reduziert werden können.

H. Budgetsituation

Die für 2005 zu erwartenden Kosten werden vorsorglich in den Voranschlag 2005 eingestellt.

Antrag an den Gemeinderat:

1. Für Massnahmen auf dem Gebiet der Öffentlichkeitsarbeit und der Imagepflege in den Jahren 2005-2007 wird ein Rahmenkredit von Fr. 620'000.-- bewilligt.
2. Der Aufwand geht zu Lasten der Laufenden Rechnung.

Für richtigen Protokollauszug

STADTRAT SCHLIEREN
Vizepräsident Schreiber

Robert Welti

Peter Hubmann

Versand: