

Standortmarketingkonzept Wangen-Brüttisellen

November 2023





Impressum

Auftraggeberin	Gemeinde Wangen-Brüttisellen Abteilung Planung und Infrastruktur Stationsstrasse 10 8306 Brüttisellen
Ansprechperson	Marlis Dürst Gemeindepräsidentin Claus Wiesli Leiter Planung und Infrastruktur
Datei	Standortmarketingkonzept Wangen-Brüttisellen 20231009
Berichtversion	09. Oktober 2023
Berichtverfasser	Dr.-Ing. Götz Datko (Projektleiter Kontextplan) / goetz.datko@kontextplan.ch Jowita Nicolaus / jowita.nicolaus@kontextplan.ch



Inhaltsverzeichnis

1.	Standortmarketing-Verständnis	4
2.	Standortprofil	5
2.1	Profilierungsmerkmale Wirtschaftsstandort	5
2.2	Profilierungsmerkmale Wohn- und Lebensraum	6
3.	Standortmarketing-Botschaften	8
3.1	Standortmarketing-Botschaften Wirtschaftsstandort	8
3.2	Standortmarketing-Botschaften Wohn- und Lebensraum	10
3.3	Aufbereitung der Botschaften	12
4.	Standortmarketing-Kanäle	13
4.1	Kanal 1 (Schwerpunkt): Webpage mit aktiver Bewerbung	13
4.2	Kanal 2: Betreuung von Investoren / Immobilienentwicklern	14
4.3	Kanal 3: Massgeschneiderte Informationspakete	14
4.4	Kanal 4: Botschafter*innen	15
4.5	Kanal 5: (Regionale) Partner	15
4.6	Kanal 6: Temporäre, ergänzende Kanäle	16
5.	Massnahmenkatalog	17
5.1	Massnahmen übergeordnet	17
5.2	Massnahmen Wirtschaftsstandort	17
5.3	Massnahmen Wohn- und Lebensraum	18

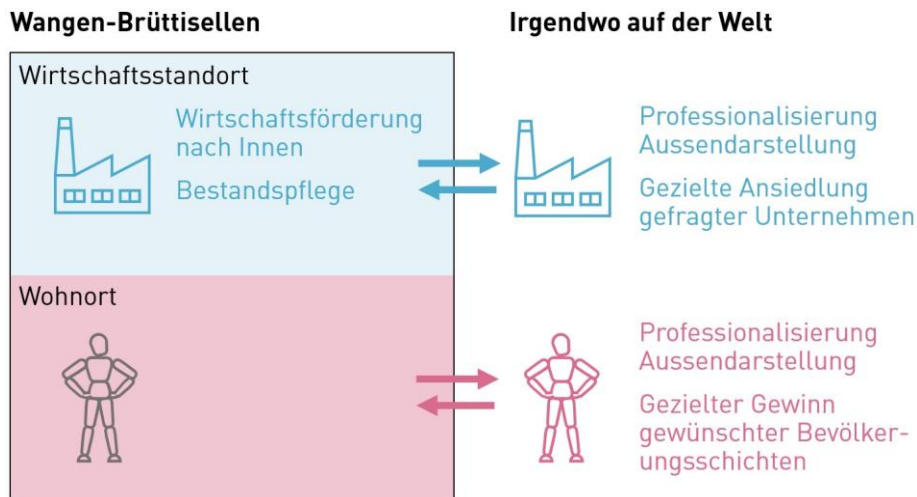


1. Standortmarketing-Verständnis

Wangen-Brüttisellen strebt eine Professionalisierung des Standortmarketings an. Der verfolgte Ansatz ist das aussenorientierte Standortmarketing für den Gewerbe- und Wohnstandort. Zentrales Ziel ist die Ansprache und der Gewinn der gewünschten Unternehmen und Zuzüger*innen.

Schwerpunkt 1 ist das Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort. Dabei steht die Professionalisierung der Aussendarstellung sowie die gezielte Ansiedlung gefragter Unternehmen im Fokus. Ergänzend sollen im Sinne der Wirtschaftsförderung nach Innen bestehende Unternehmen gepflegt und am Standort gehalten werden.

Schwerpunkt 2 ist das Standortmarketing für den Wohn- und Lebensraum. Dieses zielt auf die Professionalisierung der Aussendarstellung sowie den gezielten Gewinn gewünschter Bevölkerungsschichten ab.



Schwerpunkte des Standortmarketings in Wangen-Brüttisellen



2. Standortprofil

Im Standortprofil sind die vorhandenen, positiv besetzten Profilierungsmerkmale der Gemeinde zusammengefasst (Ist-Situation), die sich für eine Verwendung im Standortmarketing (und für eine Profilierung im Wettbewerb der Standorte) besonders eignen.

2.1 Profilierungsmerkmale Wirtschaftsstandort

Profilierungsmerkmal 1: Hohe Standortzufriedenheit

Die ansässigen Unternehmen schätzen Wangen-Brüttisellen als Wirtschaftsstandort sehr. Die allgemeine Standortzufriedenheit ist sehr hoch.

Profilierungsmerkmal 2: Ideale Strassenanbindung und gute Lage

Die gute Anbindung ans Strassennetz ist die wichtigste Standortqualität, auf die sich der Wirtschaftsstandort Wangen-Brüttisellen stützen kann – und dies gilt für alle unterschiedenen Unternehmensarten sowie für alle Unternehmensgrössen. Hinzu kommt eine für Unternehmen hervorragende Lage in einer dicht besiedelten Region mit zahlreichen potenziellen Kunden und Partnerunternehmen. Abgerundet wird die Qualität durch die Nähe zum Flughafen Zürich.

Profilierungsmerkmal 3: Lebens- und Naherholungsqualität

Sowohl die allgemeine Lebensqualität, aber auch sehr stark die Naherholungsqualität sind in Wangen-Brüttisellen sehr positiv ausgeprägt. Gegenüber Unternehmen, für die gute Lebensbedingungen für ihre Mitarbeitende wichtig sind, ist dies ein wichtiger Standortfaktor.

Profilierungsmerkmal 4: Ortsverbundenheit der Unternehmen

Die persönliche Verbundenheit vieler Unternehmer (vor allem Klein- und Kleinstunternehmen) mit ihrem Standort, respektive mit der Gemeinde ist in Wangen-Brüttisellen hoch. Die Kombination des Arbeits- mit dem Privatleben funktioniert in der Gemeinde auf qualitativ hohem Niveau. Entsprechend sind auch einige der Profilierungsmerkmale des Standortmarketings für den Wohn- und Lebensraum für Unternehmen von hoher Bedeutung.

Profilierungsmerkmal 5: Unternehmensvielfalt

Die Unternehmenslandschaft setzt sich aus ganz unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrössen und ganz unterschiedlichen Ausrichtungen von lokal bis international zusammen. Dieser Mix ist als Qualität zu verstehen.

Profilierungsmerkmal 6: Stammkundschaft

Versorgungsanbieter und publikumsorientierte Dienstleistungsanbieter können sich in Wangen-Brüttisellen auf ihre Stammkundschaft verlassen. Ein ausreichendes Parkplatzangebot verbessert diese Qualität zusätzlich.

Profilierungsmerkmal 7: Passende Liegenschaft / Räumlichkeit

Bei den Unternehmen in Wangen-Brüttisellen herrscht eine grosse Zufriedenheit, dass man vor Ort passende Liegenschaften oder Räumlichkeiten findet. Dies ist auch



als Qualität für ansiedlungsinteressierte Unternehmen zu verstehen, was mit der Entwicklung des Innovationsparkes aber auch mit anderen Angeboten noch vergrössert wird.

Profilierungsmerkmal 8: Gemeinde als Wirtschaftspartner

Die Gemeinde setzt sich für ihre Unternehmen ein und agiert als zuverlässiger Wirtschaftspartner. Dies bringt hohe Wertschätzung und kann helfen, neue Unternehmen zu generieren.

Profilierungsmerkmal 9: Innovative Grundhaltung

Die ständige Weiterentwicklung zählt zur DNA von Wangen-Brüttisellen. Gerade auch gegenüber mutigen, innovativen Änderungen ist man in der Gemeinde stets offen.

2.2 Profilierungsmerkmale Wohn- und Lebensraum

Profilierungsmerkmal 1: Dualität

Die Dualität der beiden sehr unterschiedlichen Gemeindeteile ist ein besonderes Alleinstellungsmerkmal. Der Charakter des identitätsstarken Dorfes Wangen und des immer urbaner werdenden Ortsteils Brüttisellen ergänzen sich zur Dualität von Stadt und Land.

Profilierungsmerkmal 2: Dörfliche Geselligkeit

In Wangen-Brüttisellen bieten sich vielfältige Möglichkeiten, an der ausgeprägten dörflichen Geselligkeit teilzunehmen. Besonders zu betonen ist das lebendige Vereinsleben. Neben den Freizeit- und Sportaktivitäten tragen die Vereine dazu bei, die lokale Identität zu erhalten und zu fördern. Aber auch Spielmöglichkeiten und Treffpunkte in den Freiräumen der Gemeinde und in der Gastronomie sind eine Stärke. Die Gemeinde lebt durch das Miteinander und die Geselligkeit der Bevölkerung.

Profilierungsmerkmal 3: Vielfältige Kultur- und Freizeitangebote

Die rege und vielfältige Kulturszene der Gemeinde stellt einen wichtigen Identifikationsanker dar. Zudem ist das attraktive Angebot an Freizeitmöglichkeit in der Gemeinde ein Faktor, weswegen die Bevölkerung gerne in ihr lebt. Hierzu zählen auch beliebte Anlässe, wie die Chilbi, das Dorffäscht, Anlässe des Kulturkreises, die Bewegungswoche oder besondere Sportveranstaltungen wie «dä schnällst Brüttiseller».

Profilierungsmerkmal 4: Nachbarschaften und Engagement

Das starke Miteinander prägt die Identität der Gemeinde. Man kennt einander und schätzt dies vor allem im Zusammenhang mit nachbarschaftlicher Hilfe. In vielen Bereichen verzeichnet die Gemeinde ein hohes bürgerschaftliches Engagement: Jugendhilfe, aktive Teilnahme am Vereinsleben, Mitwirkung bei Kulturveranstaltungen, usw. Die Gemeinde unterstützt und würdigt die Freiwilligenarbeit.

Profilierungsmerkmal 5: Möglichkeiten zur Mitgestaltung

«Partizipation macht die Gemeinde aus.» Diese und ähnliche Aussagen stammen von Einwohner*innen der Gemeinde, die sich wahrgenommen und eingebunden fühlen. In Wangen-Brüttisellen ist es stets möglich, den eigenen Lebensraum mitzugestalten. Zudem hört die Gemeinde den Menschen zu und setzt sich mit ihren Problemen auseinander. Personen aller Altersgruppen können ihre Probleme und Angelegenheiten direkt in der Wohngemeinde einbringen.



Profilierungsmerkmal 6: Gut ausgeprägtes Versorgungsangebot

Zahlreiche Einkaufsmöglichkeiten in der nahen Umgebung stellen einen grossen Wert für die Bevölkerung dar. Das gut ausgeprägte, vielfältige Gastronomieangebot in der Gemeinde wird ebenfalls als Stärke, bzw. geradezu als «Markenzeichen» der Gemeinde gesehen. Als Treffpunkte der Bevölkerung passen die Restaurants zum Charakter der geselligen Gemeinde.

Profilierungsmerkmal 7: Bildung/Betreuungsangebote

Die Gemeinde bietet ein vielseitiges Betreuungsangebot, respektive Tagesstrukturen sowie eine frühe Förderung beispielsweise für besonders begabte Kinder oder Kinder aus sozial schwachen Familien. Die Bildungseinrichtungen sind gut erreichbar und die Schulen haben einen guten Ruf als Arbeitgeber, was sich auf die Zufriedenheit des Lehrpersonals und indirekt auch positiv auf die Bildungsqualität auswirkt.

Profilierungsmerkmal 8: Familienfreundlichkeit

Die Gemeinde bietet passenden Wohnraum für Familien und Alleinerziehende. Die Gemeinde ist ein beliebter Wohn- und Lebensraum für Familien und entsprechend ist der Familienanteil höher als im schweizweiten Durchschnitt.

Profilierungsmerkmal 9: Naturwerte

Die Natur umgibt die Gemeinde und ist von jedem Ortsteil aus schnell erreichbar. Gleichzeitig ist die Gemeinde stark durchgrünt, bietet der Bevölkerung Ruhe und der Wunsch nach Wohnen im Grünen kann eingelöst werden.

Profilierungsmerkmal 10: Naherholungsqualitäten

Umgebende Spazierwege, Freizeit- und Erholungsräume sind von hoher Qualität und erfreuen sich in der Bevölkerung grosser Beliebtheit. Die Spazierwege am Waldrand bieten beides: Kontakt mit Natur und Blick auf die Stadt.

Profilierungsmerkmal 11: Zentrale Lage

Als geographischer Mittelpunkt des Kantons Zürich profitiert die Gemeinde von der Zentralität und den kurzen Wegzeiten – vor allem zu Arbeitsplätzen und zum kulturellen Angebot in den Grossstädten Winterthur und Zürich. Dabei ist die Gemeinde sehr gut erschlossen, einerseits mit der direkten Autobahnanbindung über das Brüttiseller Kreuz, die schnelle Verbindungen in alle Himmelsrichtungen ermöglicht, andererseits aber auch durch ein attraktives ÖV-Angebot.



3. Standortmarketing-Botschaften

Die Standortmarketing-Botschaften sind die Konzentrate, wie die Profilierungsmerkmale gegenüber den Zielgruppen (gewünschte Unternehmen und Zuzüger*innen) kommuniziert werden können. Dabei handelt es sich noch nicht um eine textliche Aufbereitung, wie sie eine Kommunikationsagentur erreichen kann – siehe hierzu Kapitel 3.3.

3.1 Standortmarketing-Botschaften Wirtschaftsstandort

Botschaft 1: Unternehmen mit höchster Zufriedenheit!

Der Wirtschaftsstandort Wangen-Brüttisellen erfreut sich bei ansässigen Unternehmen höchster Zufriedenheit.

Die ansässigen Unternehmen äussern in einer Befragung höchste Zufriedenheit mit dem Wirtschaftsstandort. Ganz erstaunlich: Ausnahmslos alle in der Befragung erfassten Unternehmen wollen langfristig am Wirtschaftsstandort Wangen-Brüttisellen bleiben und sich teils auch hier erweitern.

Botschaft 2: Wirtschaftsstandort der Vielfalt!

Die Mischung aus lokalen Qualitäten und (inter-)nationaler Anbindung macht den Wirtschaftsstandort bei Unternehmen verschiedenster Grösse und Branchen beliebt.

Wangen-Brüttisellen zeichnet die Vielfalt aus. Die Dualität von ländlichen und urbanen Qualitäten sowie von Lokalbezug und (inter-)nationaler Ausrichtung macht sich auch in der Unternehmensstruktur bemerkbar: Der Wirtschaftsstandort ist attraktiv für Unternehmen ganz unterschiedlicher Grösse, unterschiedlicher Branchen und unterschiedlicher Ausrichtung, ob lokal/regional oder national/international. In der Vielfalt der Unternehmen entstehen zahlreiche lokale Synergien.

Botschaft 3: Mit perfekter Lage und Anbindung!

Die perfekte Lage und Anbindung ist eine Qualität, die gleichermassen von regional tätigen Betrieben als auch von Unternehmen mit nationaler und internationaler Ausrichtung sehr geschätzt wird.

Über das Brüttiseller Kreuz ist der Wirtschaftsstandort Wangen-Brüttisellen ideal ans regionale und nationale Strassennetz angebunden. Vertreter*innen unterschiedlicher Branchen und aller Unternehmensgrössen äussern, dass die perfekte Lage und Anbindung ein grosser Standortvorteil sind. In der Mitte des Kantons Zürich gelegen sind vom Wirtschaftsstandort Wangen-Brüttisellen aus in 30 Fahrminuten rund 1.5 Millionen Menschen erreichbar, in 60 Fahrminuten sind es bereits 3.8 Millionen Menschen. Handwerksbetriebe, die zur Kundschaft in der Region fahren, schätzen die wertvolle Zeit, die sie tagtäglich gegenüber anderen Wirtschaftsstandorten in der Region sparen. National tätige Dienstleistungs- und Handelsunternehmen sowie das produzierende Gewerbe profitieren von der idealen Anbindung ans Autobahnnetz. Nicht verwunderlich also, dass beispielsweise die grösste Blumenbörse der Schweiz hier ihren Standort hat. International agierende Unternehmen schätzen zudem die Nähe zum Flughafen Zürich.

Botschaft 4: Attraktiv für Arbeitskräfte!



Die hohe Lebensqualität sowie die Nähe zu Zürich und Naherholungsräumen machen Wangen-Brüttisellen sowohl bei Entscheidungsträgern als auch bei Fachkräften zum attraktiven Wohnort.

Die hohe Lebensqualität und spürbare Ortsverbundenheit wirken wie ein Magnet für viele Menschen. In der Verbindung mit dem Innovationspark und der dynamischen Entwicklung der Gemeinde bietet Wangen-Brüttisellen optimale Bedingungen für Fachkräfte und dabei vor allem auch für hochqualifizierte Fachkräfte. Die Nähe zu Zürich, aber auch die Nähe zu Naherholungsräumen runden die Qualitäten für die Arbeitskräfte ab. Unternehmen in Wangen-Brüttisellen profitieren von der hohen Wohn- und Lebensqualität, denn nicht selten ist diese für Fachkräfte entscheidend bei der Wahl ihres Arbeitsplatzes.

Botschaft 5: Im Netzwerk von Unternehmen mit hoher Ortsverbundenheit!

Am Wirtschaftsstandort Wangen-Brüttisellen finden Unternehmen Anschluss an ein Netzwerk von KMUs, die eine hohe Standortverbundenheit und Kooperationsbereitschaft aufweisen.

Viele kleine Unternehmen in Wangen-Brüttisellen weisen eine hohe Ortsverbundenheit auf, begünstigt durch die Kombination guter Wirtschaftsbedingungen und hoher Lebensqualität. Inhaber*innen und Angestellte leben häufig in der Gemeinde und viele Betriebe wurden hier gegründet, weil ihre Inhaber*innen in der Gemeinde aufgewachsen sind. Wangen-Brüttisellen unterstützt inhabergeführte KMUs mit Lokalbezug. Die Unternehmen sind ideal miteinander vernetzt, ob über den Gewerbeverein oder durch persönliche Unternehmenskooperationen. Man kennt sich und unterstützt sich gegenseitig, persönliche Kontakte, Kooperationsbereitschaft und Networking zeichnen den Unternehmensstandort für KMUs aus. Ein grosser Vorteil auch für neue Unternehmen!

Botschaft 6: Zusammenspiel von Tradition und Innovation!

Der Wirtschaftsstandort bietet einen bereichernden Mix von traditionellen Handwerksbetrieben bis hin zum Innovationspark, einem Arbeitsstandort der Zukunft.

Der Wirtschaftsstandort Wangen-Brüttisellen verbindet Tradition und Innovation. Hier befinden sich einerseits kleine, traditionelle, handwerkliche Betriebe, teils in Werkstätten eingeflochten in das dörfliche Ortsbild. Andererseits sind auch global ausgerichtete High-Tech Industrien vor Ort, wobei vor allem der entstehende Innovationspark grosses Potenzial bietet.

Botschaft 7: Die Gemeinde als starker Wirtschaftspartner!

Gleichermassen bestehende als auch ansiedlungsinteressierte Unternehmen finden in der Gemeinde einen zuverlässigen, unterstützenden Partner.

In einer Wirtschaftsbefragung bestätigten die ansässigen Unternehmen: Die Gemeinde Wangen-Brüttisellen ist ein verlässlicher Wirtschaftspartner, der nicht nur zuverlässig und jederzeit ansprechbar ist, sondern der auf die Unternehmen zugeht, sie aktiv unterstützt, die Standortbedingungen kontinuierlich verbessert und Netzwerkanlässe durchführt. Nicht nur für die bestehenden, sondern auch gegenüber ansiedlungsinteressierten Unternehmen versteht sich die Gemeindeverwaltung als Partner und bietet Kooperationsbereitschaft und unterstützenden Dienstleistungsangebote an.

Botschaft 8: Bedarfsgerechte Vermittlung von Land und Liegenschaften!

Neuansiedlungen und Unternehmenserweiterungen steht am Wirtschaftsstandort Wangen-Brüttisellen nichts im Weg – die Gemeinde unterstützt die bedarfsgerechte Vermittlung von verfügbarem Gewerbeland und verfügbaren Liegenschaften.



Am Wirtschaftsstandort stehen Gewerbeflächen und Gewerbeliegenschaften unterschiedlicher Grösse und an unterschiedlicher Lage zur Verfügung. Die Gemeinde unterstützt bei der Vermittlung zwischen Eigentümer*innen und Unternehmen und ist daran interessiert, dass bestehende Unternehmen sich an ihren Standorten erweitern können. Nicht verwunderlich also, dass bestehende Unternehmen die Verfügbarkeit von Land und Liegenschaften positiv bewerten. Mit der Entwicklung des Innovationsparks und weiterer Gewerbeflächen wird das Angebot weiter vergrössert.

Botschaft 9: Gewerbestandort mit Qualität und Services!

Wangen-Brüttisellen legt Wert auf die Entwicklung gemeinsam verwendbaren, moderner Infrastrukturen und ansprechenden, gut nutzbaren Freiraumqualitäten und bietet den Unternehmen damit einen Gewerbestandort voller Qualität und wachsender Services.

Die Gemeinde unterstützt neben Co-Working Spaces die Entwicklung vielfältiger und innovativer Angebote und Services. Dies bietet denjenigen Unternehmen einen Vorteil, die Infrastrukturen nicht selbst entwickeln, sondern gemeinsam mit anderen Unternehmen nutzen wollen. Welche «Shared Facilities» entstehen, wird von den Bedürfnissen der Unternehmen abhängen. Dazu können Shared Meeting Rooms, Shared Relax Spaces, Shared Kitchen and Dining Rooms, Shared Mental and Fitness Training und anderes mehr zählen. Kombiniert mit ansprechenden Freiraumqualitäten und mit Aufenthalts- und Bewegungsmöglichkeiten in Mittagspausen oder nach Feierabend bietet sich ein Gewerbestandort voller Qualität.

3.2 Standortmarketing-Botschaften Wohn- und Lebensraum

Botschaft 1: Leben mit den Qualitäten von Stadt und Land!

Wo Stadt und Land sich treffen – Wangen-Brüttisellen bietet eine einzigartige Dualität von dörflichen und urbanen Qualitäten.

Wer in Wangen-Brüttisellen lebt, muss sich nicht entscheiden: Hier treffen dörfliche und urbane Qualitäten aufeinander. Der Ortsteil Wangen glänzt durch seinen identitätsstarken, ländlichen Charme – Tradition und bäuerliche Vergangenheit sind spürbar, dörfliche Gemütlichkeit bestimmt das Leben. Der Ortsteil Brüttisellen punktet hingegen durch seine wachsende Urbanität und den städtischen Flow – im Kern des Ortsteils entstehen attraktive städtische Überbauungen und Nutzungen.

Botschaft 2: Lebensraum voller Geselligkeit!

Dörflicher Gemeinschaftssinn, lebendige Nachbarschaften und Zugehörigkeit zeichnen das Leben in Wangen-Brüttisellen aus.

Wer in Wangen-Brüttisellen lebt, profitiert von einem Umfeld voller Geselligkeit und dörflichem Gemeinschaftssinn. Zugezogene finden schnell Anschluss in der Gemeinde – wer trotz der Nähe zur Grossstadt ein intaktes und interkulturelles Gemeindeleben sucht, ist hier genau richtig. Vielfältige Vereine, kulturelle Angebote, Freizeiteinrichtungen, Sportstätten sowie Spiel- und Treffpunkte im Dorf werden rege genutzt und die Dorffeste erfreuen sich grosser Beliebtheit. Die intakten, lebendigen Nachbarschaften versprechen allen Generationen eine hohe Lebensqualität. Der Wohn- und Lebensraum Wangen-Brüttisellen bietet den Bewohnerinnen und Bewohnern Identifikation und Zugehörigkeit.

Botschaft 3: Ein echtes Stück Heimat!

In Wangen-Brüttisellen steht der Mensch im Mittelpunkt. Einwohnerinnen und Einwohner fühlen sich mit ihrer Gemeinde verbunden.



Eine in vielen Gemeinden der Schweiz durchgeführte Bevölkerungsbefragung hat ergeben, dass sich die Einwohnerinnen und Einwohner in Wangen-Brüttisellen überdurchschnittlich stark mit ihrem Wohn- und Lebensraum verbunden fühlen und hier sehr gerne leben. In Wangen-Brüttisellen steht der Mensch im Mittelpunkt und die Gemeindeentwicklung ist darauf ausgerichtet, den Einwohnerinnen und Einwohnern ein Maximum an Lebensqualität und ein echtes Stück Heimat zu bieten. Dabei gehören eine weltoffene Haltung, Vielfalt und Chancengleichheit zur Agenda der Gemeinde und werden von Politik und Verwaltung gepflegt.

Botschaft 4: Moderner Wohnraum mit Zugehörigkeit!

Wangen-Brüttisellen wächst. In urbanen Überbauungen entsteht modernster Wohnraum, gepaart mit den Qualitäten der dörflichen Geselligkeit und Zugehörigkeit.

Im Ortsteil Brüttisellen entstehen an perfekt erschlossener Lage neue Überbauungen mit modernstem Wohnraum für Zuzüger*innen und Einheimische, die einen urbanen Ort suchen. Hier lässt sich ein urbaner Wohnstil mit den Qualitäten der dörflichen Geselligkeit kombinieren. Und auch viele der neuen Wohnformen setzen auf Gemeinschaft und Geselligkeit – so wird Mehrgenerationenwohnen ebenso wie Community Living, das auf Gemeinschaftsräume setzt, entstehen. Hier entkommt man trotz Urbanität der anonymen Grossstadt. Gerade auch für junge Menschen, egal ob Singles, Paare oder junge Familien, bietet sich ein attraktiver Einstieg in das gesellige Leben in Wangen-Brüttisellen – viele werden bleiben.

Botschaft 5: Leben mit den Qualitäten der Natur!

Wer in Wangen-Brüttisellen lebt, hat die Qualitäten der Natur vor der eigenen Haustüre.

Naherholungsgebiete und die Natur sind von jeder Stelle in der Gemeinde aus in wenigen Minuten zu Fuss erreichbar. Ein ausgeprägtes Fuss- und Velowegenetz, die umgebenden Felder und Wälder und der Blick bis in die Alpen machen den Spaziergang oder die Velotour zu etwas Besonderem. Zudem sind beide Gemeindeteile stark durchgrünt, die Natur fliesst in den Siedlungsraum hinein und naturnaher Wohnraum wird weiterentwickelt.

Botschaft 6: Ort der kurzen Wege!

In Wangen-Brüttisellen bekommt man auf kurzen Wegen alles, was man im Alltag benötigt.

Gute Versorgungsangebote mit Food, NonFood und Dienstleistungen sowie ein vielfältiges gastronomisches Angebot sind vor Ort und die kurzen Wege tragen zu einer hohen Alltagsqualität bei. Zusätzlich entstehende Versorgungsangebote (Grossverteiler, Gesundheitszentrum usw.) am urbanen Entwicklungsschwerpunkt am Brüttiseller Kreuz werden das bestehende Angebot noch weiter ergänzen.

Botschaft 7: Einfach perfekt angebunden!

In Wangen-Brüttisellen genießt man dörfliche Qualitäten und ist doch in der Welt! Die perfekte Verkehrsanbindung macht es möglich.

Die Anbindung ans nationale Strassennetz könnte dank der Autobahnauffahrt am Brüttiseller Kreuz mit Verbindungen in alle Himmelsrichtungen nicht besser sein. Zudem sind mit Bus und Bahn sind die Hauptbahnhöfe von Zürich und Winterthur und auch der grösste Flughafen der Schweiz in 20 bis 30 Minuten erreichbar. Im Mittelpunkt des Kantons gelegen und dank der perfekten Anbindung verfügt Wangen-Brüttisellen über Vorteile der grossen Städte, ohne ihre Nachteile zu haben.

Botschaft 8: Wo die Interessen der Einwohner*innen im Mittelpunkt stehen!



In Wangen-Brüttisellen werden der Bevölkerung attraktive Möglichkeiten der Partizipation und Mitgestaltung gegeben.

Die Interessen der Einwohner*innen werden in Wangen-Brüttisellen gehört und ernstgenommen. Zudem sind sie eingeladen, das Gemeindeleben und die Gemeindeentwicklung aktiv mitzugestalten. Attraktive Möglichkeiten des Engagements und neue Formen der Partizipation werden angeboten und von grossen Teilen der Bevölkerung aktiv genutzt.

Botschaft 9: Lebensqualität für die ganze Familie!

Passende Wohnungen, ein vielfältig nutzbares Wohnumfeld sowie Tagesstrukturen machen Wangen-Brüttisellen zum beliebten Wohnort bei Familien.

Viele Familien leben in Wangen-Brüttisellen und neue Familienwohnungen entstehen, dabei auch praktische kleinere Wohnungen für Alleinerziehende. Alltagsgerechtes Wohnen und eine Qualitätssteigerung der Care-Arbeit werden in Wangen-Brüttisellen gross geschrieben. Den Familien bieten sich neben passenden Wohnungen ein Wohnumfeld, das sicher, durchgrünt und voller Spielmöglichkeiten ist. Jugendliche profitieren vom vielfältigen Sport- und Freizeitangebot sowie vom Jugendtreff. Das schulische Bildungsangebot wurde von der Bevölkerung in einer Befragung als sehr gut bewertet. Zudem machen Spielgruppen, Kindertagesstätten und Tagesstrukturen in Kindergarten und Schule Wangen-Brüttisellen zum beliebten Wohnort bei Familien, bei denen beide Elternteile einen Beruf ausüben sowie bei Alleinerziehenden.

3.3 Aufbereitung der Botschaften

Die Form der Aufbereitung der Botschaften ist abhängig von den gewählten Standortmarketing-Kanälen. Ein Teil kann von der Gemeinde selbst und auf Wunsch von Kontextplan übernommen werden. Für gewisse Elemente hingegen empfiehlt sich, eine Kommunikationsagentur beizuziehen.

Aufgabe der Kommunikationsagentur ist:

1. Die Botschaften zielgruppenkonform aufzubereiten / textlich und grafisch.
2. Logo/Logos, Slogan/Slogans und eventuell ein Corporate Design entwickeln.



4. Standortmarketing-Kanäle

Die Standortmarketing-Kanäle beschreiben, auf welchen Wegen die Botschaften die Zielgruppen (gewünschte Unternehmen und Zuzüger*innen) erreichen sollen. Die empfohlenen Kanäle sind so gewählt, dass mit verhältnismässig geringem Aufwand eine breite Wirkung erzielt werden kann und dass die Kanäle durch die Gemeinde selbst (ohne oder mit nur geringer Unterstützung durch Externe) bespielt werden können.

Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort

Kanal 3: Massgeschneiderte Informationspakete

Kanal 5: (Regionale) Partner

Kanal 1 (Schwerpunkt): Webpage mit aktiver Bewerbung

Kanal 4: Botschafter*innen

Kanal 6: Temporäre, ergänzende Kanäle

Standortmarketing für den Wohn- und Lebensraum

Kanal 2: Betreuung von Investoren / Immobilienentwicklern

4.1 Kanal 1 (Schwerpunkt): Webpage mit aktiver Bewerbung

Kanal 1 bedient sowohl das Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort als auch das Standortmarketing für den Wohn- und Lebensraum.

Wichtigster Kanal soll eine gemeindeeigene Webpage sein, auf denen die Botschaften sowohl des Wirtschaftsstandortes als auch des Wohn- und Lebensraums kommuniziert werden. Die Webpage kann den bestehenden Online-Auftritt der Gemeinde (der jüngst erst vollständig überarbeitet wurde) ergänzen.

Von hoher Bedeutung ist bei einer Webpage die professionelle Aufbereitung, welche die Botschaften gegenüber den Zielgruppen emotional vermittelt.

Eine Webpage allein würde ihre Wirkung verfehlen. Nur wenige der gewünschten Unternehmen und der potenziellen Zuzüger*innen würden sie sehen, wenn sie nicht aktiv beworben wird. Drei Wege der Bewerbung werden empfohlen:

1. **Kampagne:** Im Sinne einer (kostengünstigen) Kampagne sollen Botschaften kommuniziert und gleichzeitig auf die Webpage in zahlreichen Medien aufmerksam gemacht werden. Dazu zählen das Schalten von Annoncen in sozialen Medien, wie beispielsweise LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter und eventuell ergänzend klassische Anzeigen in Printmedien.
2. **Nutzen der weiteren Kanäle:** Alle weiteren, unten aufgeführten Kanäle des Standortmarketings werden genutzt: auf Vermarktungsseiten von Wohnungen soll auf die Webpage ebenso verlinkt werden wie auf den Flyern der massgeschneiderten Informationspakete oder bei Angeboten und Auftritten der Flughafenregion oder der SVSM (Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement).



3. Verlinkungen: In Mail-Signaturen der Verwaltungsangestellten, auf der gemeinde-eigenen Homepage und beispielsweise auch auf den Homepages von Vereinen der Gemeinde soll auf die Standortmarketing-Webpage aufmerksam gemacht und verlinkt werden.

4.2 Kanal 2: Betreuung von Investoren / Immobilienentwicklern

Kanal 2 bedient das Standortmarketing für den Wohn- und Lebensraum.

In Brüttsellen entsteht neuer Wohnraum in grossem Ausmass. Wie gut es gelingt, das wesentliche Ziel des Standortmarketings für den Wohn- und Lebensraum zu erreichen, wird wesentlich davon abhängen, welche Zuzüger*innen mit diesen Überbauungen angesprochen werden.

Ein sehr bedeutender Standortmarketing-Kanal sind damit die Homepages der Investoren und Immobilienentwickler, respektive von deren Vermarktungsagenturen. Wichtiges Ziel ist, dass auf den Homepages, die sich direkt an die «Endkund*innen», also direkt an die potenziellen Zuzüger*innen wenden, nicht nur die gute Lage, der moderne Wohnraum und die Erreichbarkeit von Zürich und Winterthur angepriesen werden. Vielmehr sollen die Botschaften des Standortmarketings der Gemeinde in den Fokus gerückt werden.

Es ist davon auszugehen, dass Investoren und Immobilienentwicklern dem Anliegen der Gemeinde offen gegenüberstehen. Der Erfahrung nach sind diese froh, wenn eine Gemeinde eine klare Positionierung und klare Zielsetzungen hat und gut aufbereitete Botschaften werden gerne verwendet.

4.3 Kanal 3: Massgeschneiderte Informationspakete

Kanal 3 bedient primär das Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort, könnte aber auch gegenüber Einzelpersonen zum Einsatz kommen, die sich Wangen-Brüttsellen als ihren Wohnort überlegen.

Die klassischen Flyer haben nicht ausgedient. Im Gegenteil: Unterschiedliche Botschaften und unterschiedliche Standortqualitäten haben unterschiedliche Flyer verdient.

Die Flyer sollen der Gemeinde in gedruckter und digitaler Form zur Verfügung stehen, nicht aber direkt auf die Homepage oder andere digitale Medien aufgeschaltet werden. Vielmehr dienen sie der Gemeinde, «Kunden» gezielt mit gefragten Informationen bedienen zu können.

Ziel ist, ansiedlungsinteressierte Unternehmen persönlich kennenzulernen und sie im Verlauf des persönlichen Gesprächs direkt mit denjenigen Informationen versorgen zu können, welche für sie relevant sind. Im Gespräch mit einem Manager eines international tätigen Unternehmens könnte das massgeschneiderte Informationspaket beispielsweise aus einem Flyer zu den harten Standortfaktoren des Wirtschaftsstandortes (Erreichbarkeit, Arbeitskräftepotenzial, Finanzstruktur usw.), einem Flyer zum Standortimage und einem Flyer zum Flächenangebot (z.B. Innovationspark) zusammengestellt sein. Gegenüber dem Inhaber eines Handwerksbetriebs könnten hingegen Flyer zur lokalen Struktur an Kleinunternehmen und deren Netzwerk, ein Flyer zur wirtschaftsfreundlichen Gemeinde und ein Flyer zu Wohn- und Lebensqualitäten relevant sein.



Es sollte also ein gewisses Set aus Flyern bestehen, mit dem die Gemeinde potenziell ansiedlungsinteressierte Unternehmen sofort und dennoch massgeschneidert bedienen kann.

Denkbar wären Flyer zu den folgenden Themen (wobei die Liste nicht abschliessend ist):

- Lokale Freizeitqualitäten (Naherholung, Sport usw.)
- Regionale Freizeitqualitäten (Zürich, Winterthur, Kultur, Ausflüge usw.)
- Wohnangebot (bestehend und neu)
- Dörflicher Gemeinschaftssinn: Geselligkeit, Vereinsleben, Feste usw.
- Dualität Stadt/Land, urban/dörflich
- Innovative Gemeindeverwaltung für Bevölkerung: Services, Partizipation, Nähe zur Bevölkerung usw.
- Harte Standortfaktoren (Wirtschaftsstandort)
- Standortimage
- Gemeinde als Wirtschaftspartner: Services, Kooperationsbereitschaft usw.
- Angebot Wirtschaftsflächen und -immobilien / Darstellung Innovationspark
- Usw.

4.4 Kanal 4: Botschafter*innen

Kanal 4 bedient im Kern das Standortmarketing für den Wohn- und Lebensraum, kann je nach Person und deren Netzwerk aber auch für das Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort wirkungsvoll sein.

Alle Verwaltungsangestellte und Politiker*innen der Gemeinde werden zu Botschafter*innen, weitere interessierte Persönlichkeiten aus der Gemeinde sind ebenfalls eingeladen, mitzuwirken. Die Botschafter*innen werden betreffend die Botschaften «geschult» und über ihre kontinuierliche persönliche Vermittlung der Botschaften werden sie zu wirkungsvollen Marketingkanälen.

4.5 Kanal 5: (Regionale) Partner

Je nach Partner bedient Kanal 5 eher das Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort oder das Standortmarketing für den Wohn- und Lebensraum.

Aktuell identifizierte potenzielle Partner:

- Flughafenregion: Die Flughafenregion bietet als Wirtschaftsnetzwerk Möglichkeiten, die Botschaften von Wangen-Brüttisellen aufzugreifen und bei Anlässen oder gegenüber potenziell ansiedlungsinteressierten Unternehmen zu verwenden.
- SVSM (Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement): Der Dachverband des Standortmanagements dient im Kern dem Networking und dem Erfahrungsaustausch. Über das Netzwerk könnten sich neue Kanäle öffnen.



- Weitere potenzielle Partner können kontinuierlich identifiziert und angegangen werden.

4.6 Kanal 6: Temporäre, ergänzende Kanäle

Kanal 6 bedient im Kern das Standortmarketing für den Wohn- und Lebensraum, kann vereinzelt aber auch für das Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort wirkungsvoll sein.

Sobald die Botschaften aufbereitet sind, sollen sie grundsätzlich bei jeder Möglichkeit verwendet werden, die sich bietet. Das können beispielsweise sein:

- Bei Veranstaltungen und Festen
- In Newslettern
- In Berichterstattungen in den Medien
- Bei Wirtschaftsveranstaltungen (z.B. jährlicher Wirtschaftsapéro)
- Bei Gemeindeversammlungen und partizipativen Prozessen
- Bei Neubürgeranlässen
- Usw.



5. Massnahmenkatalog

Die Erarbeitung und Realisierung von Massnahmen hat beim Standortmarketing von Wangen-Brüttisellen nicht erste Priorität, dennoch ist der Massnahmenkatalog fester Bestandteil. Dies auf dem Hintergrund, dass das Standortmarketing nicht nur der zielgruppenorientierten Vermarktung von Standortqualitäten dient, sondern auch die an den Zielgruppenbedürfnissen orientierte Verbesserung von Standortfaktoren mittels konkreter Massnahmen schrittweise vorantreibt.

Die im folgenden aufgeführten Massnahmen sind dabei als aktueller Ideenstand zu verstehen, der ständig angepasst und erweitert werden kann.

5.1 Massnahmen übergeordnet

Die übergeordneten Massnahmen sind eher Zielsetzungen, die sich mit einem Bündel an Einzelmassnahmen kontinuierlich verfolgen lassen.

Weiterentwicklung der Dualität von Stadt und Land: Die Dualität von Stadt und Land gilt als grosse Besonderheit, respektive als Alleinstellungsmerkmal der Gemeinde. Entsprechend soll sie nicht nur als Botschaft im Standortmarketing genutzt, sondern auch kontinuierlich und konsequent weiterentwickelt werden.

Entgegen der hohen Verkehrsbelastung: Die hohe Verkehrsdichte und -belastung wird von ansässigen Unternehmen als grösster Standortmangel und von der Bevölkerung als grösste Attraktivitätsminderung der Gemeinde beschrieben. Sämtliche Massnahmen der Verkehrsentlastung und der Reduktion negativer Auswirkungen des Strassenverkehrs können damit als wichtige Massnahmen der Erhöhung der Standortattraktivität bezeichnet werden. Dazu zählt insbesondere auch eine Verbesserung des ÖV-Angebots (Takt, Verbindungen, Abend- und Nachtverbindungen...). Zuziehende Unternehmen und Einwohner*innen sollen stark auf den ÖV ausgerichtet sein, um eine zusätzliche Belastung der Strassen soweit möglich zu vermeiden.

5.2 Massnahmen Wirtschaftsstandort

Services und Qualitäten für innovative Gewerbestandorte:

- Entwicklung von «Shared New Work Facilities» in Gewerbegebieten (Beispiele für Shared New Work Facilities: Shared Meeting Rooms, Shared Collaboration Boxes, Shared Creation Rooms, Shared Relax Spaces, Shared Kitchen and Dining Room, Shared Leisure Area, Shared Mental and Fitness Training, Shared Office Equipment...)
- Entwicklung qualitativer und für Freizeitbelange nutzbarer Aussenräume in Arbeitsgebieten / damit insbesondere Qualitätssteigerung der Mittagspausen, aber auch Förderung der Sichtweise auf die Arbeit als integrierter, willkommener Teil des aktiven Lebens (Work-Life-Blending)

Verbesserung Know-how über Beweggründe und Sichtweisen der Unternehmen:

- Kontinuierliche Befragung von wegziehenden und zuziehenden Firmen



- Wiederholung der Wirtschaftsbefragung (z.B. alle vier Jahre)

Bestandspflege:

- Förderung des Netzwerks und der Synergien kleiner KMU / dafür stärkere Aktivierung des Gewerbevereins und/oder engere Abstimmung mit diesem
- Erhalt und Ausweitung des durch die Gemeinde regelmässig organisierten Firmenapéros
- Spezifische Pflege der Versorgungsanbieter in den Dorfkernen / direkte Kontakte, Bedürfnisse aufnehmen und wo immer möglich reagieren

5.3 Massnahmen Wohn- und Lebensraum

Förderung spezifischer Wohnformen mit besonderen Mehrwerten:

- Wenn immer möglich aktive Zusammenarbeit und Einflussnahme auf Investoren und Eigentümer
- Förderung von Wohnformen, die auf Geselligkeitssuchende ausgerichtet sind (auch für progressive Lebensstile): Community Living, Mehrgenerationenwohnen usw.
- Förderung von Alltagsqualität / Qualitätssteigerung der Care-Arbeit / Förderung passender Wohnformen und Wohnumgebungen für Familien
- Förderung unterschiedlicher Wohnangebote für Wohnen im Alter (Service-wohnen, betreutes Wohnen, Altersheim) / Förderung attraktiver Angebote für ein aktives Einbringen der Senioren in das gesellige Gemeindeleben

Stärkung des naturnahen Wohnens / Betonung und Ausbau von Naturqualitäten:

- Pflege und Förderung von naturnahem Wohnen mit hoher Biodiversität und Artenvielfalt in Wohnsiedlungen
- Pflege und Förderung der Nachhaltigkeit in Bezug auf Wohnentwicklungen
- Erweiterung von Grünflächen im Siedlungsraum / Vorantreiben der grünen Achse im Zentrum Brüttsellen (entsprechend dem Nutzungs- und Freiraumkonzept Zentrum Brüttsellen)
- allgemein naturnahe Freiraumgestaltung mit vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten und hoher Aufenthaltsqualität sowie Begünstigung von Biodiversität und Siedlungsklima
- Erarbeitung einer interaktiven Freiraumkarte

Begegnungsräume im öffentlichen Raum und zentral gelegene Spielplätze:

- Förderung attraktiver Begegnungsräume voller Treffpunkt- und Aufenthaltsqualitäten im öffentlichen Raum
- Errichtung zentral gelegener Spielplätze (je Ortsteil ein zusätzlicher, Spielplatz)
- Weiterentwicklung der bestehenden Spielplätze zu modernen, attraktiven Begegnungsorten für Jung und Alt

