



ROTARY CLUB BADEN
Postfach, 5401 Baden

Bulletin

Thema: **Badens Rohstoff:** Gedankenspiel zum Pioniergeist einer Kleinstadt

Ort: Atrium Hotel Blume, Baden Vorsitz: Georg Humbel

Bulletin vom: 8. Oktober 2013 Verfasser: Christoph Umbricht

Das Blume-Team verwöhnt uns heute auf herbstliche Art mit einem Kürbis-Rosenkohlstrudel an einer leichten Currysauce als Vorspeise und einem Red Snapper- und Seezungen Duett nach Müllerin Art an Dillsauce mit Parmesanrisotto und Romanescogemüse!

Georg Humbel heisst uns willkommen und begrüsst zwei Gäste:

- **Lukas Pfisterer** vom Rotary Club Aarau-Alpenzeiger
- und den heutigen Referenten **Thomas Lütolf** (Leiter Standortmarketing Stadt Baden) und Mitglied beim Rotary Club Baden-Rohrdorferberg

Georg teilt uns den Tod von Elisabeth Heimlicher, Gattin von Erich, mit. Die Abdankungsfeier findet am nächsten Freitag, 11. Oktober um 14:00h in der Parkkapelle an der Römerstrasse statt.

Ebenfalls informiert er uns, dass Fredi Isch, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Stiftung arwo und Rotarier aus Wettingen, unerwartet am letzten Wochenende ebenfalls gestorben ist.

Nächste Termine:

- 15. Oktober, Klassifikationsreferat von Matthias Grob
- 22. Oktober, Besuch des Govenors. Als Zeichen der Wertschätzung und des Respekts für das Engagement des Govenors wünscht sich Georg eine möglichst hohe Präsenz an diesem Lunch.
- 3. November, Benefizkonzert, Anmeldungen liegen auf

Rolf Meier macht auf die Buchvernissage "Trudelhaus ein sperriges Erbe" aufmerksam. Im Buch werden pionierreiche und künstlerische 40 Jahre und 300 Ausstellung thematisiert. Der Anlass wird umrahmt mit Apéro und Jazzbegleitung und findet statt am:

- Donnerstag, 31. Oktober, 19:00h im Trudelhaus

Otto Gläser stimmt uns anschliessend auf das heutige Referat ein und erwähnt, dass Thomas Lütolf seit der Gründung vor 8 Jahren das Standortmarketing der Stadt Baden (STM) leitet, welches von Sepp Bürge initiiert wurde. Eine Aufgabe des STM ist die Ansiedlung von Firmen in Baden, dies als Grundlage für die Beibehaltung eines hohen Steuersubstrats in Baden.

Thomas Lütolf hat ein Bauingenieurstudium an der ETH absolviert und sich an der Uni Zürich betriebswirtschaftlich weitergebildet. Er nennt sich auch Chefverkäufer für Firmenzuzüge nach Baden. Sein Referat gliedert er in vier Bereiche.

Früher

Schon früh lebte der Pioniergeist in Baden und so entstand hier der erste Theatersaal der damaligen Schweiz. Im Mittelalter führte man "Badenfahrten" durch, bei der sich weltliche und kirchliche Würdenträger zu uns aufmachten um hier in einer inspirierenden und angenehmen Umgebung zu verweilen.

Die Spanisch Brötli Bahn macht in Baden halt, BBC (finanziert durch die innovativen Brüder Pfister) errichtet in Baden ihre ersten Werkstätten. Das Netzwerk in Baden spielt. Albert Hoffmann als Badener und Erfinder des LSD wird ebenfalls von diesem Netzwerk inspiriert.

Merkmale für diese pionierhafte Zeiten waren:

- Weltoffenheit, Multikultur, Internationalität
- Auseinandersetzung mit der Frage: Wie will sich Baden positionieren?

Heute

Die Entwicklung des Stadtteils Baden Nord als Arbeits-, Wohn und Kulturplatz ist schweizweit bemerkenswert. Neben den grossen Playern hat sich in Baden auch eine starke KMU-Szene entwickelt. Das kleine Baden besitzt eine Grandcasino A-Lizenz, ein Mutliplex-Kino und mit dem Trafo als nationales Kongresszentrum wurde und wird viel Mut bewiesen. Mit dem BBB, dem lips, der ABB Technikerschule, u.a. sind im Bereich Bildung Pionierobjekte geschaffen worden.

Die Attraktivität Badens zeigt sich auch darin, dass die Stadt netto pro Jahr 50 zusätzliche Firmen anzieht.

Die Grundsteine für diese Vorzeigeobjekte wurden auch in der Vergangenheit gelegt.

Zukunft

Für die Zukunft sieht Thomas Lütolf einige Gefahren und Herausforderungen:

Im Grossraum Zürich muss sich Baden thematisch positionieren (Was will Baden sein?). Bisherigen Errungenschaften bergen das Risiko träge zu werden und eine Beliebigkeit in der eigenen Ausrichtung zu erlangen. Baden steckt mitten in einem überregionalen Verkehrsproblem und Gebiete für Firmenansiedlungen sind praktisch keine mehr vorhanden.



Als gutes Beispiel für eine erfolgreiche, thematische Ausrichtung eines Gebiets spricht Thomas Lütolf das Silicon-Valley in Kalifornien an: Dieses Gebiet hat sich als weltweites Zentrum für Kommunikations- und Internettechnologie etabliert. Selbst Samsung wird sein Hauptquartier dorthin verlegen. Faktoren, die zu dieser Konzentration von Innovation führen, sind eine weltoffene Einstellung, eine positive Risikokultur und eine ausgeprägte

Vernetzungsfähigkeit und trotz Wettbewerb eine Zusammenarbeitskultur. Mit diesem Beispiel legt Thomas Lütolf dar, was es braucht, um als Stadt/Region erfolgreich zu sein. Aus seinen Ausführungen hört man leise heraus, dass er diese Eigenschaften in der Stadt Baden heute z.T. etwas vermisst. Er erwähnt in diesem Zusammenhang die gescheiterte Fusion mit Neuenhof, bei der obige Faktoren zu wenig zum tragen kamen.

Um das Silicon-Valley nicht zu stark zu glorifizieren, spricht er ein grosses Manko der Vereinigten Staaten an: das Bildungssystem. In diesem Bereich hat die Schweiz und damit auch Baden einen Vorsprung und damit eine sehr gute Voraussetzung für eine starke Positionierung; speziell auch im Hightech-Bereich. Diese Vorteile sieht Thomas Lütolf aber durch die sich entwickelte Stimmung gegen Fremdartiges und durch die vermehrt gesuchte Einflussnahme des Staates in die Wirtschaft (Bsp. Lohndebatten) wieder relativiert.

Standortmarketing

Das STM bringt sich in folgenden Themen ein:

- Förderung und Bildung von Netzwerken (in Politik und Gewerbe)
- Vermittlung von Badener-Kultur an Firmen zwecks Attraktivitätssteigerung des Standorts
- Kontaktpflege zur Wirtschaftsregion Zürich
- Koordinationsstelle für Firmenfragen an die Stadt
- Pflege einer engen Zusammenarbeit mit den Tourismusplattformen Swisstourismus und Zürichtourismus -> wichtig ist, dass der Gast nach Baden kommt, über welches Label bzw. Plattform ist sekundär

Als konkrete Erfolge des STM nennt Thomas einige Beispiele:

- Erfolgreiche Bekanntmachung der Badener Attraktivität für den Zuzug von Fachkräften
- Facebook-Gemeinde der Stadt Baden hat 10'000 Mitglieder, die sich z.T. sehr aktiv einbringen
- Neulancierung der Spanisch-Brötli in Baden anlässlich der Badenfahrt 2007

Thomas Lütolf kommt auf den visionären Grundgedanken bei der Gründung des STM zu sprechen:

Wirtschaftsförderung, Wohnortmarketing und Tourismusförderung hat man 2005 in eine Organisation gelegt und dieser, die Unterstützung der gesamten Verwaltung zugesichert.

Die drei wichtigen Themen driften somit nicht auseinander, sondern können gesamtheitlich bearbeitet werden. Alle Abteilungen der Stadt treten unter der Marke "Baden ist." auf mit einem hohem Wiedererkennungseffekt.



Am Schluss präsentiert uns Thomas nochmals die anfangs gezeigte Aussage:



Resist the usual
(widerstehe dem Gewöhnlichen)

Dieser Satz soll nicht nur für das Konsumieren sondern auch für das Produzieren gelten und er untermauert dies gleich mit der kürzlich erstellten Thermalbank an der Limmat!

Sein Referat wird mit grossem Applaus verdankt.

Anschliessend an die intensiven Ausführungen präsentiert Otto Gläser mit einem Wink nach Bern die Lösung für das Platzproblem für die Ansiedlung von neuen Firmen in Baden:

Auf der Baldegg hat es noch viel Wald, der gerodet werden kann und die Anfahrt über Birmenstorf ist auch bereits erstellt!

Als erfolgreichen Widerstand gegen das Gewöhnliche macht Otto noch auf den neuen Auftritt von Fueter&Halter an der Weiten Gasse aufmerksam.

Für das Bulletin: Christoph Umbricht