

Strategiepapier Wirtschaftsförderung Adliswil

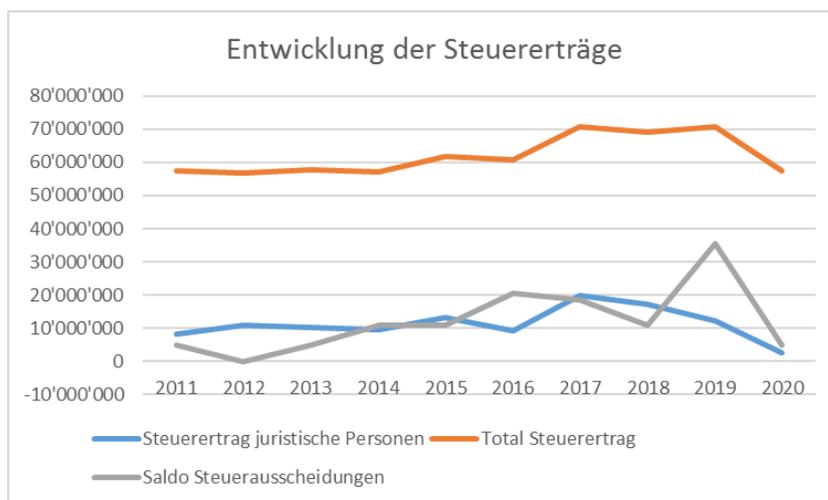
1. Analyse und Ziele

1.1. Ausgangslage

Adliswil ist eine wachsende Stadt und befindet sich in einer dynamischen Phase. Eine intensive Bautätigkeit gepaart mit einem Bevölkerungswachstum prägten das vergangene Jahrzehnt und auch für die kommenden Jahre sind grössere Entwicklungsprojekte auf verschiedenen Arealen geplant. Der Stadtrat will diesen Prozess aktiv gestalten und begleiten, damit sich die Einwohnerinnen und Einwohner in Adliswil heute und in Zukunft wohlfühlen und die Wirtschaft attraktive Standortbedingungen vorfindet. Im Grosse Gemeinderat reichten am 3. Juni 2020 Mario Senn (FDP), Daniela Morf (SVP), Daniel Frei (FW), Walter Uebersax (CVP), Hanspeter Clesle (EVP) und Reto Buchmann (FDP) einen parlamentarischen Vorstoss ein, der eine Wirtschaftsstrategie für Adliswil fordert.

Bereits im Konzept "Stadtentwicklung Adliswil" von 2018 hat der Stadtrat fünf Handlungsfelder definiert, mit denen er auf die zukünftige Entwicklung Adliswils einwirken will: Gesellschaft, Wirtschaft, Mobilität, Raumplanung und regionale Einbettung. Für das Handlungsfeld «Wirtschaft» wurden Ziele und Massnahmen festgelegt, um attraktive Arbeitsplätze und ein vielseitiges Detailhandelsangebot zu fördern. Für einen attraktiven Wirtschaftsstandort ist auch ein belebtes Stadtzentrum wichtig. In Adliswil befindet sich dieses gerade im Wandel: Ein neuer Bushof mit Tiefgarage soll den Verkehr optimieren und gleichzeitig das Parkplatzangebot im Zentrum verbessern. Das schafft neue Möglichkeiten für Geschäfte, Gastronomie und Ladenlokale.

Die wirtschaftliche Situation der Stadt Adliswil hat sich nach schwierigen Jahren ab den 2010er Jahren verbessert. Die Steuererträge haben sich wie folgt entwickelt:



Die Steuererträge von juristischen Personen machen den geringeren Anteil an den gesamten Steuererträgen aus. Gleichzeitig ist erkennbar, dass sich Schwankungen bei den Steuerauscheidungen von juristischen Personen unmittelbar auf die gesamten Steuererträge auswirken. Damit zeigt sich eine Abhängigkeit von einzelnen steuerkräftigen juristischen Personen.

1.2. Ziele Strategiepapier

Dem Stadtrat ist eine wirtschaftsfreundliche Standortförderung wichtig. Es geht ihm dabei insbesondere um den Erhalt und wo möglich den Ausbau von Arbeitsplätzen in Sparten mit hoher Wertschöpfung. Daher setzt die Stadt bereits heute verschiedene Massnahmen zum Erhalt und zur Erhöhung der Standortattraktivität für die Wirtschaft um. Das vorliegende Strategiepapier soll aufzeigen, welche Gefässe bestehen und wo der Stadtrat und die Verwaltung ansetzen können, um die Wirtschaft Adliswils weiter zu stärken. Die vielfältigen Massnahmen zur Erhöhung der Standortattraktivität wurden unter Einbezug verschiedener Stakeholder überprüft, wo nötig ergänzt und zu einer gesamtheitlichen Massnahmenplanung «Wirtschaftsförderung Adliswil» gebündelt.

1.3. Vorgehen

Einerseits wurden aus bestehenden Grundlagen (Stadtentwicklungskonzept 2018, Gesamtschau Arbeitsplatzgebiete 2018, Bericht Standortförderung Zimmerberg-Sihltal 2021) die für Adliswil relevanten Themen der Wirtschaftsförderung herausgearbeitet. Um andererseits auch die Ansprüche der in Adliswil ansässigen Unternehmen besser kennen zu lernen, wurde diese in einer Umfrage nach ihren Bedürfnissen und Wünschen befragt. Aus diesen Grundlagen wurden Handlungsfelder, Ziele und Massnahmen definiert.

Neben dem Stadtrat und Verwaltungsmitarbeitenden war die kantonale Standortförderung aktiv in der Erarbeitung des Strategiepapiers einbezogen.

1.4. Zielgruppen der Wirtschaftsförderung

Die Wirtschaftsförderung Adliswil spricht grundsätzlich drei Zielgruppen an.

- Die erste Zielgruppe umfasst «Bestehende Unternehmen». Sie meint Unternehmen, die bereits heute in Adliswil ansässig sind. Die Massnahmen rund um diese Zielgruppe dienen dem Ziel, die Unternehmen langfristig in Adliswil zu halten und sie in ihren Bedürfnissen zu unterstützen.

- Die zweite Zielgruppe umfasst die «Neuzugezogenen Unternehmen». Zusätzlich zu den Zielen, die für bestehende Unternehmen gelten, sollen die neuzugezogenen Unternehmen willkommen geheissen und mit wissenswerten Informationen versorgt werden. Dadurch soll die Vernetzung mit anderen Akteuren gefördert und die Verbindung mit Adliswil gestärkt werden.
- Die dritte Zielgruppe betrifft die «Noch nicht zugezogenen Unternehmen». Sie umfasst alle ausserhalb Adliswils ansässigen Unternehmen, bei denen Potenzial besteht, dass sie sich in Zukunft in Adliswil niederlassen könnten. Wirtschaftsförderungsmassnahmen für diese Zielgruppe werden vorrangig mit der Standortförderung Zimmerberg-Sihltal und dem kantonalen Amt für Wirtschaft umgesetzt.

2. Strategische und empirische Grundlagen

2.1. Heutige Massnahmen der Wirtschaftsförderung

Das heutige Standortmarketing der Stadt Adliswil erfolgt in enger Abstimmung mit der Standortförderung Zimmerberg-Sihltal. Der Stadtpräsidenten hat Einsitz im 16-köpfigen Leitenden Ausschuss der Standortförderung Zimmerberg-Sihltal, in dem die Standortgemeinden, die Handwerker- und Unternehmervereinigungen sowie die Arbeitgebervereinigung und Unternehmen vertreten sind. Neben den vielfältigen Kontakten der Mitglieder des Stadtrates mit lokalen Unternehmen an verschiedenen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Anlässen veranstaltet die Stadt den jährlichen «Good Morning Talk» zu einem aktuellen wirtschaftsrelevanten Thema mit gegen 50 Wirtschaftsvertreterinnen und Wirtschaftsvertreter. Die Zuständigkeit für die Thematik liegt heute beim Stadtpräsidenten, der mittels Zielen und Indikatoren Bericht über seine Tätigkeiten erstattet, jedoch ohne zugewiesene Abteilung oder Fachstelle agiert. Der Stadtrat legt seine politischen Schwerpunkte in den Legislaturzielen sowie in den jährlichen Leistungszielen mit Indikatoren fest. Die Anstrengungen des Stadtrates und der Verwaltung, wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen bereitzustellen, werden bereits heute in diesen Instrumenten explizit aufgeführt oder miteingeschlossen.

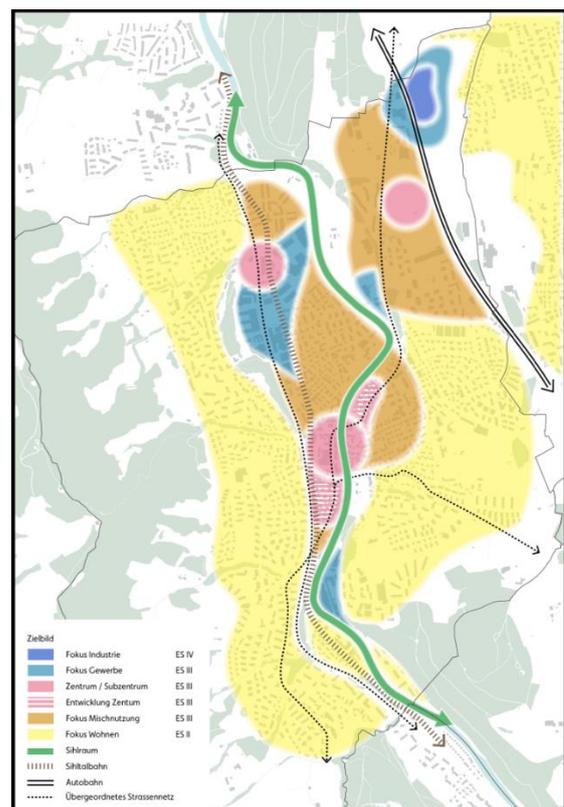
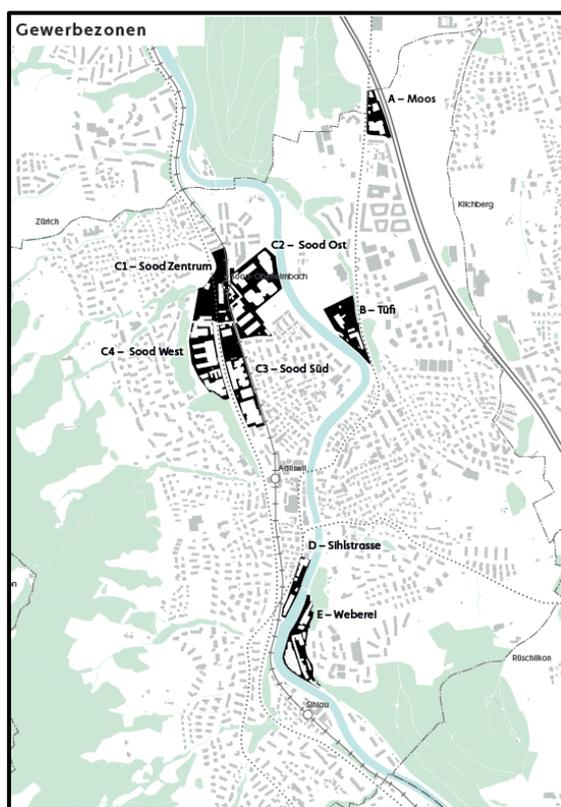
2.2. Stadtentwicklungskonzept 2018

Mit dem 2018 verabschiedeten Konzept der Stadtentwicklung hat der Stadtrat eine Grundlage geschaffen, an der sich die verschiedenen Anspruchs- und Interessengruppen orientieren können. Das Konzept definiert zum Thema Wirtschaft drei Handlungsfelder. Das erste Handlungsfeld sieht vor, dass die Stadt den Unternehmen eine zentrale Plattform zur Verfügung stellt, über welche Firmen Anfragen betreffend Ansiedlung tätigen können. Als zweites Handlungsfeld wird die gute Mischung von Wohnen und Arbeiten in Adliswil genannt. Als drittes Handlungsfeld sieht das Stadtentwicklungskonzept ein attraktives Angebot im Stadtzentrum zur lokalen Versorgung und zur Identifikation der Bevölkerung vor.

2.3. Gesamtschau Arbeitsplatzgebiete

Die Gesamtschau Arbeitsplatzgebiete liefert eine Übersicht, in welchen Stadtteilen heute Unternehmen in Adliswil angesiedelt sind und wie sich diese in Zukunft entwickeln könnten. Dabei werden die Arbeitsplatzgebiete hinsichtlich ihrer Kennwerte (Geschossflächenbestand, Anzahl Beschäftigte, Branchenmix usw.) beschrieben. Insbesondere im Gebiet Sood-Oberleimbach, rund um die SZU-Haltestelle, sind der Ausbaugrad und die Beschäftigten-dichte heute gering. Gleichzeitig verfügt dieser Standort über ein sehr hohes Entwicklungspotential hinsichtlich der Bildung eines neuen Subzentrums. Aufgrund der vorhandenen und künftigen ÖV-Erschliessung stellt sich grundsätzlich die Frage nach der Entwicklung dieses Gebietes. Entsprechend wurde mit einem Zielbild dargelegt, in welche Richtung die Stadtentwicklung von Adliswil geht.

Neben dem Stadtzentrum sollen zwei Subzentren im Gebiet Dietlimoos und beim Bahnhof Sood-Oberleimbach entstehen. Das Gewerbe soll seinerseits in vier reinen Arbeitsplatzgebieten angesiedelt werden. Es sind dies die Gebiete Tüfi (Fokus städtische Betriebe), Weberei (Fokus Kleingewerbe), Sood (Fokus Dienstleistung) und Moos/Lätten (Fokus produktionsorientiertes Gewerbe).



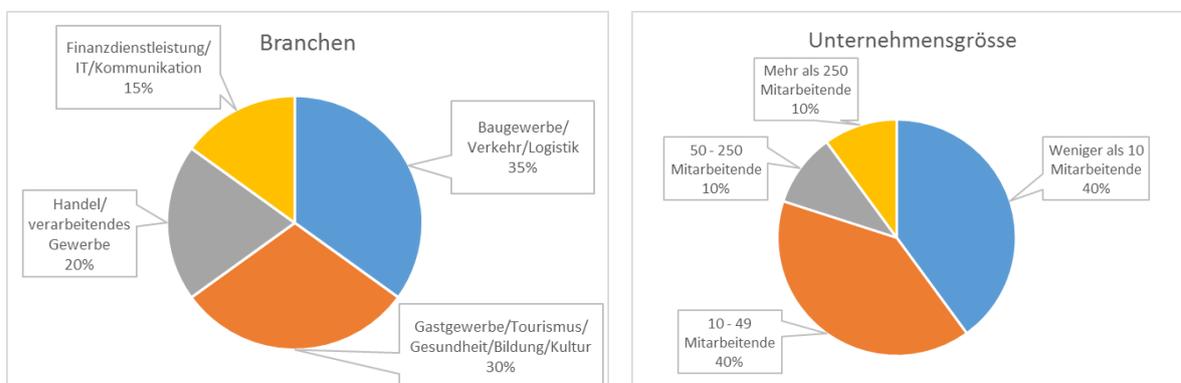
2.4. Bericht für die Standortförderung Zimmerberg-Sihltal 2021

Das Institut für Verwaltungs-Management (IVM) der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) hat im Auftrag des Vereins Standortförderung Zimmerberg-Sihltal im Frühjahr 2021 einen Bericht zu den Handlungsfeldern der Standort- und Wirtschaftsförderung erstellt. Am meisten Wirkung mit den verfügbaren Mitteln ist bei zwei Handlungsfeldern vorhanden. Das erste betrifft die «Arealplanung und Arealentwicklung»: Eine Gesamtstrategie für die Flächenentwicklung der Stadt sowie Hilfe bei der Arealentwicklung von Privaten oder die Vernetzung der Akteure bieten wichtige Ansatzpunkte. Als zweites für Adliswil relevantes Handlungsfeld kann die «Wirtschaftsförderung und Vernetzung» definiert werden. Die Vernetzung, Kommunikation und Wissensteilung sowie die Zusammenarbeit mit Hochschulen, Forschungsinstituten und dem Gewerbeverein kann wertvolle Impulse für die Wirtschaftsförderung bringen.

2.5. Resultate der Unternehmensbefragung

Die Wirtschaftsförderung kann die Rahmenbedingungen für das unternehmerische Handeln positiv beeinflussen und damit ihren Beitrag zu einer erfolgreichen Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Adliswil leisten. Um diese Leistung erbringen zu können, sind Kenntnisse über die Bedürfnisse der Wirtschaft notwendig. Dazu dient, neben anderen Instrumenten der Bestandspflege, die Umfrage bei den lokalen Unternehmen. Die Unternehmensbefragung zum Wirtschaftsstandort Adliswil umfasste die allgemeinen Standortfaktoren, das Handlungsfeld Gewerbeflächen, Immobilien und Arealentwicklungen sowie Fragen zur Standortattraktivität, Wirtschaftsförderung und Digitalisierung. Der lokale Handels- und Gewerbeverein Adliswil (HGVA) hat seinen Mitgliedern im Sommer 2021 den Fragebogen mit einem Begleitschreiben versandt. Zudem wurden weitere Unternehmen mit Sitz oder Niederlassungen in Adliswil direkt angeschrieben.

Für die Unternehmensbefragung haben sich 58 Firmen (von 196 angeschriebenen Unternehmen) interessiert, 38 Fragebogen wurden vollständig ausgefüllt. Rund 35% der Unternehmen stammen aus den Branchen Baugewerbe/Verkehr/Logistik, 30% aus Gastgewerbe/Tourismus/Gesundheit/Bildung/Kultur, 20% Handel/verarbeitendes Gewerbe sowie 15% aus den Branchen Finanzdienstleistung/IT/Kommunikation/Übriges. Rund 40% sind Kleinunternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitenden, knapp 40% haben zwischen 10 und 49 Mitarbeitende und je 10% der Teilnehmenden beschäftigen zwischen 50 und 250 Mitarbeitende bzw. mehr als 250 Mitarbeitende.



Zwei Drittel der teilnehmenden Unternehmen sind mit dem Wirtschaftsstandort Adliswil ganz oder eher zufrieden, 25% sind neutral und rund 10% sind eher unzufrieden. Während bei den Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitenden alle Rückmeldungen zu diesem Punkt zufrieden bis neutral ausfallen, sind 15% der Rückmeldungen von Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitenden mit dem Wirtschaftsstandort Adliswil eher unzufrieden. Als Gründe dafür wurden die aktuellen Verkehrsbehinderungen aufgrund von diversen Bauarbeiten, die fehlende architektonische und räumliche Qualität sowie der Mangel an qualifizierten Mitarbeitenden angegeben.

Hinsichtlich Gewerbeflächen, Immobilien und Arealentwicklungen sind knapp 25% der Unternehmen sowohl mit dem Preis, wie mit der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen bzw. Bauland für Gewerbeflächen eher unzufrieden. Diese Rückmeldungen stammen überwiegend aus den Branchen Baugewerbe/Handel/Verkehr/Logistik. Bei den Möglichkeiten zum Ausbau der Unternehmen und der Unterstützung beim Prozess von Arealentwicklungen zeigen sich alle Unternehmen grundsätzlich eher zufrieden.

Rund ein Drittel wünscht sich vermehrt Unterstützung bei der Kontaktvermittlung und dem Aufbau von Netzwerken und gut 40% würden eine Anlaufstelle für Wirtschaftsfragen bei der Verwaltung begrüßen. Hier zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede bei den Branchen, jedoch unterscheiden sich die Antworten je nach Unternehmensgrösse. Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitenden wünschen sich eine stärkere Unterstützung bei der Kontaktvermittlung und dem Netzwerk, während kleinere Unternehmen eher eine Anlaufstelle für Wirtschaftsfragen bevorzugen.

Zum Thema Digitalisierung sehen 7% Bedarf nach weiteren Online-Diensten der Stadtverwaltung. Gewünscht werden insbesondere ein Portal für Angebote und Suchmöglichkeiten für Immobilien und Räume sowie ein Jobportal.

3. Konzept für die Adliswiler Wirtschaftsförderung

3.1. Strategische Handlungsfelder

Aus der Ausgangslage, den statistischen und empirischen Grundlagen sowie der Bedarfsermittlung bei den Unternehmen lassen sich folgende fünf Handlungsfelder für die Wirtschaftsförderung der Stadt Adliswil ableiten:

1. Arealplanung und Arealentwicklung:

Grundsätzlich bestehen Arbeitsflächen für ansiedlungswillige Unternehmen sowie für bestehende Unternehmen, die sich in Adliswil weiterentwickeln wollen. Die Entwicklung des Sood-Knotens oder die Gebietsentwicklung Lätten bieten zukünftige Potenziale für Unternehmensstandorte für Industrie, Gewerbe und Dienstleistungen.

2. Stärkung Netzwerk:

Die Vernetzung verschiedener Wirtschaftsakteure kann für die einzelnen Unternehmen, aber auch für den Standort, wesentliche Vorteile bringen – insbesondere für neue und grössere Unternehmen. Die Stadt kann hierbei gemeinsam mit dem Handwerks- und Gewerbeverein HGV Adliswil eine wesentliche Rolle übernehmen.

3. Attraktives Stadtzentrum:

Der lokale Detailhandel schafft ein attraktives Angebot für die Bevölkerung von Adliswil. Er wertet das Stadtzentrum auf und trägt damit zu einer guten lokalen Versorgung und zur Identifikation bei. Die Stadt Adliswil schafft im Rahmen ihrer Möglichkeiten gute Rahmenbedingungen für das Gewerbe im Zentrum.

4. Leistungen Stadtverwaltung:

Unternehmen stehen immer wieder mit der Stadtverwaltung in Kontakt. Damit die Anliegen rasch und effizient behandelt werden, arbeitet die Verwaltung dienstleistungsorientiert und vernetzt mit dem kantonalen Amt für Wirtschaft.

5. Kommunikation:

Die Stadt Adliswil verfügt über wesentliche Vorteile, beispielweise ihre strategisch günstige Lage in unmittelbarer Nähe der Stadt Zürich sowie die landschaftliche Schönheit des Sihltals. Mittels einfachen Kommunikationsmassnahmen können die Vorzüge der Region breiter bekannt gemacht werden.

3.2. Ziele und Massnahmen

Auf Basis der Handlungsfelder wurden Ziele und Massnahmen definiert. Diese richten sich jeweils an die Zielgruppen «Bestehende Unternehmen» sowie «Neuzugezogene Unternehmen». Die Zielgruppe «Noch nicht zugezogene Unternehmen» wird durch Massnahmen der Standortförderung Zimmerberg-Sihltal angesprochen.

Arealplanung und Arealentwicklung	
Ziele	Massnahmen
<ul style="list-style-type: none"> - Einbezug Unternehmen bei Entwicklungen - Verhinderung von Wegzügen wegen fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten - Wissen über Angebote und Nachfrage nach Flächen erhöhen 	<ul style="list-style-type: none"> - Aktive Beteiligung bei strategischen Arealentwicklungen - Eine Plattform schaffen für Unternehmen, die am Standort Adliswil interessiert sind. - Klare Ansprechpartner benennen für Unternehmen, die sich in Adliswil räumlich weiterentwickeln wollen. - Transparente Darstellung der Entwicklungsgebiete, der Möglichkeiten für interessierte Unternehmen sowie der Prozessschritte. - Vermittlung bei Angeboten und Nachfragen von Flächen wahrnehmen. - Kontinuierliche Beziehungspflege mit Eigentümerschaften von Flächen.

Stärkung Netzwerk	
Ziele	Massnahmen
<ul style="list-style-type: none"> - Positive Aufmerksamkeit durch Netzwerkarbeit der ansässigen Unternehmen - Gemeinsame Probleme gemeinsam lösen 	<ul style="list-style-type: none"> - Regelmässig Vernetzungsanlässe anbieten. - Informationsaustausch mit Unternehmen durch Mitglieder des Stadtrats oder der Verwaltung pflegen. - Engere Einbindung von Unternehmen bei spezifischen Fragestellungen etablieren. - Bestandespflege und Verankerung bestehender Unternehmen durch Einbindung ins lokale Geschehen (Corporate Social Responsibility). - Enge Zusammenarbeit mit dem HGVA institutionalisieren. - Kontaktpflege in Netzwerken und Standortorganisationen regional und überregional (Bezirk, Kanton, Greater Zurich Area).

Attraktives Stadtzentrum	
Ziele	Massnahmen
<ul style="list-style-type: none"> - Attraktive Rahmenbedingungen schaffen - Leerstände vermeiden 	<ul style="list-style-type: none"> - Definition relevanter Rahmenbedingungen für ein attraktives Stadtzentrum. - Monitoring der Leerstände im Zentrum. - Zusammenarbeit mit Firmen für Zwischennutzungen.

Leistungen Stadtverwaltung	
Ziele	Massnahmen
<ul style="list-style-type: none"> - Effiziente, transparente und freundliche Behandlung der Bedürfnisse - Dienstleistungsverständnis der Stadtverwaltung stärken 	<ul style="list-style-type: none"> - Klare Ansprechpersonen benennen für die unterschiedlichen Bedürfnisse (Steuern, Arealentwicklungen, Baubewilligungen, Gastronomiebewilligungen, Veranstaltungen u.a.) sowie eine Stelle für unspezifische Anliegen zum Wirtschaftsstandort. - Sensibilisierung der Mitarbeitenden auf Bedürfnisse der Wirtschaft. - Bestehende Erlasse auf ihre Wirtschaftsverträglichkeit überprüfen.

Kommunikation	
Ziele	Massnahmen
<ul style="list-style-type: none"> - Bestehende Stärken von Adliswil breiter bekannt machen - Die Abstimmung mit den Massnahmen der Wirtschaftsförderung Zimmerberg schafft Synergien 	<ul style="list-style-type: none"> - Willkommensbrief für neue Unternehmen. - Transparente Website mit zusätzlichem Fokus auf Bedürfnisse von Unternehmen. - Regelmässige Berichterstattung über umgesetzte Massnahmen rund um Wirtschafts- und Standortförderung. - Austausch sowie Weitervermittlung der Botschaften der Wirtschaftsförderung Zimmerberg-Sihltal. - Aktive Steuerung der Massnahmen der Wirtschaftsförderung Zimmerberg-Sihltal durch Einsitz im Leitungsgremium weiterführen. Weitere Partnerschaften und Mitgliedschaft in Netzwerken evaluieren.

3.3. Controlling der Wirtschaftsförderung

Die künftig umzusetzenden Massnahmen der Wirtschaftsförderung sollen durch geeignete Controllingmassnahmen erfasst werden. Dies soll durch Ausweisung ausgewählter Ziele und Indikatoren im Rahmen des Budgets- und Jahresberichtsprozesses erfolgen, wie es bereits heute teilweise der Fall ist. Ergänzend dazu kann auch in anderem Rahmen über Tätigkeiten der Wirtschaftsförderung berichtet werden.

- Indikatoren zur Umfeldentwicklung für den Budget- und Jahresbericht
- Ziele und Indikatoren für den Budget- und Jahresbericht
- Weitere Publikations- und Reportingmöglichkeiten bei Bedarf

3.4. Ressourcen und Organisation

Die Wirtschaftsförderung ist in die regionale und kantonale Standortförderung eingebunden. Organisatorisch ist sie beim Stadtpräsidenten angesiedelt. Er repräsentiert den Stadtrat nach aussen und vertritt somit die Stadt auch gegenüber den Unternehmen (Art. 4 Abs. 1 Geschäftsordnung des Stadtrats). Diese Zuständigkeit hat sich bewährt und soll beibehalten werden. In seiner Tätigkeit werden der Stadtrat und der Stadtpräsident durch die Organisation Präsidiales unterstützt, in Bezug auf die Wirtschaftsförderung namentlich durch die Leistungen des Stadtschreibers als Koordinationsstelle innerhalb der Verwaltung sowie der Kommunikationsstelle und dem Präsidialsekretariat.

Als organisatorische Massnahme ist ein stadträtlicher Ausschuss bzw. eine beratende Arbeitsgruppe «Wirtschaft» zu prüfen. Dies würde der stadträtlichen Verpflichtung zum Wirtschaftsstandort zusätzliches Gewicht durch eine organisatorische Verankerung und dem intensivierten Dialog untereinander verleihen. Die heutige Organisation ist im Hinblick auf die kommende Legislatur zu überprüfen und in Bezug auf die Wirtschaftsförderung zu präzisieren, namentlich was die systematische Bestandespflege und das zuständige Organ betreffen.

Für die Bereitstellung der finanziellen Ressourcen sind die Mittel für Informations- und Vernetzungsanlässe in die ordentliche Budgetierung aufzunehmen. Auf die Vergabe eines externen Mandats für die Wirtschaftsförderung wird verzichtet.

3.5. Geltungsdauer und Überarbeitung

Die Strategie Wirtschaftsförderung Adliswil gibt den Rahmen für die Festsetzung der Leistungsziele und Indikatoren für das Budget. Die Strategie wird alle vier Jahre überprüft. Die Strategie Wirtschaftsförderung Adliswil ist öffentlich.

Durch den Stadtrat von Adliswil festgesetzt am 14. Dezember 2021 mit SRB 2021-297