

# «Ein genialer Geheimtipp»

**SONNTAGSGESPRÄCH** Warum Bruno Hofer aus dem Limmattal eine «Marke» machen will und Standortförderung so wichtig ist

VON JÜRIG KREBS

Der Blick aufs Limmattal ist Bruno Hofers Arbeitsperspektive. Als neuer und erster Standortförderer soll er die Region in die Champions League der Schweizer Wirtschafts- und Wohnregionen führen und das Limmattal zu einem positiv bewerteten Ort machen. Keine leichte Aufgabe, bedenkt man, wie gross die Vorurteile sind. Doch der von den Gemeinden Dietikon, Schlieren und Urdorf initiierte Verein Standortförderung Limmattal glaubt an das Potenzial der Region – und an Bruno Hofer. Dieser sagt über sich: «Ich wurde wohl gewählt, weil ich verschiedene Dinge kombiniere, die für den Erfolg entscheidend sein können: Ich bin im Limmattal geboren und lebe hier. Ich habe Lobbyingerfahrung unter Bundesrat Villiger sammeln dürfen, habe für Novartis eine Kampagne zur Verankerung der Firma in der Schweiz geleitet und besitze als ehemaliger Bundeshausjournalist Kommunikationsskills.»

**Herr Hofer, wenn Sie vom Weininger «Winzerhaus» aus über das Limmattal blicken, was sehen Sie?**

**Bruno Hofer:** Das Limmattal ist ein genialer Geheimtipp.

**Das müssen Sie näher erklären.**

Das Limmattal ist so vielseitig, hat so viele schöne Seiten, die vielen Leuten – vor allem auswärtigen – verborgen geblieben sind. Deshalb Geheimtipp. Die Region hat Zukunft.

**Das müssen Sie doch sagen, schliesslich sind Sie seit Anfang Jahr der Standortförderer des Limmattals.**

Ich möchte einer breiten Öffentlichkeit mit gutem Grund klarmachen, dass das Limmattal eine der genialsten Gegenden der Schweiz ist. Sie ist erstens verkehrsmässig fantastisch erschlossen. Sie sind in einer Stunde in Bern oder Basel und jede Viertelstunde fährt ein Zug nach Zürich. Darüber hinaus sind Sie in kurzer Zeit in Singapur und New York. Zweitens besitzt das Limmattal verschiedene Orte mit einem enorm grossen Erholungswert und schöne Wohnlagen. Das wird unterschätzt. Drittens steht im Limmattal eine Vielzahl an Arbeitsplätzen im ersten, zweiten und dritten Sektor zur Verfügung. Es gibt hier weltweit bekannte Firmen. Und viertens ist die Region eine eigentliche Denkfabrik: ETH und Uni sind ganz in der Nähe und in Schlieren hat sich ein innovativer Biotech-Cluster gebildet.

**Ihr Auftrag lautet: Förderung des Limmattals. Das ist ein weit gefasster Auftrag. Wo setzen Sie an?**

Der Verein Standortförderung Limmattal hat mir eine klare Aufgabenliste übergeben. Es geht darum, den Standort als Wohn- und Arbeitsregion gesamthaft besser vermarkten zu können. Dazu muss zunächst die Marke «Limmattal» entwickelt werden.

**Was soll man sich unter einer Marke «Limmattal» vorstellen?**

Es geht nun darum, die Kernbotschaften herauszuarbeiten, die mit dem Limmattal verbunden werden sollen. Dazu müssen Sie in den Keller gehen und Trümpfe suchen. Ich bin daran, Statistiken auszuwerten.

**Und welche Trümpfe haben Sie gefunden?**

Die eingangs erwähnten: die fantastische Verkehrslage, die Erholungsmöglichkeiten in der nahen Natur, die guten Wohn- und Arbeitsmöglichkeiten.

**Was nützt es einem Limmattaler, eine Marke zu haben?**



## ZUR PERSON

### Bruno Hofer

Der 54-Jährige schloss 1984 das Studium der Wirtschaftswissenschaften, Recht und Informatik in Bern ab. Danach war er über zehn Jahre Bundeshausjournalist für «Weltwoche», «Bilanz» und zahlreiche Lokalradios. Im November 1995 wurde er vom damaligen Bundespräsidenten Kaspar Villiger zu dessen persönlichem Mitarbeiter ernannt. Im Finanzdepartement beriet Hofer Bundesrat Villiger bis 2000. Danach arbeitete Hofer bei PricewaterhouseCoopers und als Leiter der Wirtschaftsredaktion beim «Sonntags-Blick». Ab 2002 war er bei Novartis Kadermitarbeiter in der globalen Kommunikationsabteilung. Seit 2007 ist Hofer Inhaber der Kommunikationsagentur ONE TO ONE Bruno Hofer AG mit mehreren Mitarbeitenden. Im vergangenen Herbst wurde ihm vom Verein Standortförderung Limmattal das Mandat der Leitung auf 1. Januar 2008 übertragen. Bruno Hofer ist in Baden aufgewachsen, zum zweiten Mal verheiratet und wohnt in der Fahrweid (Umzug nach Dietikon steht bevor). Er hat zwei erwachsene Kinder. Er liebt das Radfahren und das Jogging. Hofer ist Mitglied der FDP. (JK)

Sehr viel. Es geht darum, woran die Leute denken, wenn sie «Limmattal» hören. Es geht um diese so genannten «recall-messages». Diese positiven Botschaften sollen nach und nach die negativen überlagern, damit das Limmattal intern und extern besser dasteht. Das wertet die Region auf. Dies wiederum führt dazu, dass sich hier neue Firmen ansiedeln. Neue Personen werden ins Limmattal ziehen. Das bringt Steuereinnahmen.

**Wenn die Vorzüge betont werden müssen, dann steht es mit der Region nicht zum Besten. Woran liegt dies?**

Das liegt daran, dass man es in der Vergangenheit versäumt hat, die Vorzüge herauszustreichen, ins Schaufenster zu stellen und aktiv zu vermarkten.

**Imageänderungen sind schwer zu bewirken, wie das aktuelle Schlierener Beispiel zeigt. In den letzten zwei Jahren hat sich bezüglich positiver Wahrnehmung kaum etwas verändert. Imageänderungen sind nur langfristig zu erzielen. So, wie ich die Schlierener Umfrage verstanden habe, ist ihre Re-**

präsentativität nicht sehr hoch gewichtet. Ich würde die Studie deshalb nicht überbewerten. Sie bewirkt aber, dass sich die Verantwortlichen Gedanken über die weitere Vermarktung der Stadt machen, und das ist positiv und eine Chance.

**Sie haben bei den Gemeinden Muster-schüler und Sorgenkinder. Wie betreuen Sie die unterschiedlichen Charaktere?**

Es geht mir in erster Linie darum, das Limmattal als positive Gesamtmarke zu entwickeln, was zur Folge hat, dass sich einzelne Gemeinden künftig innerhalb eines positiven Brands Limmattal neu positionieren können. Mein Aufgabe ist es, zu vermitteln, zu unterstützen, zu koordinieren, Fäden zusammenzuführen und nicht in die Gemeindeautonomie einzugreifen.

**Wie nehmen Sie den Bezirk Dietikon wahr? Sehen Sie zum Beispiel Geroldswil als Wohnquartier, Dietikon als Industriequartier, Urdorf als Freizeitquartier und Birmensdorf als Naturpark?**

Ich denke, all diese Vorzüge sind mal stärker, mal schwächer in allen Gemeinden vorhanden.

**Das tönt aber etwas sehr wässrig.**

Die Menschen haben spezielle Bedürfnisse und Vorstellungen, die sich in ihrer Gesamtheit in einer der Limmattaler Gemeinden befriedigen lassen. Es gibt Leute, die gerne in die Ferne bli-

cken und deshalb lieber am Hang wohnen. Andere schätzen die guten öffentlichen Verkehrsverbindungen und wohnen deshalb in der Nähe des Bahnhofs.

**Die Zeit, als jede Gemeinde sozusagen ein Gemischtwarenladen war, scheint vorbei zu sein, der Trend zeigt doch Richtung Spezialisierung?**

Ja, das ist so. Trotzdem ist die Vielfalt des Angebots nicht nur insgesamt, sondern auch innerhalb der Gemeinden sehr gross. Das gilt es wahrzunehmen.

**Ein häufiger Vorwurf ist, dass die Standortförderung in erster Linie Wirtschaftsförderung betreibt und darunter die Förderung der Aspekte Gesellschaft und Kultur vernachlässigt.**

Es ist ganz klar: Der Motor einer Gesellschaft ist das wirtschaftliche Wohlergehen, das Wachstum. Ohne Wachstum haben Sie keine Steuereinnahmen und somit kein Geld für gesellschaftliche, kulturelle oder soziale Aufgaben. Wir müssen deshalb die ansässigen Firmen pflegen, sie unterstützen sowie günstige Rahmenbedingungen schaffen und wir müssen neue, nachhaltige und innovative Firmen ansiedeln, damit das Wachstum anhält. Das ist der Kern der Sache. Doch die Menschen im Limmattal wollen auch gut leben, deshalb ist Standortförderung mehr als Wirtschaftsförderung.

**Das klingt einleuchtend. Dennoch die Frage: Gibt es keine anderen Ansätze – abseits des liberalen Gedankens von der Notwendigkeit ständigen Wachstums –, den Sie als Standortförderer einbeziehen könnten? Könnte dem quantitativen Ansatz nicht ein qualitativer vorgezogen werden, um damit das Lebensumfeld entscheidend zu verbessern?**

Ich bin in erster Linie aufseiten der Privatinvestoren, aber ich sage nicht, der Staat habe keine wichtige Gestaltungsrolle. Ich bin keine politische Institution, muss deshalb in Bezug auf die Ge-

meinden neutral agieren. Ich habe eine Marketing- und Vernetzungsfunktion inne, alles andere machen die Politiker. Die Gemeinden versuchen zum Beispiel auf die Stadtentwicklung Einfluss zu nehmen, indem sie Land kaufen und in ihrem Sinne weiterverkaufen. Der notwendige Mix zwischen privatem und staatlichem Einfluss ist im Limmattal vorhanden.

**Andere Regionen im Kanton haben längst eine regionale Standortförderung. Warum nicht das Limmattal?**

Um diese Frage zu beantworten, bin ich der Falsche. Ich finde es gut, dass es die Standortförderung Limmattal gibt und ich eine Pionierrolle ausfüllen darf.

**Lassen Sie mich anders fragen: Müssen Sie verlorene Zeit aufholen?**

Suche nach der verlorenen Zeit! Es geht darum, das Limmattal – den Zürcher wie den Aargauer Teil – zu beackern. Die Standortförderung kann eine Brückenfunktion über die Kantonsgrenzen hinweg wahrnehmen. Dafür musste die Zeit erst reifen. Bislang machen zwar zehn Zürcher Gemeinden und auch bereits eine aus dem Aargau mit. Die Standortförderung Limmattal ist somit keine reine Zürcher Veranstaltung und soll es auch nicht bleiben.

**Wie grenzen Sie sich von den lokalen Standortförderern ab, namentlich jenen von Dietikon, Schlieren und Urdorf?**

Ich siedle keine Firma an, das machen am Ende die Verantwortlichen in den einzelnen Gemeinden. Aber ich kann Chancen entdecken. Für mich ist wichtig, dass in den Gemeinden etwas angeboten werden kann, um eine Ansiedlung zu realisieren. Hinter der Standortförderung Limmattal steht das Bestreben, die lokalen Standortförderungen zu koordinieren und die Interessen, die das ganze Limmattal beschäftigen, an einem Ort festzumachen.

## Mein Sonntag

«Der Sonntag steht bei mir unter dem Motto «Weiterbildung und Familie». Ich nehme mir Zeit für meine Familie und relaxe. Auch auf den sonst von mir geliebten Sport verzichte ich. Ich arbeite generell nicht am Sonntag, sondern bilde mich weiter. Es ist der Tag, an dem ich vor allem Bücher lese. Natürlich verfolge ich kurz, was in den Sonntagszeitungen steht, damit ich weiss, was läuft.» (JK)