



Die Petrovic-Aluminium-Bearbeitung hat als erster produzierender Betrieb zum Jahresanfang 2005 die Arbeit im Gewerbepark Hochrhein aufgenommen. Bei der Betriebsöffnung: Goran Petrovic, Milorad Krstic, OB Martin Albers, Gewerbepark-Geschäftsführer Walter Eschenmoser, Ekkehard Windler, Paul Gass und Manfred Beck (von links). FOTO: HERBST

Nachfrage nach „Waldshut bei Zürich“

Positive Effekte durch Gewerbepark Hochrhein für ganze Region

Die beiden Landkreise der Wirtschaftsregion Dreiländereck-Hochrhein sind gut mit Gewerbe- und Industriegebieten ausgestattet: Zählt man allein nur die Gebiete, die mehr als fünf Hektar verfügbare Fläche haben, so stehen in der Region annähernd 90 Hektar Land für die Ansiedlung von Betrieben zur Verfügung. Der „Arbeitskreis Standortentwicklung“ der Wirtschaftsregion Südwest GmbH (WSW) hat das derzeit größte dieser Gewerbezentren besucht: Zwischen Waldshut und Tiengen liegt der „Gewerbepark Hochrhein“ mit 26 000 Quadratmetern Fläche. Das ehemalige Lanza-Firmengelände wird in den kommenden Jahren einer der Arbeitsschwerpunkte im Flächenmanagement der landkreisübergreifenden WSW sein.

Das Lanza-Areal war einst einer der bedeutendsten Industrie-Standorte am Hochrhein. Zu besten Zeiten standen in

der 1913 gegründeten Chemiefabrik rund 1700 Menschen in Lohn und Brot. Doch im März 1994 wurden die Lanza-Werke Waldshut stillgelegt. Ein sofortiger Versuch der Stadt Waldshut-Tiengen und der Lanza, gemeinsam neue Nutzungszwecke für das Betriebsareal zu schaffen, scheiterte. Seitdem ist das 28 Hektar große Gelände verwaist. Erst im Jahr 2002 kamen Stadt und Lanza auf einen Nenner: Die Kommune beauftragte im Einvernehmen mit dem Unternehmen die Entwicklung eines städtebaulichen Vorkonzepts. Dieses fand die Zustimmung des Gemeinderates. Damit war der Weg frei für den „Gewerbepark Hochrhein“.

Ansiedlung hat begonnen

Mittlerweile haben sich schon mehrere Firmen auf dem Gelände angesiedelt: Die Branchen Metallbearbeitung, Elektrotechnik und Automatisierungstechnik sind vertreten, die Badenova ist ebenso eingezogen wie eine Computer-GmbH, eine Spielothek und ein Autoteile-Betrieb folgen. Außerdem haben der Zoll und die Polizei hier eine neue Unter-

kunft gefunden, und auch ein Möbelhaus soll bereits in den Startlöchern stehen.

Dass das große Gewerbegebiet innerhalb der Region als Konkurrenz betrachtet wird, diese Gefahr sieht Waldshut-Tiengens Oberbürgermeister Martin Albers, der Vorsitzende des Arbeitskreises, nicht: „Wenn hier auf dem Gelände viel los ist, heißt das ja nicht, dass deshalb woanders in der Umgebung weniger los ist. Im Gegenteil: Wo viel ist, kommt leichter etwas hinzu.“ Nicht zuletzt deshalb wurde auch eine Klausel ins Gewerbepark-Konzept eingebaut: Einzelhandel darf sich hier nicht ansiedeln.

Auf diese Weise will die Stadt Waldshut-Tiengen den innerstädtischen Einzelhandel schützen und die Ortszentren lebendig halten.

Es muss schnell gehen

Wenn Firmen heute einen Umzug oder eine Erweiterung planen, dann zählt vor allem ein Faktor: Die Zeit. „Heutzutage wollen Käufer ihre Vorhaben möglichst



Gewerbepark Hochrhein aus der Luft gesehen. Von den ehemaligen Fabrikgebäuden der Lanza ist inzwischen in etwa die Hälfte abgerissen worden, um Platz für neue Gewerbebetriebe zu schaffen. FOTO: WIESMANN

schnell realisieren und sehr schnell bauen“, weiß Dr. Walter Eschenmoser, der Geschäftsführer der Gewerbepark Hochrhein GmbH. Und im Wettbewerb der Regionen um die Gunst der Gewerbebetriebe gilt es, schnell zu sein, den Firmen alle relevanten Informationen auf dem Silbertablett zu servieren und ihnen Steine aus dem Weg zu räumen.

So bot sich den Mitgliedern des Arbeitskreises der regionalen Wirtschaftsförderungsgesellschaft Wirtschaftsregion Südwest GmbH (WSW) – ehemals Wirtschaftsregion Dreiländereck-Hochrhein GmbH – Gelegenheit, am konkreten Beispiel des Gewerbeparks zahlreiche Themen zu streifen, die Auswirkungen auf das Ansiedlungsverhalten von Unternehmen haben.

Energiepreise, andernorts angebotene Arbeitsplatzsubventionen, Verpflegungsmöglichkeiten für Mitarbeiter, Risikokredite regionaler und überregionaler Banken sind nur einige der angesprochenen Standortfaktoren.

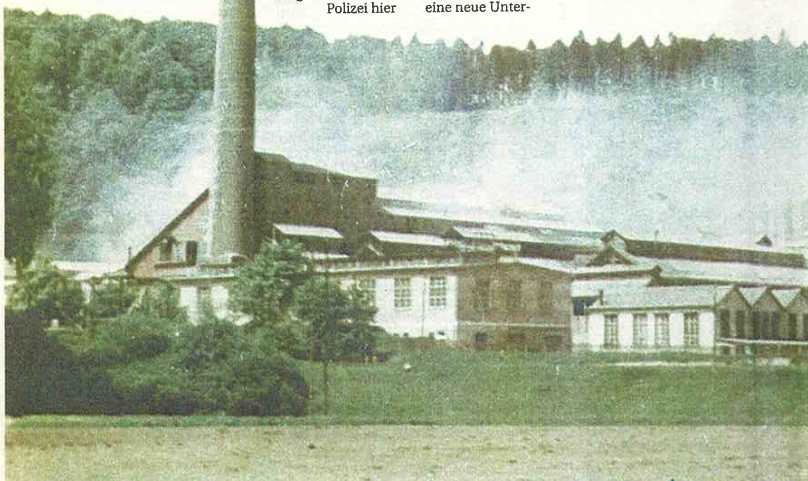
Dr. Walter Eschenmoser und sein Kollege Paul Gass, Leiter Bau und Infrastruktur bei der Gewerbepark Hochrhein GmbH, veranschaulichten den Besuchern, wo die Grenzen der Konkurrenzfähigkeit gegenüber anderen Regionen Deutschlands und anderen Ländern der Welt liegen. Paul Gass beispielsweise rauf sich ein ums andere Mal die Haare, wenn ausländische Investoren näheres Interesse am Gewerbepark zeigen: „Die wollen wissen, was in puncto Steuern auf sie zukommt. Aber das deutsche Steuersystem ist so komplex, dass wir selbst kaum durchblicken, geschweige denn konkret sagen könnten: Das kommt auf Sie zu.“

Investoren aus der Region?

Ingo Landkress, der Wirtschaftsförderer des Hausmeisters Waldshut, relativierte: „Es gibt zwar viel Konkurrenz, von Irland über China bis hin zum Kanton Schaffhausen, das ist klar. Aber wir konkurrieren ja nicht auf allen Ebenen mit allen Ländern und Regionen.“ Er sehe eine große Zielgruppe potenzieller Gewerbepark-Unternehmen im näheren Umkreis: „Der Gewerbepark ist beispielsweise ideal für Kunden, die ihren Betrieb vergrößern wollen oder für Schweizer Firmen, die planen, in fahrbarer Entfernung eine deutsche Zweigstelle zu eröffnen.“ Deshalb solle man mit dem Marketing der Gewerbeflächen, die teils zur Miete, teils zum Verkauf ausgeschrieben sind, auch in der Region ansetzen, meinte Husemann.

Dass dieser Ansatz Erfolg versprechend sein könnte, bestätigte die stellvertretende WSW-Geschäftsführerin Andrea Lutz, die für die Bearbeitung der Flächenanfragen bei der WSW zuständig ist: „Bisher wollten die Firmen eher nach Weil oder Lörrach, also ins Einzugsgebiet von Basel. Aber in letzter Zeit gibt es häufiger auch gezielte Anfragen nach Flächen in Waldshut, um im Einzugsgebiet Zürich zu sein. ‚Waldshut bei Zürich‘ heißt es da schon mal“, schmunzelte Andrea Lutz.

WSW-Geschäftsführer Dr. Rolf Strittmatter ergänzte, dass es bei der Vermarktung derart großer Flächen wichtig sei, mit der gesamten Region zu werben. Außerdem müsse die Werbung dort präsent sein, „wo die großen Investoren sind: Auf der Expo Real in München zum Beispiel.“



Das war einmal: Die Lanza im Jahre 1953 mit dem Smog aus den Karbidöfen, unter dem auch die Nachbarschaft bis hin zur Schmitznau litt. FOTO: WIESMANN