

«Als Dietikerin oder Dietiker muss man sich nicht schämen»

Jasmina Ritz hat im Sommer 2009 ihre Stelle als Dietiker Standortförderin angetreten. Nach einem halben Jahr vor Ort zieht sie Bilanz.

Thomas Pfann

Jasmina Ritz, was hat Sie nach Dietikon gebracht?

Konkret auf die Idee gekommen, bei der Stadt Dietikon als Standortförderin mitzuarbeiten, kam ich durch das Stelleninserat. Allerdings war mir Dietikon vorher schon aufgefallen, und zwar positiv. Im Zuge der 100-Jahr-Feier der Elektrizitätswerke Zürich EKZ trat ich in Kontakt mit der Dietiker Stadtverwaltung und traf auf sehr offene und hilfsbereite Behörden. Dieser Eindruck hat sich nach rund einem halben Jahr Tätigkeit als Standortförderin bestätigt.

Wie definieren Sie Ihre Aufgaben als Standortförderin?

Die Standortförderung ist grundsätzlich eine Dienstleistungsstelle. Sie versteht sich als Bindeglied zwischen der Stadt und der Wirtschaft. Die Servicepalette ist umfassend. Ich bin zum Beispiel Ansprechpartnerin für Unternehmen, die bereits in Dietikon ansässig sind, oder für solche, die sich in Dietikon niederlassen möchten. Im Falle einer Neuansiedlung biete ich Unterstützung auf der Suche nach der geeigneten Immobilie oder auch bei Behördengängen. Da hilft ein möglichst grosses Netzwerk, und dieses aufzubauen, gehört auch zu den Pflichten der Standortförderung. Weiter gilt es, die Interessen Dietikons überregional zu vertreten. Wenn eine Stadt wie Dietikon ausserhalb der Stadtgrenzen Sympathien genießt, wirkt sich dies längerfristig auf eine positive Entwicklung des Standortes aus. Und ganz wichtig ist schliesslich das Zuhören, wenn Probleme oder Anregungen aus dem lokalen Gewerbe anstehen. Oft findet sich eine Lösung durch das Gespräch.

Nach Ihren ersten Eindrücken beurteilt: Lässt sich der Standort Dietikon fördern, und wie?

Die Stadtverwaltung kann diesen Prozess ja nur bedingt steuern. Im Moment haben wir zum Beispiel viele Anfragen betreffend freien Büro- und Gewerberäumen. Hier kann ich mit konkreten Angeboten und Vermittlung von Immobilienanbietern Hilfe bieten, Kontakte herstellen und beraten. Solche Anfragen kommen meistens von ausserhalb der Stadt oder der Region und sind Indikatoren, dass Dietikon ein durchaus attraktiver Standort ist.

Dass wir eine optimale Verkehrsanbindung haben und neuer, qualitativer Wohnraum entsteht, ist kein Geheimnis mehr. Insbesondere wecken wir bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern neu angesiedelter Unternehmen das Interesse für Dietikon als Wohnort.

Standortförderung ist ein abstrakter Begriff. Ein Standort definiert hauptsächlich eine geografische Lage. Dietikon hat aber doch mehr zu bieten, als dass die Stadt einfach verkehrstechnisch gut gelegen ist. Müsste es nicht viel eher Stadtförderung heissen, mit allen gesellschaftlichen und kulturellen Aspekten?

Ich finde, Standortförderung beschreibt die Aufgaben der Stelle recht gut. Der Leitsatz «Wirtschaftsstandort mit Lebensqualität» vereint ja die Begriffe Arbeit und Leben.

Dietikon ist als Wirtschaftsstandort in Unternehmenskreisen wahrscheinlich mehr bekannt, als berühmt für eine überdurchschnittlich qualitative Wohnlage bei der Bevölkerung. Grundsätzlich tragen aber alle Einwohnerinnen und Einwohner zur Standortförderung bei. Dazu gehört das Engagement gesellschaftlicher wie auch kultureller Art. Wir wollen eine massvolle und qualitative Entwicklung der Stadt, in jeder Hinsicht.

Kommen sich Politik und Wirtschaftsinteressen nicht dauernd in die Quere?



Seit Mitte August leitet Jasmina Ritz die Standortförderung in Dietikon. Sie ist in dieser Funktion zuständig für das Stadtmarketing sowie die Wirtschaftsförderung. Zuletzt war Ritz Kommunikationsverantwortliche für das 100-Jahr-Jubiläum der Elektrizitätswerke des Kantons Zürich (EKZ). Davor arbeitete die 34-Jährige für das Expo.02-Projekt der Credit Suisse. Sie ist Absolventin des MAS in Communication Management and Leadership an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften ZHAW. Foto: Thomas Pfann Quelle: BAD

Unternehmen und Verwaltung bewegen sich innerhalb politischer Rahmenbedingungen, das ist klar. Die Gefahr besteht, dass sich durch politische Prozesse ein Vorhaben verzögert und sich die Realisierung eines Projekts in die Länge zieht. Da kann durchaus Schwung verloren gehen. Manchmal muss man Wirtschaftsvertretern plausibel machen, dass Änderungen oder Anpassungen einer Situation in einer Stadt halt etwas länger dauern. Gleichzeitig setze ich mich in der Stadtverwaltung für Bedürfnisse von Unternehmen ein. Auch wenn ich nicht immer allen Wünschen nachkommen kann, eine schnelle Antwort darf man immer von mir erwarten.

Seit Mitte 2009 arbeiten Sie für die Stadt Dietikon. Was konnten Sie konkret bewirken in dieser Zeit?

Für ganz konkrete Ergebnisse ist der Zeitpunkt noch ein bisschen früh. Während der vergangenen Monate konnte ich mein Netzwerk gut aufbauen und wachse täglich mehr in die Rolle der Standortförderin. Dietikon fängt an, mir ans Herz zu wachsen. Im Frühling erhält die Stadt einen verbesserten Internetauftritt, was meine Arbeit wiederum erleichtert. Ich stelle grundsätzlich fest, dass die Standortförderung Dietikon von Bevölkerung und Wirtschaft wahrgenommen wird.

Dietikon zählt weder zu den Topspots betreffend Steuerfreundlichkeit noch ist die Stadt unter den zehn beliebtesten Feriendestinationen zu finden. Ausserhalb des Limmattals ist das Image der Stadt schlecht. Wissen Sie Abhilfe?

Hier hilft sicher ein regionales Bewusstsein der ganzen Region. Es kämpft ja nicht nur Dietikon mit einem mässig guten Image, dies betrifft mehr oder weniger das ganze Limmattal. Darum übernimmt die Standortförderung-Limmattal die Rolle des Marketings ausserhalb des Lokalen.

Dazu gehören Auftritte an Messen und Ausstellungen, aber auch Artikel und Beiträge in Fachmagazinen und in anderen Medien. Anlässe wie zum Beispiel das Wirtschaftspodium Limmattal oder auch das Big Band Festival helfen übrigens auch, Dietikon über die Grenzen hinaus bekannt zu machen.

Sie sind Kommunikationsfachfrau. Wie beurteilen Sie die Kommunikation der Stadtbehörden mit der Bevölkerung und in den Medien?

Wir sind mit unseren Anliegen und Informationen gut in den lokalen Medien vertreten. Mit der Bevölkerung stehen wir dank verschiedener Kommunikationskanäle in gutem Kontakt. Verbessern wollen wir die Präsenz auf dem Internet, was in den nächsten Monaten geschieht. Dazu könnten wir meiner Meinung nach noch mediengerechter und proaktiver kommunizieren. Da würde eine zusätzliche städtische Kommunikationsstelle sicher helfen.

Wagen Sie eine Prognose: Wo wird Dietikon stehen in zehn Jahren?

Dietikon ist auf sehr gutem Weg. Viele Massnahmen sind geplant oder werden bereits realisiert. Die Neugestaltung des Zentrums bringt beispielsweise positive Veränderung in die Stadt. Der Ausbau des öffentlichen Verkehrs - mit der geplanten Limmattalbahn und einer möglichen S-Bahnstation in der «Silbern» - gehört hier genauso dazu wie der massvolle und qualitative Wohnungsbau. Aber man soll auch die Realität sehen und die ist verblüffend positiv: Dietikon muss gar nicht so viel unternehmen, damit die Stadt attraktiv wird. Sie ist es bereits!

Als Dietikerin oder Dietiker muss man sich keinesfalls schämen, Stadt und Region haben viel mehr zu bieten, als die Bevölkerung von ihrem eigenen Wohnort wahrnimmt. Ich hoffe - und bin sicher - dass die Stadt Dietikon die Sympathien bekommt, die sie verdient.