Gegenwind

Autor(en): **Bühlmann, Peter**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Badener Neujahrsblätter**

Band (Jahr): **73 (1998)**

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-324598

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Wirtschaftschronik

Gegenwind

Peter Bühlmann

Allgemeiner Wirtschaftsverlauf

Leider spürte auch unsere Region im abgelaufenen Berichtsjahr nach wie vor den kräftigen wirtschaftlichen Gegenwind. Das konjunkturelle Wellental konnte nicht durchschritten werden. Anhaltende strukturelle Probleme akzentuierten die bestehenden Schwierigkeiten. Zudem sind einzelne Märkte gesättigt.

Arbeitsplatzunsicherheiten in immer breiteren Kreisen liessen die Konsumnachfrage weiter sinken. Lediglich dem sich abschwächenden Schweizer Franken war es zu verdanken, dass die Wirtschaftszahlen nicht noch schlechter ausfielen.

Leider führten diese Umstände auch in der Region Baden zu Betriebsschliessungen einiger ehemals sehr renommierter Firmen. Anpassungen an das anhaltend schwache wirtschaftliche Umfeld führten zudem häufig – und quer durch praktisch alle Branchen – zum Abbau von Stellen.

Dementsprechend stieg die Zahl der Arbeitslosen im Bezirk Baden per Jahresende auf über fünf Prozent. Dieser traurige Trend hielt leider im neuen Jahr an und konnte erst gegen Jahresmitte leicht gebremst werden.

GEBA 96

Ein eindrückliches Bild über die Vielfalt und Kreativität des regionalen Gewerbes lieferte im September 1996 die Gewerbeausstellung. Obwohl anfänglich wegen der nur zweijährigen Pause einige skeptische Stimmen zu hören waren, wurden sämtliche Erwartungen bezüglich Anzahl Teilnehmer und Ausstellungsfläche schnell übertroffen.

Über 180 Aussteller präsentierten sich auf dem ABB-Areal auf über 2500 m^2. Über 40 000 Besucher schätzten das Ausstellungskonzept, wo nebst einem imposanten Leistungsbeweis auch ein breites Rahmenprogramm geboten wurde.

Das Angebot der verschiedenen Veranstaltungen reichte von der Sonderausstellung über die Aargauer Weinvielfalt bis zu Schnupperaufführungen des «Badener» Musicals «Space Dream».

Aus BT wird «Aargauer Zeitung»

Am 4. November 1996 erschien zum ersten Mal in einer Auflage von 120 000 Exemplaren die neue «Aargauer Zeitung» als Fusionsprodukt von «Badener Tagblatt» und «Aargauer Tagblatt». Gross war der Wirbel in der Badener Bevölkerung, denn kaum jemand hatte das Zusammengehen mit dem ehemaligen Erzrivalen aus dem Westaargau erwartet. Obwohl das liebgewonnene, regional stark verankerte BT einer neuen Zeitung weichen musste, waren die Reaktionen mehrheitlich positiv. Die moderne, frische Erscheinung der «Aargauer Zeitung» sorgte über die Kantonsgrenzen hinaus für Aufsehen. Die Fusion bezweckt, inskünftig die Stimme (und Klammer) des Aargaus zu sein und wirtschaftlich im Konzert der landesweit grössten Zeitungen erfolgreich mitspielen zu können. Dass für den Badener Leser ein starker Lokalteil nach wie vor gefragt ist, scheint man bei den Zeitungsmachern nun aufgenommen zu haben.

100 Jahre «Müllerbräu»

Trotz Wirtschaftsflaute und Wirbelsturm in der Schweizer Bierlandschaft konnte das traditionsreiche Familienunternehmen aus Baden Anfang 1997 sein 100-Jahr-Jubiläum feiern. Wie bei diversen alteingesessenen Betrieben ging auch die Entwicklung der Brauerei Müller Hand in Hand mit dem Wachstum der BBC. Lief es der BBC gut, tranken die Arbeiter mehr Bier, und umgekehrt. Den Rekordausstoss erreichte man 1972. Obwohl der Bierkonsum seither rückläufig ist, hofft unsere Region, auch weiterhin das «eigene» Bier trinken zu können.

Stadt Baden

Grundsätzlich hat die Stadt Baden trotz wirtschaftlichen und beschäftigungspolitischen Schwierigkeiten ein gutes Jahr hinter sich. Die zukunftsorientierte Stadtentwicklung trug Früchte. Um rund 2500 ist die Zahl der in dieser Stadt lebenden Personen in den letzten zehn Jahren angewachsen. Diese stärkere Basis (insgesamt 16 500) wirkt sich positiv auf das Steueraufkommen der Zentrumsgemeinde mit ihren mannigfaltigen Aufgaben aus.

Höhere Steuererträge der juristischen Personen und Unterschreitungen von veranschlagten Investitionen sind die Gründe der erfreulichen finanziellen Entwicklung. Angesichts dieser Ausgangslage erstaunt es somit nicht, dass erneut Diskussionen um eine Steuersenkung aufgekommen sind. Leider wurde dieses Mal die Gelegenheit verpasst, zugunsten des Wirtschaftsstandortes Baden ein weiteres Zeichen zu setzen.

Im Jahr der Jubiläen (2000 Jahre Badekultur, 700 Jahre Stadt Baden, 150 Jahre Schweizer Bahnen) setzte Baden 1997 aber auch neue Akzente. Mit dem Projekt-,

Ideen- und Visionenwettbewerb «Zukunftslabor Stadt Baden» wurde jedermann aufgerufen, Zukunftsvisionen und Impulse über sämtliche Bereiche der Stadt einzubringen. Das Echo war immens und hat über die Stadtgrenzen hinaus für Aufmerksamkeit gesorgt. Für die Zukunft ist zu hoffen, dass daraus möglichst viele konkrete Massnahmen realisiert werden und somit der lokalen Wirtschaft Impulse gegeben werden können.

ThermalBaden

Die abgelaufene Periode ist für den Kurort Baden eher negativ ausgefallen. Entsprechend dem gesamtschweizerischen Tourismus erlebte auch Baden einen Nachfrageeinbruch in der Hotellerie. So sank die Anzahl Logiernächte in Baden/Ennetbaden 1996 auf unter 80 000, dies bei einer seit 1993 unveränderten Bettenzahl von 652. Zuversichtlich stimmten die leicht steigenden Zahlen ab dem zweiten Quartal 1997 sowie die zehnprozentige Steigerung der Eintritte in das Thermalbad.

Aufgrund der Veränderung und Entwicklung des Tourismus in Baden entschloss sich der Kur- und Verkehrsverein, sich neu zu orientieren. Aus diesem Grund wurde mit externen Spezialisten eine Projektgruppe gebildet. Sie stellte sich verschiedene Aufgaben. So soll sie neue, transparente Strukturen für «Baden Tourismus» mit entsprechender Aufgabenteilung schaffen, Finanzierungsvorschläge unterbreiten, die interne Kostenrechnung anpassen sowie die Statuten überarbeiten. Als äusseres Zeichen eines zeitgemässeren Marktauftritts hat man auch die Namensgebung geändert. Neu tritt «ThermalBaden» und «Baden Tourismus» anstelle der Begriffe «Kurort Baden» und «Kur- und Verkehrsverein Baden/Ennetbaden» nach aussen in Erscheinung.

Weichen stellen

Nach wie vor geniesst unsere Region und insbesondere die Kernstadt Baden im kantonalen und landesweiten Wettbewerb um einen möglichst attraktiven Standort einige gewichtige Vorzüge. Dazu zählt einerseits die unumstritten verkehrstechnisch sehr gute Lage in unmittelbarer Nähe des Wirtschaftsmagnetes Zürich und andererseits der überdurchschnittlich hohe Ausbildungsstand der Wohnbevölkerung.

Unübersehbar jedoch ist, dass die Karten im Standortwettbewerb der Kantone und Gemeinden derzeit neu gemischt werden. Damit Baden und der Kanton Aargau die gegenwärtige Liberalisierungs- und Deregulierungswelle als Gewinner überstehen, sind dringend Reformen in verschiedenen Bereichen in die Tat umzusetzen.

Die Stadt Baden und ihre Bevölkerung muss in vielen – allenfalls auch nur kleinen – Schritten versuchen, diesen Kampf um Wettbewerbsvorteile zu ihren Gunsten zu beeinflussen. Die Weichen müssen aber gestellt und weitere Zeichen gesetzt werden. Falls es den Arbeitnehmern zudem gelingt, sich den neuen Anforderungen durch Aus- und Weiterbildung laufend anzupassen, und die Arbeitgeber neue, innovative Produkte und Dienstleistungen auf den Markt bringen, sind sie für die Zukunft gut gerüstet.