

Zeitschrift: Oltner Neujahrsblätter

Herausgeber: Akademia Olten

Band: 66 (2008)

Artikel: 60 Gemeinden, 3 Regionen, 1 Raum : AareLand auf dem Weg zur eigenen Identität

Autor: Zingg, Ernst / Dietler, Markus

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-658722>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.11.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

60 Gemeinden, 3 Regionen, 1 Raum

AareLand auf dem Weg zur eigenen Identität

Ernst Zingg/Markus Dietler

Aufbauend auf die grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Rahmen der Plattform Aargau-Solothurn (Paso), haben die drei Stadtpräsidenten von Aarau, Olten und Zofingen im März 2004 eine gemeinsame Absichtserklärung unterzeichnet zur Aufgabenlösung im Verbund. Sie wollen einerseits den Raum mit insgesamt 60 Gemeinden besser gegen aussen vermarkten, indem seine Attraktivität für die Trilogie Wohnen, Leben, Arbeiten in einem weiten Umkreis aufgezeigt wird, aber auch den Zusammenhalt innerhalb des AareLands vertiefen. Die Organisation umfasst den Netzstadtrat der drei Stadtpräsidenten mit den kantonalen Raumplanern als Beisitzern, die Geschäftsstelle beim Oltner Stadtschreiber sowie verschiedene Projektorganisationen.

Schachenpark und Wiggertalpark

Im Vordergrund der nun angelaufenen Umsetzung steht die Schaffung von Identität im Raum Aarau-Olten-Zofingen mit seinen rund 200 000 Einwohnerinnen und Einwohnern, die es für das gemeinsame Vorhaben zu sensibilisieren gilt. In diesem Sinne wurde 2005 das Konzept Parkprojekt erarbeitet. Dieses sieht vor, den Raum nicht zu einem unstrukturierten Siedlungsteppich verkommen zu lassen, sondern den Aare- und den Wiggerraum als verbindende Elemente aufzuwerten und dadurch eine gemeinsame Identität zu fördern. Konkret werden derzeit unter der Projektleitung der beiden Kantone Aargau und Solothurn zwei Teilprojekte – Schachenpark zwischen Olten und Aarau sowie Wiggertalpark im Raum Aargau-Zofingen – bearbeitet. In beiden Fällen soll in Zusammenarbeit mit den Regionsgemeinden ein attraktives, vielfach nutzbares und zusammenhängendes System aus landwirtschaftlich genutzten Flächen, Freiflächen, Gewässern und Wegen als «grüne Infrastruktur» – gewissermassen als Pendant zur Verkehrsinfrastruktur – geschaffen, dauerhaft gesichert und für die Bewohnerinnen und Bewohner als wichtiger Naherholungs- und Freizeitraum erlebbar und zugänglich gemacht werden.

CD und Internetauftritt

Zentrale Aspekte für die Schaffung eines gemeinsamen Identitätsgefühls für den Raum Aarau-Olten-Zofingen sind aber auch ein eingängiger Name, ein einheitliches Erscheinungsbild und eine Marketingstrategie. Das Label «AareLand» unterstreicht die Bedeutung der Aare als verbindendes Element der Region, deren Gemeinden entweder direkt an ihrem Lauf oder aber an einem Zufluss liegen. Das dazugehörige Logo zeigt drei sich überschneidende Dreiecke, welche die drei Städte, die drei Regionen, aber auch die raumbestimmenden Elemente Land, Wasser und Sied-

lungsraum symbolisieren, die in ihrem Kern zu einem gemeinsamen Lebensraum verschmolzen sind.

Seit Anfang September verfügt die Agglomeration AareLand über eine eigene Homepage unter www.aareland.ch, gegliedert in einen allgemeinen Informationsteil zum AareLand, Aktuelles und Freizeitangebote. Derzeit werden rund 280 Sehenswürdigkeiten aus den Sparten Industriekultur, Historisches, Baukultur, Kunst und Kultur, Überraschendes, Natur und Landschaft, Freizeit und Sport sowie Gastronomie vorgestellt mit Kurzporträt, Foto und Kontakt. Zurzeit stammen sie aus den 25 Gemeinden des inneren Perimeters zwischen den drei Städten Aarau, Olten und Zofingen. Die Attraktivitäten der übrigen 35 Gemeinden im AareLand sollen möglichst bald ebenfalls aufgeschaltet werden. Die Kurzporträts werden ergänzt durch einen Routenplaner und durch ein Bewertungssystem, mit dem die Benutzerinnen und Benutzer der Website nach dem Besuch des jeweiligen Freizeitangebots ihr Urteil über dieses abgeben können.

Zu den weiteren Projekten gehören der bereits realisierte Tarifverbund A-Welle, die regionale Berufsinfo-Messe, die 2007 erstmals unter dem Label «AareLand» stattfinden wird, und die Tischmesse für Businesskontakte in der Oltner Stadthalle sowie das Projekt Kulturorte. Dieses beabsichtigt, die Daten zu den Kulturorten im AareLand, die für den Internetauftritt gesammelt wurden, auch in Form einer Broschüre zu publizieren, die an alle Haushaltungen im entsprechenden Perimeter verteilt wird.

Erfolgsfaktoren und Stolpersteine

Welches sind in einer Beurteilung des bisherigen Weges des AareLands die Erfolgsfaktoren? Entscheidend für ein



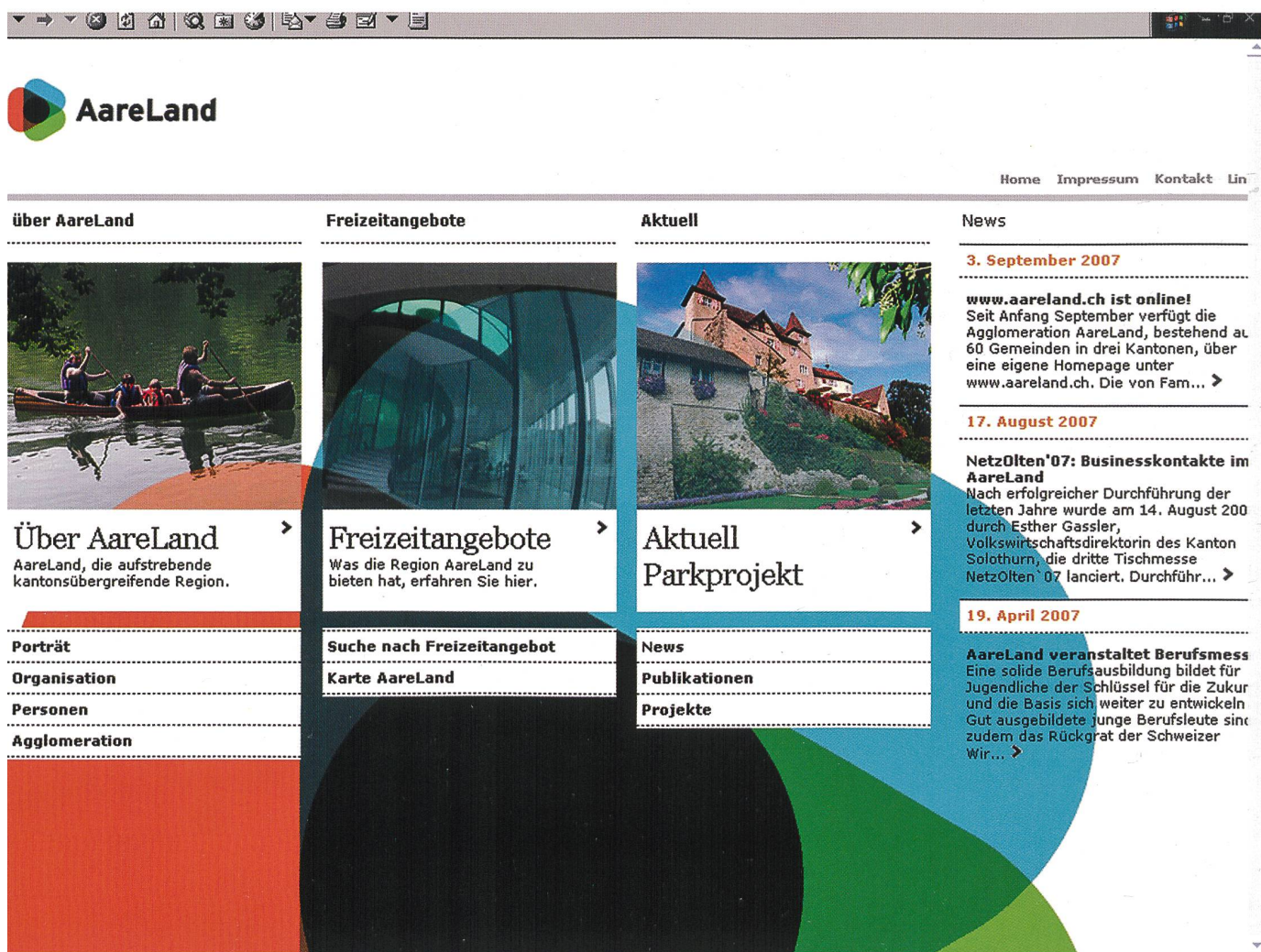
Gelingen sind persönliche Beziehungen und das persönliche Engagement von massgebenden Exponenten, im Falle des AareLands der drei Stadtpräsidenten. Die Kantone als übergeordnete Ebene gilt es in der ersten Stunde bereits einzubeziehen und als Vermittler zu den Bundesbehörden einzusetzen. Im Einvernehmen mit den Kantonsbehörden ist die notwendige Anerkennung auf Bundesebene und damit der Zugang zu Bundesgeldern um einiges leichter zu erreichen als im Alleingang. Einen Schritt, den das AareLand im Übrigen bereits erfolgreich absolviert hat: Als eigenständiger Raum – neben acht anderen, allesamt grossflächigeren Räumen – bringt es sich unter dem eigenen Label in die Erarbeitung des Raumkonzepts Schweiz ein und wird somit zur festen Grösse und zum Ansprechpartner des Bundes in Raumentwicklungsfragen.

Auf dem Weg zur eigenen Identität lauern aber auch Stolpersteine: Noch sind nicht alle Details geregelt in den Kompetenzregelungen zwischen den verschiedenen Gremien und noch ist die Organisation nicht ausgereift. Eine Herausforderung stellt auch die Eigenheit des AareLands dar, dass es aus drei ähnlich gelagerten Zentren besteht, die in einigen Fragen unter einander auch in Konkurrenz stehen. Und entscheidend für die nächsten Jahre wird

sein, ob die notwendige «Bodenhaftung» gegenüber den Behörden der 60 beteiligten Gemeinden, vor allem aber auch gegenüber der breiten Bevölkerung hergestellt werden kann, was nur mit sichtbaren Ergebnissen, mit Dingen zum Anfassen zu erreichen ist.

AareLand – eine Erfolgsstory!

Alles in allem kann das AareLand aber mit gutem Gewissen als Erfolgsgeschichte bezeichnet werden. Die Kantonsgrenze zwischen Aargau und Solothurn hat sich dank der Einbindung der Behörden der beiden Kantone als überwindbare Hürde erwiesen, das AareLand verschafft dem Raum Aarau-Olten-Zofingen mehr Gewicht, um seine Interessen im Schnittpunkt der Grosszentren und gegenüber dem Bund zu vertreten. Und wenn auch interne Konkurrenz derzeit vielleicht nicht auf jedem Gebiet eine optimale Zusammenarbeit erlaubt, respektive die Zusammenarbeit vor allem in «weniger sensiblen» Bereichen gut funktioniert, so stellt das AareLand dennoch ein wichtiges Marketinginstrument zur Stärkung der Identität nach innen und zur Propagierung der Standortvorteile nach aussen dar.



Webauftritt AareLand