

Thomas Portmann
Brewder Immobilien AG
Brauereiweg 3
3076 Worb

Offerte: Kommunikation Arealentwicklung Egger Worb

Ausgangslage

Ab Sommer 2024/spätestens Ende 2024 wird das Areal der Brauerei Albert Egger in Worb frei für eine Entwicklung, da zu diesem Zeitpunkt die neue Brauerei am Standort Industrie SBB in Worb betriebsbereit ist.

Auf dem Brauerei-Areal befinden sich neben den Betriebsgebäuden auch historische Liegenschaften und Wohnbauten. Ziel ist es, diese Identität zu bewahren und ein zugängliches und belebtes Areal mit Wohnen und Gewerbenutzungen im Erdgeschoss zu realisieren. Für diesen Entwicklungsprozess wünscht sich die Eigentümerin eine Begleitung im Bereich Kommunikation.

Eine Voranfrage ans AGR wurde positiv beantwortet. Mit der Gemeinde Worb soll demnächst eine Planungsvereinbarung abgeschlossen werden. Die Planungsvereinbarung definiert unter anderem den genauen Planungssperimeter, die Phasen (Planungsschritte), die Projektorganisation, den Zeitplan sowie die Finanzierung und enthält idealerweise bereits Angaben dazu, wer in welcher Phase welche Aufgaben und Rollen im Bereich der Kommunikation innehat.

Struktur dieser Offerte

Weil vieles noch unbekannt ist und sich die Kommunikation dem laufenden Prozess anpassen muss, soll die vorliegende Offerte einerseits genügend Flexibilität aufweisen, andererseits soll sie dennoch der Eigentümerschaft ausreichend Planungssicherheit geben und aufzeigen, wie die Zusammenarbeit zwischen Projektentwicklerin und Agentur aussieht.

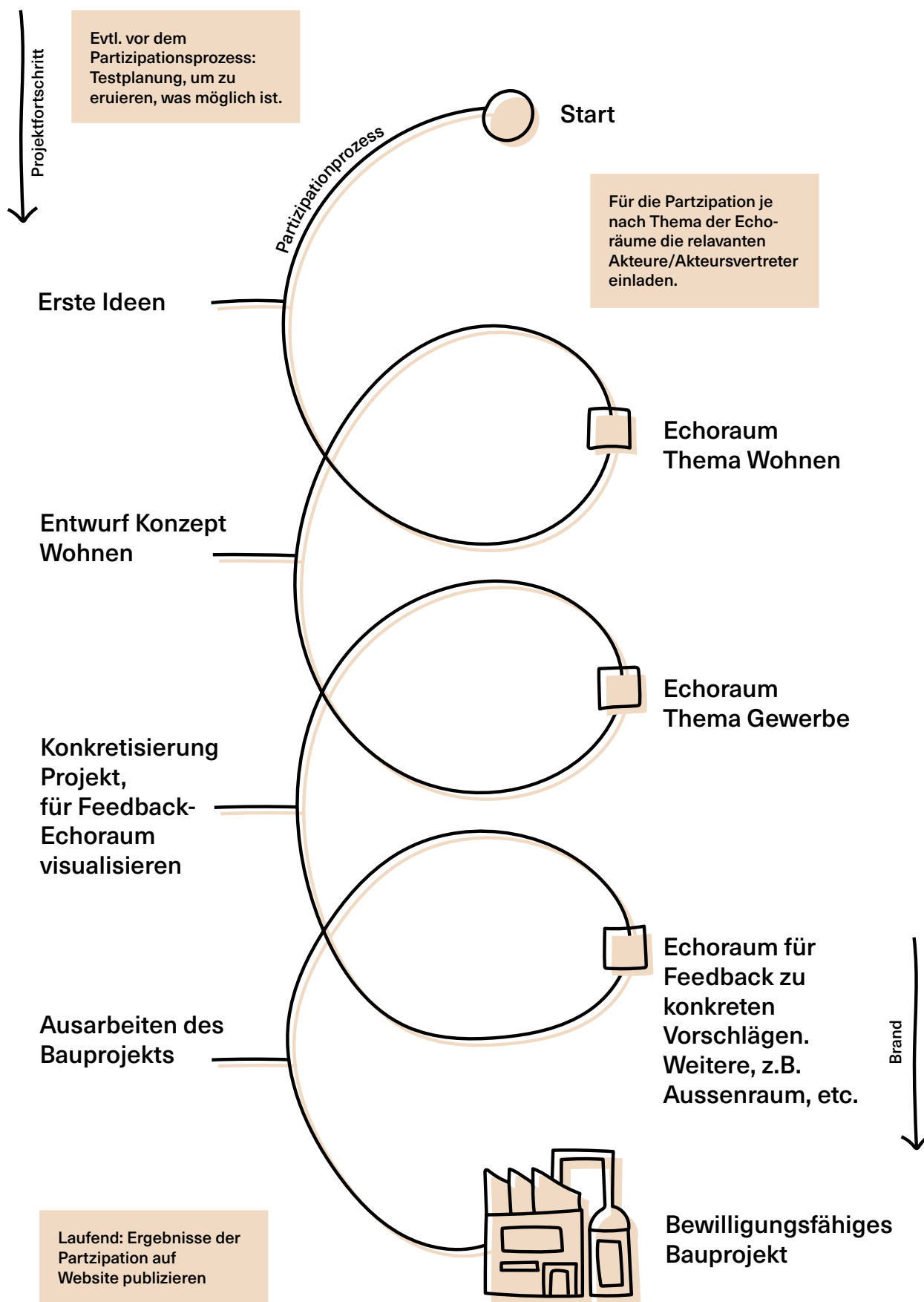
Deshalb besteht die Offerte aus zwei Teilen: Im ersten Teil skizzieren wir die Kommunikationsbegleitung auf dem Weg von der Planungsvereinbarung bis zum Bauprojekt (SIA-Phasen 11-31/32), im zweiten Teil zeigen wir anhand von «Retainer-Paketen» für Beratung, Design, Programmierung und Drittkosten auf, welche Schritte während der Realisierung bis zur Übergabe in den Betrieb möglich sind.

Sollte es zur Auftragserteilung kommen, schlagen wir vor, dass wir jeweils im Oktober/November die Detailplanung und Detailofferte für das Folgejahr erstellen und quartalsweise gemeinsam die geleisteten Arbeiten analysieren und die sich stellenden Anforderungen und Bedürfnisse an uns als Agentur aktualisieren und mit der Auftraggeberin abstimmen.

Was uns wichtig scheint:

- Was in der Planungsvereinbarung mit der Gemeinde steht, bestimmt den Prozess der Arealentwicklung in seinen Grundzügen. Deshalb schlagen wir vor, dass wir bereits in diesen Diskussionen dabei sind. So können wir den Start sowie die nächsten Schritte mit möglichst viel Vorwissen planen.
- Vor dem Start des Partizipationsprozesses kann eine Testplanung (z. B. drei Planungsbüros einladen) sinnvoll sein, um zu eruieren, was überhaupt möglich / sinnvoll ist. So kann der Partizipationsprozess zielgerichteter geführt werden und es werden keine Visionen entwickelt, die dann in der Praxis nicht realisiert werden können.
- Die Erwartungshaltung der Worberinnen und Worber und des Quartiers kann man in der Partizipation nutzen und daraus einerseits Ideen generieren und andererseits bereits frühzeitig eine breite Akzeptanz aufbauen.

- Damit dies gelingt, ist Glaubwürdigkeit wichtig. Die Dialoggruppen sollen spüren, dass noch vieles offen und möglich ist. Dies kann zu Beginn der Partizipation transparent kommuniziert werden: «Wir wissen noch nicht, in welche Richtung es genau geht und möchten dies mit euch gemeinsam entwickeln.» Eine ergebnisoffene Haltung entspricht dem Ansatz des «neighbourhood branding», der beispielsweise sehr erfolgreich in Hamburg und Kopenhagen angewendet wurde. Die (Quartier-) Bevölkerung wie auch andere wesentlichen Akteure werden dadurch von Anfang an zum Mittragen und zur Aneignung ermutigt. Damit ein solcher Dialogprozess nicht ausufert, sollte von Beginn weg kommuniziert werden, zu welchem Zeitpunkt welche Formate (Veranstaltungen und begleitende Gefässe) für eine Mitarbeit interessierter Akteursgruppen zur Verfügung stehen.
- Normalerweise beginnen wir mit dem Branding, das ist hier nicht sinnvoll. Im Laufe der Partizipation wird sich das Vorhaben mit Ideen und Werten füllen und die künftige Anmutung des Areals wird greifbarer. Dies hat Einfluss auf die Gestaltung und die Tonalität des künftigen Projektbrandings. Deshalb schlagen wir vor, in der ersten Phase noch ohne Projekt-CI vorzugehen, um nichts vorwegzunehmen. Den Start des Brandings würden wir auf das Ende der Partizipation ansetzen.
- Wir schlagen vor, die Entwicklung des Bauprojekts in iterativen Schlaufen zu gestalten und in drei bis fünf Echoräumen die Mitwirkung relevanter Akteure abzuholen. Wir würden nicht in allen Echoräumen das ganze mögliche Themenspektrum diskutieren, sondern sie inhaltlich aufteilen: Z. B. einen Echoraum zur künftigen Gestaltung der Gewerberäume / Sockelzone, einen Echoraum zum Thema Wohnen, einen weiteren z.B. zur Belebung des Areals oder zur Aussenraumqualität etc. So können für jede Veranstaltung die geeignetsten Akteure eingeladen werden und die Diskussionen verlaufen zielgerichtet und effizient. Zum Ende der Partizipation schlagen wir eine öffentliche Veranstaltung mit Präsentation des konkretisierten Projektvorschlags vor, mit einer abschliessenden finalen 'Korrekturrunde' seitens der Bauherrin.
- Die kontinuierliche und konsistente Einbindung der Gemeinde ist wesentlich und trägt zur Akzeptanz seitens politischer Akteure bei.
- Der Projektfortschritt wird regelmässig auf einer eigenständigen Website kommuniziert, um auch alle mitzunehmen, die nicht an den Veranstaltungen teilnehmen können.



Arbeitspakete und Grobkosten

1. Arbeiten bezüglich des gesamten Entwicklungsprozesses

Auslegeordnung mit Kundin

4 h à 170 CHF

680 CHF

- Definieren der Ziele
 - Problemstellung und Bedürfnisse (aus Sicht Eigentümerin)
 - Vorgehensplan
 - Zeitplan 2023 und 2024
-

Entwickeln der Leitidee / Vision für das Areal aus Sicht Bauherrin

2.5 Tage à 1'360 CHF

3'400 CHF

- Definieren der Werte des Areals (USP, Zielpositionierung)
- Wie soll das fertig entwickelte Areal von Nutzerninnen und Nachbarn wahrgenommen und genutzt werden?
- Welche Elemente des «Brands» Egger lassen sich auf das Areal übertragen und sollen in der Wahrnehmung des Areals mittransportiert werden?

Ergebnis: Ausformulieren eines möglichen Zielbildes, das als Basis für den Austausch mit Behörden, Nachbarn und Interessierten dienen soll – und die Interessen der Eigentümerschaft transparent macht. Es soll greifbar sein, aber dennoch viel Raum für Ideen von aussen lassen. Dafür arbeiten wir mit Moodbildern sowie mit Illustrationen/Skizzen.

Arbeiten:

- Begleitung / Beratung Kundin
 - Konzeption
 - Redaktion
 - Grafik, Illustration
-

Entwicklung eines Kommunikations- und Partizipationskonzeptes

Pauschal

4'500 CHF

- Strategie, Vorgehen, Massnahmen Arealkom-
munikation
- Übergeordnete Botschaften
- Vorgehen, Gefässe und Zeitplan Partizipation
- Arbeitsdokumente, Briefings, Textbausteine,
FAQ etc. zu Handen Team Egger, für alle, die
kommunikative Aufgaben haben bzw. gegen
ausssen kommunizieren
- Festlegen, wie der Erfolg gemessen wird

Total

8'580 CHF

2. Arbeiten in den einzelnen Phasen: Strategische Planung bis Vorstudien

Kommunikation

5 Tage à 1'360 CHF

6'800 CHF

Gestaltung und Umsetzung Pre-Projektseite, auf
der Basis des Kommunikationskonzeptes

- Website, die informiert, dass der Entwicklungs-
prozess begonnen hat
 - Informationen zum Fahrplan und Möglichkei-
ten zur Partizipation
 - Aktuelles: Während der Partizipation wird
laufend über Ergebnisse informiert
 - Responsive Website mit einer Menüebene
(Single-Pager)
 - CMS: Kirby
 - Gestaltung, Redaktion und Programmierung
-

Partizipation	Pauschal	10'000 – 15'000 CHF
Erste drei von insgesamt fünf Echoräumen: Thematische Workshops mit relevanten Akteursgruppen, um Interessen und Erwartungen an das Areal zu klären Arbeiten: — Konzeption des Partizipationsprozesses — Vorbereitung, Moderation und Nachbereitung der Anlässe — Beratung und Begleitung Bauherrin — Grafische Arbeiten — Redaktion und Grafik für Information auf der Website		
Ustrinkete	1.5 Tage à 1'360 CHF	2'040 CHF
Fest auf dem Areal bevor Maschinen/Anlagen demontiert werden. — Evtl. speziell für den Anlass gebrautes Bier? — Einbezug von Kleinunternehmern aus Worb, um die künftige Öffnung für gewerbliche Nutzungen einzuläuten, z.B. mit Jahrmarkt, Flohmarkt, Kleinkunst, Pop-up Galerie oder Naschmarkt — Open-Air-Kino am Abend im Innenhof Konzept, exkl. Umsetzungskosten		
Medieninformation zum Abschluss der Partizipation in dieser Phase	1 Tag à 1'360 CHF	1'360 CHF
Information zum Umfang des Projekts, das entwickelt werden soll — Informationen zu den Wünschen der Bevölkerung, der Nachbarn — Informationen zum Fahrplan — Inkl. Vor- und Nachbearbeitung — Exkl. Drittkosten Medienbeobachtung (z.B. Argus, BlueReport o.ä.)		
Total		20'200 – 25'200 CHF

3. Vorprojekt bis Baubewilligung

Kommunikation

6 Tage à 1'360 CHF

8'160 CHF

Redaktionspaket

- Kommunikation auf der Website zur Ausgestaltung des Projekts, Wettbewerb etc.
- Informationen zu den Inhalten dieser Konkretisierungsphase
- Unterstützung Brewder beim Beantworten von Anfragen (Textblöcke als Vorlage, FAQ etc.)
- Medienarbeit

Gestaltungspaket

Pauschal

5'000 CHF

- Laufende grafische Arbeiten zur Unterstützung der Kommunikationsmassnahmen; Print, Web, Social Media

Aufbau Informationspunkt auf dem Areal

Pauschal

6'500 CHF

- Tafel, Stelen
- Alternativ kleiner Pavillion
- Wechselplakate zeigen, was auf dem Areal entsteht.
- Interaktive Elemente halten den Dialog mit der Nachbarschaft aufrecht, z. B. via Untersite auf der Website

Konzeption, Gestaltung, exkl. Produktionskosten

Meinungsbildung

4 Tage à 1'360 CHF

5'440 CHF

- Einbezug wichtiger Worber «Fürsprecher:innen» via Testimonials am Informationspunkt wie auch via Website oder als Gastinputs in den Dialoggefässen
 - Artikel in lokaler Presse, evtl. als Gastbeiträge
-

Partizipation

5'000 –
10'000 CHF

Dialoggefässe

- Regelmässige Dialoggefässe, um mit wichtigen Zielgruppen im Austausch zu bleiben
- Bierbrunch oder Feierabendbier mit Team Brewder

Echoräume: In dieser Phase die letzten 2 von insgesamt 5 Echoräumen

- Feedbackschlaufen zum Entwicklungsstand
- Bearbeitung weiterer Themen, z.B. Aussenraum, Gestaltung des Zusammenlebens auf dem Areal, etc.

Total

30'100 –
35'100 CHF

4. Publikation Baugesuch

Redaktion

6 h à 170 CHF

1'020 CHF

- Information auf Projektwebsite
- Wichtige Fragen und Antworten mit FAQ

Medienarbeit

1 Tag à 1'360 CHF

1'360 CHF

- Beantworten allfälliger Anfragen gemäss Sprachregelung, Fragen / Antworten
- Versand Medieninformation erst bei Vorliegen Baubewilligung (Vorbereiten durch uns, Versand durch Kundin)

Total

2'380 CHF

5. Realisierung

Kommunikation

Pro Jahr

**3'000 –
4'000 CHF**

- Laufende Information über den Bauprozess via Website
-

Retainer Beratung und Konzeption

45 h à 170 CHF

7'650 CHF

Basiert auf Erfahrungswerten aus ähnlichen Projekten. Beratungs- und Konzeptionszeitbudget kann für die folgenden Arbeiten eingesetzt, aber auch auf andere im Laufe des Projektablaufs auftauchende Fragestellungen verwendet werden:

- Entwicklung Projektidentität auf der Basis der Partizipation und des Kommunikationskonzeptes, Schärfung der Argumente und Hauptbotschaften, Wichtige Themen für die Kommunikation
 - Ergänzen des bestehenden Kommunikationskonzeptes mit Detailplanung für die Phase der Realisierung
 - Kurzkonzept Signalisation Baustelle und bauseitige Information (insbesondere von Anstössern, Quartier etc.)
 - Aufbau Vermarktungsbereich auf der Projektwebsite
 - Redaktion / Content für verschiedene Kommunikationsgefässe und -opportunitäten
-

Retainer Design

40 h à 170 CHF

6'800 CHF

- Projektbranding
 - Bildwelten für Content / Redaktion
 - Grafik / Gestaltung für Signalisation und Information Baustelle
 - Ausgestaltung Informationspunkte, die vor Baustart fertig sein müssen (Informationstafeln / -stelen auf Areal)
 - Design Vermarktungsbereich Website
-

Retainer Programmierung

45 h à 170 CHF

7'650 CHF

- Umsetzung responsiver Projektwebsite /
Vermarktungssite
- CMS: Kirby
- Umsetzung isometrische Darstellung des
Areal
- Vermietungstabelle
- Formulare, zusätzliche Funktionalitäten

Retainer Produktion

5'000 CHF

- Produktion und Montage Informationstafeln
z.B. F4, Informationsstelen z.B. Holz vierkant
mit Infoflächen
- Produktion und Montage Bautafel
- Reserve für weitere Massnahmen, Materiali-
sierung tbd
- Reserve Druck Projektinformationen

Partizipation

Pauschal

4'000 CHF

- Organisation von Baustellen-Rundgängen

Total

**34'100 –
35'100 CHF**

Alle Beträge exkl. MWST.

Konditionen

Diese Offerte ist 30 Tage gültig. Zusatzarbeiten werden zu einem Ansatz von 170 CHF/h verrechnet.
Monatliche Rechnungsstellung. Die Zahlung versteht sich innert 30 Tagen ab Rechnungsdatum.

Bankdaten

Zugunsten: IBAN CH98 0630 0016 9372 7350 6
Wanzenried & Partner AG, Neubrückstrasse 80, 3012 Bern
Bank: Valiant Bank AG, 3001 Bern
Konto: 01-200099-8
MWST-Nr.: CHE-115-440.905

Wir würden uns freuen, diesen Auftrag für Sie auszuführen und sichern Ihnen tadellose Qualität zu.
Mit freundlichen Grüßen, Stefan Wanzenried

Kommunikationsbudgets aus vergleichbaren Projekten

**Areal-Entwicklung
Köniz Bläuacker**

Kommunikationsberatung, Marketing, Konzeption	20'000 CHF
Website, Inserate, Plakate	35'000 CHF
Fotografie, Drohne	10'000 CHF
Signaletik, Baustellenkommunikation	35'000 CHF

**Areal-Entwicklung
Ausserholligen**

Beratung, Konzeption, Branding	20'000 CHF
Website	35'000 CHF
Fotografie, Drohne	5'000 CHF
Begleitprodukte, Drucksachen	10'000 CHF

**Kommunikation
Kasparstrasse**

Kommunikationsberatung, Marketing, Konzeption	15'000 CHF
Website	25'000 CHF
Fotografie, Drohne	5'000 CHF
Signaletik, Baustellenkommunikation	45'000 CHF

Ihr Projektteam

Stefan Wanzenried

Stefan Wanzenried ist Projektleiter in diesem Projekt und Ihr Hauptsprechpartner. Er ist Sprachwissenschaftler und Architekturstoriker und Inhaber von Wanzenried & Partner. Er verfügt über langjährige Erfahrung in der Begleitung anspruchsvoller Bauprojekte und berät Kunden aus dem Privatsektor wie auch Bauherr:innen und Akteure der öffentlichen Hand. Stefan Wanzenried ist IPMA Level C zertifiziert und war mehr als zehn Jahre als Lead-Assessor für die IPMA Projektmanagement-Zertifizierung in der Schweiz tätig. Mitgliedschaften: bprg, CIPR.

Jana Aregger

Jana Aregger ist in diesem Projekt für Design und Produktion verantwortlich. Sie verfügt über reiche Erfahrung in Branding und Positionierung aus einer Vielzahl von Areal- und Immobilienentwicklungsprojekten, der Umsetzung digitaler Kommunikationsmassnahmen, in der Produktion von Drucksachen sowie in bauseitiger Kommunikation. Als Verantwortliche Signaletik ist sie dafür zuständig, im Aussenraum klar verständliche Akzente zu setzen.

Mona Baiutti

Mona Baiutti als Projektleiterin Design & Code für die digitalen Elemente der Kommunikation zuständig, zum Beispiel der Gestaltung von elektronischen Informationslettern oder dem Aufbau von Informationsplattformen und Microsites. Ihre Fähigkeiten im Bereich Webentwicklung und Programmierung erlauben uns, die volle Kontrolle über die Programmierung zu haben und rasch Anpassungen an den eingesetzten Digitalkanälen vornehmen zu können.

Bruno Widmer

Bruno Widmer ist Verwaltungsrat bei Wanzenried & Partner und bringt als Architekt und früherer Verantwortlicher Siedlungsplanung bei der RZU (Planungsdachverband Region Zürich und Umgebung) sein Wissen über Bau- und Planungsabläufe und zu den best practices im Stakeholdermanagement ins Team. Im Projekt ist er in der Konzeption & Strategie sowie in der Planung und Strukturierung des Partizipationsprozesses beteiligt und übernimmt die Stellvertretung des Projektleiters Stefan Wanzenried.

Wir sorgen dafür,
dass man Ihr Bauvorhaben versteht.

