

**REGIONALE 2025**  
PROJEKTSCHAU  
LIMMATTAL

Leitfaden

**PROJEKT-  
ARBEIT**

Die Regionale 2025 verfolgt das Ziel, die Entwicklung des Limmattals zu fördern und dessen Identität zu stärken. Zu diesem Zweck unterstützt sie Projekte aus den drei Feldern Freiraum, Erneuerung und Zusammenleben. Die Projekte werden 2025 im Rahmen einer grossen Ausstellung präsentiert. Hinter der Regionale 2025 steht der Verein «Regionale Projektschau Limmattal». Er wurde 2015 gegründet und wird von den Kantonen Aargau und Zürich sowie von 16 Gemeinden und Städten des Limmattals getragen.

---

#### Kantone Aargau und Zürich

Baden  
Dietikon  
Ennetbaden  
Geroldswil  
Killwangen  
Neuenhof  
Oberengstringen  
Oetwil a.d. Limmat  
Schlieren

Spreitenbach  
Unterengstringen  
Urdorf  
Weiningen  
Wettingen  
Würenlos  
Zürich

#### Partner



 **Kanton Zürich  
Lotteriefonds**

**SWISSLOS**  
Kanton Aargau

# DEIN PROJEKT

Initiativgeist und Engagement zeichnen dich aus. Du hast obendrein eine Idee, wie du deine Region aktiv mitgestalten kannst, und möchtest sie nun realisieren. Für das Voranbringen dieses Vorhabens sind Kenntnisse und Erfahrung in Projektarbeit von Vorteil. Diesem Thema ist dieses Heft gewidmet. Es greift Erfahrungen auf, die Projektleitende im Limmattal gesammelt haben. Das Heft vermittelt Grundwissen und bietet Hinweise, wie du mit deinem Projekt startest.



# PROJEKTABLAUF

Was ist wann zu tun?

1

**IDEE**

Seite 6



2

**KONZEPT**

Seite 10



3

## UM- SETZUNG

Seite 16



4

## AB- SCHLUSS

Seite 18





# DEINE IDEE

Die Projektidee ist das Fundament, auf das alles Weitere aufbaut. Je einfacher sie zu verstehen ist, desto überzeugender wirkt sie – eine hohe Relevanz für deine Region ist Voraussetzung dafür. Solche Ideen erhalten Aufmerksamkeit und das ist nötig, um Unterstützung für ein Projekt zu erhalten.

Eine gewisse Alleinstellung ist daher unerlässlich. Will heißen: Vergleichbares gibt es noch nicht

oder deine Idee bewältigt eine bestehende Herausforderung besser als andere Lösungsansätze.

Dein Projekt stellt eine Innovation dar. Es beeinflusst die Entwicklung und die Identität deiner Region auf neuartige Art und Weise – heute für morgen. Noch dazu: Je mehr Wirkung deine Idee entfaltet, umso höher wird deine Motivation sein, sie in die Tat umzusetzen.

## Beispiele aus der Praxis:

**Idee:**  
Kultur für  
alle, von  
Anfang an.

**Projekt:**  
Kultur-  
karussell

**Idee:** Das  
Kulturerbe der Bäder  
von Baden mit  
der Gegenwart  
verbinden.

**Projekt:**  
Bäderkultur  
Baden

## Was stärkt deine Projektidee?

- Sie verfolgt ein relevantes Anliegen.
- Sie besitzt eine klare Positionierung (Nutzen, Zielgruppe).
- Sie ist einfach und nachvollziehbar formuliert.
- Sie ist im Rahmen eines Projekts plan- und realisierbar.
- Sie ist zeitlich eingegrenzt (Anfang, Dauer).
- Die Zielerreichung ist überprüfbar.

**Idee:** Musik schlägt neue Brücken in der Gesellschaft.

**Projekt:**  
Klangteppich  
Limmattal

**Projekt:**  
Siedlungs-  
coach

**Idee:** Gute  
Nachbarschaft  
will gelernt sein.



## ERZÄHLEN.

Der Austausch mit Personen, die sich genauso für deine Region einsetzen, macht in dieser frühen Projektphase Mut. Du findest rasch heraus, ob deine Idee auf Interesse stößt. Betrachte jeden Austausch als Gelegenheit, deine Idee zu überprüfen. Du erhältst ebenso wichtige Hinweise für die darauffolgenden Schritte.



## FESTHALTEN.

Ist die Idee überprüft und definitiv formuliert, solltest du darauf achten, sie über den gesamten Projektverlauf nicht zu verändern. Die Idee und das Ziel bleiben die Idee und das Ziel. Was sich ändern kann, ist die Wegroute, die zum Ziel führt.



# LICHT AUS!

Sophia Berdelis hatte die Idee zu «Promenades Lumières». Sie betont damit die Bedeutung von Licht im nächtlichen Aussenraum. Die Beleuchtung sei ein wesentliches Gestaltungsmittel, sagte sie. Richtig dosiert, habe sie ein grosses Potenzial. Davon überzeugen kann man sich auf unüblichen Spaziergängen.

## **Wie kommt deine Idee an?**

Das Thema Licht und Beleuchtung wird als aktuell und wichtig empfunden. Licht muss gezielt und umweltverträglich eingesetzt werden. Dunkelheit ist eine wichtige Ressource. Und das freut mich sehr. Ich mache mich zurzeit selbstständig und setze mich sehr ein für das Thema Licht und Dunkelheit. Einerseits ist es ein Risiko, so viel Energie in die Idee zu stecken, andererseits glaube ich sehr daran.

## **Hast du andere Personen in das Projekt eingebunden?**

Am Anfang war ich allein. Ich habe aber bald zwei Personen miteinbezogen. Das war ein wichtiger Schritt. Seitdem fühle ich mich als Teil eines grösseren Vorhabens. Mit dieser Rückendeckung fällt es mir leichter, Kontakte mit verschiedenen Verwaltungsstellen des Limmattals zu knüpfen.

## **Welche Erfahrungen machst du dabei?**

Ich versuche, zuerst herauszufinden, bei wem eine solche Idee auf Anklang stösst. Es sind dort primär einzelne Personen, die ein solches Projekt unterstützen. Sie vermitteln Kontakte und zeigen Möglichkeiten auf für die Weiterentwicklung meiner Idee. Es ist daher zentral, immer wieder auf Personen zu treffen, die die Idee verstehen und mittragen. Das motiviert, an der Sache dranzubleiben.

## **Wie hast du die Anfangsphase des Projekts erlebt?**

Ich habe die Projektidee immer weiterverfolgt, auch wenn die Finanzierung und die Unterstützung noch unklar waren. Mittlerweile ist ein Teil der Finanzierung gesichert. Wenn ich heute auf Gemeinden und Städte zugehe, kann ich etwas vorweisen. Das bildet eine ganz andere Ausgangsbasis. Ich bin sicher, dass sich aus den nächsten Schritten und Kontakten weitere Chancen ergeben. Es braucht nach wie vor viel Beharrlichkeit, ich klopfe auch gern ein zweites Mal an eine noch geschlossene Tür. Ja, die Vielfalt des Limmattals erstaunt mich immer wieder dabei.

## **Du kommst nun in die Umsetzungsphase. Womit beschäftigst du dich?**

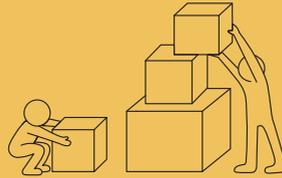
Licht gibt dem nächtlichen Limmattal ein erkennbares Profil. Die Beleuchtung sollte die Eigenheiten und Qualitäten der Region stärken. Das ist meine Vision. Die nächtlichen Spaziergänge sind ein erster kleiner

Schritt dahin. Sie sensibilisieren die Bevölkerung für die Wirkung der bestehenden Beleuchtung. Inzwischen habe ich mehrere solcher Spaziergänge durchgeführt. Der nächste Schritt besteht darin, ein breiteres Publikum dafür zu gewinnen. Damit schlage ich ein neues Kapitel auf. Ich beschäftige mich derzeit mit der Frage, wie ich die Bevölkerung erreiche und sie motiviere, mit zu spazieren.

## **Welches allgemeine Zwischenfazit ziehst du?**

Es braucht Leidenschaft für das Thema und die Idee. Man muss offen sein für andere Denkweisen, andere Prioritäten, andere Realitäten. Mit Freundlichkeit, Begeisterung und Beharrlichkeit kommt man aber tatsächlich weiter.

Weitere Infos: [promenades-lumieres.ch](http://promenades-lumieres.ch)



# DEIN KONZEPT

Jetzt geht es darum, den Rahmen deines Projekts zu definieren. In einem Konzept hältst du einen Zeitplan mit Fristen und Terminen fest, du beschreibst die notwendigen Aufgaben, gehst auf die Kosten und die Finanzierung ein und umreißt, wie du kommunizieren möchtest.

Du stellst dich und dein Team vor – und verdeutlichst, wie dein Vorhaben deine Region weiterbringt, samt Beschreibung der Idee, Zielsetzung und Zielgruppe.

Dein Konzept schafft Klarheit und ist nicht nur eine Grundlage für die weitere Projektarbeit, sondern Bestandteil jeder Bewerbung deines Vorhabens. Stellst du einen Antrag auf Förderung, wird in der Regel ein Konzept verlangt.

Im Idealfall lässt das Konzept keine Fragen offen. Es ist ein guter Start in die Umsetzungsphase. Veränderungen gibt es im Laufe der Realisierung genug.

## **Inhalt eines Konzepts:**

- Projektname
- Projektbeschreibung (Idee, Ort, Ziele, Zielgruppe, Nutzen)
- Projektaufbau (Aktivitäten)
- Einflussfaktoren und Schnittstellen
- Deine Person und dein Team
- Zeitplan (Termine, Dauer, Meilensteine)
- Massnahmen (Eigenleistungen, Fremdleistungen)
- Kommunikation
- Kosten und Finanzierung
- Kooperationen und Partnerschaften
- Kontaktangaben

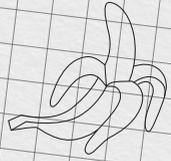
## FEIERN.



«Der grösste Meilenstein war die Finanzierungszusage durch die Stadt Zürich und die zwei Kantone. Das haben wir mit einem Apéro in unserem Vereinsbüro gefeiert, wozu wir die Projektbeteiligten eingeladen haben. Das Erreichen eines Meilensteins stellt eine riesige Motivationspritze dar.»

Esther Nägeli, Projekt «ART FLOW»

## NUTZEN HERAUSARBEITEN.

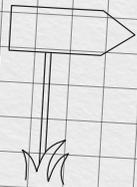


«Die grösste Herausforderung in dieser Projektphase lag darin, einer Thematik, die wenig bekannt ist, eine Wichtigkeit zu geben.»

Andres Bosshard  
Projekt «Ruheorte.Hörorte.»

## MEILENSTEINE.

Viele lassen sich von der Komplexität eines Projekts entmutigen – was man sich vorgenommen hat, erscheint viel zu gross. Meilensteine sorgen hier für Abhilfe. Indem man das Projekt aufgliedert, reduziert man dessen Komplexität und erleichtert die Planung. Die Bemühungen bleiben auf den kommenden Meilenstein gerichtet, an das Endziel muss man nicht denken. Meilensteine schliessen Projektetappen ab oder markieren das Erreichen von Zwischenzielen. Für jeden Meilenstein ist ein konkretes Datum festgelegt. Bis dahin muss dies und das erledigt sein.





# LÖSUNGEN SUCHEN UND FINDEN

Andreas Rudow gehört zum Kernteam von «Bagni Popolari». Der Verein verwirklichte die «Heissen Brunnen» in Baden und Ennetbaden. Jetzt steht die Realisierung des «Bads zum Raben» an. Damit entsteht ein kleines, aber feines öffentliches Thermalbad mit Kulturangebot.

## **Wie war euer Start?**

Bevor wir konkrete Projekte anvisiert haben, bildete sich eine Kerngruppe. Sie setzte sich zum Ziel, die öffentliche Nutzung des Badener Thermalwassers zu reaktivieren. Zu dieser Gruppe stiessen Gleichgesinnte und Interessierte dazu. Die Projekte

«Heisser Brunnen» und «Bad zum Raben» sind grosse Vorhaben. Um sie auszuführen, war und ist der Einbezug möglichst vieler Personen und Organisationen nötig. Der Kreis von Mitwirkenden ist sukzessive gewachsen und auf diesen Pool von Gleichgesinnten und Interessierten greifen

wir zurück, wenn wir Unterstützung für Aktionen und Kampagnen benötigen. Diese Form der freien Mitwirkung bedingt viel Vorarbeit durch die Kerngruppe. Andererseits sind wir in der Lage, unentgeltliches Engagement und schlummernde Potenziale rasch freizusetzen. Ausserdem werden das Thermalwasser und die Badekultur dadurch wieder stärker als Gemeingut erlebt.

### **Wie seid ihr mit Konzeptabweichungen umgegangen?**

Bei uns ist alles im Fluss. Es gibt kaum vergleichbare Projekte, von denen wir etwas abschauen könnten. Wir funktionieren iterativ, pragmatisch, lösungsorientiert. Es geht darum, planerisch nur so viel zu fixieren wie nötig. Wir bleiben offen für neue Erkenntnisse, neue Ansätze und experimentelle Lösungsentwicklung. Das klingt mühsam und anspruchsvoll, scheint aber ein guter Ansatz zu sein, um spezielle, volksnahe Projekte umzusetzen.

«Für Pionierprojekte ist das Erarbeiten neuer Lösungen und das Abweichen von anfänglichen Vorstellungen an der Tagesordnung.»

### **Wie habt ihr die Finanzierung gelöst?**

Bei den «Heissen Brunnen» stammt die massgebliche Finanzierung von der öffentlichen Hand. Der Betrieb

der zwei Brunnen liegt bei den Einwohnergemeinden Baden und Ennetbaden. Wir von «Bagni Popolari» bleiben nahe dran und unterstützen durch Know-how und Monitoring. Die Finanzierung des «Bads zum Raben» ist anspruchsvoller. Für die Gesteungskosten – Kauf und Umbau der Liegenschaft – konnten wir eine Genossenschaft aufbauen. Über 800 Genossenschafterinnen und Genossenschafter stützen die Idee und das Vorgehen. Sie beteiligen sich am partizipativen Prozess der Projektentwicklung und stellen mit ihren Genossenschaftsanteilen bereits ein beachtliches Kapital von mehr als 1 Million Franken zur Verfügung.

### **Wer kommt für den Betrieb des «Bads zum Raben» auf?**

Das war und ist eine grosse Knacknuss. Und da haben wir noch einiges an Arbeit vor uns. Wir möchten einen gemeinnützigen, niederschweligen Badebetrieb garantieren. Der Betrieb muss günstig sein. Wir arbeiten die Konzeption des Vorhabens so weit aus, dass wir gegenüber der öffentlichen Hand, den nationalen und kantonalen Institutionen sowie den möglichen Sponsorinnen und Mäzenen Kenngrössen und Gemeinutzen überzeugend darlegen können. Wir sind überzeugt, dass das kleine «Bad zum Raben» eine grosse Ausstrahlung entfaltet. Eine breite Unterstützung liegt daher auch im öffentlichen Interesse.

Weitere Infos: [bagnopopolare.ch](http://bagnopopolare.ch)



# WO FINDEST DU UNTERSTÜTZUNG?

## GEMEINDEN UND REGION

---

### Schlieren

Bereich Gesellschaft, gesellschaft@schlieren.ch

### Dietikon

Kultur Dietikon, kulturdietikon.ch,  
kultur@dietikon.ch / Dialog Stadtentwicklung,  
Studio Dietikon, studiodietikon.ch

### Baden

Abteilung Kultur der Stadt Baden, kultur@baden.ch

### Limmattal

Planungsverband Zürcher Planungsgruppe Limmattal, zpl.ch / Limmattstadt, Standortförderung Limmattal, limmatstadt.ch / Regionale Projektschau Limmattal (bis Ende 2025), regionale2025.ch  
Planungsverband Baden Regio, baden-regio.ch

## NETZWERKE UND ANLAUFSTELLEN

---

### Aargauischer Kulturverband

Hilfreiche Unterlagen und Vernetzungsmöglichkeiten, agkv.ch/informationen

### Pro Kultur Kanton Zürich

Interessengemeinschaft der Kulturschaffenden, Kulturinstitutionen und Kulturvermittelnden im Kanton Zürich, prokultur-zuerich.ch

### Vitamin B

Fachstelle für Vereine, vitaminb.ch

### Kulturaktiv Baden

Zusammenschluss von Badener Kulturschaffenden und Kulturinstitutionen, kulturaktivbaden.ch

### Gleis 21

Kulturhaus in Dietikon, gleis21.ch

### ArtFAQ

Produktionsplattform für Tanz, Theater und Performance in der Region Zürich; Beratung, Kurse, Co-Working usw., artfaq.ch

### Regiosuisse

Wissens- und Netzwerkmanagement für Personen, die in der Regionalentwicklung tätig sind, regiosuisse.ch

## FINANZIERUNG

---

### Kanton Zürich

Fachstelle Kultur, fachstellekultur@ji.zh.ch / Natur- und Heimatschutzfonds, naturschutz@bd.zh.ch

### Kanton Aargau

Swisslos-Fonds, ag.ch/swisslos

### Diverse Fonds

Landschaftsfonds Schweiz, fls-fsp.ch  
Migros Kulturprozent, engagement.migros.ch

### Stiftungen

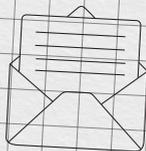
Übersicht Förderstiftungen, swissfoundations.ch

Die Auflistung ist nicht abschliessend.

## BEWERBEN.

«Da mein Projekt in Schulen durchgeführt wird, schreibe ich die Schulen direkt an. Ich stosse da teils an Grenzen, da Schulleitungen und Lehrpersonen zeitlich am Limit sind. Aber auch sie werde ich gewinnen, sobald wir mit anderen Schulen zusammengearbeitet haben. Das spricht sich herum.»

Christian Fotsch, Projekt «Limmattaler Songs»



## VERWERFEN.

«Was will das Zielpublikum? Diese Frage immer wieder zu stellen, hilft bei der Projektentwicklung. Es erfordert aber auch den Mut, eigene Ideen zu verwerfen.»

Edith Werffeli, Projekt «Büezerland»



## ANGEHEN.

«Die richtigen Ansprechpersonen sowie Sponsoren zu finden, war aufwendig und hat viel Zeit gebraucht. Wir haben nicht aufgegeben und blieben dran. Die Mühen haben sich gelohnt.»

Alma Jongerius, Projekt «Kultur-Karussell»





# DEINE UMSETZUNG

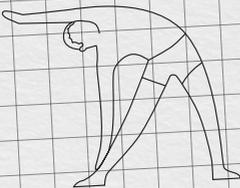
Ab diesem Zeitpunkt gibt es kein Zurück mehr – die Umsetzung deines Projekts beginnt. Alle Beteiligten wissen, was sie wann und wie zu tun haben.

Die Kommunikation ist jetzt wichtig – nach innen und nach aussen. Es ist deine Aufgabe als projektleitende Person, das Team regelmässig auf den neusten Stand der Dinge zu bringen. Auch unterstützende Institutionen, Partnerinnen und Förderer möchten wissen, wie es mit dem Projekt

vorangeht. Und damit das Interesse an deiner Projektidee weiterwächst, ist es ratsam, der Öffentlichkeit Einblick ins Geschehen zu gewähren. Deshalb ist aktive Öffentlichkeitsarbeit wichtig.

Natürlich passiert in dieser Phase Unvorhergesehenes, aber du hast Freiraum dafür eingeplant. Auch an die Kontrolle hast du gedacht: Du behältst Termine, Kosten, Ressourcen und Qualität im Blick. Davon hängt der Projekterfolg ab.

## AGIL SEIN.



«Kommunikation ist bei jeder Zusammenarbeit wichtig. Der dynamische Charakter eines Projekts wird darin deutlich. Deswegen ist hohe Flexibilität gefordert.»

Christoph Doswald,  
Projekt «ART FLOW»



# FEINGEFÜHL UND UMSICHT

Jutta Freiwald ist federführend im Projekt «Klangteppich Limmattal». Der Teppich steht sinnbildlich für neue Kontakte zwischen Limmattaler Musikerinnen, Sängern und Tänzerinnen. Sie entwickeln Neues und stellen es der Bevölkerung vor.

## **Wie wichtig ist Koordination?**

Sie ist entscheidend. Ein Beispiel: Sobald es um die Durchführung von Events geht, ist ein Austausch mit der Verwaltung des Veranstaltungsorts nötig. Wir stellen uns vor und holen Bewilligungen ein. Ohne diesen Austausch ginge quasi nichts.

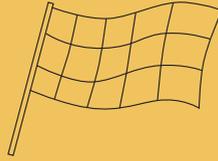
## **Und andere Herausforderungen?**

Da wir nicht alle Gemeinden gleichzeitig berücksichtigen können, müssen wir eine Vorauswahl vornehmen. Wo treten wir als Nächstes auf? Die Antwort darauf hängt auch von den

Mitarbeitenden in den Gemeindeverwaltungen ab. Sie fühlen sich mal mehr, mal weniger motiviert, sich mit einem Kulturprojekt wie dem unseren zu beschäftigen.

## **Was hilft hier?**

Feingefühl und Umsicht. Ebenso der regelmässige Kontakt zu allen Mitwirkenden. Wir schreiben E-Mails, bespielen unsere Social-Media-Kanäle und besuchen Anlässe vor Ort. Beständige Kommunikation und Networking sind oft zielführend.



# DEIN ABSCHLUSS

Projekte enden mit einem Höhepunkt – einer Veranstaltung, einer Publikation, der Lancierung eines Produkts. Doch für dich ist die Arbeit damit nicht beendet. Es folgt die Nachbereitung.

Nachbereiten bedeutet: Alles, was auf die Beine gestellt worden ist, muss heruntergefahren werden. Es ist ein schöner Abschluss für alle Beteiligten zu finden, Unterlagen sind zu sichern und genutzte Räumlichkeiten abzugeben.

Hast du Feuer für die Projektarbeit gefangen, ist es sinnvoll, erfolgreiche Lösungsansätze und Musterdokumente so aufzuarbeiten, dass du sie bei anderer Gelegenheit erneut einsetzen kannst. Sponsoren und Förderinstitutionen rechnen zudem damit, einen Projektabschlussbericht zu erhalten.

Von Interesse ist die Frage, was aus dem Projekt wird. Geht es weiter? Die Antwort darauf interessiert auch die Öffentlichkeit. Kommunikativ kann der Rück- und Ausblick verbreitet werden. Erst wenn alles erledigt ist, gilt auch für dich: Das wars.

## **Inhalt eines Abschlussberichts:**

- Zusammenfassung (Managementsummary)
- Ausgangslage
- Idee und Ziele
- Motivation und Erwartungen
- Aktivitäten und Ablauf
- Ergebnisse und Bewertung
- Abrechnung
- Ausblick

## **Wie sichert man Erfahrungen?**

- Checkliste
- FAQ (Fragen und Antworten)
- Kurzbericht
- Merkblatt
- Mustervorlage

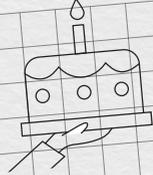
## MUTIG SEIN.



«Unser Projekt war als Pilot aufgesetzt. Wir konnten vieles ausprobieren und Spielregeln dynamisch anpassen. Dafür ist Mut erforderlich. Hat es sich gelohnt? Ja, zweifellos.»

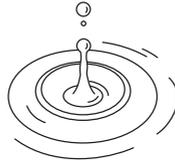
Daniel Dormann, Projekt «Pischte 52»

## ÜBERREICHEN.



«Die Übergabe unseres Projekts an die Zielgruppe hatten wir vorbereitet und lief deshalb gut ab. Falls etwas nicht klappt oder Justierungen nötig sind, sind wir weiterhin da. Das ist eine wichtige Erkenntnis aus dem Projekt: von Anfang bis zum Schluss offen zu sein für Nachbesserungen.»

Silvan Durscher,  
Projekt «Park am Wasser»



# REGIONALE 2025 BEWEGT.

Es sei stets eine unterstützende Rückendeckung da gewesen, umschreibt eine Projektleiterin die Bedeutung der Regionale 2025. Der Leiter eines anderen Projekts bilanziert: «Die Nominierung und die Kommunikation durch die Regionale 2025 haben unserem Anliegen zusätzliche Glaubwürdigkeit und Seriosität gegeben.» Und eine dritte Person hält fest: «Die Regionale 2025 war eine Türöffnerin.»

Die Organisation spannt seit 2015 ein Dach über Projekte aus dem Limmattal und für das Limmattal. Sie vermittelt Know-how und Kontakte, sorgt für Aufmerksamkeit und bringt Menschen zusammen. Daniela Hallauer ist deren stellvertretende Geschäftsführerin und für Projekte im Bereich Kultur und Gesellschaft zuständig. Sie bietet einen Einblick in die Arbeit der Regionale 2025.

## **Wer eine Projektidee hat, möchte etwas bewegen. Ist das möglich als Einzelperson?**

Ja, selbstverständlich. Es gab etliche Einzelpersonen, die bei uns eine Projektidee eingereicht haben. Um eine Idee in die Tat umzusetzen, braucht es jedoch ein Team. Das ist von Vorteil, da der Weg zum Ziel manchmal steinig ist. Gegenseitiges Motivieren ist dann das A und O.

## **Welchen Stellenwert haben die Projekte für die Region?**

Die Projekte, die wir ausgewählt haben, stellen sich den Herausforderungen des Limmattals. Sie tragen zu einer besseren Lebensqualität bei. Jede Projektidee geht von einem Bedürfnis der Menschen aus. Wir bringen die Region von der Basis her weiter, also «bottom-up».

**Die Regionale 2025 ist schweizweit einmalig. Wie entstand sie und was leistet sie für das Limmattal?**

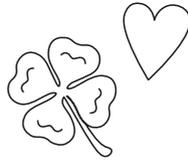
Das Limmattal ist eine Wachstumsregion. Das bringt Herausforderungen mit sich, beim Wohnen, im Verkehr, in der Freizeit. Die Kantone Aargau und Zürich riefen deshalb die Regionale 2025 ins Leben, gemeinsam mit Limmattaler Gemeinden. Mit unseren Projekten bilden wir einen Motor für die regionale Entwicklung – eine Entwicklung zur Bewältigung der Herausforderungen.

**Ein Projekt dauert oft Monate, ja Jahre. Wie bleibt man am Ball?**

Das ist in der Tat nicht einfach. Es hilft, wenn man das Projekt in Phasen unterteilt und sich für den Abschluss einer Etappe belohnt. Wichtig ist auch, sich mit den richtigen Leuten zu umgeben. Ein Team ist Gold wert.

**2025 findet die grosse Projektausstellung statt. Was bedeutet sie für die Projekte?**

2025 zeigen wir der Bevölkerung, was die Projekte geleistet und erreicht haben. Wir wollen genauso die Aufmerksamkeit der Politik und der Verwaltung gewinnen. Die Menschen hinter den Projekten gehören zu den Macherinnen und Machern. Es beeindruckt mich stets aufs Neue, mit welchem Elan sie für ihre Region eintreten und ihre Ideen vorantreiben. 2025 geht es auch darum, das Erreichte in andere Regionen zu tragen. Unsere Erfahrungen können als Inspiration dienen, dort etwas Ähnliches auf die Beine zu stellen. Die grosse Projektschau, das ist zumindest unser Wunsch, soll zugleich Startschuss für die weitere Fortentwicklung des Limmattals sein. Die Regionale 2025 ist dann vorbei, aber das Limmattal bleibt im Wandel und alle können mit einer Idee etwas Positives bewirken. Den entsprechenden Beweis erbringen wir tagein, tagaus.



# DANKE

Die Regionale 2025 dankt allen gegenwärtigen und zukünftigen Projektleitenden für das Engagement und die Ideen. Gemeinsam gestalten wir die Zukunft des Limmattals.



Projektträgerinnen und Projektträger auf der Pischte 52.

**Projekte (Stand: Winter 2023):**

Allmend Glanzenberg

ART FLOW

Bad zum Raben

Baden im Fluss

Bäderkultur Baden

Bike Trail Limmattal

Bildungsnetzwerk Aargau Ost

Bruno Weber Park

Büezerland

Gartenanlage Dunkelhölzli

Gaswerk Schlieren

Guide Limmat-Böötle

Heimattal

Heisser Brunnen & Limmatquelle

Hochbahn Silbern

Im Limmattal verweilen

Klangteppich Limmattal

Klosterhalbinsel Wettingen

Korridor Hüttikerberg-Sandbühl

Korridor Sulperg-Rüssler

Kulturkarussell

Lebendige Limmat

Limmatfloss Wettingen

Limmattaler Songs

Mapping Kultour

Neuenhof am See

Park am Wasser

Pischte 52

Projektfamilie «Blaues Band»

Promenades Lumières

Ruheorte.Hörorte.

Siedlungscoach

Wohnen im Limmattal

Zukunft Rangierbahnhof

Zwischenzimmer

Mehr Informationen zu den Projekten  
auf [regionale2025.ch](http://regionale2025.ch).

Regionale Projektschau Limmattal  
Altbergstrasse 19  
8953 Dietikon  
T +41 44 741 88 43  
willkommen@regionale2025.ch

**REGIONALE2025.CH**   