

An den Grossen Gemeinderat

Winterthur

Beantwortung der schriftlichen Anfrage betreffend Organisation Stadtmarketing und Stadtentwicklung, eingereicht von Gemeinderat Dieter Kläy, namens der FDP-Fraktion

Am 26. August 2002 reichte Gemeinderat Dieter Kläy (FDP) die folgende schriftliche Anfrage ein:

Der Stadtrat will beim Stadtpräsidium eine Stabsstelle Stadtentwicklung einrichten. Gemäss Neue Zürcher Zeitung vom 22. August soll diese Stabsstelle Stadtentwicklung eine koordinierende Funktion nach innen wahrnehmen und innerhalb der Stadtverwaltung aktiv werden. Zur Verbesserung der Koordination ist die Stadtentwicklungskommission unter der Leitung des Stadtpräsidenten geschaffen worden. Der Einbezug verschiedener Departemente soll durch diese Kommission verstärkt werden. Gleichzeitig bestehen alle bisherigen tragenden Gremien, Vereinigung Stadtmarketing, Beirat u.a. weiterhin.

1. *Welche Vorstellung hat der Stadtrat von der endgültigen Organisation des Stadtmarketings und wie sind die Kompetenzen verteilt?*
2. *Welche Rolle soll in dieser Organisation den Wirtschaftsverbänden zufallen? Teilt der Stadtrat die Ansicht, dass den Wirtschaftsverbänden im Rahmen der Stadtentwicklung, der Wirtschaftsförderung und des Stadtmarketings ganz allgemein eine zentrale Rolle z ukommt?*

Der Stadtrat erteilt folgende Antwort:

Zum Thema „Stadtmarketing – wie weiter?“ wurde bereits am 1. Juli 2002 von Gemeinderat Dieter Kläy eine Interpellation eingereicht. Die Antwort ist in Bearbeitung. Darin wird auch auf Fragen der Organisation des Stadtmarketings und der Stadtentwicklung eingegangen. Die Antwort auf die am 26. August 2002 zusätzlich eingereichte schriftliche Anfrage beschränkt sich deshalb auf die wesentlichsten Punkte der gestellten Fragen. Mit der Zitierung des NZZ-Artikels vom 22. August 2002 wurde die zentralste Aussage über die zukünftige Funktionen des Stadtentwicklers und des Stadtmarketings vorweggenommen, nämlich einerseits die koordinierende Funktion innerhalb der Stadtverwaltung und andererseits das Wirken des Stadtmarketings gegen aussen. Während das Stadtmarketing seine Aufgaben seit acht Jahren durchgehend wahrgenommen hat, mangelte es bisher auf Verwaltungsebene an einer Ansprechperson, die für diese Aufgabe bestimmt ist und die nötigen Kompetenzen hat. Die Schaffung dieser Stelle erfolgte kostenneutral durch Aufhebung von zwei halben Stellen im Personalamt und beim Vermessungsamt.

Zu den einzelnen Fragen:

Zur Frage 1:

Welche Vorstellung hat der Stadtrat von der endgültigen Organisation des Stadtmarketings und wie sind die Kompetenzen verteilt?

Das Stadtmarketing Winterthur ist eine Organisation, die mittels ihrer Aktivitäten den Wirtschaftsstandort Winterthur nachhaltig positiv verändern soll. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, muss – entsprechend dem ständigen Wandel in der Wirtschaft - eine organisatorische Fixierung auf eine endgültige Organisationsform abgelehnt werden, da dadurch die notwendige Flexibilität verloren ginge.

Die Generalversammlung wählt einen Vorstand von 6 Mitgliedern (bisher 4), mit je drei Vertretern aus der Politik und der lokalen Wirtschaft. Die Geschäftsstelle des Stadtmarketings wird neu vom Wirtschaftsförderer in Personalunion geleitet (bisher Ko-Leitung durch Wirtschaftsförderer und Wohnstadtmarketing). Das zweite Aufgabenschwergewicht bleibt das Wohnstadtmarketing. Die künftig damit beauftragte Person wird dem Geschäftsführer unterstellt, ebenso wie das zur Geschäftsführung zusätzlich benötigte Personal. Den beiden Koordinationsstellen Wirtschaftsförderung und Wohnstadtmarketing ist je ein Beirat zugeordnet. Die Organisation soll stärker als bisher auf Zielgruppen ausgerichtet werden, nämlich erstens auf die bereits ansässige Wirtschaft, die Bildungsinstitutionen und die Bevölkerung. Zweitens auf Neugründungen von Unternehmen oder die Neuansiedlung von bestehenden Unternehmen. Drittens auf die Anwerbung von zusätzlicher Wohnbevölkerung, die zur Anhebung der Steuerkraft Winterthurs führt.

Der Vorstand bestimmt einerseits die personelle Besetzung der Geschäftsführung, der Wirtschaftsförderung und des Wohnmarketings, andererseits obliegt es ihm, die strategischen Ziele festzulegen sowie die Zielerreichung und die Mittelverwendung zu überwachen. Die Kompetenzen der Geschäftsstelle beschränken sich auf die Umsetzung der Strategie mittels dem eigenen Dienstleistungsangebot in Form von Beratung und einer Brückenfunktion zur städtischen Verwaltung für Bewilligungen und andere Verfahren.

Die Verfahren und Bewilligungen werden von städtischen Institutionen abgewickelt bzw. erteilt. Das Stadtmarketing hat auf diese Prozesse nur beschränkt Einfluss. Es soll u.a. das Ziel der neuen Stelle Stadtentwicklung sein, für die koordinierte Umsetzung der Anliegen der Wirtschaftsförderung und des Wohnstadtmarketings innerhalb der Stadtverwaltung zu sorgen.

Zur Frage 2:

Welche Rolle soll in dieser Organisation den Wirtschaftsverbänden zufallen? Teilt der Stadtrat die Ansicht, dass den Wirtschaftsverbänden im Rahmen der Stadtentwicklung, der Wirtschaftsförderung und des Stadtmarketings ganz allgemein eine zentrale Rolle zukommt?

Der Stadtrat ist der Überzeugung, dass eine wirtschaftliche Entwicklung des Standorts Winterthur ohne die aktive Teilnahme von Wirtschaftsverbänden undenkbar ist.

So finden neben dem Stadtmarketing vielfältige Kontakte mit Wirtschaftsverbänden durch den Stadtrat resp. Mitglieder des Stadtrates statt. Zweimal jährlich treffen sich der Verband KMU Winterthur und Umgebung (Gewerbeverband) und die Vorsteher der Departemente Bau und Technische Betriebe sowie die Vorsteherin des Departementes Finanzen zu einer Aussprache. Mit zahlreichen Berufsverbänden finden regelmässig Kontakte statt (beispielsweise Planer, Architekten und Ingenieure). Weiter pflegt der Stadtrat mit den in Winterthur tätigen grösseren Firmen regelmässig direkte Kontakte.

Einige lokale Wirtschaftsverbände sind in der Mitgliederversammlung, dem Vorstand und den Beiräten des Stadtmarketing vertreten. Sie bilden die primären Ansprechpartner des Stadtmarketings in allen Fragen, die den Beizug von Wirtschaftsvertretern erfordern. Der Vorstand und die Beiräte stehen weiteren Verbänden zur aktiven Beteiligung offen.

Der Vorstand beaufsichtigt die Aktivitäten des Stadtmarketings. Die Beiräte wirken beratend und sind gleichzeitig Botschafter des Stadtmarketings innerhalb der Wirtschaftsverbände und in anderen Organisationen.

Mit der neuen Stelle Stadtentwicklung soll insbesondere auch für die Wirtschaftsverbände ein zentraler Ansprechpartner bezüglich städtischer Prozesse zur Verfügung stehen. Damit wird den Verbänden der Zugang zur Stadtverwaltung erleichtert, indem sie ihre Anliegen nicht mehr bei mehreren städtischen Instanzen vorbringen müssen.

Vor dem Stadtrat

Der Stadtpräsident:

Wohlwend

Der Stadtschreiber:

Frauenfelder