

An den Grossen Gemeinderat

## Winterthur

Kredit von Fr. 1'200'000.-- für die Weiterführung der gemischtwirtschaftlichen Stadtmarketing-Organisation Winterthur in den Jahren 2004 - 2006

---

### **Antrag:**

Als Beitrag an das von einer gemischtwirtschaftlichen Organisation betriebene Stadtmarketing Winterthur wird zulasten der Laufenden Rechnung ein Kredit von Fr. 1'200'000.--, aufgeteilt in Tranchen von jährlich Fr. 400'000.--, für die Jahre 2004 bis und mit 2006 bewilligt.

### **Weisung:**

Am 22. November 1993 hat der Grosse Gemeinderat als Beitrag an das von einer gemischtwirtschaftlichen Organisation betriebene Stadtmarketing Winterthur erstmals einen Rahmenkredit von Fr. 2'500'000.- für die Dauer von fünf Jahren bewilligt.

Seit 1994 besteht die Vereinigung „Winterthur Stadtmarketing“. Während den ersten zehn Jahren haben Stadt und Wirtschaft die Arbeit zu gleichen Teilen finanziert. Budgetiert wurde in einem Zyklus von fünf Jahren. In der ersten Fünfjahresperiode waren es jährlich je Fr. 500'000, die sowohl die Wirtschaft als auch die Stadt dafür aufgewendet haben. In der zweiten Fünfjahresperiode waren es im Jahr 1999 Fr. 500'000, im Jahr 2000 noch je Fr. 450'000 und die folgenden Jahre 2001 bis 2003 Fr. 400'000, die wiederum von beiden Partnern jährlich beigesteuert wurden.

Anlässlich der jüngsten Gespräche mit den Wirtschaftsvertretern bzw. -vertreterinnen über die Zukunft des Stadtmarketings und dessen weitere Finanzierung wurde deutlich, dass diese die bisher üblichen Fünfjahresperioden als zu lang empfinden. Massgeblichen Einfluss auf diese Haltung trägt der Umstand, dass die Zahl der Grossbetriebe in Winterthur abgenommen und dafür die Bedeutung der KMUs zugenommen hat. Die KMUs machen geltend, dass sie angesichts der starken konjunkturellen Schwankungen keine finanziellen Verpflichtungen auf so lange Zeit eingehen möchten. Deshalb hat der Vorstand entschieden, den Zyklus neu auf drei Jahre zu reduzieren. Er wird die Statuten in diesem Sinne ändern. Zudem soll die bisher geltende Bedingung der Finanzierung zu gleichen Teilen fallengelassen werden. Die Verhandlungen mit den einzelnen Beteiligten sind zum heutigen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen, weisen aber darauf, dass vermutlich eine paritätische Beteiligung erzielt werden kann.

Weil die umliegenden Gemeinden von der Tätigkeit des Stadtmarketings ebenfalls profitieren, haben diese aufgrund von Verhandlungen eingewilligt, sich an den Kosten des Stadt-

marketings Winterthur zu beteiligen. Als Richtschnur wurde ein Ansatz von Fr. 1.- pro Einwohner bzw. Einwohnerin festgelegt.

Wie dem Projekt win.03 entnommen werden kann, ist der Verzicht auf die weitere Mitgliedschaft in der Vereinigung „Greater Zurich Area“ geplant. Damit werden jährlich Fr. 100'000.- eingespart. Dafür wird dem Fortbestand des Stadtmarketings Winterthur umso grössere Bedeutung beigemessen.

Im letzten Kreditantrag vor fünf Jahren wurde davon ausgegangen, dass die Dienstleistungen des Stadtmarketings vermehrt verrechnet und deshalb die Beiträge der Stadt und der Wirtschaft Jahr für Jahr vermindert werden könnten. Diese Annahme hat sich als unrealistisch erwiesen und führt auch zu Zielkonflikten. Wenn sich die Vereinigung kommerziell betätigt, ist einerseits nicht auszuschliessen, dass sie vermehrt mit privatwirtschaftlichen Akteuren wie z.B. Immobilienmaklern konkurriert, was ordnungspolitisch heikel ist. Andererseits muss auch darauf hingewiesen werden, dass bei Budgetknappheit Ende Jahr ein gewisser Anreiz besteht, Kern-Dienstleistungen zu Gunsten von verrechenbaren Leistungen einzuschränken und damit die Ziele der Vereinigung nicht mehr prioritär zu verfolgen.

Die Bedeutung des Stadtmarketings wird angesichts der steigenden Arbeitslosenzahlen, der Zunahme der Sozialhilfebezüger bzw. -bezügerinnen, der gesunkenen Finanzkraft und der Abwanderung von Betrieben für die Stadt Winterthur immer wichtiger. Ohne das Stadtmarketing lassen sich die in den Legislatorschwerpunkten aufgeführten Ziele für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt kaum erreichen. Um die in erster Linie nach aussen wirkende Funktion des Stadtrates zu verstärken, wurde innerhalb der Stadtverwaltung eine Projektorganisation Stadtentwicklung samt Stabsstelle geschaffen. Sie hat die Aufgabe, die Aktivitäten der Stadtverwaltung zu bündeln und mit den ebenfalls nach aussen gerichteten Aktivitäten des Stadtmarketings zu koordinieren. Dank der Einsitznahme des Stadtmarketings in der Stadtentwicklungskommission wurde die fruchtbare Zusammenarbeit noch verstärkt.

## **Zukünftige Ziele**

Das Stadtmarketing Winterthur konzentriert sich für die nächsten Jahre auf drei Bereiche: Wirtschaftsförderung, Wohnstadtmarketing und Bildung.

### **Der Bereich Wirtschaftsförderung setzt Schwerpunkte**

Die Wirtschaftsförderung initiiert Projekte, die zu einer besseren Standortqualität für ansässige Unternehmen führen, und entwickelt ihre Aktivitäten weiter zur Gewinnung von Unternehmen, die sich hier ansiedeln wollen. Stichworte sind Arealentwicklung, Anlaufstelle für Zuziehende und Neuinteressenten; Synergien mit den überregionalen und nationalen Standortförderungs-Netzwerken, Transparenz im Angebot für Gewerbeimmobilien, Zusammenarbeit mit international vernetzten Winterthurer Unternehmen.

Die Wirtschaftsförderung ermittelt Beweggründe für die Abwanderung, das Bleiben oder die Neuansiedlung. Zudem werden in Zukunft vermehrt Vergleiche mit anderen Standorten gezogen. Anhand von Benchmarks werden mögliche Verbesserungspotentiale identifiziert und Lösungen gesucht. Benchmarks können sein: Verfügbare attraktive Wohnlagen, die Abwicklung von Bewilligungsverfahren, die Zufriedenheit mit der Geschäftsstelle des Stadtmarketings Winterthur usw.

### **Der Bereich Wohnstadtmarketing baut den Service aus**

Das Angebot attraktiver Wohnlagen soll in Zusammenarbeit mit den interessierten Kreisen noch stärker bekannt gemacht werden. Stichworte sind: Informations- und Service-Leistungen für Zuziehende, Bauwillige und Immobilienbesitzende, Zusammenarbeit mit Immobilienanbietern und -Maklern, Projekte zum Thema urbanes Bauen, Unterstützung von Investierenden, die Arealüberbauungen realisieren, Verbesserung des Wohnungsangebotes für Studierende.

### **Der Bereich Bildung verstärkt Vernetzung und Wissenstransfer**

Anpassungen und Ergänzungen des Bildungsangebotes sowie die Vernetzung der Unternehmen mit den Bildungsanbietern stehen im Vordergrund. Stichworte sind: Abrundung des bestehenden Bildungsangebotes. Förderung des Wissenstransfers von den Hochschulen zu den Unternehmen.

### **Innovative Ideen rasch in die Tat umsetzen**

Das Stadtmarketing Winterthur übernimmt in allen drei Bereichen die Aufgabe, standortfördernde Projekte vorzubereiten, geeignete Trägerschaften zu suchen, die Projektleitung in der Anfangsphase zu übernehmen und jedes Projekt anschliessend der entsprechenden Trägerschaft zu übergeben.

### **Wirtschaft, Stadt und Ausführende sollen sich nicht längerfristig verpflichten**

Der Stadtrat beantragt, den städtischen Beitrag auf neu drei Jahre hinaus zu sichern. Aus der Erkenntnis heraus, dass die grossen konjunkturellen Schwankungen bewirken, dass sowohl die privaten als auch die öffentlichen Partner sich nicht längerfristig binden können, wurde der bisherige 5jährige Zyklus auf 3 Jahre verkürzt.

## **Aktivitäten und Projekte des Stadtmarketings Winterthur 1998 – 2002**

### **1998**

#### **Wirtschaftsförderung**

- 67 Dossiers abgeschlossen, 30 „positiv“, 37 „negativ“, 137 Geschäfte pendent
- Winterthurer Gemeinschaftsstand im Rahmen des Messeauftrittes des „Swiss Circle“ an der Immobilien-Messe MIPI in Cannes
- Kanzlei-Gespräch von „Standort Schweiz“ mit deutschen Investierenden in Stuttgart
- Messe-Auftritt mit „Location Switzerland“ resp. „Greater Zurich Area“ an der Medtrade in Atlanta
- Dokumentation „Unternehmensstandort Winterthur“ aktualisiert und neu gestaltet
- Cluster: Projekt „Minnesota“. Zusammenarbeit mit der University of Minnesota und Sulzer Orthopedics erfolgreich
- Cluster: Institut für Gesundheitsökonomie (WIG) an der ZHW gegründet
- Vitamin B für Neuunternehmen: zusammen mit ZHW, HAW und KAP lanciert. Total 87 Kontakte
- Winterthurer Wirtschaftswochen organisiert: total 391 SchülerInnen

#### **Wohnortmarketing**

- 1'365 Personen beanspruchten Service- und Informationsleistungen. Inserate im Eigenheim-Bulletin: 468, Inserate im Internet: 748, konkrete Vermittlungen/Anfragen: 942
- Sehr gute Ergebnisse bei der durchgeführten Evaluation der Kundenzufriedenheit

- „Übersicht über Eigenheime“ wurde überarbeitet und neu gestaltet
- 943 InserentInnen
- 115 % Zunahme der Nutzung der nationalen Immobilienbörse [www.homegate.ch](http://www.homegate.ch)
- Pendlerinnen- und Pendleraktion zusammen mit „Der Landbote“ „Guten Morgen in Winterthur“ im Winterthurer Hauptbahnhof
- Gemeinsam mit dem Immobilien-Fernsehmagazin „immoTV“ auf den Lokalsendern Tele-Züri und Winti TV einen einmonatigen Auftritt der Stadt Winterthur realisiert. In einem kurzen Trailer wurde die hohe Wohn- und Lebensqualität vorgestellt
- PR-Aktion „Probewohnen in Winterthur“ während Sommerferien lanciert

### **Projektentwicklung**

- Einführung des Formats Stadttischgespräche
- Grosses Interesse an den angebotenen Rundgängen zum Thema „Um- und Zwischen-nutzung“ im Sulzerareal
- Erster Winterthurer Stadtplan für Behinderte zusammen mit Pro Infirmis und der Stadt Winterthur umgesetzt
- Gemeinsam mit Stadt Winterthur und Winterthur Tourismus wurden Sofortmassnahmen für die Eingliederung Winterthurs in das Projekt „Veloland Schweiz“ ergriffen
- Stadtmarketing Winterthur übernahm erstmals die Administration und Auskunftsstelle für den Gleichstellungspreis der Stadt Winterthur

### **Kommunikation**

- Internetauftritt des Stadtmarketings Winterthur: Realisierung einer eigenen Internet-Seite
- Unterstützung interner und externer Projekte: Litera'thur, StadTalk, Behindertenplan, Winterthurer Jahrbuch, Institut für Gesundheitsökonomie
- Neue und erneuerte Drucksachen: Jahresbericht 1998, NewsLetter, Unternehmensstandort Winterthur, Imagebroschüre, Übersicht über Eigenheime in Winterthur
- Verstärkte Medienpräsenz: 40 % der Medienberichte machten die überregionalen, nationalen oder internationalen Medienberichte aus. Eigene Artikel sind auf 143 gestiegen. Negative Berichterstattungen fielen unter die 10 %-Marke

## **1999**

Umzug der Geschäftsstelle vom Oberen Graben in den Hauptbahnhof Winterthur.

### **Wirtschaftsförderung**

- 70 Dossiers abgeschlossen, 32 „positiv“, 40 „negativ“
- Präsenz an Messen und Konferenzen: „MIPIM 99“ in Cannes, „Medtrade Europe“ in Luxemburg, „Bio 99“ in Seattle, „Medtrade 99“ in New Orleans, „Medica 99“ in Düsseldorf
- Das Bulletin für gewerblich nutzbare Areale und Immobilien ist zwei Mal erschienen
- Clusterorientierte Förderstrategie: konkrete Resultate im Bereich der Medizinaltechnik und des Gesundheitswesens. Erste Ansiedlungserfolge aus den USA sowie zwei erfolgreiche Produkt-Entwicklungskurse an der University of Minnesota mit Winterthurer Beteiligung
- Die Kontakte zwischen HWV und University of Minnesota intensivierten sich und führten im Herbst zu einem Besuch einer Winterthurer Delegation in Minneapolis
- Förderprogramm „Zurich MedNet“: Für die Greater Zurich Area wurde ein spezifisches Förderprogramm im Bereich Medizinal- und Biotechnologie konzipiert. Das Stadtmarketing Winterthur wurde beauftragt, das vorgeschlagene Programm „Zurich MedNet“ bis ins Jahr 2002 als Generalunternehmer umzusetzen
- Initiierung des Technopark Winterthur

- Winterthurer Wirtschaftswochen organisiert: total 412 SchülerInnen

### **Wohnortmarketing**

- 1'600 Personen beanspruchten Service- und Informationsleistungen. 377 konkrete Anfragen über die Internetbörse [www.immopool.ch](http://www.immopool.ch)
- Rund 1200 Personen erhielten die fünf Mal erschienene Übersicht über Eigenheime
- Promotion für Wohnstadt Winterthur: Teilnahme an der „immofair“ und „immobilia“ in Zürich
- Für die Mitarbeiter bzw. Mitarbeiterinnen der Maschinenfabrik Burckhardt AG wurde in Basel ein Informationshalbtage mit Referaten, Diskussionen, Unterlagen zu Winterthur und einem Apéro durchgeführt.
- Mit Unterstützung der Stadt Winterthur wurde im Dezember gemeinsam mit der HWV der erste Begrüssungsapéro für NeudozentInnen durchgeführt
- Gemeinsam mit den Studentenorganisationen der ZHW wurde der erste „City Guide“ für Studierende herausgegeben
- Es wurde eine detaillierte Umfrage zu den Wohnbedürfnissen der Studierenden vorbereitet
- Erste Kontakte wurde zu umliegenden Internationalen Schulen hergestellt
- Projekt „Tagungs- und Seminarort Winterthur“
- In Zusammenarbeit mit dem Kultursekretariat der Stadt Winterthur wurde der Prospekt für den Winterthurer Industrieloweg neu überarbeitet und herausgegeben
- Im Auftrag der Stadt Winterthur hat das Wohnstadtmarketing die Projektleitung für die Millenniumsfeier auf dem Winterthurer Kirchplatz übernommen

### **Kommunikation**

- Neue Messestandmodule; der Stand ist am Orthopädiekongress, am Kongress Museumsland, an der Tagung für Mechatronik „Msy'99“ und an der Winterthurer Präsentation bei Sulzer Burckhardt in Basel eingesetzt worden
- Positive Medienpräsenz: Die Medienpräsenz der letzten fünf Jahre wurde einer Analyse unterzogen. Das Resultat ist erfreulich und zeigt eine deutliche Zunahme der Akzeptanz. Alle Redaktionen wurden besucht
- Visionen für Winterthur: In Zusammenarbeit mit dem „Stadtanzeiger“ wurde eine Serie zum Thema Winterthur konzipiert
- Komplette überarbeitet und zusammen mit Winterthur Tourismus und der Stadtverwaltung neu herausgegeben wurde die Imagebroschüre der Stadt Winterthur
- Entwicklung eines Corporate Identity und eines Corporate Design für die neue Infostelle der Stadt Winterthur
- Der Internet-Auftritt des Stadtmarketings Winterthur wurde den neuen Verhältnissen angepasst und der Inhalt per Ende Jahr aktualisiert.

## 2000

### WHO-Konferenz 3. – 6. Oktober 2000

- Das erste „Massive Effort Advocacy Forum“ fand in der City-Halle in Winterthur statt, das gemeinsam von der Weltgesundheitsorganisation WHO und dem Winterthurer Health Forum durchgeführt wurde. Der Grossanlass wurde massgeblich von der Stadt Winterthur, den Winterthur Versicherungen, der Volkart Stiftung, dem Kanton Zürich und vielen weiteren grösseren und kleineren Sponsoren unterstützt. Die Organisation der Konferenz lag in den Händen des vom Stadtmarketing Winterthur eigens zu diesem Zweck gegründeten Vereins „The Winterthur Health Forum Association“
- Während vier Tagen versammelten sich in der Stadt rund 200 TeilnehmerInnen aus über 60 Nationen und 117 Organisationen
- Am Eröffnungsabend engagierten sich u.a. Bundesrätin Ruth Dreifuss, die Regierungspräsidentin des Kantons Zürich Rita Fuhrer, der Direktor der UNAIDS Peter Piot und die Generaldirektorin der WHO Gro Harlem Brundtland für die Solidarität und den gemeinsamen Kampf gegen die Infektionskrankheiten
- Mit dieser Konferenz konnte sich Winterthur weltweit als ein Zentrum für Gesundheitspolitik profilieren

### Wirtschaftsförderung

- 84 Dossiers abgeschlossen, 35 „positiv“, 49 „negativ“
- Anzahl der bearbeiteten Geschäfte hat weiter zugenommen und mit 266 einen neuen Höchststand erreicht. Von auswärts kamen 104 Geschäfte (Schweiz) und 99 (Ausland). 56 % der Interessenten bzw. Interessentinnen stammen aus Deutschland und 20 % aus den USA. Auffallend ist eine starke Zunahme der Gründungs-Beratungen
- Messe-Präsenz in Boston und Düsseldorf
- Cluster-Aktivitäten: In der Zusammenarbeit zwischen der ZHW und der University of Minnesota hat sich eine Eigendynamik entwickelt und die beiden Institutionen haben ihre Beziehungen weiter ausgebaut. Im Auftrag analysierten Studierende der ZHW im Rahmen einer Gruppen-Diplomarbeit die Chancen und Möglichkeiten der Cluster-Aktivitäten in Winterthur
- Zurich MedNet: Nach intensiver Aufbauarbeit konnten zwei Projekte in Winterthur realisiert werden
- Technopark Winterthur: Gründung der Betriebsgesellschaft „Technopark Winterthur“
- Winterthurer Wirtschaftswochen organisiert: total 244 SchülerInnen

### Wohnortmarketing

- 2'624 Personen beanspruchten Service- und Informationsleistungen. Inserate im Bulletin: 342. 77 Inserate in der Internetbörse [www.immopool.ch](http://www.immopool.ch)
- Die Immobilien-Bulletins der beiden Koordinationsstellen sind zusammengelegt worden unter dem Titel „Immobilien in Winterthur“ und dieses erscheint als neu gestaltete Broschüre vier Mal im Jahr in einer Auflage von 3'000 Exemplaren. Parallel wurde die Immobilienübersicht unter [www.stadtmarketing.ch/immobilien](http://www.stadtmarketing.ch/immobilien) auch im Internet aufgeschaltet
- Analyse des Winterthurer Wohnungsmarktes
- Die Dokumentationsmappe „Stadt zum Leben“ wurde neu aufgelegt
- Wiederum waren das Stadtmarketing Winterthur und diverse Immobilien-Firmen an der „immobilia 2000“ in Zürich
- Der Relocation-Service der Koordinationsstelle war für die Ansiedlung der Firma Thrall Car Europe verantwortlich

- Bildungsstandort Winterthur: Zwei Privatschulen wurden bei der Suche nach einem neuen Standort intensiv unterstützt. Die Ansiedlung der International School ist weiterhin aktuell
- Spezialprojekte: drei gut besuchte Winterthurer Stadttischgespräche

### **Kommunikation**

- Massgebliche Mitarbeit am Internet-Portal „meeting-organizer.ch“
- Liter'thur in München als Plattform für Standortförderung genutzt
- Es wurde eine achteilige Serie über Winterthur in drei Tageszeitungen publiziert
- Interne Kommunikation: Der NewsLetter des Stadtmarketings Winterthur wurde neu konzipiert.

## **2001**

### **Wirtschaftsförderung**

- 93 Dossiers abgeschlossen, 26 „positiv“, 67 „negativ“
- Das Stadtmarketing Winterthur ist im Bereich der Arealentwicklung sowohl im Sulzerareal als auch beim Arch-Areal direkt involviert
- Anzahl der bearbeiteten Geschäfte hat weiter zugenommen und mit 312 einen neuen Höchststand erreicht. Von auswärts kamen 114 Geschäfte (Schweiz) und 120 (Ausland). 49 % der Interessenten bzw. Interessentinnen stammen aus Deutschland und 33 % aus den USA
- Investment Summits bringen US-Firmen nach Winterthur
- Technopark Winterthur: Das Stadtmarketing Winterthur ist als Mitglied des Mieter-Selektionsteams mit verantwortlich für die Auswahl der Mieter und Mieterinnen
- Gründung der Vereinigung „Massive Effort Campaign“ als Reaktion auf die WHO-Konferenz vom Vorjahr
- International School Winterthur als neuer Standortfaktor
- Winterthurer Wirtschaftswochen organisiert: total 401 SchülerInnen

### **Wohnortmarketing**

- 2'652 Personen beanspruchten Service- und Informationsleistungen.
- Es wurden total 231 Immobilien-Objekte angeboten. 80 Inserate in der Internetbörse [www.immopool.ch](http://www.immopool.ch)
- Broschüren „Living in Winterthur“ und „Business in Winterthur“ eingeführt
- Bauherren-Auszeichnung für „Wegweisenden Wohnungsbau 2001/2002“
- Online-Bildungsportal Winterthur [www.bildung-winterthur.ch](http://www.bildung-winterthur.ch) aufgeschaltet
- Spezialprojekte: vier Stadttischgespräche

### **International School Winterthur**

- Gründung der neuen Vereinigung „International School Winterthur Association“

**2002**

### **Wirtschaftsförderung**

- 45 Dossiers abgeschlossen, 32 „positiv“, 13 „negativ“
- Bestandespflege: Ab Mitte Jahr wurden 33 Firmen persönlich besucht
- Cluster-Aktivitäten um- und ausgebaut: Die Koordinationsstelle Wirtschaftsförderung hat sich erfolgreich um die Erhebung der Entwicklungsmassnahmen für den High Tech-Bereich für den Kanton Zürich beworben
- Technopark Winterthur: Im Mai 2002 konnte der Technopark Winterthur seine Tore offiziell öffnen
- Ansiedlungen: Unter der Beihilfe der Wirtschaftsförderung ist es gelungen, die MAAG Gear AG zu überzeugen, ihre Geschäftstätigkeit mit über 150 Mitarbeitenden nach Winterthur zu verlegen
- Drei Winterthurer Wirtschaftswochen wurden organisiert und durchgeführt

### **Wohnortmarketing**

- 2'797 Personen beanspruchten Service- und Informationsleistungen.
- Inserate im Bulletin: 264. 54 Inserate in der Internetbörse [www.immopool.ch](http://www.immopool.ch)
- Für die MAAG Gear AG und Centerpulse führte das Stadtmarketing Winterthur Informationsveranstaltungen für die Belegschaft durch
- Das Stadtmarketing Winterthur organisiert drei bis vier Mal pro Jahr einen Immobilien-Lunch für Vertreter bzw. Vertreterinnen aus der Wirtschaft, der Immobilienbranche sowie der Regierung und Behörden
- Relocation und Expatriates: Die Informationsveranstaltung „Living in Winterthur“ wurde am 3. Juli für 20 anwesende Vertreter bzw. Vertreterinnen von Relocation-Firmen und Personalverantwortlichen von international tätigen Firmen durchgeführt. Gleichzeitig wurde eine neue englisch-sprachige Relocation-Mappe entwickelt.
- Roundtable mit Vertreter bzw. Vertreterinnen von privaten und öffentlichen Bildungsinstitutionen gestartet
- Konzipierung und Betreuung zweier Gruppendiplomarbeiten an der ZHW zu den Themen „Strategie zur Förderung des Bildungsstandortes Winterthur“ und „Evaluation der Wohnsituation für Studierende in Winterthur“
- Es wurden zwei Stadttischgespräche durchgeführt

### **Kommunikation**

- Gazette – Nachrichten aus dem Stadtmarketing Winterthur als Ersatz der Newsletter eingeführt
- Auf Initiative des Stadtmarketings Winterthur wurde der ZHW-Reportage-Award ins Leben gerufen und erstmals verliehen
- Kommunikationsauftrag für den Technopark Winterthur
- Winterthurer Plakatauftritt an der Expo '02 in Yverdon in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung Winterthur und Winterthur Tourismus
- Ausarbeitung eines neuen Imageprospektes für Winterthur in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung und Winterthur Tourismus
- Digitale Fotobank im Aufbau in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung und Winterthur Tourismus

*Die Berichterstattung im Grossen Gemeinderat ist dem Vorsteher des Departements Kulturelles und Dienste übertragen.*

Vor dem Stadtrat

Der Stadtpräsident:

Wohlwend

Der Stadtschreiber:

Frauenfelder