

An den Grossen Gemeinderat

## Winterthur

Kredit von Fr. 1'350'000.-- für die Weiterführung der gemischtwirtschaftlichen Stadtmarketing-Organisation Winterthur in den Jahren 2007 - 2009

---

### **Antrag:**

Als Beitrag an das von einer gemischtwirtschaftlichen Organisation betriebene Stadtmarketing Winterthur wird zulasten der Laufenden Rechnung ein Kredit von Fr. 1'350'000.--, aufgeteilt in Tranchen von jährlich Fr. 450'000.--, für die Jahre 2007 bis und mit 2009 bewilligt.

### **Weisung:**

### **Zusammenfassung**

Die Vereinigung Stadtmarketing Winterthur besteht seit 12 Jahren, blickt auf eine erfolgreiche Tätigkeit zurück und soll ihre Arbeit fortsetzen können. Die von der Wirtschaft und der öffentlichen Hand gemeinsam getragene Organisation steht vor neuen Herausforderungen. Im Standortwettbewerb muss sich nicht nur die Stadt, sondern die ganze Region Winterthur gegenüber anderen Wirtschaftsräumen behaupten. Es liegt deshalb im Interesse der Stadt und der umliegenden Gemeinden, sich gemeinsam als starke Wirtschaftsregion zu profilieren und das Stadtmarketing zu einer Standortförderungsorganisation für die ganze Region Winterthur auszubauen. Bereits haben zahlreiche Gemeinden ihr Interesse an einem verstärkten Engagement bekundet.

Das Stadtmarketing soll weiterhin etwa je zur Hälfte durch die öffentliche Hand - also die Stadt Winterthur und die Regionsgemeinden - und die Wirtschaft finanziert werden. Als Beitrag der Stadt Winterthur hatte der Grosse Gemeinderat für die Jahre 2004, 2005 und 2006 einen Rahmenkredit von 1,2 Mio. Franken bewilligt, also 400'000 Franken pro Jahr. Um die Aktivitäten im erforderlichen Mass verstärken zu können, soll der städtische Beitrag für die Jahre 2007, 2008 und 2009 um jährlich 50'000 Franken erhöht werden. Er liegt damit wieder auf der Höhe wie in den Jahren 2000-2003.

### **1. Ausgangslage**

Winterthur hat vor 12 Jahren als erste grössere Schweizer Stadt ein Stadtmarketing ins Leben gerufen. Die gemischtwirtschaftliche Stadtmarketing-Organisation wird seither von der Wirtschaft und der öffentlichen Hand gemeinsam finanziert. Zieht man heute eine Gesamtbilanz, so darf durchaus von einer erfolgreichen Tätigkeit gesprochen werden. Idee und Modell des Winterthur Stadtmarketings werden mittlerweile in vielen andern Städten angewandt.

Während den ersten zehn Jahren haben Stadt und Wirtschaft diese Institution zu gleichen Teilen finanziert. Budgetiert wurde in Fünfjahresperioden. Zuerst waren es jährlich Fr. 500'000, im Jahre 2000 noch je Fr. 450'000 und in den folgenden Jahren 2001 bis 2003 steuerten die beiden Partner jährlich Fr. 400'000 bei.

Weil die Fünfjahresperioden als zu lang empfunden wurden und zudem das Stadtmarketing auf eine breitere Basis abgestützt werden sollte, wurde 2003 auf Dreijahresperioden umgestellt. Der städtische Beitrag für die Dreijahresperiode 2004-2006 wurde am 17. September 2003 vom Grossen Gemeinderat bewilligt. Es handelte sich dabei um einen Rahmenkredit von 1,2 Millionen Franken.

Um die Finanzierung auf eine noch breitere Basis zu stellen, wurden die Kontakte mit den umliegenden Gemeinden verstärkt, welche auch zu den Nutzniessenden des Stadtmarketings gehören. 18 Gemeinden erklärten sich in der Folge bereit, freiwillig einen Beitrag ans Stadtmarketing zu leisten, und zwar in der Höhe von einem bis drei Franken pro Einwohner/in und Jahr.

Es wird immer deutlicher, dass das Wirken eines Standortmarketings nicht an einer Gemeindegrenze Halt machen darf. Stadt und Region Winterthur verschmelzen wirtschaftlich zu einer Einheit und sehen sich auch mit ähnlichen Problemen konfrontiert. Auch andere Wirtschaftsräume treten mittlerweile regional auf. Stadt und Region Winterthur haben ein grosses wirtschaftliches Potenzial. Dieses gilt es zu nutzen. Deshalb stehen Stadt und Regionsgemeinden im Kontakt und prüfen die Ausgestaltung des Stadtmarketings Winterthur zu einer gemeinsam getragenen Standortförderung für die ganze Region Winterthur, verbunden mit einem stärkeren finanziellen Engagement der Gemeinden.

Entsprechend diesen Absichten und den gesteigerten Aktivitäten des Stadtmarketings soll auch der städtische Beitrag für die kommenden drei Jahre wieder auf die Höhe der Jahre 2000 bis 2002 angehoben werden, nämlich auf jährlich 450'000 Franken.

Von Seiten der Wirtschaft liegen heute (August 2006) für die Jahre 2007-2009 Zusagen für finanzielle Beiträge von jährlich gesamthaft rund 500'000 Franken vor.

## **2. Ziele des Stadtmarketings**

### 2.1 Wirtschaftsförderung

- Die Wirtschaftsförderungsstelle initiiert Projekte, die zu einer besseren Standortqualität für ansässige Unternehmen führen. Stichworte sind: Suche nach Lösungen für Infrastrukturbedürfnisse wie z.B. Verkehr, Energie, Baubewilligungen, Verbesserung des Technologietransfers zwischen Hochschule und Unternehmen der Region, Gewerbevermittlungsnetz.
- Die Wirtschaftsförderung baut ihre Aktivitäten zur Gewinnung von Unternehmen, die sich hier ansiedeln wollen, kontinuierlich aus. Stichworte sind: Arealentwicklung, Anlaufstelle für Zuziehende und Neuinteressenten; Synergien mit den überregionalen und nationalen Standortförderungs-Netzwerken, Transparenz im Angebot für Gewerbeimmobilien und Zusammenarbeit mit international vernetzten Winterthurer Unternehmen.
- Die Wirtschaftsförderung räumt der Förderung des Jungunternehmertums eine prioritäre Stellung ein, da sich insbesondere in diesem Bereich zeigt, dass der Wissenstransfer zwischen der Zürcher Hochschule Winterthur und dem Technopark und anderen Institutionen immer wieder innovative Jungunternehmen hervorbringt, die sich oft auch in Win-

terthur ansiedeln oder ansiedeln wollen. Stichworte sind: Jungunternehmersdorf und Jungunternehmer-Preis.

- Die Bestandespflege von Unternehmen wird stetig angepasst. Ein eigens entwickeltes Förderungskonzept für Unternehmen in allen Lebensphasen dient als Instrument für die kompetente Beratung und Betreuung von Unternehmen. Zur Angebotspalette gehören die Vernetzung mit wirtschaftsorientierten Organisationen oder Institutionen, die Förderung des Wissenstransfers zwischen Hochschule und Industrie oder regelmässige Informationsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit dem Technopark Winterthur und dem Institut für Jungunternehmen St. Gallen.

## 2.2 Wohnstadtmarketing

- Das Angebot attraktiver Wohnlagen soll in Zusammenarbeit mit den interessierten Kreisen noch stärker bekannt gemacht werden. Das Wohnstadtmarketing publiziert zu diesem Zweck das vierteljährlich erscheinende "Immobilien-Bulletin" und nützt die Online-Plattform Homegate, schaltet situativ Werbespots im Regionalfernsehen und vernetzt Nachfrage und Angebot auf dem Immobilienmarkt. Stichworte sind: Wohnraumvermittlungsnetz, Immo-Clip und konstante Auflagensteigerung Immobilien-Bulletin.
- Die Informations- und Serviceleistungen für Zuziehende, Bauwillige und Immobilienbesitzende sowie die Zusammenarbeit mit Immobilienanbietenden und -maklern werden weiter ausgebaut. Stichworte sind: Wohnstadtbroschüre, regelmässige Immobilienlunches und individuelle Beratung der Zielgruppen.
- Projekte, welche die Attraktivität der Region Winterthur als Wohnort erhöhen, werden initiiert, unterstützt oder begleitet. Stichworte sind: Enge Zusammenarbeit mit International School Winterthur, dem International Club Winterthur, der Zürcher Hochschule Winterthur sowie ideelle Unterstützung von ausgewählten überregionalen Anlässen.
- Präsenz an lokalen und regionalen Messen und Informationsveranstaltungen zwecks Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Investitions- und Wohnortes Winterthur. Stichworte sind: ZKB-Eigenheimmesse, Investorenanlässe, Unilever Roadshow und GZA-Media-Tour.

## 3. Übersicht der wichtigsten Projekte/Ergebnisse 2003 – 2005, inkl. laufende Geschäfte:

- 9311 Kontakte via Immobilienvermittlungsnetz
- über 1900 erhaltene oder neu geschaffene Stellen
- 333 Geschäftskontakte mit Beratungen
- 761 Inserate im Immobilien-Bulletin, auf der Homepage des SMW und auf der Online-Plattform Homegate
- Clusteraktivität: Informations- und Kommunikationstechnologie-Cluster Winlink mit Sitz in Winterthur vorangetrieben und mitgegründet (Einsitz im Vorstand)
- Jährliche Durchführung (seit 2005) des Winterthurer Wirtschaftsforums
- Mit-Initiative für Verein SWOWI – Studentisches Wohnen in Winterthur: Anlaufstelle für Wohnvermittlungsfragen und Drehscheibe für Wohnungssuchende und - anbietende
- Amerikanischer Besuch in "Bike City": Empfang einer Delegation von amerikanischen Design-Medienschaffenden

- Empfang von angelsächsischen Medienschaffenden aus der HR-Branche mit Führung durch Winterthur
- Jährlich wiederkehrende Präsenzarbeit an den Frauenfelder Pferderentagen
- Erhöhung Auflage des Immobilien-Bulletins von 2'300 auf 2'900
- Jungunternehmerdorf: 10 Jungunternehmen einen kostenlosen Auftritt an der Winterthurer Messe ermöglicht
- Stellenschafferpreis: Vergabe eines Preises mit Symbolwert, um Unternehmen zu ehren und zu motivieren, die Stellen oder Lehrstellen geschaffen haben
- Jährliche Durchführung der Winterthurer Wirtschaftswochen in Zusammenarbeit mit der Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur HAW
- Neukonzipierung der Wohnstadtbroschüre, einer Informationspublikation für Neuzuziehende und die Bevölkerung Winterthurs
- Unterstützung des Vereins Lichttage
- Adventskalender TV-Spots zwecks Bekanntmachung von Winterthur und seinen Institutionen
- Lancierung des Siska-Heuberger & Stadtmarketing Winterthur Jungunternehmer-Preises im Wert von 300'000 Franken (Spender: Robert Heuberger) zur Förderung von Jungunternehmen
- Investorenanlässe mit dem Ziel, die Standortqualitäten von Winterthur in Investorenkreisen noch besser bekannt zu machen und die hervorragenden Potenziale der Stadt aufzuzeigen
- Hilfsaktion für Lehrstellensuchende
- Vertretung und Präsenz an regelmässig durchgeführter ZKB Eigenheimmesse
- Vertretung und Präsenz an zahlreichen Messen, bspw. der Gewerbemesse "Comptoir du Nord Vaudois" in Yverdon
- Unterstützung und Mitorganisation bei zahlreichen gesellschaftlichen, kulturellen und sportlichen Events wie bspw. der Einweihung des Katharina Sulzer-Platzes, der Skulpturen-Ausstellung "Human-Tech" und der Arena Vitodurum oder der Schweizermeisterschaften im Beachvolleyball
- Tele Top-Werbeclips mit Imagebildern der Stadt Winterthur sowie interessanten Wohnobjekten
- Initiation und Mitbegründung des International Club Winterthur

#### **4. Ausblick auf die zukünftigen Aktivitäten des Stadtmarketing Winterthur**

##### 4.1 Region Winterthur

Seit die umliegenden Gemeinden dem Verein Stadtmarketing Winterthur beigetreten sind, gewinnt die Region Winterthur an Bedeutung. Es zeichnet sich ab, dass im globalen und nationalen Standortwettbewerb verstärkt zusammen gearbeitet werden muss. So auch in der Region Winterthur. Ziel ist es, gemeinsam die Region zu vermarkten und zu entwickeln. Darum wird an einer möglichen Transformation vom Stadtmarketing zu einer Standortförderungsorganisation Region Winterthur gearbeitet. Jede Gemeinde soll Ihre Position in einem gemeinsamen Konzept definieren können. Dies bedingt ein grösseres Engagement (auch finanziell) der umliegenden Gemeinden. Die jetzigen Dienstleistungen des Stadtmarketing Winterthur werden bei einer Neuausrichtung beibehalten.

##### 4.2 Marke Winterthur

Um die zukünftige Positionierung der Stadt Winterthur in den kommenden Jahren erfolgreich voranzutreiben, beschäftigt sich das Stadtmarketing Winterthur stark mit der "Marke Winter-

thur". Dabei geht es nicht um neue Logos und Broschüren, sondern um eine eindeutige und klare Positionierung. Das Projekt soll Leitplanken für die Vorwärtsstrategie von Winterthur bzw. dem Stadtmarketing Winterthur setzen. Zusammen mit der Stadt Winterthur und Winterthur Tourismus ist ein entsprechendes Projekt in Umsetzung.

#### 4.3. Zentrumsqualität stärken / operative Dienstleistungen

Das Stadtmarketing Winterthur hilft weiterhin mittels zielgerichteten Projekten und Anlässen mit, die Zentrumsqualitäten von Winterthur als attraktivem Arbeits- und Wohnort zu fördern und unterstützt die Arealentwicklung der verschiedenen Stadtteile. Weiterhin stellt das Stadtmarketing Winterthur sein Know-how und Netzwerk verschiedensten Interessensgruppierungen in und um Winterthur zur Verfügung. Das Stadtmarketing fungiert mit dem vierteljährlich erscheinenden "Immobulletin" als Immobilienplattform für Gewerbe- und Eigenheimobjekte. Mit dem Wirtschaftsförderungskonzept wird den Unternehmen in jedem Stadium gezielt geholfen.

#### 4.4. Wissenstransfer unterstützen

Das Stadtmarketing Winterthur ist ein wichtiger Partner der Zürcher Hochschule und der Wirtschaft und sorgt für den regen Austausch von Know-How zwischen der Hochschule und den Industriepartnern bzw. dem Technopark.

#### 4.5. Clusterförderung

Weiterhin wird das Stadtmarketing gezielt Wirtschaftskluster wie Mechatronik, Gesundheit (Medizin) und Kultur in Winterthur fördern. Der vom Stadtmarketing Winterthur mitgegründete ICT-Cluster (Information Communication Technology) Winlink in Winterthur gilt als Erfolgsmodell und soll auch als Modell für andere Clusterfelder dienen.

Der Stadtrat ist überzeugt, dass es sich beim beantragten Kredit um einen sinnvollen Betrag handelt, mit dem erfolgreich in die Zukunft der Stadt und der Region investiert wird.

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

Vor dem Stadtrat

Der Stadtpräsident:

E. Wohlwend

Der Stadtschreiber:

A. Frauenfelder