

Stadtmarketing Winterthur Jahresbericht 2004

Mai 2005

... winterthur ...



Stadtmarketing Winterthur Inhalt Jahresbericht 2004

Mai 2005

2

Editorial	Seite 3
Überblick	Seite 4
Wirtschaftsförderung	Seite 6
Wohnstadtmarketing	Seite 9
Kommunikations-Projekte	Seite 12
Bildungs-Projekte	Seite 13
Zehn Jahre Stadtmarketing Winterthur	Seite 14
Erfolgsrechnung / Bilanz	Seite 16
Bericht der Revisionsstelle	Seite 17
Anhang	Seite 18

Impressum

Texte: Dieter U. Bachmann (Geschäftsführer Stadtmarketing Winterthur,
Leiter Wirtschaftsförderung), Maya Gadgil (Leiterin Wohnstadtmarketing),
Roger Hausmann

Redaktion: Roger Hausmann, Schreibwerkstatt GmbH, Winterthur

Auflage: 1300 Exemplare

Gestaltung: Schaer-Design, Winterthur

Stadtmarketing Winterthur im Umbruch und Aufbruch

2004 feierte das Stadtmarketing Winterthur sein zehnjähriges Bestehen. Das Jahr stand nicht nur im Zeichen dieses Jubiläums, sondern auch im Zeichen des Um- und Aufbruchs: Das Stadtmarketing Winterthur hat 18 Gemeinden aus der Region aufgenommen, neue Mitglieder gewonnen und seinen Vorstand mit Martin Graf, Martin Schmidli und Jürg Spiller ergänzt. Ausserdem ist die Geschäftsstelle – und damit die Wirtschaftsförderung – mit Dieter Bachmann als Leiter und das Wohnstadtmarketing mit Maya Gadgil neu besetzt worden.

Jeder Neuanfang ist eine Chance. Diese Chance nutzen Dieter Bachmann und Maya Gadgil, die ihre Aufgaben am 1. Juli übernommen haben, mit viel Elan. Sie haben im zweiten Halbjahr 2004 zahlreiche Projekte realisiert und noch mehr Projekte angedacht, konzipiert und vorbereitet, die im Jahr 2005 umgesetzt werden. Ausserdem haben sie ihre Netzwerke ausgebaut, neue Kontakte geknüpft und bestehende Kontakte gepflegt – als Grundlage einer weiterhin erfolgreichen Arbeit für das Stadtmarketing Winterthur. Wie erfolgreich diese Arbeit bisher war, zeigt das Medienecho: Noch nie berichteten die Medien so oft so positiv über das Stadtmarketing Winterthur, das heute offensichtlich klarer wahrgenommen wird, auch in der Öffentlichkeit. Das beweisen die immer häufigeren Anfragen von Firmen an die Wirtschaftsförderung und von Privatpersonen an das Wohn-

stadtmarketing. Unterstützt werden Dieter Bachmann und Maya Gadgil von der günstigen Konjunkturentwicklung in Winterthur, die ihre Arbeit sicher einfacher macht: Mehr bestehende und (vor allem) neu gegründete Firmen wählen Winterthur als Standort, mehr Menschen wollen in Winterthur arbeiten, wohnen und leben. Am 31. Dezember 2004 waren 95482 Menschen in unserer Stadt, in der so viel wie schon lange nicht mehr gebaut wird, angemeldet. Winterthur wächst – das Stadtmarketing Winterthur hat seinen Anteil daran.



Ernst Wohlwend

Stadtpräsident und Präsident des
Vereins Stadtmarketing Winterthur

Mit vereinten Kräften erfolgreich

Jahr elf in seiner Geschichte stand für das Stadtmarketing Winterthur im Zeichen des Wechsels an der Spitze der Geschäftsstelle – und damit auch der Wirtschaftsförderung – sowie der Wiederbesetzung des Wohnstadtmarketing. Auf Luc Estapé folgte Dieter Bachmann, Maya Gadgil übernahm das Wohnstadtmarketing. Es wartete viel Arbeit auf die beiden: Die Dienstleistungen des Stadtmarketing Winterthur waren so gefragt wie schon lange nicht mehr.

4

Winterthur, Nummer 2 im Kanton Zürich oder Nummer 1 in der Ostschweiz? Sowohl als auch – darum streckt das Stadtmarketing Winterthur seine Fühler verstärkt in den östlichen Wirtschaftsraum aus. Das Stadtmarketing Winterthur will Winterthur auch in der Ostschweiz und in Süddeutschland positionieren. Ein Schritt in diese Richtung ist der erstmalige Auftritt im Wirtschafts magazin Bodensee.

Trotzdem arbeitet das Stadtmarketing Winterthur weiterhin eng mit der Greater Zurich Area zusammen. Diese wichtige Partnerschaft genießt für Winterthur nach wie vor hohe Priorität. So beraten, begleiten und betreuen die Partner mit der Kantonalen Wirtschaftsförderung Firmen, die sich im Grossraum Zürich – Winterthur ansiedeln (wollen).

Winterthur unternimmt!

Ein Schwerpunkt der Arbeit der Wirtschaftsförderung waren Jungunternehmen. Mit mehreren Partnern hat sie zahlreiche Projekte realisiert: Etwa das Unternehmerdorf an der Winterthurer

Messe, an der sich zehn Jungunternehmen kostenlos präsentierten, ein Planspiel für potenzielle Jungunternehmerinnen und -unternehmer oder die venture-apéros, die sich zum Treffpunkt entwickelt haben. Für 2005 arbeitet die Wirtschaftsförderung unter anderem an der Idee eines Jungunternehmer- beziehungsweise Ideenförderpreises.

Natürlich setzte sich die Wirtschaftsförderung auch für Firmen ein, die Winterthur seit Jahren prägen und bewegen. Etwa mit der Initiative für einen Science Park mit den Clustern Medizinaltechnik/Biotechnologie und Mechatronik-Sensorik/Nanotechnik, mit WinLink, einem Cluster für die Informations- und Kommunikationstechnologie, oder dem Stellenschafferpreis, den das Stadtmarketing Winterthur initiiert hat.

632 neue und erhaltene Arbeitsplätze

Die Wirtschaftsförderung unterstützte viele Unternehmen auch mit Rat und Tat. Für Jungunternehmen standen Fragen zur Gründung, Finanzierung und Personalrekrutierung im Mittelpunkt, für bestehende Unternehmen Fragen zur Existenzsicherung, Nachfolgeregelung und Expansion. Je nach Thema arbeitete die Wirtschaftsförderung mit spezialisierten Partnern, der Kantonalen Wirt-

Mit vereinten Kräften erfolgreich

schaftsförderung und der Stadt Winterthur zusammen, um die Fragen rasch und kompetent beantworten zu können.

Neben Immobilienberatung und -vermittlung beschäftigten zahlreiche Anfragen, auch aus dem grenznahen Ausland, das Stadtmarketing Winterthur stark. Von diesen Anfragen und Beratungen gingen 16 positiv aus, was theoretisch zu 632 neuen beziehungsweise erhaltenen Arbeitsplätzen führte. Die 33 hängigen Geschäfte stimmen die Wirtschaftsförderung zuversichtlich für das Jahr 2005.

Winterthur von einer anderen Seite

Winterthur hat eine überdurchschnittlich hohe Wohn- und Lebensqualität. Nur wissen das zu wenige. Auch viele Winterthurerinnen und Winterthurer nicht. Darum hat sich das Wohnstadtmarketing zum Ziel gesetzt, Winterthur von einer anderen Seite zu zeigen. Erste Ergebnisse dieser Bemühungen sind die Stadtführung «Einblicke und Ausblicke» oder die neue Wohnstadtbroschüre, die im März 2005 erscheinen wird.

Neben den zahlreichen Projekten, welche das Wohnstadtmarketing realisiert beziehungsweise für das Jahr 2005 konzipiert und vorbereitet hat, ist die Vermittlung von Immobilien nach wie vor die bekannteste Aufgabe des Wohnstadtmarketing.

Immer mehr Firmen und Privatpersonen fragen nach Raum zum Arbeiten oder Wohnen. Das alle drei Monate erscheinende Immobilien-Bulletin wird in einer Auflage von 2500 Exemplaren gedruckt, Tendenz steigend. Auch die telefonischen Anfragen sowie die An- und Abfragen über das Internet nehmen zu.

Winterthur interessiert

Im Lauf der letzten elf Jahre hat das Stadtmarketing Winterthur seine Dienstleistungen laufend ausgebaut. Das nehmen immer mehr Menschen wahr, was sich auch in der steigenden Zahl von telefonischen und brieflichen (204) sowie E-Mail-Anfragen (393) nach Unterlagen ausdrückt. Dazu kommen unzählige spezifische Anfragen rund um das Thema Winterthur.

Winterthur unternimmt!

Seit dem 1. Juli 2004 leitet Dieter Bachmann die Geschäftsstelle des Stadtmarketing Winterthur und damit auch die Wirtschaftsförderung. Er hat von seinem Vorgänger Luc Estapé einige Projekte übernommen, weitergeführt und viele neue Projekte und Initiativen lanciert – nach dem Motto «Winterthur unternimmt!» hat Dieter Bachmann die Arbeit mitten im Jahr übernommen. Nebenbei hat er sein Netzwerk ausgebaut und Kontakte zu den wichtigsten Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik geknüpft.

6

Das Stadtmarketing streckt seine Fühler gegen Osten aus und will Winterthur auch in der Ostschweiz und in Süddeutschland positionieren. Ein Schritt in diese Richtung ist der erstmalige Auftritt im Wirtschaftsmagazin Bodensee. Trotzdem arbeitet das Stadtmarketing Winterthur weiterhin mit der Greater Zurich Area und der Kantonalen Wirtschaftsförderung eng zusammen. Diese Partnerschaften haben hohe Priorität. So beraten und begleiten die drei Partner gemeinsam Firmen, die sich im Grossraum Zürich/Winterthur ansiedeln wollen.

Der Technopark ist ausgebucht

Der Technopark ist zu einem wichtigen Standortfaktor geworden. Die Zusammenarbeit zwischen Stadtmarketing, das im Mieterausschuss-Gremium vertreten ist, und Technopark ist eng und erfolgreich. Nicht zuletzt dank der Arbeit der Wirtschaftsförderung ist der Technopark ausgebucht. Auch sonst tut sich viel auf den Sulzerarealen. Besonders erfreulich ist

die Entwicklung des Areals Winterthur Stadt, das Sinnbild und Motor des wirtschaftlichen Aufschwungs in Winterthur geworden ist. Die Wirtschaftsförderung ist in den Arbeitsgruppen Sulzerareal Stadt und Sulzerareal Oberwinterthur sowie in der Stadtentwicklungskommission aktiv vertreten.

Wirtschaftsförderung mit Clustern

Die clusterorientierte Wirtschaftsförderung, wie sie das Stadtmarketing Winterthur betreibt, ist erfolgreich. So wird sich die Kantonale Wirtschaftsförderung 2005 nach dem Clusterschema reorganisieren. Das Stadtmarketing Winterthur hat im Herbst 2004 die Initiative für einen Science Park mit den Clustern Medizinaltechnik/Biotechnologie und Mechatronik-Sensorik/Nanotechnik lanciert, der allenfalls in einen Technopark 2 integriert werden soll.

ICT-Cluster WinLink

Weiter gediehen ist die Arbeit an WinLink, einem Cluster für die Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) im Raum Zürich–Winterthur–Ostschweiz. Das Stadtmarketing Winterthur hat den Verein mitbegründet. Die teilnehmenden Unternehmen sollen dank Kooperationen, Wissenstransfer und Netzwerkbildung

Winterthur unternimmt!

gezielt ihre eigene Marktrelevanz und damit den ganzen Wirtschaftsraum stärken.

DOCK IT: Zusammenarbeit ohne Grenzen

Ähnliche Ziele, aber einen anderen Ansatz verfolgt DOCK IT, eine Initiative mit der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart. DOCK IT soll deutsche und Schweizer IT- und Softwarefirmen über die Grenzen hinweg unterstützen und vernetzen. Dank DOCK IT können Firmen aus der Region an Austausch-, Akquisitions- und Netzwerkprojekten im süddeutschen Raum teilnehmen.

Planspiel für Jungunternehmer

Schweizer Premiere in Winterthur: Im August 2004 spielten 20 potenzielle Jungunternehmer während eineinhalb Tagen praxisnah die Gründung ihrer Firma durch. Von der Idee über den Businessplan bis zum Markteinstieg. Die Idee, welche die Wirtschaftsförderung mit dem Inno-Park und dem Technopark realisierte, stiess auf grosses Echo, das Planspiel wird wiederholt.

venture-apéros im Technopark

Auf Initiative des Stadtmarketing Winterthur veranstaltet das IFJ Institut für Jungunternehmen mit dem Technopark und der Zürcher Hochschule Winterthur

Geschäftskontakte der Wirtschaftsförderung	Anzahl	Relativ in Stellen
Art der Geschäfte:		
■ Bearbeitete Geschäfte aus dem Vorjahr	28	929
■ Neue Geschäfte	65	2255
Geschäftspartner/innen:		
■ Auswärtige Interessenten/innen	48	2061
■ Winterthurer Interessenten/innen	45	1123
Abgeschlossene und erledigte Geschäfte:		
■ Geschäfte mit «positivem» Ausgang	16	632
■ Geschäfte ohne Ergebnis bzw. mit «negativem» Ausgang	44	1988
Pendente Geschäfte:	33	564

venture-apéros. Seit September 2004 treffen sich (potenzielle) Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer jeden vierten Donnerstag im Monat im Technopark. Sie knüpfen Kontakte, tauschen sich aus und lernen von Fachleuten, was es braucht, um sich selbstständig zu machen und sich im Markt zu behaupten.

Jungunternehmerdorf

Auch die Ausschreibung für das Jungunternehmerdorf an der Winterthurer Messe löste ein grosses Echo aus. Credit Suisse, Landbote, Stadtmarketing Winterthur und Winterthurer Messe luden zehn Jungunternehmen aus der Region ein, sich und ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren – kostenlos, einschliesslich Ausstellungsfläche und Stand. Viele Messebesucher informierten sich bei den Jungunternehmern, die Medien berichteten über die Aktion im Allgemeinen und einzelne

Winterthur unternimmt!

Aussteller im Besonderen. Neben den Jungunternehmern stellten sich verschiedene Organisationen vor, etwa der InnoPark, der Technopark und die Junge Wirtschaftskammer. Weil das Echo positiv war, ist mit einer Neuauflage an der nächsten Winterthurer Messe zu rechnen.

Stellenschafferpreis

Winterthur schafft Arbeitsplätze. Das war die Motivation hinter dem erstmals ausgeschriebenem Stellenschafferpreis, den das Stadtmarketing Winterthur lanciert und mit der Zürcher Kantonalbank und dem Landboten ausgeschrieben hatte. Mit dem Preis werden Firmen aus der Region geehrt, die auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Stellen schaffen. Am 1. März 2005 werden die Gewinner geehrt. Der Stellenschafferpreis soll auch 2005 durchgeführt werden, neu mit einer Kategorie für Start-ups.

KMU-Programm «Energie-Effizienz»

Die Wirtschaftsförderung hat auch Projekte der Umweltschutzfachstelle Winterthur unterstützt. Etwa das KMU-Programm «Energie-Effizienz». Ziel des Programms ist es, KMU-Betrieben zu helfen, Energie zu sparen und Ressourcen effizienter einzusetzen. 16 Betriebe haben sich dafür angemeldet.

Zahlreiche Anfragen aus dem Ausland

Neben der Immobilienberatung und -vermittlung beschäftigten viele Anfragen, auch aus dem grenznahen Ausland, das Stadtmarketing Winterthur stark. Zahlreiche Firmen suchten bei der Wirtschaftsförderung Rat zu Themen wie Steuern, Gründung oder Finanzierung. Von allen Anfragen und Beratungen gingen 16 positiv aus, was theoretisch zu 632 neuen beziehungsweise erhaltenen Arbeitsplätzen führte. Die 33 hängigen Geschäfte stimmen die Wirtschaftsförderung zuversichtlich für das Jahr 2005.

Ein Blick nach vorn

Die Wirtschaftsförderung hat viele Projekte konzipiert und vorbereitet, die erst 2005 realisiert werden. Etwa den Siska-Heuberger-Preis, die Tischmesse 05, das Videoprojekt, den Science Park (Technopark 2), das Projekt Gemeindemarketing oder das Wirtschaftsforum 2005.

Jeder Neuanfang ist auch eine Chance

Wohnstadtmarketing

Das Wohnstadtmarketing war lange verwaist. Am 1. Juli 2004 übernahm Maya Gadgil die Leitung des Wohnstadtmarketing. Zuerst konzentrierte sie sich darauf, die Partner und Mitglieder kennen zu lernen, das Netzwerk auf- und auszubauen sowie die Zusammenarbeit mit der Stadt Winterthur, Winterthur Tourismus, der City-Vereinigung Junge Altstadt und anderen Partnern wie der International School Winterthur zu intensivieren. Dann prüfte sie alte Projekte, führte sie allenfalls fort und nahm neue Projekte in Angriff.

Obwohl das Wohnstadtmarketing erst seit Mitte Jahr wieder besetzt ist, wurden bereits zahlreiche Projekte geplant, konzipiert und umgesetzt. Einige der wichtigsten realisierten Projekte, bei denen das Stadtmarketing Winterthur federführend war:

Ein ungewohnter Blick auf Winterthur

Die Winterthurer geniessen eine hohe Wohn- und Lebensqualität. Nur wissen das zu wenige. Darum hat das Wohnstadtmarketing eine ungewöhnliche Stadtführung konzipiert und realisiert, die überraschende Ein- und Ausblicke gewährt: Wohnen und leben in Winterthur. Während dieser Führung lernen (potenzielle) Neuwinterthurerinnen und Neuwinterthurer, Investoren sowie ausländische Gäste die Wohnstadt Winterthur von einer anderen Seite kennen.

Auch die Wohnstadtbroschüre, welche das Wohnstadtmarketing neu konzipiert und von Grund auf überarbeitet hat, zeigt Winterthur aus einem anderen Blickwin-

kel. Auf 18 Seiten mit vielen Bildern und noch mehr Informationen finden sich genügend Argumente dafür, warum das Leben in und um Winterthur herum so lebenswert ist.

Preiswerter Wohnraum für Studierende

Ein anderes Projekt, das die Medien interessiert hat, ist das «Studentische Wohnen in Winterthur» (SWOWI), welches vom Stadtmarketing Winterthur initiiert und gemeinsam mit dem «Verein für Wohnraum der Studierenden an der ZHW» umgesetzt wurde. Mit dem Ende September 2004 eröffneten Camp Rosenberg an der Schaffhauserstrasse stehen dank dieser gemeinsamen Initiative 89 preiswerte Wohnplätze für Studierende bereit; Ziel ist es, 200 bis 250 Wohnplätze zu schaffen, die wenn möglich nicht mehr als 500 Franken im Monat kosten.

Vom Charme der schlichten Schönheit

«Nein, es war keine Liebe auf den ersten Blick. Amor schien gerade ein Nickerchen zu machen, als ich dich das erste Mal sah. Und trotzdem: Deine schlichte Schönheit, dein Charme, dein Hauch von Eigensinn haben mich berührt...». Winterthur ist auch eine Stadt zum Lieben. Das beweist dieser Beginn eines Liebesbriefes an die Stadt an der Eulach, der als Inserat im

Jeder Neuanfang ist auch eine Chance

Übersicht Immobilienvermittlung		
<i>Immobilienvermittlung 2004</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>
Inserate total	219	249
Inserate Immobilien-Bulletin und Homepage (www.stadtmarketing.ch)	182*	209
Inserate im Internet (www.homegate.ch)	37	40
Kontakte total	3016	3141
Abonnements Immobilienübersicht	2219	2456
Anfragen über Inserate im Internet (www.homegate.ch)	604	513
Anfragen über die Homepage (www.stadtmarketing.ch)	176	149
Anfragen über Wohnraumvermittlungsnetz für gehobene Ansprüche	18	23
* nur drei Ausgaben im Jahr 2003 statt der üblichen vier		

Cream Magazine erschienen ist. Dieses Lifestyle-Magazin lesen vor allem ausländische Fach- und Führungskräfte, die in der Region Zürich arbeiten.

Das Stadtmarketing Winterthur und die International School Winterthur inserieren im Cream Magazine, damit solche Expatriates Winterthur als Stadt zum Leben und Wohnen entdecken – und die ISW als Schule für ihre Kinder. Diese Zusammenarbeit wird intensiviert. So ist unter anderem ein gemeinsamer Anlass für März 2005 geplant.

Raum zum Wohnen, Raum zum Arbeiten

Die bekannteste Aufgabe des Stadtmarketing Winterthur ist die Vermittlung von Immobilien, sei es zum Wohnen oder Arbeiten. Sowohl Privatpersonen als auch Firmen kontaktieren das Stadtmarketing Winterthur immer häufiger,

das zeigt ein Blick in die Tabelle «Immobilienvermittlung». Besonders erfreulich entwickelt sich das alle drei Monate erscheinende Immobilien-Bulletin. Ende 2004 hat das Wohnstadtmarketing mit Möbel Müller einen neuen Werbepartner gefunden, der dieses Projekt unterstützt. Seit Januar 2004 werden im Immobilien-Bulletin auch Liegenschaften und Gewerberäume aus den Gemeinden, die Mitglied des Vereins Stadtmarketing Winterthur sind, ausgeschrieben. Das hat die Beachtung des Bulletins zusätzlich gesteigert.

Neben eigenen Projekten hat das Wohnstadtmarketing auch fremde Projekte mit Rat und Tat, finanziell oder ideell unterstützt. Drei der Projekte, die das Stadtmarketing Winterthur begleitet hat:

Segregationsstudie

Ein Beispiel für interdisziplinäre Zusammenarbeit ist die Segregationsstudie, die das Geografische Institut der Universität Zürich mit dem Stadtentwickler der Stadt Winterthur und dem Stadtmarketing Winterthur sowie dem Kanton Zürich durchgeführt hat. Die Studie geht der Frage nach, wie sich das Leben der Menschen in Winterthur und Umgebung verändert hat, seit die Agglomerationen von Zürich und Winterthur zusammengewachsen

Jeder Neuanfang ist auch eine Chance

sind und die Reisezeiten der Pendler dank S-Bahn kürzer geworden sind.

Licht ist viel mehr als nur hell

Die wichtigste Aufgabe des Stadtmarketing Winterthur ist es, die Stadt Winterthur ins richtige Licht zu rücken. Die Idee, Lichttage in Winterthur durchzuführen, stiess darum beim Stadtmarketing Winterthur auf offene Ohren. Einen Monat lang tauchten verschiedene Inszenierungen die Stadt in ein neues Licht und im Gewerbemuseum überraschten die Ausstellungsmacher die Besucher mit Lichtspielereien und Schattenspielen.

Von Adventskränzen bis Zimtsternen

Winterthur ist nicht nur eine Stadt zum Leben, Wohnen und Lieben, sondern auch zum Einkaufen. Das war die Idee hinter dem ersten Weihnachts-Einkaufsführer, den die Publicitas initiierte, gemeinsam mit dem Wohnstadtmarketing und den Winterthurer Detaillisten und Einkaufszentren umsetzte und Anfang Dezember flächendeckend in der Stadt und in der Region verteilte. Ziel war es, den Menschen in und um Winterthur herum zu zeigen, dass sie in ihrer Stadt alles bekommen, was sie für ein besinnliches Weihnachtsfest brauchen: von A wie Adventskranz bis Z wie Zimtsterne. Und das alles ohne

Einkaufsstress, ohne endlos lange Warteschlangen. Weil die Reaktionen durchwegs positiv waren, soll der Einkaufsführer zu einer Tradition werden und jedes Jahr vor Weihnachten erscheinen.

Ein kurzer Blick in die Zukunft

Im Lauf des Jahres hat das Stadtmarketing Winterthur verschiedene Kandidaturen von Sportanlässen mit überregionaler Bedeutung unterstützt – mit Erfolg. So werden die Finalspiele der Schweizer Meisterschaften der COOP Junior Beach Tour (2005), die Weltmeisterschaften der Hallenradsportler (2007) und die Europameisterschaften der Luftgewehrschützen (2008) in Winterthur stattfinden. Solche internationalen Sportanlässe tragen viel zum Bild von Winterthur als lebenswerter Stadt bei.

Neben all diesen Projekten, welche das Wohnstadtmarketing federführend realisiert oder begleitend unterstützt hat, hat es auch zahlreiche Projekte angedacht, konzipiert und vorbereitet, die erst im Jahr 2005 umgesetzt werden. Etwa den Auftritt von Winterthur an der Messe «Comptoir Nord Vaudois» in Yverdon, den Auftritt der Wohnstadt an der ZKB-Eigenheimmesse oder die neue Wohnstadtbrochure.

Winterthurs beste Seite(n) zeigen

Neben einem neuen Flyer, der das Stadtmarketing Winterthur, seine Aufgaben und die Menschen dahinter kurz vorstellt, realisierte das Stadtmarketing Winterthur im Jahr 2004 zwei besondere Projekte: Die neue Imagebroschüre der Stadt Winterthur und einen Adventskalender für das Fernsehen.

12

Die Imagebroschüre der Stadt Winterthur wurde letztmals 1997 überarbeitet. Höchste Zeit, sich Gedanken über eine neue Broschüre zu machen, die Winterthur von der besten Seite zeigt. Doch welches ist Winterthurs beste Seite? Weil jeder, der diese Frage beantwortet, sie anders beantwortet, gliedert sich die Imagebroschüre in sechs Themenwelten: Denkstadt, Kulturstadt, Lebestadt, Pionierstadt, Werkstadt, Wohnstadt.

Die Broschüre, die Winterthur Tourismus, die Stadtverwaltung Winterthur und das Stadtmarketing Winterthur gemeinsam realisiert haben, zeigt auf 16 Seiten, was Winterthur von anderen Städten unterscheidet, was Winterthur so lebenswert macht. Die Broschüre, die auf Deutsch und Englisch erschienen ist, richtet sich an alle, die Winterthur (noch) nicht kennen: Gäste, Touristen, Neuwinterthurer. Das Stadtmarketing Winterthur setzt die Broschüre gezielt in Mailings ein.

Die Stadt Winterthur im Fernsehen

Mit 24 Winterthurer Organisationen und Vereinen sowie Tele Top realisierte das Stadtmarketing Winterthur, das die Idee

dazu hatte, einen Adventskalender für das Fernsehen. Vom 1. bis 24. Dezember 2004 öffnete sich jeden Tag auf Tele Top ein Fenster des Adventskalenders und jeweils eine der teilnehmenden Organisationen stellte sich vor und wünschte den Zuschauern frohe Weihnachten.

Die 24 Kurzclips waren so unterschiedlich wie die Organisationen und Vereine, die an dieser Aktion teilnahmen; vom Kunstmuseum Winterthur über den Technopark bis zum FC Winterthur. Eines war allen Clips gemeinsam: Sie lösten bei den Zuschauern positive Reaktionen aus.

Kommunikationsberatung für andere

Das Stadtmarketing Winterthur berät auch Organisationen in Kommunikationsfragen. Im Jahr 2004 unterstützte das Stadtmarketing beispielsweise das Grünwerk, die Helvetas, die Internationalen Lichttage Winterthur, die Sicherheits-Arena oder den Technopark mit Rat und auch Tat.

Bildung ist ein wertvolles Kapital

Winterthur bildet. Denn Winterthur ist nicht nur eine Stadt zum Arbeiten, Wohnen und Leben, sondern auch zum Lernen und Lehren. Darum unterstützt das Stadtmarketing Winterthur verschiedene Bildungsprojekte, unter anderem mit der Zürcher Hochschule Winterthur und der International School Winterthur, aber auch mit anderen Partnern. Ausserdem fördert das Stadtmarketing Winterthur den Know-how- und Wissenstransfer zwischen Forschung und Wirtschaft aktiv.

Der Winterthurer Reportage Award, den das Stadtmarketing Winterthur initiiert hat, ist schon fast zur Tradition geworden. 71 Studierende am Institut für angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule Winterthur nahmen an der dritten Auflage teil und reichten eine Reportage ein. Die Jury hatte die Qual der Wahl und musste sich für eine der acht nominierten Arbeiten entscheiden.

Die Auszeichnung ging an Michaela Ruoss für «Wenn Senioren gemeinsam lachen und krachen». Das von der Winterthur Group gestiftete Preisgeld von 5000 Franken geht jeweils an eine Winterthurer Institution, welche die Siegerin oder der Sieger bestimmt. Michaela Ruoss entschied sich für die Bewohnerinnen und Bewohner des Alterszentrums Neumarkt, die sie besucht hatte.

Eine Zusammenarbeit, die allen nützt

Neben der Zürcher Hochschule Winterthur arbeitet das Stadtmarketing Winterthur auch eng mit der International School Winterthur zusammen. Von dieser Zu-

sammenarbeit profitieren beide. Die Wirtschaftsförderung und das Wohnstadtmarketing haben mit einer internationalen Schule ein weiteres Argument pro Winterthur. Und die International School Winterthur kann dank der ausländischen Fach- und Führungskräfte, die sich in Winterthur und Umgebung niederlassen, neue Schülerinnen und Schüler anwerben.

Winterthurer Wirtschaftswochen

Das Stadtmarketing Winterthur organisiert seit Jahren im Auftrag der Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur (HAW) die Winterthurer Wirtschaftswochen. Eine Seminarwoche lang erleben Schülerinnen und Schüler der Mittelschulen Im Lee, Büelrain und Rychenberg, wie die freiheitliche, soziale Marktwirtschaft funktioniert. Diese Wirtschaftswochen, die von der Ernst Schmidheiny Stiftung unterstützt werden, sind ein Beispiel dafür, wie Schule und Wirtschaft sinnvoll zusammenarbeiten.

Zehn Jahre Stadtmarketing Winterthur im Zeitraffer

Seit zehn Jahren hat Winterthur – als erste Schweizer Stadt – ein Stadtmarketing. Heute betreibt fast jede Stadt und jede Region Standortmarketing, viele nach dem Winterthurer Vorbild. Das und die zehn erlebnisreichen Jahre seit der Gründung im Jahr 1994 waren mehr als Grund genug, das Jubiläum würdig zu feiern. Mit Menschen, die das Stadtmarketing Winterthur geprägt haben oder immer noch prägen. Und mit viel Humor und Zuversicht.

14

Am 22. September 2004 feierte das Stadtmarketing Winterthur seinen zehnten Geburtstag mit 170 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Politik und Kultur in der kleinen Reithalle der Mehrzweckanlage Teuchelweiher. Mut, Tatendrang und Visionen waren für Stadtpräsident und Vorstandspräsident Ernst Wohlwend in seiner Eröffnungsrede die Motivation der Pioniere, die vor zehn Jahren als Erste ein Stadtmarketing in der Schweiz gründeten.

Der Strukturwandel als Auslöser

Neben Mut, Tatendrang und Visionen war der Strukturwandel in der Winterthurer Wirtschaft für diesen Schritt mitverantwortlich. 1989 kündigte Sulzer an, die Industrieareale mitten in der Stadt aufzugeben. Der Stadtrat musste handeln, das Parlament reagierte rasch und genehmigte einen Rahmenkredit, um Planungs- und Projektierungsunterlagen für die Stadtentwicklung ausarbeiten zu lassen. In der Werkstatt '90 diskutierten Winterthurerinnen und Winterthurer über die

Zukunft ihrer Stadt und bildeten eine Arbeitsgruppe.

Im Jahr 1993 präsentierte ein Arbeitsausschuss, in dem Wirtschaft und Politik paritätisch vertreten waren, sein Konzept für ein Standortmarketing nach deutschem Vorbild. Und dann, am 14. Januar 1994, einem Freitag, fand die Gründungsversammlung des Stadtmarketing Winterthur statt. Das Ziel war klar definiert: «... die Förderung der Attraktivität der Stadt Winterthur».

Gute Zeiten, weniger gute Zeiten

Natürlich lief nicht immer alles wie am Schnürchen. Die Startphase war turbulent, die ersten Jahre hektisch. Mehr als ein Mal hing die Existenz des Stadtmarketing Winterthur, dieses visionären Versuchs, an einem seidenen Faden. Doch jedes Mal gelang es den Macherinnen und Machern, die Politiker, die Wirtschaftsvertreter und zahlreiche Privatpersonen davon zu überzeugen, in ihre Idee, in ihre Vision zu investieren.

Heute ist das Stadtmarketing Winterthur etabliert. Die paritätische Finanzierung – Stadt und Privatwirtschaft zahlen jeweils 400 000 Franken im Jahr – ist bis und mit 2006 gesichert. Ausserdem finanzieren 18 umliegende Gemeinden, die seit 2004 Mitglied der Vereinigung sind, das Stadt-

Zehn Jahre Stadtmarketing Winterthur im Zeitraffer

Zehn Jahre
Stadtmarketing
Winterthur

marketing Winterthur mit jährlich einem Franken je Einwohner. Mit dem Eintritt von Dieter Bachmann (Geschäftsführer, Leiter Wirtschaftsförderung) und Maya Gadgil (Leiterin Wohnstadtmarketing) sind die zwei Koordinationsstellen wieder besetzt. Bachmann und Gadgil führen die Arbeit ihrer Vorgängerinnen und Vorgänger mit viel Elan erfolgreich weiter. Dieser Elan stimmte Ernst Wohlwend am Ende seiner Rede zuversichtlich für die Zukunft des Stadtmarketing Winterthur – und damit für die Zukunft von Winterthur. «Wirtschaft ist nicht alles – aber alles ist nichts ohne Wirtschaft», schloss der Stadtpräsident und Vorstandspräsident seine Rede.

Viel Geschichte, viele Geschichten

Anschliessend bat François Mosimann Menschen zum amüsanten Frage- und Antwortspiel, welche die Geschichte des Stadtmarketing Winterthur geprägt haben oder immer noch prägen. In der ersten Sofa-Runde stellten sich Martin Haas, Heiri Vogt, Felix Büeler, Jack Brunnschweiler und Fridolin Krämer den Fragen Mosimanns, der selber als Kommunikationsverantwortlicher für das Stadtmarketing Winterthur gearbeitet hatte. Dann erzählte die erste Geschäftsführerin, Irène Steinegger («En guete

Bode»), von den vielen Herausforderungen, vor die sie dieses damals in der Schweiz einmalige Projekt gestellt hatte. In der zweiten Runde sassen Regula Forster, Pierre Borgeaud und Thomas Kärcher auf dem Sofa, in der dritten Runde Ursula Bründler, Dieter Gosteli und Luc Estapé. Sie alle hatten viel zu erzählen, natürlich auch die eine oder andere Anekdote. Die vierte und letzte Runde führte Ernst Wohlwend, Rolf Sonderegger, Maya Gadgil und Dieter Bachmann zusammen, die über die anstehenden Herausforderungen für das Stadtmarketing Winterthur diskutierten.

Mit Zuversicht in die Zukunft

Beim abschliessenden Apéro hatten sich die 170 gut gelaunten Gäste viel zu erzählen; über gestern, über heute, über morgen. Sie alle waren sich einig: Die ersten zehn Jahre Stadtmarketing Winterthur machen Mut für die Zukunft.

Erfolgsrechnung 2004

<u>Ertrag</u>	2002	2003	Budget 2004	2004
Beiträge				
Stadt Winterthur	400 000	400 000	400 000	400 000
Umliegende Gemeinden			50 000	68 489
Private Trägerschaft	400 000	400 000	420 500	404 250
Erwirtschaftete Erträge	282 158	85 917	88 000	89 459
TOTAL ERTRAG	1 082 158	885 917	958 500	962 199
<u>Aufwand</u>				
Allgemein:				
Personalaufwand	542 793	358 284	562 500	439 261
Sachaufwand	167 115	141 299	133 700	146 509
Projekte:				
Projekte Wirtschaftsförderung	91 182	35 856	51 000	98 196
Projekte Wohnstadtmarketing	87 032	93 076	127 300	158 663
Projekte Kommunikation	32 174	92 756	34 000	57 379
Verschiedenes	69 696	66 105	38 000	59 545
TOTAL AUFWAND	989 994	787 375	946 500	959 553
Gewinn/Verlust	92 164	98 542	12 000	2 646

Bilanz 2004

	2003	2004
Kasse	1 093	740
Bank/Post	400 235	420 772
Anlagen	1	1
Debitoren	20 974	1 930
Übrige Guthaben (inkl. MWSt)	527	353
Transitorische Aktiven	5 173	37 774
Total Aktiven	428 003	461 570
Kreditoren (inkl. MWSt)	41 574	44 583
Transitorische Passiven	46 340	51 117
Rückstellungen Personal	15 625	0
Rückstellungen Projekte	109 240	148 000
Eigenkapital	116 682	215 224
Gewinn	98 542	2 646
Total Passiven	428 003	461 570

Bericht der Revisionsstelle

Finanzkontrolle der Stadt Winterthur

An die Mitgliederversammlung
der Vereinigung Stadtmarketing
Winterthur

Jahresrechnung 2004 / Bericht der Revisionsstelle

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) der Vereinigung Stadtmarketing Winterthur für das am 31. Dezember 2004 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Die Jahresrechnung weist bei einem Ertrag von CHF 962 198.65 und einem Aufwand von CHF 959 552.81 einen Gewinn von CHF 2 645.84 auf. Das Eigenkapital erhöht sich dadurch auf CHF 2 178 70.50. Die Bilanzsumme beträgt CHF 4 615 70.26.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung Gesetz und Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Winterthur, 22. März 2005

Finanzkontrolle der
Stadt Winterthur

Walter Hubmann

Verein Stadtmarketing Winterthur 2004

Mitglieder

APG Allgemeine Plakatgesellschaft
Baumeisterverband Winterthur
BPW Business and Professional Women Winterthur
CCI AG
City-Vereinigung JUNGE ALTSTADT
Colliers CSL AG
COOP
Credit Suisse
ESKIMO TEXTIL AG
Eulachhallen AG
FRUTIGER BAUMASCHINEN + CO
GastroWinterthur
Gemeinde Altikon
Gemeinde Bertschikon
Gemeinde Brütten
Gemeinde Dägerlen
Gemeinde Dättlikon
Gemeinde Dinhard
Gemeinde Elgg
Gemeinde Ellikon an der Thur
Gemeinde Elsau
Gemeinde Hagenbuch
Gemeinde Hettlingen
Gemeinde Hofstetten
Gemeinde Rickenbach
Gemeinde Seuzach
Gemeinde Turbenthal
Gemeinde Wiesendangen
Gemeinde Zell
Gesellschaft für Erstellung billiger Wohnhäuser
in Winterthur
GVW Verband der KMU Winterthur und
Umgebung
Halter Generalunternehmung AG
Handelskammer und Arbeitgebervereinigung
Winterthur (HAW)
Heineken Switzerland
Hutter Automobile, Winterthur
ipg ag
Keller AG Ziegeleien
Kistler Instrumente AG
Maag Recycling
Maler Dünner AG – für Farbe und Schrift
Mattenbach AG, Medienhaus
Maurer + Salzmann AG
MIGROS OSTSCHWEIZ
MIGROSBANK Winterthur
Mode Bossard
MSM Fininco AG
Optimo Service AG, Winterthur
Paul Reinhart AG
Publicitas AG
Raiffeisenbank Winterthur
Rieter Immobilien AG, Winterthur
SanaCare AG

Scheco AG
SCHIESS AG Reinigungen
SIGVARIS/Ganzoni Management AG
SISKA Verwaltungs AG
Stadt Illnau-Effretikon
Stadt Winterthur
Sulzer AG
Suva Winterthur
SWICA Gesundheitsorganisation
TOPWELL-APOTHEKE AG
UBS AG
Vereinigung der Detailfachgeschäfte Winterthur
und Umgebung (VDW)
VOLCAFE HOLDING AG
Wärtsilä Schweiz AG
Wincare Versicherungen
Wincasa Immobilien-Dienstleistungen
Winpro AG
Winterthur Versicherungen
ZIMMER GmbH
Zürcher Kantonalbank

Verein Stadtmarketing Winterthur 2004

Vorstand

Ernst Wohlwend, Präsident, Stadtpräsident

Ursula Bründler, Gemeinderätin

Philippe Corti, Vorstand Baumeisterverband
Winterthur

Dieter Gosteli, Winterthur Versicherungen/
Präsident Winterthur Tourismus

Martin Graf, Stadtpräsident Illnau-Effretikon

Christa Kern, Gemeinderätin

Martin Schmidli, Sulzer Immobilien AG

Rolf Sonderegger, Vorstand Handelskammer und
Arbeitgebervereinigung (HAW)

Jürg Spiller, Gemeindepräsident Seuzach,
Delegierter Gemeindepräsidenten-Vereinigung
Winterthur-Land

Koordinationsstellen

Luc Estapé, Wirtschaftsförderung (bis 30. Juni 2004)

Luc Estapé (ad interim) Wohnstadtmarketing
(bis 30. Juni 2004)

Dieter Bachmann, Wirtschaftsförderung
(ab 1. Juli 2004)

Maya Gadgil, Wohnstadtmarketing (ab 1. Juli 2004)

Kommunikation

Christa Schudel, Kommunikation und
Öffentlichkeitsarbeit

Geschäftsstelle

Luc Estapé, Geschäftsleitung (bis 30. Juni 2004)

Dieter Bachmann, Geschäftsleitung (ab 1. Juli 2004)

Maya Gadgil, Wohnstadtmarketing (ab 1. Juli 2004)

Antonella Baudone, Sekretariat/Assistenz

Janine Graf, Projektassistentin (ab 1. Dezember 2004)



STADTMARKETING WINTERTHUR

Im Hauptbahnhof
Postfach
8401 Winterthur
Telefon 052 267 67 97
Telefax 052 267 67 98
office@stadtmarketing.ch
www.stadtmarketing.ch