



STANDORTFÖRDERUNG
REGION WINTERTHUR

... winterthur ...



Region Winterthur – vielfältig und zentrumsnah

Standortbericht 2010

November 2010

Impressum

Autoren	Irene Marfurt Michael Domeisen
Herausgeber	Standortförderung Region Winterthur
Bilder	Standortförderung Region Winterthur Landbote / Marc Dahinden, Peter Würmli
Gestaltung	Roland Blassnig, media.art
Illustrationen	David Spieth
Druck	Mattenbach AG, Winterthur
Auflage	1500 Exemplare

November 2010

Standortförderung Region Winterthur
Im Hauptbahnhof
Postfach
CH-8401 Winterthur

Tel. +41 52 267 67 97
Fax +41 52 267 67 98

office@standort-winterthur.ch
www.standort-winterthur.ch

Inhalt

Titelblatt	1
Impressum	3
Inhalt	5
Vorwort des Vorstandes	7
Vorwort der Autoren	8
Zusammenfassung	9
1. Die Standortförderung Region Winterthur als Standortentwicklerin?	11
2. Die Region Winterthur	15
2.1 Übersicht	15
2.2 Wir und die anderen	16
3. Image	19
3.1 Image heute	19
3.2 Image in Zukunft	21
4. Standortfaktoren und Standortqualitäten	23
4.1 Lebensqualität	23
4.2 Bevölkerung und Einkommen	23
4.3 Verkehrslage – Erreichbarkeit – Infrastruktur	24
4.4 Steuerwettbewerb	24
4.5 Arbeitsplätze, Branchen und Beschäftigte	26
4.5.1 Branchenstruktur und Cluster	29
4.5.2 Branchenbewertung	30
4.5.3 Arbeitsmarkt	31
4.6 Innovations- und Bildungsstandort	32
4.7 Areale und Immobilien	33
4.7.1 Verfügbarkeit / Preise Bauland Industrie und Gewerbe	33
4.7.2 Verfügbarkeit / Preise Gewerbeflächen	34
4.7.3 Verfügbarkeit / Preise Wohnraum	35
4.8 KURZ-Analyse	36
4.8.1 Stärken und Schwächen der Region Winterthur	36
4.8.2 Gründe für Standortwahl aus Unternehmenssicht	37
4.9 Handlungsfelder und Herausforderungen	38
4.10 Fazit	39
5. Ausblick – Chancen & Trends: Auf dem Wege zur Marke Winterthur	41
Anhang	47
Projektorganisation	48
Projekt Lebens- und Wirtschaftsraum Region Winterthur	48
Die Stadt Marke Winterthur	48

Vorwort des Vorstandes

Sehr geehrte Damen und Herren

1994 entstanden, hat sich das Stadtmarketing Winterthur in den ersten Jahren seines Bestehens schwergewichtig für die Themen Wirtschaftsförderung und Wohnortmarketing auf dem Stadtgebiet Winterthurs engagiert. Seither hat sich vieles gewandelt. Nicht zuletzt musste erkannt werden, dass die enge Zusammenarbeit von Städten und Gemeinden in der Region Winterthur gerade für die Positionierung und den starken Auftritt des Standortmarketings essentiell ist. Bereits in anderen Bereichen konnte eine Zusammenarbeit realisiert werden, beispielsweise in Themen der Raumplanung, die im Zweckverband RWU (Regionalplanung Winterthur und Umgebung) von den Städten und Gemeinden gemeinsam bearbeitet werden. Im Übrigen profitieren die Stadt Winterthur und die Umlandgemeinden gegenseitig im gleichen Ausmass voneinander.

Die Statutenänderung und damit die Vollmitgliedschaft der Gemeinden aus der Region Winterthur bei der Standortförderung Region Winterthur im Jahr 2007 war somit eine logische Folge dieser Erkenntnis. Ab 2011 werden 2 Städte und 22 Gemeinden mit einer Bevölkerung von insgesamt 180 000 Einwohnern Mitglied der Standortförderung Region Winterthur sein. Der Vollbeitritt der Gemeinden bedeutet aber auch eine grosse Herausforderung für die Standortförderung Region Winterthur: Das über Jahre bewährte Modell der Trägerschaft wurde reformiert, die Zahl und die Vielfalt der Ansprüche und Erwartungen an die Standortförderung hat stark zugenommen, ebenso die Anzahl der Partner.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, wurde im Jahr 2008 unter anderem das Projekt Lebens- und Wirtschaftsraum Winterthur lanciert. Der vorliegende (externe) Standortbericht 2010 ist Kernstück des Projekts, welches mit der Publikation des Berichts aber bei weitem noch nicht abgeschlossen ist. In der Folge gilt es, die Positionierung der Region Winterthur voranzutreiben.

Der Standortbericht 2010 gibt zum ersten Mal einen umfassenden Überblick über die Region Winterthur. Alle Mitgliedsgemeinden wurden befragt, ebenso über 500 Unternehmen aus Stadt und Region Winterthur. Zudem wurden statistische Daten ausgewertet, Berichte und Studien in Auftrag gegeben. Initiiert und begleitet wurde die Erarbeitung des vorliegenden Berichts durch die Arbeitsgruppe Regiomarketing der Standortförderung Region Winterthur. Erstellt und verfasst wurde der Bericht durch die Geschäftsstelle der Standortförderung Region Winterthur. Unser Dank gehört den Autoren

für Ihren unermüdlichen Einsatz zur Realisierung des vorliegenden Berichts. Unser Dank geht aber auch an alle, die in irgendeiner Form zur Entstehung des Berichts beigetragen haben, allen voran den Städten und Gemeinden, die durch Ihre Unterstützung und die Beantwortung eines umfassenden Fragekatalogs erst die nötigen Grundlagen geschaffen haben.

Ihnen, sehr geehrte Damen und Herren wünschen wir eine spannende Lektüre und vor allem zahlreiche interessante, erfolgreiche und inspirierende Stunden in unserer Region.



Ernst Wohlwend, Stadtpräsident Winterthur,
Präsident Standortförderung Region Winterthur



Dr. Manfred Stahel, Gemeindepräsident Neftenbach,
Vorstand Standortförderung Region Winterthur,
(Delegierter der Gemeindepräsidenten-Vereinigung
Winterthur-Land)

Vorwort der Autoren

Die Region¹ hat in den letzten Jahren einen Strukturwandel erlebt, der gerade durch die Nähe zum Zentrum Zürich, dem Erbe der Industriekonzerne aber auch durch die gute Verkehrslage geprägt war. Der vorliegende Standortbericht 2010 möchte sich diesem Strukturwandel annehmen und den aktuellen Status der Region betrachten. Die Analyse soll die Alleinstellungsmerkmale und Erfolgsfaktoren der Wohnregion und des Wirtschaftsstandorts sichtbar machen. Dazu wurden im Jahr 2009 eine umfassende Bestandesaufnahme- und Analyse durchgeführt. Der vorliegende Bericht bietet eine Zusammenfassung der Ergebnisse.

Die Motivation für die Publikation des ersten Standortberichts der Region Winterthur ist vielfältig. Der Bericht verfolgt das Ziel, die Region Winterthur zu positionieren, die Zusammenarbeit innerhalb der Region Winterthur fortzuführen und Handlungsfelder zu definieren. Anhand des Berichts sollen die Akteure zum Denken und Handeln angeregt werden.

Im Wesentlichen soll der vorliegende Standortbericht:

- eine umfassende Bestandesaufnahme zur Region sein mit der Identifikation der Stärken und Schwächen (vor allem in den Dimensionen Wirtschaft und Wohnen)
- Erfolgsfaktoren und darauf aufbauend den Weg zu einer Marke Winterthur andeuten
- den möglichen Weg zu einer gemeinsamen Standortentwicklung für die ganze Region aufzeigen
- die weiteren Handlungsfelder und Massnahmen für die Standortförderung Region Winterthur aufzeigen
- Diskussionsgrundlage für Entscheidungsträger (vor allem aus der Politik und Wirtschaft) sein
- ein Lobbyinginstrument sein
- die Identität der Region als Einheit fördern
- nicht zuletzt auch als Marketinginstrument fungieren

Für den Standortbericht wurden quantitative (statistische Grundlagen) und qualitative Daten hinzugezogen. Die qualitativen Daten wurden von der Standortförderung Region Winterthur mittels einer Gemeindebefragung, Unternehmensbefragung, Befragung von Studierenden und Experteninterviews erhoben. Detaillierte Angaben dazu sind im Anhang aufgeführt. Die Auswahl der Standortfaktoren und Gewichtung erfolgte nach der Befragung der Gemeinden und Unternehmen mit Orientierung an den in der Praxis verwendeten Faktoren.

¹ Wenn immer im vorliegenden Bericht von Region (Winterthur) die Rede ist, ist das Gebiet der Mitgliedsgemeinden der Standortförderung Region Winterthur gemeint. Dazu gehören die beiden Städte Winterthur und Illnau-Effretikon, sowie die Gemeinden Altikon, Bertschikon, Brütten, Dägerlen, Dättlikon, Dinhard, Elgg, Ellikon a.d. Thur, Elsau, Hagenbuch, Hettlingen, Hofstetten, Illnau-Effretikon, Kyburg, Lindau, Neftenbach, Pfungen, Rickenbach, Seuzach, Turbenthal, Wiesendangen, Zell. (vgl. Abbildung 2-1, S. 8). Auf 2011 tritt die Gemeinde Fehraltorf der Standortförderung Region Winterthur bei.

Zusammenfassung

Der Standort Winterthur hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Wirtschaftszentrum innerhalb des Kantons und der Schweiz entwickelt. Die Stadt Winterthur und die umliegenden Gemeinden zeichnen sich durch die hohe Lebensqualität und das wirtschaftsfreundliche Klima aus. Diese und weitere Standortfaktoren werden von der Bevölkerung, wie auch von ansässigen Unternehmen gemäss der Gemeinde- und Unternehmensumfrage sehr geschätzt.

Die Standortentwicklung verfolgt das Ziel gemeinsam mit den verschiedenen Akteuren den Standort Winterthur weiterzuentwickeln und die unterschiedlichsten Interessen und Erwartungen einzubeziehen. Die Standortförderung Region Winterthur soll sich für Themen wie Image, Identität, aber auch Regionalplanung einsetzen und in der Funktion des Informationsaustausches, Interessensvertretung und Koordination auftreten. Es hat sich gezeigt, dass die Region Winterthur vor allem durch die Unternehmen und Gemeinden gelebt wird und dass ein starker Zusammenhalt und Konsens vorhanden ist.

Das Image und dessen Positionierung haben sich nach der Analyse der Umfrageergebnisse als sehr erfreulich und positiv erwiesen. Dies soll auch in Zukunft so beibehalten werden. Das Image soll vor allem in seinen Stärken beispielsweise der Lebensqualität, Familienfreundlichkeit und der guten Verkehrsanbindung weiterhin profiliert und ausgebaut werden.

Betreffend den Standortfaktoren und deren Qualitäten bietet die Region Winterthur eine gute Ausgangslage. In den letzten Jahren hat Winterthur einen Wandel durchlaufen, welcher sich durch die steigende Bevölkerungszahl, das knappe Wohnungsangebot und die Veränderung in der Branchenstruktur bemerkbar gemacht hat. Heute bietet der Standort Winterthur eine dynamische Wirtschaftsstruktur, welche sich durch die Branchen Versicherungswesen, Maschinenbau (inkl. MedTech), Baugewerbe, Mechatronik, Detailhandel, Immobiliendienstleistungen, Gesundheits- und Sozialwesen sowie das Unterrichts- und Ausbildungswesen auszeichnet. Auch im Wohnbereich hat sich die Region Winterthur stark entwickelt und bietet heute qualitativ hochwertigen Wohnraum in einem Umfeld, welches von hoher Lebensqualität und Naherholungsräumen geprägt ist.

Die Region Winterthur soll sich weiterhin als starker Wirtschaftsraum behaupten können. Eine gemeinsame Positionierung und Ausbau wie auch Pflege von Erfolgspfeilern sind daher unumgänglich. Diese Erfolgspfeiler können die folgenden fünf sein: «Leben und Arbeiten in der Region Winterthur», «blueRegion», «vielfältige Kulturstadt in lebendiger Kulturlandschaft», «Pionierleistungen und Innovation» und «Eigenständiges Zentrum Nahe Zürich». Diese Arbeitstitel und somit auch das letzte Kapitel des Berichts sollen Diskussionsanstösse für die weiteren Massnahmen und Handlungsfelder der Region Winterthur darstellen.



1. Die Standortförderung Region Winterthur als Standortentwicklerin?

Ausgangslage Standortentwicklung

Um den Weg einer gemeinsamen Standortentwicklung weiterführen und aufzeigen zu können, hat sich die Standortförderung Region Winterthur den Interessen der verschiedenen Akteure angenommen und diese durch Umfragen herausgearbeitet. So sollte trotz unterschiedlicher Sichtweisen und Ansprüche an die Standortförderung Region Winterthur und an die standortentwicklerische Zukunft der Region Winterthur ein gemeinsamer Nenner gefunden werden.

Die Unternehmensbefragung hat ergeben, dass die Erwartungen vor allem in Richtung Bestandespflege zielen. Die Gemeinden tragen unterschiedliche Erwartungen an die Standortförderung Region Winterthur. Im Rahmen der Befragung der Gemeinden waren dies die folgenden:

- Imagewerbung für die Region
- Identität / Bewusstsein der Region fördern
- Informationsaustausch
- Interessensvertretung für die Region
- Unterstützung bei der Regionalplanung
- Zusammenarbeit fördern
- Region Winterthur als Qualitätslabel für Lebensqualität und Nachhaltigkeit etablieren
- Interessen auch der kleinen Gemeinden vertreten
- Koordinationsfunktion für die Region

Image

Vergleicht man die Erwartungen der Gemeinden mit jenen der Unternehmen, so zeigen im Wesentlichen die folgenden Bereiche Übereinstimmungen:

- Imagewerbung für die Region
- Identität / Bewusstsein Region fördern
- Informationsstelle / Informationsaustausch

Erwartungen der Unternehmen an die Standortförderung Region Winterthur

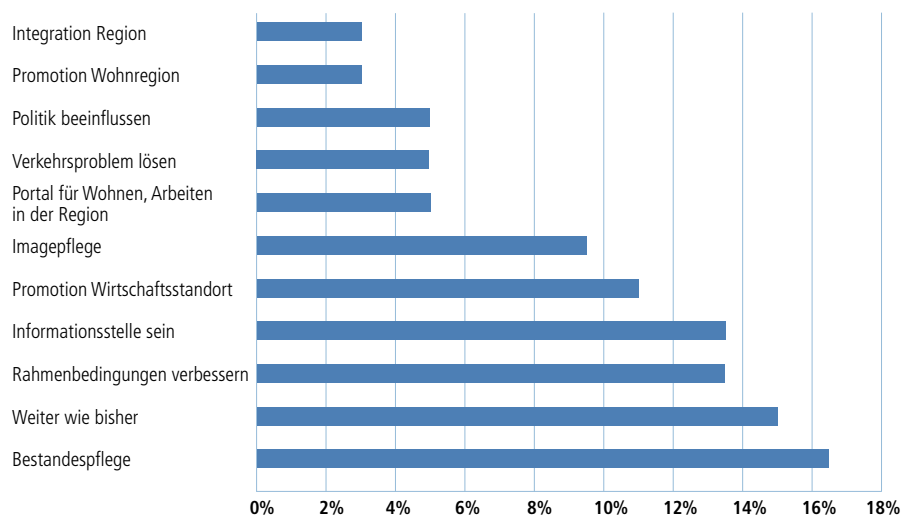


Abbildung 1: Erwartungen der Unternehmen an die Standortförderung Region Winterthur (Unternehmensbefragung 2009).

Erwartungen der Unternehmungen aus der Region an die öffentliche Hand

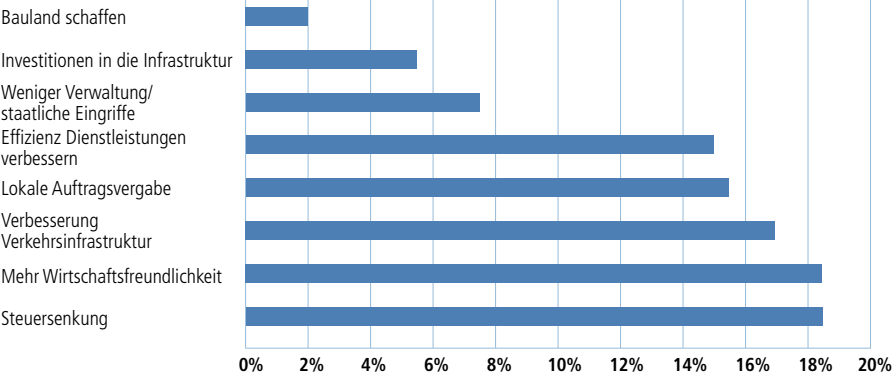


Abbildung 2: Erwartungen der Unternehmungen aus der Region an die öffentliche Hand (Unternehmensbefragung 2009).

Standortfaktoren und Standortqualität

Die Entwicklung eines Standortes ist grundsätzlich ein politischer Prozess. Die Region Winterthur ist kein politisches Gebilde und tritt gegenüber dem Kanton oder den Nachbarregionen nur teilweise als Einheit auf. Dieser Umstand behindert oder hemmt zumindest die gezielte Entwicklung des Standorts Region Winterthur als Ganzes. Die unterschiedlichen Interessen zwischen Stadt und Umland erschweren zum Teil die Erarbeitung einer gemeinsamen Entwicklungsstrategie. Diesbezüglich kann die Standortförderung Region Winterthur dank ihren Aktivitäten integrativ wirken.

Die Standortförderung Region Winterthur ist auf Stadtgebiet etabliert, auch in den Gemeinden ist die Akzeptanz vorhanden. Es besteht aber noch Potenzial für eine verbesserte Zusammenarbeit. Die RWU (Regionalplanung Winterthur und Umgebung) ist ein bedeutender Zusammenschluss zur Diskussion der Entwicklung der Region. Allerdings vor allem aus planerischer Perspektive.

Standortentwicklung Region Winterthur

Stärken	Schwächen
Standortförderung Region Winterthur verfügt über grosses Know-how und Netzwerk	Standortförderung Region Winterthur in Region noch zu wenig etabliert und bekannt
Vertretung Standortförderung Region Winterthur in unterschiedlichsten Gremien beim Kanton und auch überkantonal	Standortförderung Region Winterthur verfügt über vergleichsweise geringe Mittel
Standortförderung Region Winterthur ist Kompetenzstelle für Wohnen und Wirtschaft in der Region	Kein verbindliches Instrument zur umfassenden, gemeinsamen Standortentwicklung
RWU als gemeinsames Gremium für alle Planungsfragen	
Chancen	Gefahren
Wunsch nach vermehrter Zusammenarbeit wird von Gemeinden geäussert	Ressourcen unzureichend für umfassende Aktivitäten für ganze Region
Ausbau des Netzwerks in die Region	Interesse einzelner Gemeinden unzureichend
Etablierung eines gemeinsamen Instruments zur koordinierten Standortentwicklung und Standortmarketing.	Konflikte zwischen Gemeinden bzgl. Standortentwicklung
Verstärkte Lobbyaktivitäten auch in übergeordneten Gremien.	Standortförderungsregion nicht deckungsgleich mit Planungsregion usw.
	Erwartungshaltung in Gemeinden

Tabelle 1: SWOT-ANALYSE Standortentwicklung als Prozess (interner Standortbericht, 2010)

Die Entwicklung eines Standorts ist ein politischer Prozess. Die vorliegende Standortanalyse zeigt, wo Handlungsbedarf besteht, wenn eine weitere positive Entwicklung der Standortattraktivität angestrebt werden soll. Grundsätzlich wird in den folgenden Bereichen Handlungsbedarf erkannt:

- Infrastruktur (Motorisierter Individualverkehr (MIV), Öffentlicher Verkehr, Messe- und Kongressinfrastruktur, ZHAW Campus)
- Besteuerung juristischer Personen
- Wirtschaftsfreundlichkeit der Behörden
- Gemeinsamer Auftritt gegenüber Kanton und aktives Mitgestalten innerhalb der Metropolitankonferenz

Zudem gilt es, die Standortförderung Region Winterthur und ihre Dienstleistungen in der gesamten Region weiter bekannt zu machen. Auch ist die Identität der Region Winterthur schwach ausgeprägt. Diese gilt es gezielt zu fördern.

Im Weiteren ist nicht nur die Zusammenarbeit innerhalb der Region wichtig. Dem Austausch und dem Andenken gemeinsamer Entwicklungsstrategien mit benachbarten Regionen kommt eine grosse Bedeutung zu.

Nachfolgend sind die Akteure und Partner im Prozess der Standortentwicklung aufgelistet. Die Vernetzung mit Regionen und Partner ist ein wichtiger Entwicklungsbestandteil, vor allem auch im Hinblick auf die Clusterentwicklung im Metropolitanraum.

Akteure im Prozess der Standortentwicklung

- Bezirk Winterthur
- Gemeindepräsidenten-Vereinigung Winterthur-Land
- Greater Zurich Area AG (GZA)
- Stadtentwicklung Winterthur
- Städte und Gemeinden
- Standortförderung des Kantons Zürich
- Standortförderung Region Winterthur
- Tourismusorganisationen (Winterthur Tourismus, Zürich Tourismus)
- Unternehmen
- Verein Metropolitanraum Zürich
- Wirtschaftsverbände und Vereinigungen
- Zweckverband Regionalplanung Winterthur und Umgebung (RWU)



2. Die Region Winterthur

2.1

Übersicht

Die Region Winterthur ist ein eigenständiges Zentrum innerhalb des Wirtschaftsraumes Zürich mit knapp 170'000 Einwohnerinnen und Einwohner (Gesamtzahl Bevölkerung 2008). Die Region Winterthur setzt sich zusammen aus den 23 Mitgliedsgemeinden der Standortförderung Region Winterthur. Dazu gehören auch die beiden Städte Winterthur und Illnau-Effretikon.

Mitgliedsgemeinden

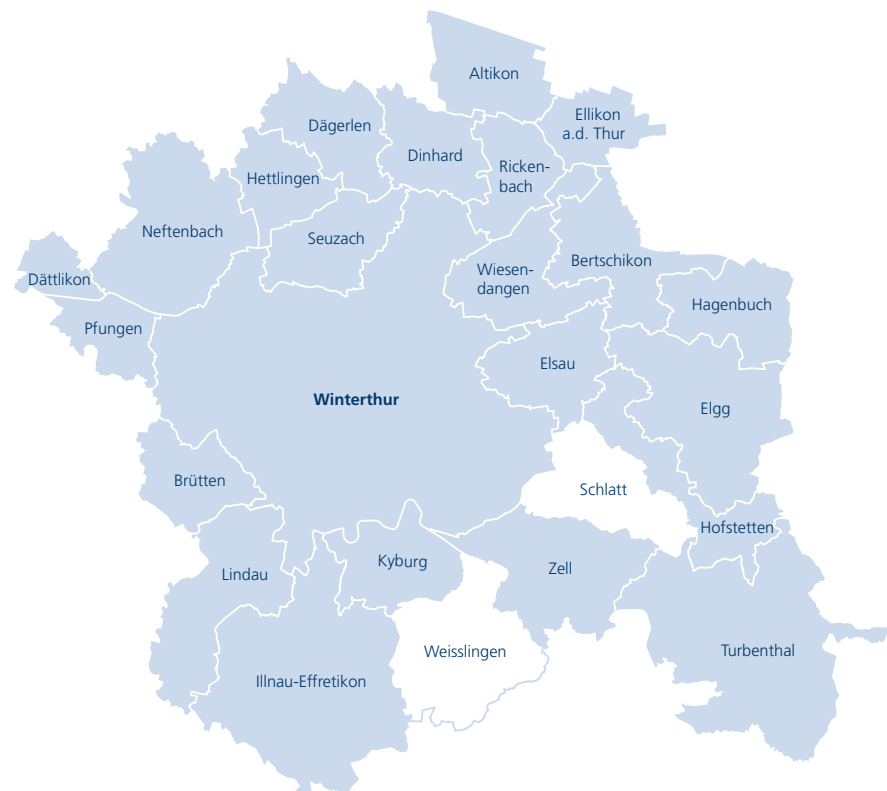


Abbildung 3: Mitgliedsgemeinden Standortförderung Region Winterthur

Fläche:	300.12 km ² (Gesamtregion) davon 67.96 km ² Stadt Winterthur
Höhe:	441 m.ü.M. (Altstadt Winterthur) 894 m.ü.M. (Schauenberg, Gemeinde Hofstetten)
Bevölkerung:	168'048 (Gesamtregion) davon 97'942 Stadt Winterthur (2008)
Wirtschaft und Arbeit:	7'211 Betriebe (Gesamtregion) davon 4'513 Stadt Winterthur (2008)

Eckdaten Region Winterthur

Eckdaten (2009)	Stadt Winterthur	*Region Winterthur	Anteil am Kanton ZH	Kanton ZH	Kanton SH	Kanton TG
Einwohnerzahl (31.12.2008)	97'942	168'048	12.7%	1'326'775	75'252	241'243
Bevölkerungszunahme % *	2.1	1.2	-	2.0	2.2	1.6
Anzahl Arbeitsstätten (2008)	4'513	7'211	10.3%	70'282	3'807	14'785
Beschäftigte (2008)	56'357	75'167	9.4%	796'888.0	37953	106'128
Arbeitslosenquote (%)	3.1	3.9	-	2.4	2.1	1,9
Ø steuerbares Einkommen natürliche Pers. [CHF]	50'855	57'552.5	-	62'247	50454	44'918
Leerwohnungsquote (%)	0.3	1.0	-	0.7	1.04	1.49

Tabelle 2: Eckdaten Region Winterthur im Vergleich zu den Kantonen ZH, TG und SH (Kanton ZH, stat. Amt Kanton Schaffhausen, stat. Amt Kanton Thurgau).

* Zunahme innerhalb des Jahres 2008

2.2

Wir und die anderen

Die Region Winterthur ist flächenmässig die zweitgrösste der 12 Regionen im Kanton Zürich. Ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung, an der Zahl der Beschäftigten und an der Gesamtwertschöpfung des Kantons ist aber gering.

Standortattraktivität

	Standortqualitäts-indikator 2009	Einkommens-blastung	Verfügbarkeit hochqualifizierter Mitarbeitender	Bevölkerungs-dynamik	Wachstum Haus-haltseinkommen	Wertschöpfung pro Beschäftigten	Wettbewerbs-fähigkeit Branchenmix 2009
Winterthur Stadt	1.5	82.2	122.6	183.5	130.7	107.2	0.5
Winterthur Land	1.6	79.1	123	110.6	122.1	92.1	0
Region Winterthur	1.6	80.7	122.8	147.1	126.4	99.7	0.3
Stadt Zürich	2.4	81.1	161.6	123.8	147.8	125.1	0.7
Glattal	2.1	75.8	12.8	178.7	156.1	108	0.9
Limmattal	1.9	79.2	108.2	73.7	128.9	102.9	0.7
Oberland Ost	0.9	81.8	102.4	64.6	92.3	87.1	-0.3
Weinland	1.3	80.5	120	154.8	115.1	80	-0.1
Wil SG	0.3	102	93.5	92.8	94.6	90.1	0.3
Thurtal / Frauenfeld	0.6	96.4	99.2	80.8	107.7	90.2	0.2
Schaffhausen	0.5	99.1	105.6	22.2	80.7	99.2	1

■ überdurchschnittlich ■ unterdurchschnittlich

Tabelle 3: Standortattraktivität ausgewählter Regionen (Greater Zurich Area, 2009)

Indexierte Werte zum Vergleich mit CH-Durchschnitt:

Standortqualitätsindikator: 0.0 (2009)

Einkommensbelastung: 100 (2008)

Verfügbarkeit Mitarbeitende: 100

Wachstum Haushaltseinkommen 100 (2005-2010)

Wertschöpfung pro Beschäftigtem: 100 (2006)

Wettbewerbsfähigkeit Branchenmix: 0.0 (2009)

Economic Research der Credit Suisse vergleicht jährlich die Attraktivität der rund 120 Wirtschaftsregionen der Schweiz. Die beiden Wirtschaftsregionen Winterthur Stadt und Land rangieren jeweils unter den attraktivsten 10 Prozent aller Regionen in der Schweiz.

Vergleicht man die Standortattraktivität der Region Winterthur mit jener der benachbarten Regionen zeigt sich das folgende Bild: In der unmittelbaren Umgebung zeigen die Stadt Zürich, das Glattal und das Limmattal eine zum Teil bedeutend höhere Standortattraktivität. Demgegenüber werden die Regionen Schaffhausen oder die angrenzende Kantone Thurgau oder St.Gallen deutlich schwächer bewertet. Diese unterschiedliche Standortattraktivität spiegelt sich sehr direkt in den Preisniveaus für Mieten, Bauland, usw. wider. Die Stärken von Stadt und Region Winterthur sind besonders in der vergleichbar tiefen Belastung des Einkommens, der Verfügbarkeit von qualifiziertem Fachpersonal und der exzellenten Erreichbarkeit zu sehen. Eher durchschnittlich wird die Wettbewerbsfähigkeit der Branchenstruktur eingeschätzt.

Und doch liegt im Herzen der Region mit Winterthur die sechstgrösste Stadt der Schweiz – die grösste Stadt, welche nicht gleichzeitig auch Kantonshauptstadt ist. Auch im Vergleich (Tabelle 3) mit den nächsten Nachbarkantonen ist die Region Winterthur von bedeutender Grösse, bezogen auf Fläche, Einwohnerzahl und vor allem auch bezogen auf die Wirtschaftskraft. Wäre die Region Winterthur ein Kanton, läge sie in Bezug auf die Bevölkerungszahl auf Rang 15 von 26 Kantonen. Stadt und Region Winterthur sind das zweite Zentrum des Kantons. Andere Entwicklungsgebiete mit hoher Dynamik, wie etwa das Limmattal- oder Glattal sind zweifelsohne ebenso von grosser Bedeutung, grenzen sich aber nur mit Schwierigkeiten von der Stadt Zürich ab und die jeweiligen Siedlungsgebiete sind bereits zu einer einzigen Agglomeration verschmolzen.

Grundsätzlich ist im Gespräch der Standortförderung Region Winterthur mit zuziehenden Unternehmen und Privatpersonen festzustellen, dass Stadt und Region Winterthur vermehrt als zur Stadt Zürich oder zum Glattal alternativer Wohn- und Unternehmensstandort wahrgenommen und geschätzt werden.



3. Image

Die Region Winterthur zeichnet sich heute vor allem durch die hohe Lebensqualität, Familienfreundlichkeit, Engagement der Einwohnerinnen und Einwohner, die guten Verkehrsanbindungen und den Erholungsraum aus. Auch in Zukunft soll dieses Image beibehalten werden, kleine Änderungen werden angestrebt. Diese beinhalten mehrheitlich die Verbesserung der heutigen Imagefaktoren und Erfolgsfaktoren.

3.1 Image heute

In der Gemeindeumfrage 2009 wird die Region Winterthur als Region mit einem starken, dynamischen Zentrum mit ländlichen Gemeinden beschrieben. Das Grüne in und um die Grossstadt Winterthur ergibt einen charmanten Mix zwischen Urbanität und ländlichem Charakter. Das Image der Region Winterthur ist vor allem geprägt von einer hohen Wohn- und Lebensqualität mit einem vielseitigen Naherholungsraum- und -angebot.

Stadt und Region Winterthur haben gemäss «Innensicht» (Gemeindeumfrage 2009) in den letzten Jahren den Imagewandel von einer Arbeiterstadt hin zu einer innovativen und lebendigen Region geschafft. Aufbruch und Wandel sind wahrnehmbar. Unklar bleibt, wie sich dieser Imagewandel auch in der Aussenwahrnehmung vollzogen hat.

Im Frühling 2009 wurden Studierende aus den Bereichen Raumplanung und Regionalentwicklung an der ETH und Universität Zürich befragt, welche drei Begriffe sie spontan mit der Region Winterthur in Verbindung bringen. Die am häufigsten genannten Begriffe:

- (alter) Industriestandort 72%
- das Technorama Winterthur 22%
- Standort Fachhochschule 21%
- Tor zur Ostschweiz (zwischen Zürich und der Ostschweiz) 19%
- kleine Grossstadt 17%
- Transitregion (bzgl. ÖV) 15%

Obwohl nicht repräsentativ, zeigen die Resultate aus der Befragung doch Wesentliches: Die Region wird oft gleichgesetzt mit der Stadt Winterthur (Region als Ganzes kaum bekannt), das industrielle Erbe dominiert bis heute das Image der Region, die Nähe zu Zürich, aber auch die vermeintliche Kleinheit einer Grossstadt kommen zum Ausdruck.

Image der Region
Winterthur

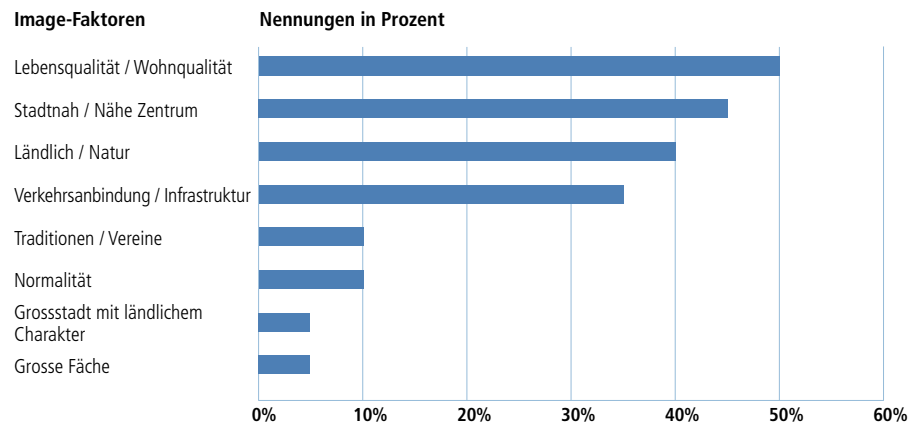


Abbildung 4: Image der Region Winterthur (Gemeindebefragung 2009).

Expertenstimmen² zum Image der Region Winterthur:

- Von der Industriestadt zur Wohn – und Kulturregion
- Die Region Winterthur hat den Ruf etwas verschlafen zu sein, bietet aber eine grosse Lebensqualität
- Ein Industriestandort mit Tradition
- Eine Stadt im Aufbruch und Wandel, muss aber beweisen, dass Entwicklung nachhaltig ist

² Es wurden im Vorfeld des Verfassens der Studie Experten befragt. Dazu gehören Mitglieder von Stadtregierungen, Präsidenten von Wirtschaftsverbänden und Personen aus der kantonalen Verwaltung.

3.2 Image in Zukunft

Die Ergebnisse der Gemeindeumfrage haben deutlich gemacht, dass die befragten Gemeinden das (zukünftige) Image der Region Winterthur vor allem in der Positionierung als Wohngemeinde und somit als Wohnregion im Zentrum sehen.

Lebensqualität und kulturelle Vielfalt sollen in fast allen Gemeinden gefördert werden. 85% der Gemeinden möchten das Wohnungsangebot ausbauen und somit den Zuzug fördern. Der Bereich Wohnen soll mittels einer guten Lebensqualität (Natur und Landschaft) aber auch einer guten Infrastruktur attraktiv gestaltet werden. Dabei wird grossen Wert auf ein identitätsstiftendes Dorfleben gelegt. 80% wollen ansässige Unternehmen fördern, den Umweltschutz vorantreiben, die Bevölkerung stärker einbinden und das Angebot für Familien erweitern. Alle Gemeinden möchten sich als Wohnort mit guter Lebensqualität positionieren. 80% setzen dabei auf den Zuzug guter Steuerzahler. Die Positionierung der Wirtschaft steht für deutlich weniger Gemeinden im Vordergrund. Wirtschaftliche Ziele verfolgen vor allem Gemeinden mit Zentrumsfunktion auf der wirtschaftlichen Ebene und als Aus- und Weiterbildungsort.

Gewünschtes Image
der Region Winterthur

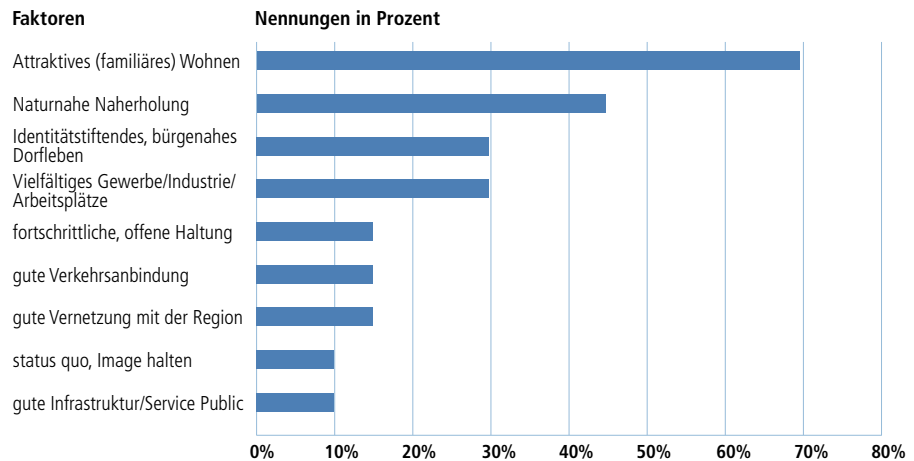


Abbildung 5: Gewünschtes Image der Region Winterthur in 10 Jahren (Gemeindebefragung 2009).



4. Standortfaktoren und Standortqualitäten

Der Standort Winterthur zeichnet sich durch gute Ausgestaltung der Standortfaktoren und hohe Qualität aus. Besonders die Lebensqualität und das unternehmerische Umfeld sind ausschlaggebende Faktoren für den Standortentscheid Winterthur, für Unternehmen wie auch Privatpersonen.

4.1 Lebensqualität

Der Faktor Lebensqualität liegt nach Einschätzung der Gemeinden im Durchschnitt auf 8.3 (1= sehr tief / 10 = sehr hoch). Dieser Wert zeigt, dass die Lebensqualität der Region Winterthur als sehr hoch empfunden wird und viel zum Wohlfühlen in der Region Winterthur beiträgt. Auch externe Studien haben die hohe Lebensqualität in der Stadt und Region Winterthur bestätigt. So leben gemäss Studie des Schweizer Haushalt-Panels der Universität Lausanne in der Stadt Winterthur die glücklichsten Frauen. Befragt wurden über 12'000 Personen in der ganzen Schweiz.

Faktoren der
Lebensqualität

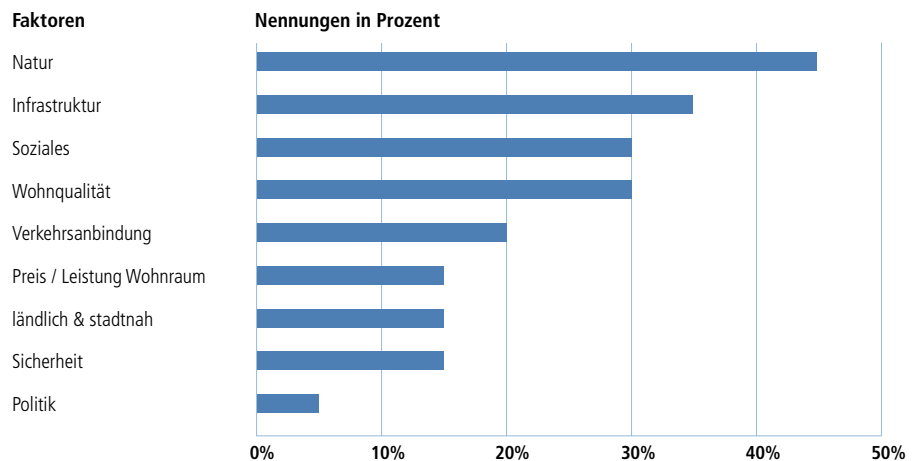


Abbildung 6: Faktoren der Lebensqualität der Region Winterthur (Gemeindebefragung 2009).

4.2 Bevölkerung und Einkommen

In den letzten Jahren hat die Gesamtbevölkerung kontinuierlich zugenommen. Die Bevölkerung der Region Winterthur ist in den letzten fünf Jahren um 6 % gewachsen (im Jahr 2009 um 1.2%).

Das durchschnittliche steuerbare Einkommen der Region Winterthur liegt bei 57'552 CHF und liegt somit unter dem kantonalen Schnitt von 62'247 CHF, jedoch über dem der Stadt Winterthur (50'855 CHF). Die Bandbreite der Einkommensverteilungswerte zwischen den Gemeinden der Region Winterthur ist hoch, die Werte liegen zwischen 45'794 CHF und 81'073 CHF.

4.3 Verkehrslage – Erreichbarkeit – Infrastruktur

Die aktuellen Pendlerzahlen belegen, dass der Pendlerverkehr zugenommen hat. Arbeitsplatz und Wohnort sind beim grössten Teil der Bevölkerung nicht mehr am selben Ort. Die Pendlerbilanz für die Region Winterthur fällt insgesamt negativ aus. Dies liegt vor allem daran, dass in den kleineren Gemeinden kaum Firmen ansässig und somit auch wenig Arbeitsplätze vorhanden sind. Die Pendlerbilanz der Stadt Winterthur hingegen ist positiv.

Verkehrsanbindungen

Ort	Distanz	Bahn	Auto
Zürich HB	20 km	19 min	25 min
Zürich Flughafen	20 km	13 min	20 min
Schaffhausen	28 km	25 min	25 min
St.Gallen	60 km	38 min	40 min
Bern	145 km	89 min	90 min
Genf	298 km	3 h 17 min	2 h 50 min
Mailand	315 km	4 h 22 min	3 h 47 min
München	400 km	3 h 46 min	3 h 45 min

Tabelle 4: Verkehrsanbindung und Distanzen von Winterthur nach...

Pendlerbilanz

Verkehr ³	Stadt Winterthur	Region Winterthur	Kanton Zürich
Erwerbstätige am Wohnort [Pers.]	47'923	83'325	692'162
Erwerbstätige Wegpendler [Pers.]	17'388	41'975	351'794
Erwerbstätige Zupendler [Pers.]	22'938	32'959	427'275
Pendlerbilanz [Pers.]	5'550	-9'007	75'481

Tabelle 5: Pendlerbilanz (Kanton Zürich, 2009)

Der Hauptanteil der Zupendler der Agglomeration Winterthur stammt aus der Stadt Zürich, gefolgt von Frauenfeld, Schaffhausen und Wil, Wetzikon-Pfäffikon, St.Gallen und Deutschland (Zahlen 2000).

Die Wegpendler gehen an erster Stelle nach Zürich, Frauenfeld, St.Gallen, Wetzikon-Pfäffikon, Schaffhausen und Wil (SG).

4.4 Steuerwettbewerb

Grundsätzlich wird die Steuerbelastung sowohl für natürliche wie auch juristische Personen in der Region Winterthur durch das Steuerregime des Kantons bestimmt. Innerhalb der Region ist es der Steuerfuss der einzelnen Gemeinden, welcher die jeweilige Steuerlast vorgibt. Aus steuerlicher Sicht drängen sich damit die Vergleiche der Region innerhalb des Kantons, innerhalb der Schweiz und gegenüber dem Ausland auf.

³ Die Zahlen werden alle 10 Jahre im Rahmen der Volkszählung erhoben, die Daten stammen aus der Volkszählung im Jahr 2000.

Steuerertrag pro Kopf Region Zürich

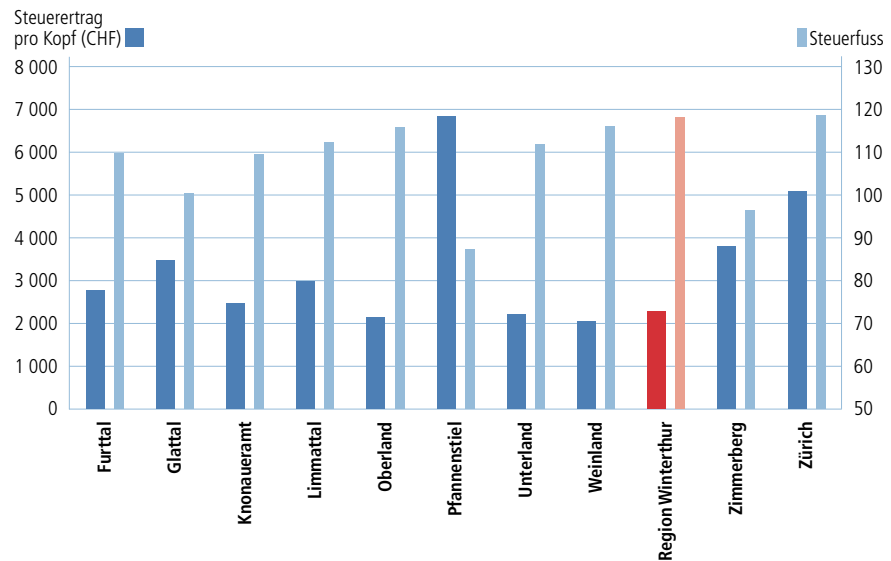


Abbildung 7: Steuerertrag und Steuerfüsse in den Regionen des Kantons Zürich (Kanton Zürich, 2009).
Quelle: Kanton ZH, 2009: Statistisches Jahrbuch des Kantons Zürich. Ropress, Zürich

Im Vergleich mit anderen Regionen im Kanton besitzt die Region Winterthur einer der höchsten durchschnittlichen Steuerfüsse, wobei zu betonen ist, dass die Spannweite von der günstigsten (Steuerfuss 89) zur teuersten Gemeinde (Steuerfuss 123) relativ gross ist. Die Stadt Zürich mit einem aktuellen Steuerfuss von 119 ist gegenüber der Stadt Winterthur (123) nur unwesentlich steuergünstiger. Entscheidend ist in dieser Hinsicht vor allem auch der RDI Faktor – jener Faktor, der misst, welcher Teil des Einkommens nach Abzug der Fixkosten zur freien Verfügbarkeit verbleibt.

Vergleich Einkommens- besteuerung Region/Land

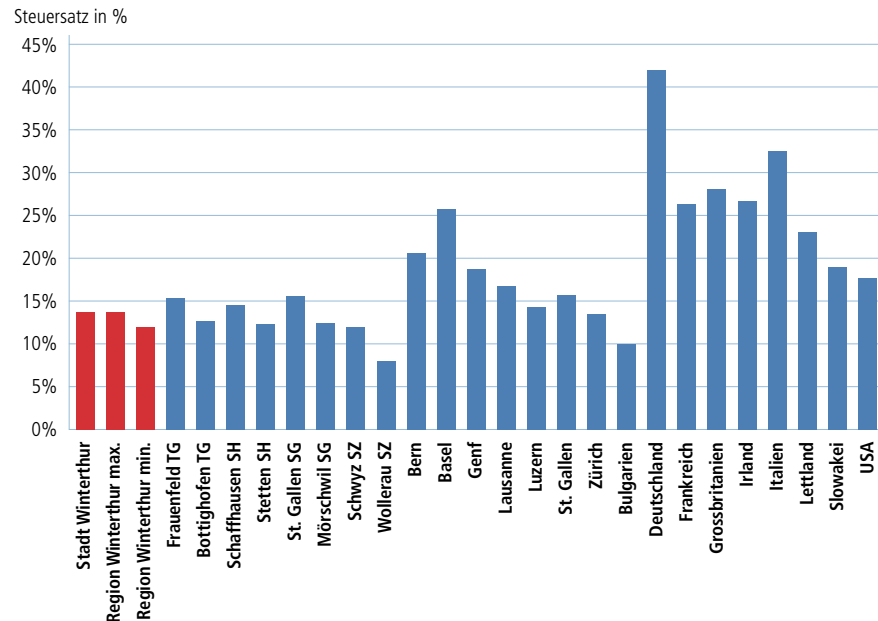


Abbildung 8: Vergleich der Steuersätze für natürliche Personen. Kriterien: Verheiratet, ohne Kinder, ohne Kirchensteuer, CHF 100'000 steuerbares Einkommen.

Vergleich Steuerbelastung
juristische Personen

Besteuerung
Unternehmensgewinn in %

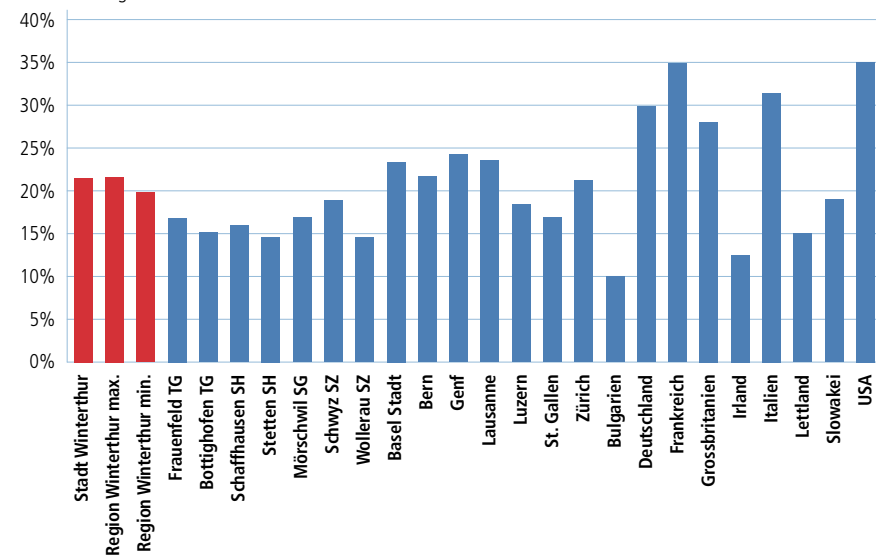


Abbildung 9: Vergleich der Besteuerung der Unternehmensgewinne (PricewaterhouseCoopers, 2009).

Die Steuerbelastung auf Unternehmensgewinne ist im Kanton Zürich im schweizweiten Vergleich nur mittelmässig attraktiv. 2008 erreichte der Kanton Rang 17 von 26 Kantonen bzgl. Attraktivität der Unternehmensbesteuerung – ein weiteres Abrutschen in der Rangierung ist anzunehmen.

4.5 Arbeitsplätze, Branchen und Beschäftigte

Die Anzahl der Beschäftigten in der Region Winterthur stieg von 2005 bis 2008 erfreulich an. Von 69'932 auf 75'579. Dies entspricht einem Wachstum von knapp 8.1% und liegt damit über dem schweizerischen Schnitt. Vor allem wurden in den beiden Städten Winterthur und Illnau-Effretikon Stellen geschaffen. Hier betrug das Wachstum 8.7% in Winterthur – in Illnau-Effretikon sogar knapp 9%. Das höchste relative Stellenwachstum konnte Pfungen verzeichnen (plus 25%). Dies ist nicht zuletzt auch darauf zurückzuführen, dass verfügbare Baulandflächen einer gewerblich-industriellen Nutzung zugeführt werden konnten.

Trotz allem bleibt die Arbeitsplatzdichte in der Region Winterthur mit 0.45 Beschäftigten je EinwohnerIn insgesamt unter dem Durchschnitt des Kantons (0.61) aber auch unter jenem der Schweiz (0.54) – die Arbeitsplatzdichte in der Stadt Winterthur entspricht knapp dem kantonalen Durchschnitt, hat aber in den letzten 4 Jahren stark zugenommen und ist stärker gewachsen als die Stadtbevölkerung. Andererseits zeigt die Tatsache, dass in Stadt und Region Winterthur das Wohnen und Leben eine überdurchschnittliche Bedeutung besitzt.

Anzahl Beschäftigte
Region Winterthur

	Anzahl Gemeinden	Anzahl Beschäftigte	Durchschnitt	Arbeitsplatz- dichte*	Veränderung seit 2005**	Veränderung Anz. Arbeitsstätten seit 2005	Einwohner pro Gemeinde 2008	Bevölkerungs- entwicklung seit 1997
Gemeinden mit Beschäftigtenrückgang	12	4'781	398	0.16	-9.1%	-3.2%	1'860	9.8%
Gemeinden mit Beschäftigtenzunahme	11	9'563	869	0.29	10.1%	0.7%	3'299	12.2%
Stadt Illnau-Effretikon	1	5'208	-	0.34	8.9%	0.9%	15'295	6.9%
Stadt Winterthur	1	56'357	-	0.58	8.7%	4.8%	97'942	10.1%
Kanton ZH	171	796'984	4'661	0.61	8.7%	3.3%	7'086	10.4%
Schweiz	2636	4'193'000	1'591	0.54	7.4%	k.A.	2'922	8.5%

Tabelle 6: Anzahl Beschäftigte Region Winterthur im Vergleich (Kanton Zürich, 2009)

* Beschäftigte pro Einwohner

**Durchschnittliche Veränderung der Anzahl Beschäftigten je Gemeinde

Der grösste Beschäftigtenrückgang ist in Gemeinden mit einer Einwohnerzahl von weniger als 1'200 festzustellen (10 von 12 Gemeinden mit Beschäftigtenrückgang). Zudem zeigen jene Gemeinden mit einem Beschäftigtenrückgang auch ein weniger ausgeprägtes Bevölkerungswachstum und die Arbeitsplatzdichte ist bereits sehr tief. Setzt sich der Trend fort, werden die betroffenen Gemeinden zu Orten werden, an welchen fast ausschliesslich gewohnt wird. Die Vermutung liegt nahe, dass Gemeinden mit einer Beschäftigtenabnahme strukturschwache, tendenziell schlechter erschlossene Gemeinden sind. Allenfalls mangelt es dort aber auch an verfügbarem Bauland für Wohn- und Gewerbebauten. Ein Grund, dass ansässige Unternehmen wegziehen und damit einen Beschäftigtenrückgang beschleunigen. Betrachtet man das Phänomen räumlich, so stellt man fest, dass vor allem die Gemeinden mit bester Verkehrserschliessung ein Beschäftigtenwachstum und eine überdurchschnittliche Bevölkerungsdynamik zeigen.

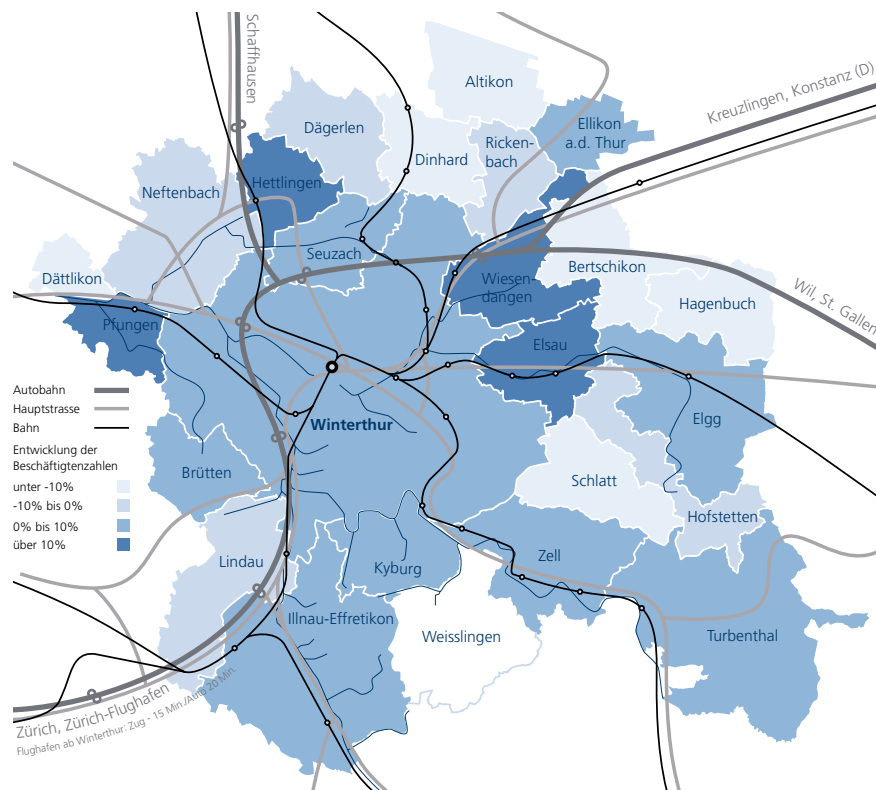
Entwicklung der
Beschäftigtenzahlen

Abbildung 10: Entwicklung der Beschäftigtenzahlen 2005 bis 2008 je Gemeinde und skizzierte Hauptverkehrsinfrastruktur (Bundesamt für Statistik, 2009)

Aus räumlicher Optik ist festzustellen, dass die Gemeinden mit einem Beschäftigtenrückgang über eine verhältnismässig schlechte Anbindung an den öffentlichen Verkehr, wie auch an das Nationalstrassennetz verfügen.

4.5.1 Branchenstruktur und Cluster

Überdurchschnittlich stark ausgeprägte Branchen der Region Winterthur (bzgl. Vollzeitstellenanteil) im Vergleich zum Kanton und zur gesamten Schweiz:

Versicherungswesen
Maschinenbau
Medizinaltechnik
Baugewerbe und Baunebengewerbe
Mechatronik (Datenverarbeitung)
Detailhandel
Immobiliendienstleistungen
Gesundheits- und Sozialwesen
Unterricht und Ausbildung

Schwach ausgeprägte Branchen der Region Winterthur (bzgl. Vollzeitstellenanteil) im Vergleich zum Kanton Zürich und zur gesamten Schweiz:

Finanzdienstleistungen / Banken
Information und Kommunikation
Gastgewerbe und Hotellerie
Logistik
Landwirtschaft

Entwicklung der
Beschäftigtenanteile

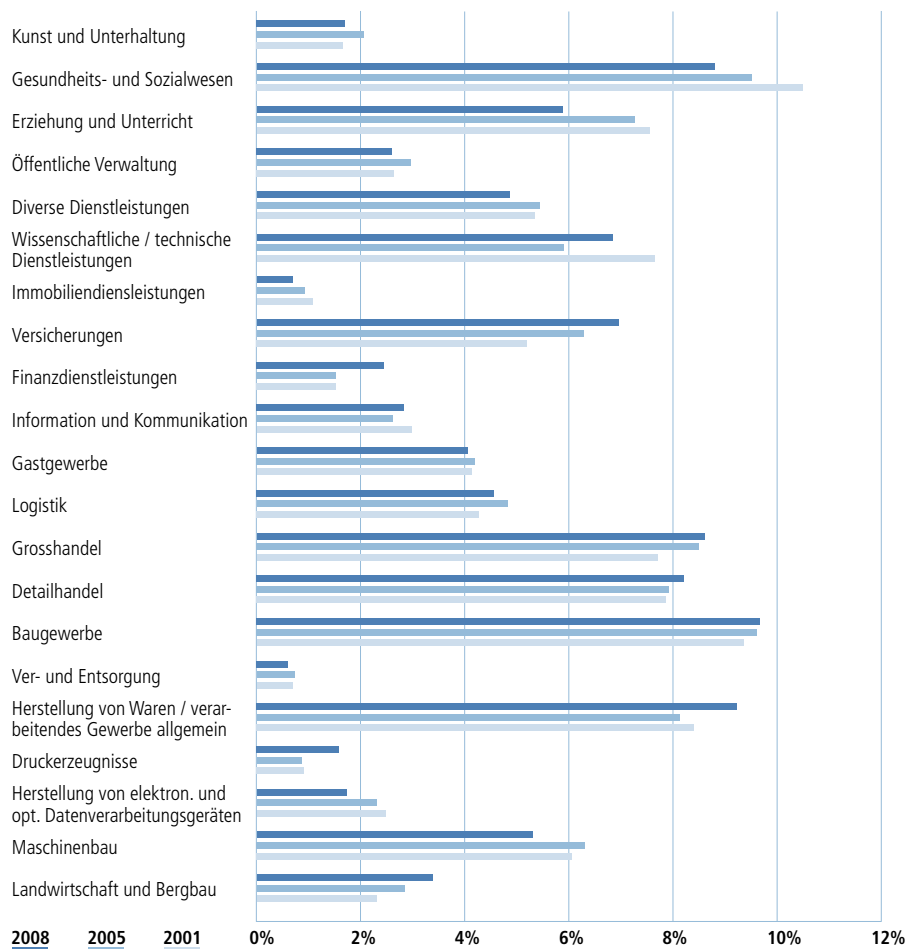


Abbildung 11: Entwicklung der Beschäftigtenzahlen 2005 bis 2008 je Gemeinde und skizzierte Hauptverkehrsinfrastruktur (BFS, 2009).

4.5.2 Branchenbewertung Region Winterthur

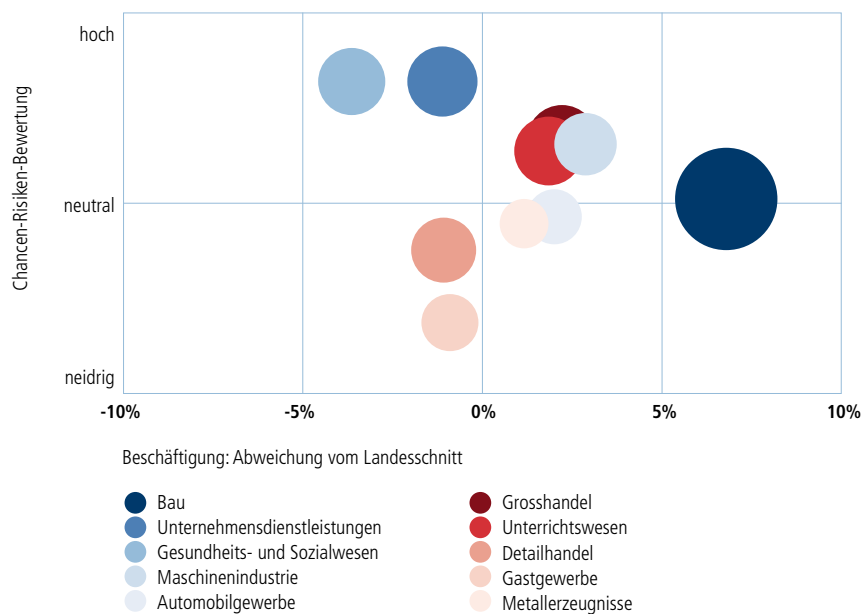


Abbildung 12: Branchenbewertung für Winterthur-Land (Credit-Suisse, 2009)

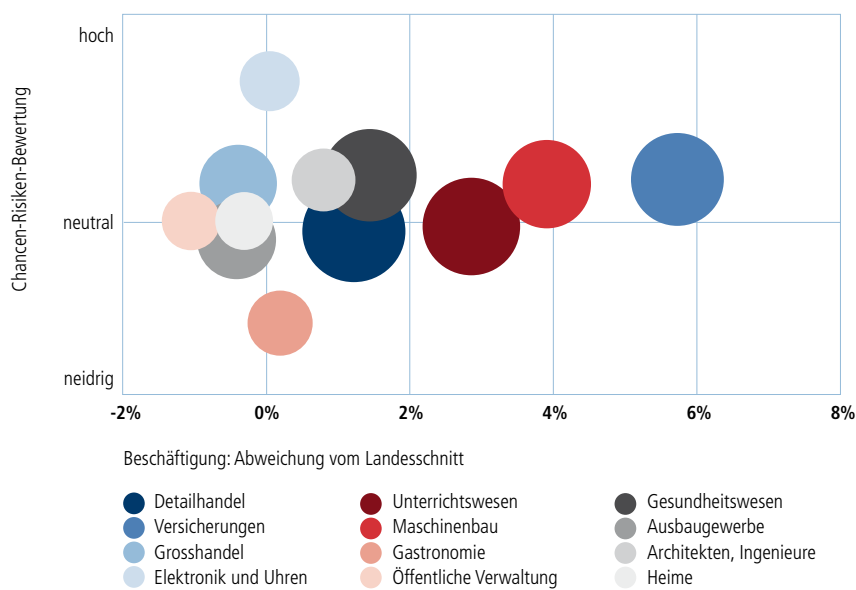


Abbildung 13: Branchenbewertung für Winterthur Stadt Credit-Suisse, 2009)

- Je höher eine Branche in der Darstellung liegt, desto besser ist das Verhältnis von ihrem Wachstumspotential und ihren Risiken
- Der Durchmesser der Kreise gibt den Anteil der betreffenden Branche an der Gesamtheit der Arbeitsplätze in der Region wieder
- Je weiter rechts eine Branche in der Abbildung eingetragen ist, desto grösser ist die Spezialisierung der Region in dieser Branche

4.5.3 Arbeitsmarkt

Dank dem grossen Einzugsgebiet verfügt die Region Winterthur über ein grosses Potenzial an qualifiziertem Personal. Innerhalb einer Stunde Fahrzeit können 3,5 Millionen Personen Winterthur erreichen. Als grenznaher Standort zieht die Region Winterthur zudem vermehrt Fachkräfte aus dem nahen Ausland an.

Verfügbarkeit von
Arbeitskräften

Stadt	Einzugsgebiet 15 km	Einzugsgebiet 30 km
Winterthur	131'947	622'012
Baden	122'511	645'019
Luzern	120'235	230'875
St. Gallen	98'157	185'014
Aarau	88'612	260'752
Olten	86'086	215'578
Biel	69'090	280'360
Neuchâtel	60'186	119'361

Tabelle 7: Verfügbarkeit von Arbeitskräften in der Region Winterthur im Vergleich (Eidgenössisches Bundesamt für Statistik, 2001)

4.6 Innovations- und Bildungsstandort

Die Region Winterthur profitiert von der Nähe zu zahlreichen hochklassigen Bildungsinstitutionen. Die grösste Fachhochschule der Schweiz ist mit einem grossen Teil ihrer Departemente hier ansässig. 1874 wurde in Winterthur die erste Technikerschule der Schweiz gegründet, das Technikum, die heutige School of Engineering. Vor allem in den Städten Winterthur und Illnau-Effretikon befinden sich zahlreiche Bildungsinstitutionen, die sich der Berufsausbildung und Weiterbildung widmen. Zudem finden sich in nächster Nähe zur Region renommierte Bildungs- und Forschungsinstitutionen wie die ETHZ, die EMPA in Dübendorf, die Universität Zürich oder die Universität St.Gallen. In Lindau betreibt die ETH Zürich einen Aussenstandort.

Über ein Drittel der Unternehmen gaben im Rahmen der Unternehmensbefragung an, bereits mindestens einmal mit einer Hochschule projektspezifisch zusammengearbeitet zu haben. Ein Teil der Unternehmen wünscht sich einen besseren Zugang zu den Hochschulen und eine transparentere Informationspolitik. Die Standortförderung Region Winterthur hat gemeinsam mit der Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur HAW die Zusammenarbeit mit der Hochschule intensiviert.



Abbildung 14: Technopark Winterthur nach Erweiterung (Technopark, 2010).

Anfang 2010 eröffnete die Erweiterung des Technoparks. Der Technopark Winterthur bietet neu 10'000 Quadratmeter Fläche an Unternehmen und Teile der Hochschule an. Speziell hier sollen Innovationen und Jungunternehmen gefördert werden. Zudem wird alle zwei Jahre der Heuberger Winterthur Jungunternehmerpreis verliehen, welcher die Entwicklung der Region als Innovationsstandort unterstützt.

4.7 Areale und Immobilien

Bestand Bauland

	Kanton ZH	Region Winterthur	Glattal	Limmattal	Stadt Zürich	Weinland
Wohnzone bebaut (ha)	12745.1	1735.8	1493.1	763.4	2315.5	345.3
Wohnzone unbebaut (ha)	1317.5	200.1	123.9	65.8	77.4	49.4
Mischzone bebaut (ha)	7275.1	1020.5	693.4	298.9	1289.1	452.4
Mischzone unbebaut (ha)	830.3	108	95.2	34.4	96.7	61.6
Gewerbe / Industriezone bebaut (ha)	2866	397.5	644.1	252.5	201.4	78.4
Gewerbe / Industriezone unbebaut (ha)	803.8	138.9	145.8	51.3	26.8	25.3

Tabelle 8: Bestand Bauland (Kanton Zürich, 2009)

Verkaufspreise Wohnbauland

	arithmetisches Mittel	25% Quantil	Median	75% Quantil
Region Glattal	751	602	720	907
Region Knonaueramt	641	570	675	710
Region Limmattal	864	577	880	1098
Region Oberland	685	500	650	767
Region Pfannenstiel	1199	473	812	1770
Region Unterland	551	445	508	656
Region Weinland	380	307	388	445
Region Winterthur	575	443	560	684
Region Zimmerberg	1045	683	960	1386
Region Zürich	1104	900	1027	1149
Agglomeration Zürich	809	500	720	980
Agglomeration Winterthur	533	399	525	670
Agglomeration Wetzikon-Pfäffikon	705	555	720	833
Agglomeration Schaffhausen	348	343	350	365
ausserhalb der Agglomerationen	406	300	350	455

Tabelle 9: Verkaufspreise Wohnbauland [CHF] im Vergleich 2008 (Kanton Zürich, 2009)

4.7.1 Verfügbarkeit / Preise Bauland Industrie und Gewerbe

Dreiviertel der Gemeinden in der Region Winterthur geben an, dass die Nachfrage nach Industriebauland nicht gedeckt werden kann – sei dies weil die Gemeinde über keine Industrie- und Gewerbezone verfügt oder sei es, weil die entsprechenden Zonen vollständig bebaut sind. Lediglich acht der über 20 Gemeinden geben an, noch verfügbares Bauland auf dem Gemeindegebiet zur Verfügung zu haben. Das Preisniveau bewegt sich zwischen 250 und 500 Franken pro Quadratmeter. Tatsächlich steigen die Preise für Industrie- und Gewerbebauland mit der Nähe zum Zentrum Zürich erheblich an. Für Flächen in Industriearealen mit direkter Nähe zum Zentrum Zürich muss teilweise mit Preisen über 1 000 CHF gerechnet werden (z.B. Glattal). In der Region Winterthur bewegen sich diese zwischen 300 und 600 CHF,

wobei Handänderungen von Industriebauland in den Jahren 2008 und 2009 im Mittel zu einem Preis von weniger als 285 CHF (Median, Amt für Statistik Kanton Zürich) geschehen sind. In den angrenzenden östlichen Kantonen sind die Preise nochmals deutlich tiefer. Dieser Umstand droht, flächenintensive Produktionsbetriebe aus dem Kanton Zürich und auch aus der Region Winterthur zu verdrängen.

4.7.2

Verfügbarkeit / Preise Gewerbeflächen

Angebot und Preisniveau von Büroflächen

Büroraum ist in der Region Winterthur grundsätzlich gut verfügbar – auch an besten Lagen. Die Region profitiert dabei von einem attraktiven Mietpreisniveau im Vergleich etwa zur Stadt Zürich oder zum Glattal.

Agglomeration	Angebot innert 6 Monaten			Preisband CHF/m ²	Mieten	
	m ²	%			Mittel CHF/m ²	
Aarau	21'000	2.9	↘	120 – 280	191	↘
Baden	30'000	3.7	↘	110 – 275	182	→
Basel	135'000	3.1	↗	130 – 290	216	→
Bern	149'000	4.1	↘	125 – 300	203	→
Biel	27'000	4.0	→	100 – 190	137	→
Chur	15'000	2.9	↗	130 – 255	181	↘
Fribourg	32'000	4.2	↗	125 – 240	183	↘
Genève	144'000	3.5	→	205 – 600	451	↗
Lausanne	147'000	5.6	↗	160 – 340	238	↗
Lugano	13'000	1.2	↗	110 – 295	205	→
Luzern	54'000	3.3	↘	125 – 250	177	→
Neuchâtel	17'000	2.8	↗	125 – 330	176	↗
Olten	37'000	4.4	↘	120 – 250	173	↗
Schaffhausen	19'000	4.0	↘	100 – 240	159	↗
Solothurn	19'000	3.4	↘	105 – 175	141	↘
St. Gallen	63'000	4.5	↘	110 – 270	182	→
Thun	6'000	1.1	↘	125 – 225	163	↘
Winterthur	24'000	2.7	↘	110 – 280	173	↘
Zug	60'000	5.9	→	110 – 395	173	→
Zürich	584'000	5.8	↘	130 – 400	231	→

Tabelle 10: Angebot und Preisniveau von Büroflächen 2008 im Vergleich (Colliers, 2009)

4.7.3 Verfügbarkeit / Preise Wohnraum

Die Verfügbarkeit von Wohnraum ist gerade in den Ballungsgebieten problematisch. Die Leerstandszipfer ist relativ tief – trotz reger Bautätigkeit. Allerdings ist dies ein Phänomen, welches für den ganzen Kanton festzustellen ist. Und doch sind lediglich die Leerstandsquoten der Stadt Zürich und der Region Zimmerberg tiefer als jene der Region Winterthur.

Alleine in den Jahren 2002 bis 2008 wurden in der Stadt Winterthur 3904 zusätzliche Wohneinheiten fertig gestellt und nach wie vor werden in der Region intensiv neue Wohnbauten erstellt. In der Regel absorbiert der Markt die neu erstellten Wohnungen augenblicklich. Die Region Winterthur zeigt im Vergleich mit anderen Agglomerationen eine vergleichsweise hohe Bautätigkeit.

Dabei bleiben die Wohnkosten in der Region Winterthur deutlich tiefer als in anderen Ballungsgebieten. Gemäss Wüest&Partner (2008) beträgt die Miete für eine 3.5-Zimmerwohnung in der Stadt Winterthur rund 1'250 CHF (exkl. Nebenkosten). Dies ist deutlich weniger als in Lausanne, Bern, Zürich oder Genf.

Preis Wohnbauland

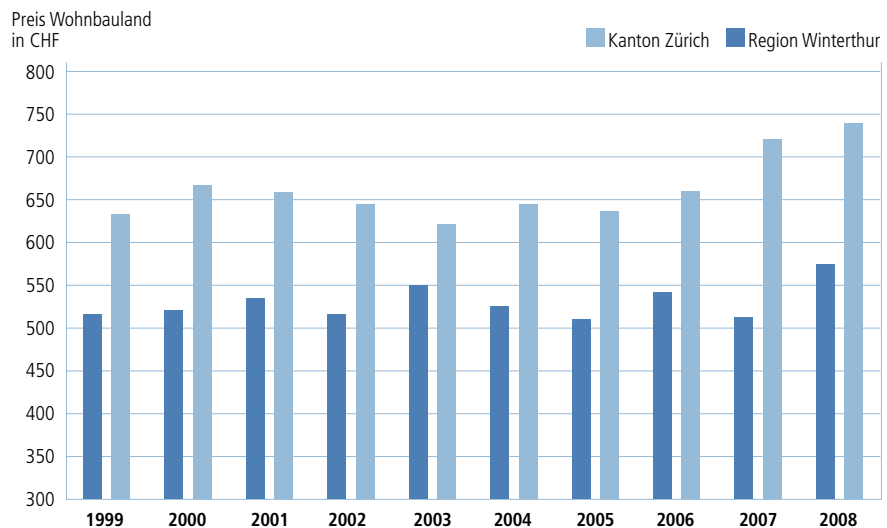


Abbildung 15: Entwicklung der Preise CHF/m² für Wohnbauland (Kanton Zürich, 2009).

4.8 KURZ-Analyse

4.8.1 Stärken und Schwächen der Region Winterthur

Die umfangreiche Bestandesaufnahme und Analyse der Daten hat für die Region Winterthur ein vielversprechendes und positives Zukunftsbild ergeben. Im nachfolgenden Kapitel werden die Ergebnisse kurz zusammengefasst.

Die Analyse der Standortfaktoren zeigt deutlich, wo die Stärken und die Potentiale der Region liegen. Diese sind zum Teil deckungsgleich mit der Analyse aus den Arbeiten zur Stadt-Marke Winterthur. Zusammenfassend eine Einschätzung der wichtigsten Stärken und Schwächen, auf deren Basis die Erfolgsfaktoren für die Marke Region Winterthur entwickelt werden sollen:

Stärken	Schwächen
Beste Standortattraktivität (gemäss Studie Credit Suisse)	Wenige Leuchttürme (einzigartige Merkmale) mit Mobilisierungskraft
Image Lebens- und Wohnqualität im Grünen (Boomregion)	Alleinstellungsmerkmal unklar
Gute Verkehrslage / gute ÖV-Erschliessung	Schwaches Aussenimage und wenig ausgeprägte Identität Region
Intakte Natur / Landschaft	Überdurchschnittliche Steuerbelastung juristischer Personen
Moderate Einkommensbesteuerung	Unterdurchschnittlicher Steuerertrag / unterdurchschnittliche Wertschöpfung pro Kopf
Hochwertiges kulturelles Angebot	Knappes Wohnungsangebot (Preisanstieg)
Eigenständige Region nahe Zürich	Knappes Angebot Gewerberaum
Zunehmende Dynamik als Wirtschaftsstandort	starker Preisanstieg Industrieauland
Branchenmix mit Potential (HighTech-Engineering, Baubranche, Versicherung, Bildung)	Erschliessung einzelner Gemeinden mangelhaft
Kombination Forschung und Entwicklung, Produktion, Dienstleistungen stark ausgeprägt (Innovationspotential überdurchschnittlich)	Wirtschaftsfreundlichkeit Behörden wird als ungenügend eingeschätzt
Starke Bildungsinstitutionen	Druck auf motorisierten Individualverkehr (MIV) und Infrastruktur (Trichterfunktion Region Winterthur)
Industriebrachen als Ressource	Fehlende Infrastruktur (Messeareal, Kongress- und Eventzentrum, Hotels, ...)
Überschaubarkeit und kurze Wege	Trotz relativer Grösse im Kanton Zürich nur eine Region unter vielen
	Verlust von Arbeitsplätzen in einer grossen Zahl von Gemeinden auch in der Wachstumsphase
Chancen	Gefahren
eigenständiges Zentrum im Kanton Zürich und dynamische Region in der Nähe Flughafen	kein Aufbau von einer einheitlichen Identität
intakter Lebensraum / Natur und hohe Lebensqualität als einzigartig im Raum Zürich	Kapazitätsgrenzen(ÖV/ MIV) haben negative Auswirkungen auf das Image schlechtes Bild auf Image
Hochschulabsolventen als qualifizierte Arbeitskräfte	weitere Zunahme Pendlerströme (Druck auf Verkehrsinfrastruktur)
schnelle Verkehrsverbindungen: bringen viele Arbeitskräfte in die Region	«Schlafregion»
sehr gute Gesundheitsinfrastruktur und Gesundheit ZHAW	Verschärfung Steuerwettbewerb

Tabelle 11: Zusammenfassung SWOT-Analyse Region Winterthur (Stärken, Schwächen, Chancen, Gefahren)

Stärken Wirtschaftsregion Winterthur

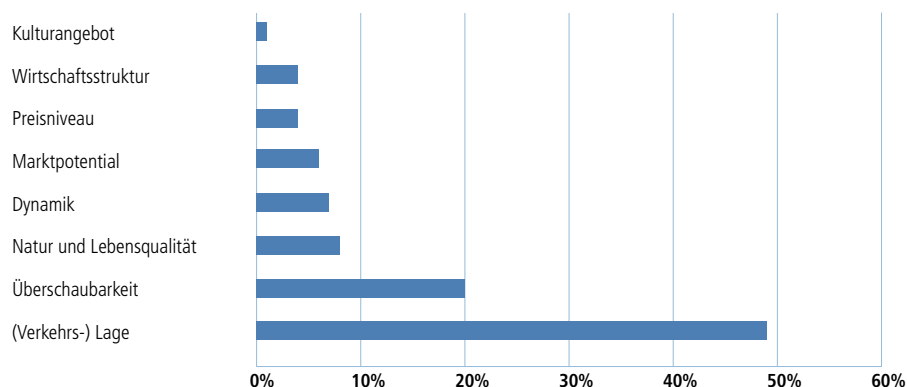


Abbildung 16: Die grössten Stärken der Wirtschaftsregion Winterthur (Unternehmensbefragung 2009).

Schwächen Wirtschaftsregion Winterthur

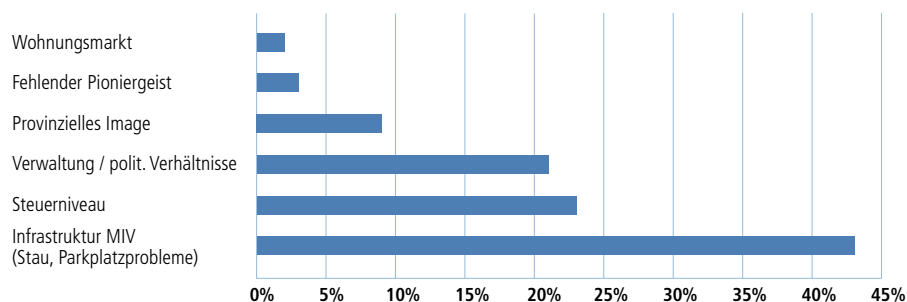


Abbildung 17: Die grössten Schwächen im Wirtschaftsregion Winterthur (Unternehmensbefragung 2009).

4.8.2 Gründe für Standortwahl aus Unternehmenssicht

Über die drei wichtigsten Standortfaktoren für Unternehmen waren sich die Gemeinden einig: Die Erreichbarkeit spielt für Unternehmen die entscheidendste Rolle. An zweiter Stelle steht die Verfügbarkeit von Arbeitskräften und als weiterer Faktor wurden die Steuern genannt. Die Unternehmensbefragung unterstützt diese Aussage: Bei den befragten Unternehmen sind die Verkehrslage und Erreichbarkeit die am häufigsten genannten Standortfaktoren.

Die im Sommer 2009 im Rahmen der Unternehmensbefragung erhobenen Daten ergaben ein klares Bild bezüglich der Attraktivität des Wirtschaftsstandorts Region Winterthur. Über 80% der befragten Unternehmen würden den Standort Region Winterthur heute wieder wählen. Als grösste Stärken werden die ausgezeichnete Verkehrslage und die Überschaubarkeit genannt.

Gründe für die Standortwahl

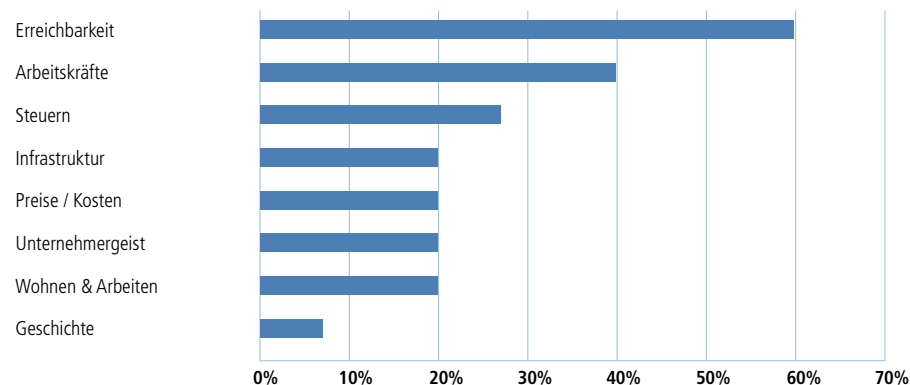


Abbildung 18: Gründe für die Standortwahl in der Region Winterthur nach Einschätzung der Gemeinden (Gemeindebefragung 2009)

Allerdings betonen 17% der Unternehmen, dass sie heute einen anderen Standort wählen würden. Als grösste Schwächen werden die mangelnde MIV Infrastruktur, mangelnde Effizienz und Wirtschaftsfreundlichkeit von Verwaltung und Politik sowie eine für Unternehmen zu hohe Steuerbelastung genannt. Gilt es, die Standortattraktivität zu erhalten und zu entwickeln, müssten vor allem diese Bereiche aktiv angegangen werden.

4.9 Handlungsfelder und Herausforderungen

Auf Basis der Analysen in diesem Kapitel lässt sich in einem ersten Schritt ein Massnahmenkatalog zusammenstellen, der schwergewichtig die Aktivitäten der Standortförderung Region Winterthur, teilweise aber auch die gewünschten politischen Stossrichtungen betrifft.

Konkret lassen sich folgende wesentliche Massnahmen als Diskussionsgrundlage festhalten:

a) Image

- Herausstreichen der hohen Standortattraktivität der Region Winterthur
- Erfolgsfaktoren für die Region abschliessend definieren im Prozess mit allen Gemeindevertretungen
- Die «unbekannte» Region Winterthur positionieren und mittels Kampagne für Bekanntheit sorgen. Dies in Zusammenarbeit mit Winterthur Tourismus, Städten und Gemeinden
- Bestehende Leuchttürme aktiv weiter entwickeln
- Website positioniert die Region aktiv
- Auf Wirtschafts- UND Wohnregion fokussieren
- Gegenüber Kanton und Bund aktiv und mit Selbstbewusstsein auftreten

b) Standortfaktoren

- Verstärkte Lobbyingaktivitäten bezüglich Infrastrukturangebot und Planungsprozesse
- Richtplan und Raumordnungskonzept werden zum Thema auch der Standortförderung (aktives Einbringen in RWU).
- Weiterentwickeln der relevanten Wirtschaftskluster (Engineering, Maschinenbau, Mechatronik, Medtech, Informations- und Kommunikationstechnologien, Gesundheitswesen, Versicherungsdienstleistungen und Baubranche (GreenBuild))
- Clusterorientierte Wirtschaftsförderung nutzt das Potenzial zukunftssträchtiger Branchen
- Lobbying beim Kanton zur Anpassung der Steuerpolitik (vor allem bezüglich Besteuerung juristischer Personen und Verhinderung von Steuererleichterung bei Kantonswechsel)
- Noch stärkerer Fokus auf Innovation (im Zusammenhang mit Tradition, Bildungsinstitutionen, Technopark, usw.)
- Wirtschaftsfreundlichkeit der Behörden aktiv fördern und kommunizieren

c) Standortentwicklung

- Einsatz Standortförderung in RWU
- Kontakt zu Behörden in Städten und Gemeinden weiter intensivieren
- Weitere Beobachtung der Entwicklung der Region als Kernkompetenz der Standortförderung Region Winterthur

d) Standortmarketing gegen innen und aussen

- Publikation des Standortberichts als Diskussionsgrundlage und Basis für die künftige Positionierung der Region Winterthur

- Mittelfristige Etablierung der «Marke Winterthur», aufbauend auf den Erkenntnissen der Stadt-Marke Winterthur und dem vorliegenden Standortbericht
- Sichtbarkeit Marke Region Winterthur in der Region realisieren Aussenkampagne in Koordination mit allfälligen Aktivitäten der Stadt Winterthur und Winterthur Tourismus lancieren

4.10 Fazit

Die Region Winterthur ist eine Boomregion – prominent darin ist die Grossstadt Winterthur. Die Entwicklung der Bevölkerungs- und Beschäftigtenzahlen der letzten Jahre ist eindrücklich und bewegte sich im Schnitt stark nach oben. Damit hat aber auch der Druck auf Infrastruktur und Ressourcen stark zugenommen. Von dieser Entwicklung haben aber keineswegs alle Gemeinden profitiert. Besonders kleinere Gemeinden mit eher schlechter Verkehrerschliessung und kaum verfügbaren Baulandreserven zeigten ein unterdurchschnittliches Bevölkerungswachstum und eine teilweise markante Abnahme der Beschäftigtenzahlen. Jeder Gemeinde in der Region fallen aber wichtige Funktionen zu, sei dies als Wohnort, Wirtschaftsraum oder Naherholungsraum. Die Heterogenität der Region ist auch ihre Stärke. Gleichwohl soll jede Gemeinde auch in Zukunft die Möglichkeit haben, sich weiter entwickeln zu können. Dies kann einerseits über verdichtetes Bauen in Dorfkernen geschehen. Andererseits muss heimisches Gewerbe auch die Möglichkeit besitzen, sich vor Ort räumlich weiter entwickeln zu können und sollte nicht gezwungen werden, den Geschäftssitz in eine andere Gemeinde zu verlegen.

Trotz der grundsätzlich positiven Entwicklung der Region muss als wesentliche Erkenntnis die Tatsache angesehen werden, dass a) die Region Winterthur als solche kaum bekannt ist und b) dass der Begriff Region Winterthur tendenziell negativ mit «strukturschwach» und «altindustriell» gleich gesetzt wird (Aussensicht).

Grosse Chancen bieten aber die Schaffung einer Identität der Region und einer umfassenden Imagepflege gegen innen und aussen. Dazu gilt es, die richtigen Erfolgsfaktoren zu identifizieren und darauf eine Positionierung der Region aufzubauen. Dies kann eine erste Basis für eine Marke Winterthur sein.

Ein gemeinsames Image für die Region Winterthur zu schaffen und sich gemeinsame Ziele für die Zukunft zu setzen, ist anspruchsvoll.

Die Aussensicht auf die Region Winterthur beschränkt sich zu einem grossen Teil auf die Stadt Winterthur und dabei auf die folgenden Punkte:

- Nähe zu Zürich
- Versicherungsstandort
- Industriestandort
- Bildungsstandort

Oft wird die Stadt Winterthur auch mit Bezug auf den dörflichen Charakter und die Strukturkrise der Industrie als etwas rückständig oder provinziell eingestuft. Diese Einschätzung widerspricht aber – wie im ersten Abschnitt dargelegt – der Realität der Entwicklung in den letzten Jahren.



5. Ausblick – Chancen & Trends: Auf dem Wege zur Marke Winterthur

Erfahrungswerte und wissenschaftliche Studien belegen es: Eine gemeinsame Vermarktung, eine Positionierung und ein gemeinsamer Auftritt als Marke Winterthur bringen für alle Beteiligten – für die beiden Städte und die Gemeinden – Vorteile.

Die Bachelorarbeit zum Thema Markenauftritt der Region Winterthur unterstreicht diese Aussage und bestätigt die Erfahrungswerte. Die Empfehlungen bestärken und unterstützen die bereits vollzogenen und geplanten Aktivitäten der Standortförderung Region Winterthur. Ein gemeinsamer Auftritt zum Beispiel mit Logo (Markenlogo) wird empfohlen.

Es wird auch empfohlen, dass aus der Stadt-Marke Winterthur und den Überlegungen zu einer Marke Region Winterthur künftig eine einzige Marke Winterthur besteht. Die Marke Region Winterthur und die Stadt-Marke Winterthur parallel (zumindest gegen Aussen) zu führen, muss als problematisch beurteilt werden. Gleichzeitig liegt es auf der Hand, dass der Inhalt einer Marke Winterthur vor allem auch durch die Stärken der Stadt Winterthur gefüllt werden muss. Aber nicht nur: Der vorliegende Bericht zeigt auch wesentliche Stärken der Region als ganzes auf.

Nachfolgend werden einige Themenbereiche vorgeschlagen, die sich zur Positionierung der Region Winterthur anbieten. Dies im Sinne eines ersten Ausblickes, als Denkanstoss und Basis für weitere Diskussionen, die auf dem Weg zur Marke Winterthur stattfinden müssen. Die Bezeichnungen besitzen den Status von Arbeitstiteln.

«Leben und Arbeiten in der Region Winterthur»

«Leben und Arbeiten in der Region Winterthur» (Arbeitstitel)

Obwohl Stadt und Region Winterthur traditionell ein starkes Wirtschaftszentrum sind, liegt die Arbeitsplatzdichte deutlich unter dem Kantonsschnitt und auch unter dem Landesdurchschnitt. Die Region besitzt aber durchwegs das Potential, vermehrt Arbeitsplätze zu schaffen und somit auch verstärkt Arbeiten am Wohnort zu ermöglichen. Damit liesse sich der Druck auf die Verkehrs-Infrastruktur teilweise lindern. Dass die Region Winterthur als alternativer Geschäftsstandort etwa zur Stadt Zürich oder zum Glattal bestehen kann, zeigt die aktuelle Entwicklung. Ebenso ist die Region attraktiv für Unternehmen aus dem ganzen Raum Ostschweiz, die sich näher an der Wirtschaftsmetropole positionieren möchten.

Unterstützend:

- Traditionelles Wirtschaftszentrum und entsprechendes Image
- Beste Lage und Erschliessung
- Hohe Lebensqualität

Massnahmen:

- Weitere Verstärkung der Positionierung der Region als Wohnort und Wirtschaftsstandort
- Umfeld zur weiteren Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region schaffen
- Verfügbarkeit und Bestand Industrie- und Gewerbebauland fördern
- Qualitatives Wachstum des Wohnraumangebotes

blueRegion

«blueRegion» (Arbeitstitel)

Der Begriff «blue» hat in jüngerer Zeit im Rahmen der Nachhaltigkeitsdebatte eine eindrückliche Karriere beschritten. Dabei bezieht sich der Begriff «blue» auf den blauen Planet Erde und soll gleichbedeutend sein mit Zukunftsorientierung und Lebensqualität. Die Region Winterthur gilt als naturnahe, grüne Region mit hoher Lebensqualität – unbestritten ein Erfolgsfaktor. Kombiniert wird diese Eigenschaft mit den Bestrebungen, der nachhaltigen Entwicklung der Region grosses Gewicht beizumessen (Stichworte: Cluster energie bewegt winterthur, Energiestadt, aktive Cleantechbranche, starke Bau- und Haustechnikbranche → «greenBUILD» oder das Projekt mit-tim in Effretikon).

In der Region Winterthur kann man sich nicht nur wohlfühlen – gleichzeitig bietet die Region auch ein überdurchschnittliches Angebot im Bereich Gesundheit im weitesten Sinne. Auch dieser Bereich unterstützt das Alleinstellungsmerkmal blueRegion. Ebenso das vielfältige Bildungsangebot in der Region und die eigentliche Bildungsstadt Winterthur.

In diesen Überlegungen spielt auch der erste Sektor eine relativ bedeutende Rolle, neben der klassischen Landwirtschaft ist der Wein- und Obstbau, die Pferdezucht und auch die landwirtschaftliche Ausbildung (Strickhof / Aussenstation ETH) stark in der Region vertreten. Zudem wird in der Region seit einiger Zeit ein Tafelwasser produziert und als Wasser aus der Region vermarktet.

Unterstützend:

- Intakter Naturraum
- Ausgeprägte Kulturlandschaft
- Clusterbestrebungen und Unternehmen mit Potential im Bereich Cleantech
- Bildungsregion
- Gesundheitsregion
- Private und öffentliche Initiativen (myblueplanet, Blue-Tech, Nullenergie-gewerbe- und Wohnbauten, Sitz des Club of Romes, u.a.m.)

Massnahmen:

- Positionierung der Region Winterthur als «blueRegion»
- Unterstützung der Entwicklung des Clusters Cleantech
- Weiterentwicklung der Bildungsstadt Winterthur und der Bildungsregion
- Weiterentwicklung der Gesundheitsregion Winterthur

Vielfältige Kulturstadt in lebendiger Kulturlandschaft

«Vielfältige Kulturstadt in lebendiger Kulturlandschaft» (Arbeitstitel)

Die Stadt Winterthur besitzt Kulturgüter von Weltruf und eine lebendige Museumslandschaft. Das Bild der Region ist aber auch geprägt durch unzählige Zeugen einer bewegten Industriekultur – gerade auch in diesem Bereich ist das Angebot an kulturellen «Erlebnissen» überdurchschnittlich. Auf der anderen Seite macht die intakte Kulturlandschaft den Reiz der Region aus.

Unterstützend:

- Kulturinstitutionen von Weltrang in der Region (vor allem Stadt Winterthur)
- Zeugen der Industriekultur
- Lebendige Kulturlandschaft
- Ausgeprägtes Mäzenatentum

Pionierleistungen und Innovation

Massnahmen:

- Das Thema Kultur als Schlüssel vor allem in der Positionierung der Stadt Winterthur verwenden
- Ebenso die Themen Kulturlandschaft und Zeugnisse der Industriekultur als Teil der traditionsreichen Geschichte der Region verstärkt betonen

«Pionierleistungen und Innovation» (Arbeitstitel)

Die Region Winterthur ist bekannt wegen ihrer langen Industriegeschichte. In der Region Winterthur haben unzählige Innovationen ihren Ursprung. Die Branchen Maschinenbau, Medizinaltechnik und Mechatronik haben eines gemeinsam: In der Region Winterthur werden nicht nur auf sehr hohem Niveau (Weltmarktleader) Forschung und Entwicklung betrieben, sondern auch produziert. Die Branchen sind nicht nur geprägt von den grossen Unternehmen, sondern auch von kleineren Zulieferern und Dienstleistern. Es ist festzustellen, dass internationale Unternehmen in Winterthur ganze Forschungsgruppen aus dem Ausland in die Region verlegen. Unterstützt wird der Erfolgsfaktor aber auch durch andere Branchen. Dies sind das Versicherungswesen, das Gesundheitswesen (inkl. Gesundheitsökonomie, LifeScience und Ausbildung) oder der ganze ICT-Bereich.

Die traditionelle Baubranche gilt nur beschränkt als innovativ. Dank der überdurchschnittlichen Stärke der Bau- und Haustechnikbranche in der Region, dank Unternehmen, die sehr auf Innovation setzen und vor allem auch vor dem Hintergrund des starken Aufwärtstrends von «greenBUILD» dürfte in Zukunft auch die Baubranche den Erfolgsfaktor «Innovation» stützen.

Die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, welche ihren Hauptstandort in Winterthur hat, wie auch der Technopark Winterthur unterstützen den Erfolgsfaktor und bieten die Möglichkeit einer engen Zusammenarbeit von Hochschule und Privatwirtschaft.

Unterstützend:

- Lebendige Tradition (Erfindungen / Innovationen aus der Region Winterthur)
- Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW
- Aussenstation ETH
- Berufsbildungsinstitutionen
- Branchenstruktur mit Innovationspotential
- Technopark als Innovationsschmiede

Massnahmen:

- Positionierung der Region als Ort, an dem Pionierleistungen Tradition haben und tagtäglich geschehen
- Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Privatwirtschaft fördern und unterstützen
- Integration auch in überregionalen Innovationsnetzwerken
- Zusammenarbeit mit dem Kanton Zürich bezüglich Aufbau und Pflege von Innovationsnetzwerken
- Veranstaltungen organisieren oder unterstützen, die der Innovationsförderung dienen

Eigenständiges Zentrum Nahe Zürich

Die Nähe zum wirtschaftlichen Zentrum der Schweiz ist zweifellos eine Stärke der Region Winterthur. Vor allem wenn man berücksichtigt, dass die Region Winterthur anders als das Glattal oder Limmattal noch immer über ein intaktes Landschaftsbild verfügt und von Zersiedelung noch nicht ganz so stark betroffen ist.

Die geographische Lage bringt aber auch erhebliche Risiken mit sich: Erhöhter Druck auf die Landschaft und auf die Infrastruktur, zunehmende Zersiedelung und starke Belastung der Infrastruktur, damit ist die hohe Lebensqualität potentiell bedroht.

Unterstützend:

- Nähe zur Stadt Zürich
- Nähe zur Ostschweiz
- Kurze Distanzen / Fahrzeiten
- Dort, wo der Puls schlägt

Massnahmen:

- Bekenntnis der Bedeutung der Nähe zu Zürich für die Entwicklung der Region Winterthur
- Eigenständigkeit herausstreichen
- Kommunikation, nicht nur Transitregion zu sein für Pendler- und Warenströme

Die nächsten Schritte

Mit der Publikation des vorliegenden Standortberichts konnte ein wichtiges Etappenziel erreicht werden. Die Bestandesaufnahme dient als Basis für die anstehenden weiteren Schritte:

- Umsetzung der in Kapitel 4.9 definierten Handlungsfelder
- Weiterführen der Markenarbeit
- Starke Positionierung und Sichtbarkeit der Region Winterthur auf Basis der Resultate der Markenarbeit

Diese Schritte können nur in enger Zusammenarbeit mit den involvierten und betroffenen Partnern geschehen. Eine wesentliche Bedeutung kommt diesbezüglich auch der Arbeitsgruppe Regiomarketing zu.



Anhang

Projektorganisation

Mit Absicht wurde darauf verzichtet, die Standortanalyse durch externe Experten durchführen zu lassen. Die Realisierung der Analyse ist für die Standortförderung Region Winterthur, wie auch für die Mitgliedsgemeinden als wichtiger Lernprozess anzusehen.

Projektorganisation

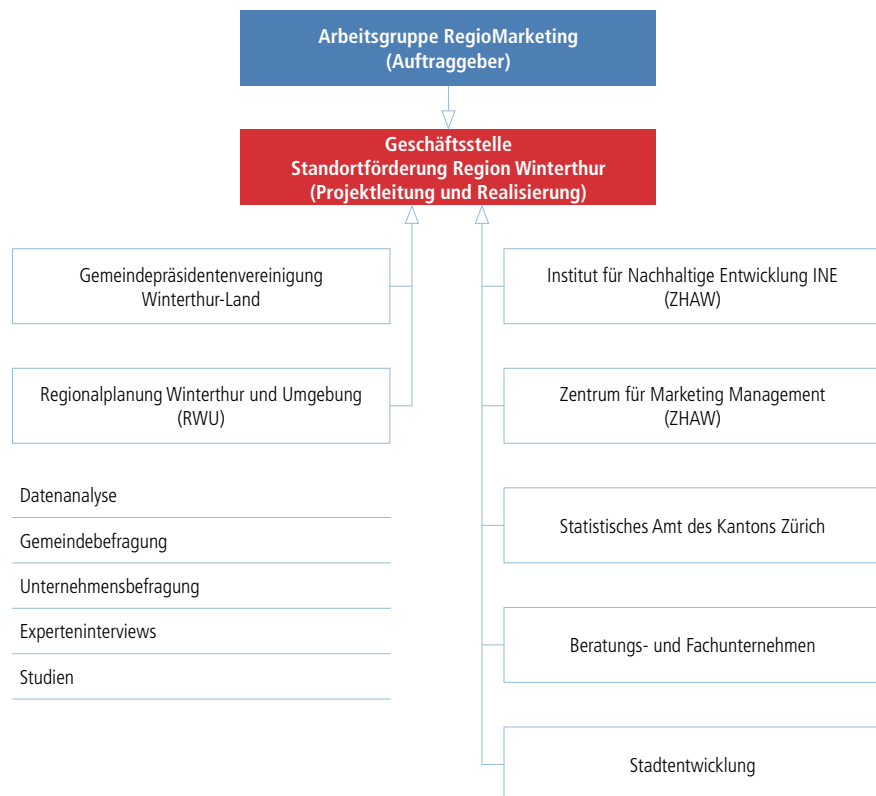


Abbildung 19: Graphische Darstellung der Projektorganisation

b) Datengrundlagen:

In die vorliegende Standortanalyse fließt eine grosse Menge quantitativer (statistische Grundlagen) aber auch qualitativer Daten ein. Eine breite Basis liefern die bei der öffentlichen Hand greifbaren statistischen Daten (vgl. hierzu auch die Publikation «Statistisches Jahrbuch des Kantons Zürich»).

Durch die Standortförderung Region Winterthur ermittelte Datengrundlagen stammen aus den folgenden Erhebungen:

Gemeindebefragung 2009

Im Frühjahr 2009 wurde eine detaillierte Gemeindebefragung bei den Mitgliedsgemeinden der Standortförderung Region Winterthur zum Standort Region Winterthur durchgeführt. Es wurden die Themen Image, Standortfaktoren, Wirtschaft, Wohnen und Immobilien in den Dimensionen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft abgefragt.

Unternehmensbefragung 2009

Im Sommer 2009 wurden rund 700 Firmen aus der Region Winterthur zum Standort Region Winterthur befragt. Hauptgewicht lag auf dem Image der Wirtschaftsregion, deren Stärken und Schwächen und grundsätzlich auf den für die Unternehmen relevanten Standortfaktoren.

Befragung vom Studierenden

Studierende an der ETHZ und der Universität Zürich wurden im Rahmen eines Gastreferates zum Image der Region Winterthur befragt.

Experteninterviews

Für den Standort Winterthur wurden ausgewählte Personen, welche einen Bezug zu Winterthur haben anhand eines Experteninterviews zur Region Winterthur, insbesondere den Stärken/Schwächen und dem Image befragt.

Im Hinblick auf die Erarbeitung der Analyse wurden die folgenden Studien bei Dritten in Auftrag gegeben:

- Dominic Bentz, Statistisches Amt des Kantons Zürich: Die Wirtschaftsregion Winterthur.
- Michael Stäheli, Zentrum für Marketing Management (ZHAW): «Soll Winterthur als Stadt oder als Region auf dem Markt auftreten», Bachelorarbeit. Winterthur.
- PricewaterhouseCoopers: Die Region Winterthur im regionalen, interkantonalen und internationalen Steuervergleich.
- ZHAW, 2009: Abschlussbericht. Priorisierung der 13 Strategischen Erfolgsfaktoren. Winterthur.

Im Weiteren dienten zahlreiche Studien, Analysen und Berichte als Grundlage für die Standortanalyse zur Region Winterthur. Eine vollständige Aufzählung findet sich im Anhang.

Projekt Lebens- und Wirtschaftsraum Region Winterthur

Die Ziele des vorliegenden Berichts sind vielfältig. Es ist das erste Mal, dass für die Region Winterthur eine derart umfassende Analyse erstellt wird. Für die Standortförderung Region Winterthur bedeutet dies ein entscheidender Schritt in Richtung gemeinsamer Zusammenarbeit mit der gesamten Region. Auf der Basis der Analyse lassen sich die weiteren Handlungsfelder der Standortförderung Region Winterthur definieren. Es sollen aber auch politische Prozesse angestoßen werden, welche die Attraktivität (und Konkurrenzfähigkeit) der Region voranbringen. Im Vorfeld wurde als erster Schritt ein interner Bericht erstellt.

Die Stadt Marke Winterthur

In einem über einjährigen, intensiven Prozess wurde unter Einbezug einer breiten Trägerschaft von Stadtentwicklung, Standortförderung Region Winterthur sowie Winterthur Tourismus die Stadt-Marke Winterthur erarbeitet. Der Fokus lag auf Interviews, Literaturstudium und Augenscheinnahme diverser Anlässe. Zu eruieren waren tragende Säulen und Dynamismen der Stadt Winterthur. Grundsätzlich stellte man sich Fragen wie: Welches soll die wirtschaftliche Ausrichtung sein? Welches ist die Rolle gegenüber Zürich? Welches sind die Chancen und Potentiale, die genutzt werden können?

Schlussendlich konnten 13 Erfolgsfaktoren definiert werden, welche die «Expertensicht» auf die Stadt-Marke Winterthur wiedergeben.

Erfolgsfaktoren der
Stadt-Marke Winterthur

Traditionsreicher Standort für Hightech-Industrie und -Engineering	■
Versicherungszentrum	■
Vielfältige Gesundheitskompetenz	■
Führendes Zentrum für praxisorientierte Ausbildung	■
Lebendige Studentenstadt	■
Pionierleistungen auf vielen Gebieten	■
Hier hat hohe Qualität einen fairen Preis	■
Persönlicher Charakter	■
Die Gartenstadt	■
Eigenständiges Zentrum - nahe Zürich	■
Hochwertiges Kulturangebot für jeden Geschmack	■
Kulturinstitutionen von nationalem und internationalem Rang: Aktuell, Sammlungen Reinhart, Technorama, Fotozentrum, Casinotheater	■
Guter Standort für Eigeninitiative und engagierte Förderer	■

■ Bestehend ■ Weiterentwicklung ■ Zielfaktor

Abbildung 20: Die 13 Erfolgsfaktoren der Stadt-Marke Winterthur (Handbuch Stadt-Marke, 2008)

Standortförderung Region Winterthur

Die Standortförderung Region Winterthur ist ein unabhängiger Verein, der sich für den Wirtschaftsstandort und die Wohnregion Winterthur engagiert. Zu den wichtigsten Aufgaben zählen die Standortpromotion, die Wirtschaftsförderung und das Wohnortmarketing. Zu den Dienstleistungen gehören neben Beratungen für ansiedlungsinteressierte sowie bereits ansässige Unternehmen und Privatpersonen auch die Unterstützung bei der Suche nach Wohnraum, gewerblichen Liegenschaften und Bauland sowie die Initiierung und Begleitung von ausgewählten Projekten.

Die Standortförderung Region Winterthur ist unabhängig und wird von den Städten Winterthur und Illnau-Effretikon sowie von rund 20 Gemeinden aus der Region, Wirtschaftsverbänden und Unternehmungen aus der Privatwirtschaft getragen.



STANDORTFÖRDERUNG
REGION WINTERTHUR

Im Hauptbahnhof
Postfach
CH-8401 Winterthur
Tel. +41 52 267 67 97
Fax +41 52 267 67 98
office@standort-winterthur.ch
www.standort-winterthur.ch