

Jahresbericht 2006

Mai 2007



Editorial	Seite 3
Überblick	Seite 4
Rückblick	Seite 6
Engagements	Seite 12
Projektgruppen	Seite 15
Publikationen	Seite 18
Repräsentation	Seite 20
Verein Stadtmarketing Winterthur 2006	Seite 21
Erfolgsrechnung und Bilanz	Seite 22
Bericht Revisionsstelle	Seite 23

Impressum

Texte: Dieter Bachmann (Geschäftsführer Standortförderung Region Winterthur)
Jasmin Bodmer (Kommunikation Standortförderung Region Winterthur)

Redaktion: Jasmin Bodmer

Fotos: alle Rechte bei Standortförderung Region Winterthur
ausser:

Seite 6, Bild Nr. 4: Karls Kühne Gassenschau

Seite 7, Bild Interview: Harald Müller

Seite 9, Bild Interview: Klinik Lindberg

Seite 11, Bild Interview: Standortförderung des Kantons Zürich

Seite 13, Bild Nr. 4: Walk of Fashion

Seite 14, Bild Nr. 5: Start Winterthur / Bild Nr. 6: Jungkunst

Seite 17, Bild Nr. 4: Genilem

Auflage: 1300

Gestaltung: Schaer-Design, Winterthur

Auf Erfolgskurs mit Blick in die Region



Nach einer schwierigen Phase des wirtschaftlichen Umbruchs, die geprägt war durch den Verlust von Arbeitsplätzen und den damit verbundenen Bevölkerungsschwund, hat sich Winterthur in den letzten Jahren als eigenständiges und pulsierendes Zentrum etabliert, auf das wir stolz sein dürfen. Die Entwicklung zum starken Wirtschafts- und Wohnstandort erfolgte über Jahre und keineswegs zufällig. Im Gegenteil: zur erfolgreichen Förderung des Standorts Winterthur braucht es ein vielseitiges Instrumentarium. Eines, wie es sich das Stadtmarketing Winterthur trotz bescheidener Ressourcen erarbeitet hat. Die Organisation verfügt über die notwendige Erfahrung, über die wichtigen und vor allem richtigen Kontakte und Partnerschaften sowie über die Weitsicht, Standortförderung auf lange Sicht und mit langem Atem zu betreiben.

Einst als Pionierinstitution gegründet, hat das Stadtmarketing Winterthur eine umtriebige Aufbauphase und eine Reihe organisatorischer und strategischer Änderungen hinter sich. Nicht immer waren alle vom Tun und Walten überzeugt. Dank stetem Engagement und bemerkenswerten Erfolgen erfreut sich die Organisation heute breiter Akzeptanz in der wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Arena. Und dank der zustimmenden Haltung der Stadt Winterthur, der Regionsgemeinden und der Unterstützung weiterer wichtiger Partner konnte die Finanzierung für die kommenden drei Jahre gesichert werden.

Damit der Erfolg auch in Zukunft anhält, ist eine intensive Zusammenarbeit aller Beteiligten notwendig. Die enge Vernetzung mit der Stadtverwaltung,

der Stadtentwicklung, den Gemeinden sowie weiteren Trägerschaften wie Winterthur Tourismus, City-Vereinigung Junge Altstadt sowie verschiedenen Wirtschaftsverbänden ist sicher ein grosser Vorteil. Darüber hinaus braucht es aber auch eine regionale Koordination aller Interessen, denn die Entwicklung des Standorts Winterthur endet nicht an den Stadtgrenzen, und die Unterstützung des Stadtmarketing Winterthur geht über die Stadt hinaus.

Das wurde beiderseits erkannt, weshalb Stadt und Region in Zukunft noch enger zusammenarbeiten werden. Mit einem erhöhten Mitgliederbeitrag für eine starke Standortförderung haben die Gemeinden einen ersten Schritt getan. Einen weiteren grossen Schritt unternahm das Stadtmarketing Winterthur anfangs Februar 2007 mit einer Zweck- und Namensänderung zur Standortförderung Region Winterthur. Diese Schritte sind erfreulich und stimmen zuversichtlich, dass sich die Standortförderung Region Winterthur auch in Zukunft behaupten und der Stadt und Region Winterthur wirkungsvolle Dienste leisten wird.

Ernst Wohlwend

Stadtpräsident Winterthur und Präsident des Vereins Standortförderung Region Winterthur

Vielseitiges Engagement für den Standort Winterthur

Zum anhaltenden Aufschwung Winterthurs tragen insbesondere drei Faktoren bei: Winterthur ist eine attraktive Wohnstadt, die vermehrt auch steuerkräftige Personen und junge Leute anlockt. Winterthur ist ein starker Wirtschaftsstandort, der ein gutes Pflaster für innovative Unternehmen bietet. Und Winterthur ist ein Zentrum für praxisorientierte Ausbildung. Nebst der Attraktivitätssteigerung dieser Standortfaktoren war das Stadtmarketing Winterthur intern vor allem mit der Neufinanzierung und dem Entwickeln eines einheitlichen Förderleitbildes für die Region Winterthur beschäftigt. Ein Überblick:

Wohnstandort

Zusätzlich zu gängigen Wirtschaftskennzahlen ist auch die Bevölkerungszahl ein Indiz für einen starken Standort. Die Gesamtbevölkerungszahl Winterthurs hat von 96'144 im Jahr 2005 auf 97'732 im Jahr 2006 zugenommen. Das entspricht einer Differenz von 1'588 Personen oder einem Anstieg der Gesamtbevölkerung um 1.7 Prozent. Besonders erfreulich ist der Zuzug von immer mehr jungen Personen, die Winterthur als Arbeitsort und Wohnmittelpunkt wählen. Dies sicher auch, weil die Lebens- und Wohnqualität in Winterthur zu fairen Preisen zu haben ist als in anderen Zentren. Eine 2006 publizierte Studie der Credit Suisse untersuchte das frei verfügbare Einkommen und setzte es in Relation zur finanziellen Wohnattraktivität einer jeweiligen Region. Das Ergebnis: Als einzige Schweizer Grossstadt erreicht Winterthur überdurchschnittliche Werte und erweist sich damit als äusserst attraktiver Wohnstandort. Das Stadtmarketing Winterthur trägt diese Entwicklung weiter durch Werbetätigkeiten, Roadshows und die Unterstützung von Grossveranstaltungen. Des weiteren sensibilisiert die Organisation potenzielle Investoren für Bauten und Bauvorhaben in und um Winterthur und setzt auf eine enge Zusammenarbeit mit Immobilienvermittlern. Auch der regelmässige Austausch mit Vertretenden der Stadtentwicklung, Winterthur Tourismus, der City-Vereinigung Junge Altstadt und verschiedener Sportvereine sowie weiteren Partnern ist dem Stadtmarketing Winterthur ein wichtiges Anliegen.

Wirtschaftsstandort

Das Bundesamt für Statistik hat kürzlich die Ergebnisse der Betriebszählung 2005 eröffnet. Die Erhebung zeigt zwar einen Rückgang der Anzahl Arbeitsplätze im Kanton und der Stadt Zürich. Von diesem Trend war Winterthur aber in weitaus geringerem Ausmass betroffen, was dafür spricht, dass sich die Winterthurer Wirtschaft erholt hat. Betrachtet man die ganze Region im Jahr 2006, so ist erfreulicherweise eine Zunahme an Stellen – vor allem auch im Teilzeitbereich – feststellbar. Ebenfalls hilfreich ist, dass im Umkreis von Winterthur und Umgebung eine stattliche Anzahl qualifizierter Arbeitskräfte zur Verfügung steht. Der Faktor verfügbare Arbeitskräfte gewinnt im Standortwettbewerb immer mehr an Bedeutung.

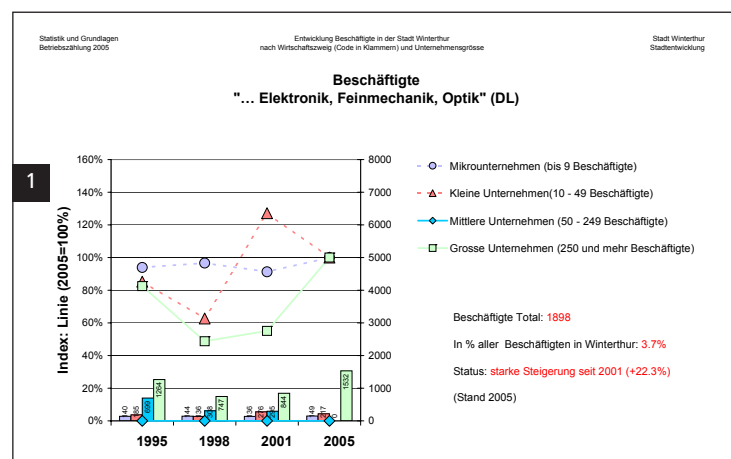
Verfügbarkeit von Personal

Ort:	15 km	30 km
Winterthur	131 947	622 012
St. Gallen	98 157	185 014
Schaffhausen	33 130	117 638

(Quelle: Bundesamt für Statistik)

Ebenso interessant wie die Gesamtzahl der Beschäftigten sind die Wirtschaftszweige, die eine Steigerung der Beschäftigten verzeichnen können. Zugelegt haben die lange totgesagte Maschinenbau-Branche mit einer Steigerung von 18,7 Prozent sowie die Bereiche Elektronik, Feinmechanik und Optik mit 22,3 Prozent (siehe Abbildung 1). Zur Unterstützung und Stärkung des Wirtschaftsstandorts hat das Stadtmarketing Winterthur ein schweizweit einzigartiges Konzept entwickelt,

1 Anzahl Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen und Unternehmensgrössen
(Quelle: Fachstelle Statistik Winterthur)



welches das Jungunternehmertum sowie die Bestandespflege von Unternehmen nachhaltig fördert. Ein weiteres wichtiges Anliegen bilden die Förderung von Wirtschaftsklustern sowie die Vernetzung von Unternehmen. Hier profitierte das Stadtmarketing Winterthur von seiner konsequenten Pflege des Kontaktnetzes zu wichtigen Partnern wie der Handelskammer- und Arbeitgebervereinigung Winterthur (HAW), dem KMU-Verband Winterthur und Umgebung, dem Technopark Winterthur sowie weiteren Verbänden. Einen weiteren Aufgabenschwerpunkt setzte das Stadtmarketing Winterthur auch im 2006 bei der Beratung, indem es als hilfreiche Anlaufstelle für unternehmerische Belange aller Art und als Ansprechpartner für ansiedlungsinteressierte Unternehmen aus dem In- und Ausland fungierte.

Bildungsstandort

Mit ihren zahlreichen Berufs- und Fachschulen ist Winterthur ein Zentrum für praxisorientierte Berufsbildung geworden und verfügt über ein breites Aus- und Weiterbildungsangebot. Die Zürcher Hochschule Winterthur (ZHW) ist eine der grössten Mehrsparten-Fachhochschulen der Schweiz und Mitglied der Zürcher Fachhochschule ZFH. Durch den steten Kontakt mit der ZHW, das Betreuen von Diplomarbeiten sowie durch die Finanzierung und Mitarbeit an KTI-Förderprojekten leistete das Stadtmarketing Winterthur einen wertvollen Beitrag zur Stärkung des Bildungsstandortes Winterthur. Der Wissenstransfer von der Hochschule und Wissenschaft in die Wirtschaft muss sich an der Förderung von Unternehmen und an den zahlreichen Start-ups und Jungunternehmen zeigen, die in der Wirtschaftsregion Winterthur entstehen und den Wirtschaftsstandort Winterthur stärken. Eine Aufgabe, an der weiter intensiv gearbeitet werden muss.

Finanzierung 2007 bis 2009

Das Jahr 2006 stand auch im Zeichen der Neufinanzierung. Das Stadtmarketing Winterthur führte über 90 Gespräche mit Mitgliedern oder potenziellen Neumitgliedern. Auch der Vorstand hat tatkräftige Lobby-Arbeit geleistet. Dank erheblichem Engagement aller beteiligten Akteure ist es gelungen, sogar

einige neue Mitglieder zu werben und die Finanzierung für den Zeitraum 2007 bis 2009 sicherzustellen.

Vom Stadtmarketing Winterthur zur

Standortförderung Region Winterthur

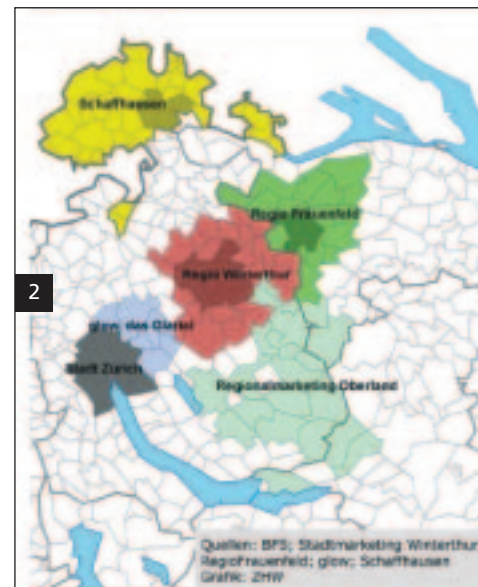
Im Jahr 2006 arbeitete eine Arbeitsgruppe (Gemeindepräsidenten der umliegenden Gemeinden, Stadtpräsidenten von Winterthur und Illnau-Effretikon und Stadtmarketing Winterthur) unter der Leitung von Dr. Jürg Spiller an einer Vision «Region Winterthur». Aufgrund der offensichtlichen Konkurrenzsituation mit benachbarten Wirtschaftsräumen stellt die Region Winterthur mit Ausnahme der Aktivitäten der Stadt Winterthur ein wirtschaftspolitisches Vakuum dar. Dies bewegte die Arbeitsgruppe, gemeinsam mit dem Institut für nachhaltige Entwicklung der Zürcher Hochschule Winterthur Leitideen für die Region zu entwickeln. In diesem Zusammenhang finanzierte das Stadtmarketing Winterthur eine Studie zur strategischen Neuausrichtung auf die Region Winterthur. Als Resultat der eindringlichen Auseinandersetzung empfahl die Arbeitsgruppe eine Namens- und Zweckänderung des Vereins Stadtmarketing Winterthur, um die nachhaltige Förderung der gesamten Region Winterthur zu gewährleisten.

Mit vollem Elan in die Zukunft

Das Stadtmarketing Winterthur erfreute sich auch im 2006 eines guten Rufes und erhielt über die Regionsgrenzen hinaus Anerkennung für seine Leistungen. Dieser Erfolg war nur möglich dank einem engagierten Team, der ergiebigen Zusammenarbeit mit strategischen Partnern und der grosszügigen Unterstützung aller Mitglieder. Sie alle setzten sich unermüdlich für die Stadt und Region ein. Für diesen Einsatz gebührt den Beteiligten ein grosses und herzliches Dankeschön.

Dieter Bachmann

Geschäftsführer Standortförderung Region Winterthur



Gemeinsam sind wir stark

Die Wirtschaftsförderung und das Wohnstadtmarketing blicken dank ihrem unermüdlichen Einsatz in Arbeitsgruppen, an Anlässen und in Projekten auf ein erfolgreiches Jahr zurück.



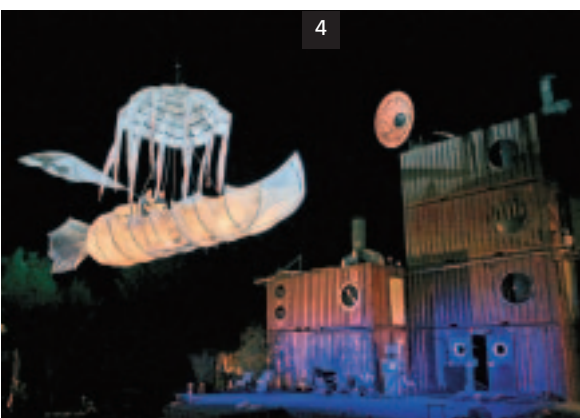
1



2



3



4



5

ANSIEDLUNGEN

Eines der wichtigsten Ziele bildete auch im Jahr 2006 die Ansiedlung von Unternehmen und Privatpersonen. Dieses Unterfangen gestaltet sich zunehmend anspruchsvoll. Nebst raschen Entscheidungswegen spielen geeignete Immobilien, passendes Bauland sowie steuerliche Anreize für Unternehmen eine wichtige Rolle. Letztere kann das Stadtmarketing Winterthur im Gegensatz zu den Kantonen Thurgau oder Schaffhausen nicht bieten. Winterthur punktet aber mit anderen Vorteilen und bleibt ein attraktiver Wohn- und Wirtschaftsstandort. Das belegen die gestiegene Anzahl Anfragen von externen Privatpersonen und Unternehmen sowie die erhöhte Anzahl Leads, die das Stadtmarketing Winterthur von seinen Partnern und anderen Standortförderungsorganisationen erhalten hat.

Geschäftskontakte	106
Geschäfte mit «positivem» Ausgang	20
dadurch geschaffene oder erhaltene Stellen	340
Geschäfte ohne Ergebnis bzw. mit «negativem» Ausgang	53
Pendente Geschäfte	33

Wirtschaftsförderung: Art der Geschäfte im Jahr 2006	Anzahl
Arbeitsgruppen	16
Repräsentationsanlässe	über 150
Meetings und Sitzungen	über 800
Beratung und Begleitung von Jungunternehmen	44

Im vergangenen Jahr hat das Stadtmarketing Winterthur 106 Kontakte zu Unternehmen gepflegt, wovon 20 Kontakte zu einer Ansiedlung oder Gründung und somit zur Schaffung oder Erhaltung von über 340 Stellen führten. Diese Unternehmen prognostizieren für das laufende Jahr ein Stellenwachstum von 15 bis 20 Prozent. Bei 33 aktuellen Kontakten ist der Standortentscheid noch nicht gefallen. Vom Zuzug profitierte auch das lokale Gewerbe durch Aufträge, vor allem in den Bereichen Beratung, IT- und treuhänderische Dienstleistungen. Nebst der Betreuung von auswärtigen Interessenten nahm die Bestandespflege von Unternehmen eine wichtige Rolle ein. So hat das Stadtmarketing Winterthur im vergangenen Jahr 44 ansässige Jungunternehmen und Unternehmen aus der Region Winterthur vermehrt beraten.

Neu angesiedelte Unternehmen ziehen oft steuerkräftige Kadermitarbeitende mit ihren Familien an den neuen Standort nach. Dem Stadtmarketing Winterthur gelang es vermehrt, Mitarbeitende und ihre



... Harald Müller,
CEO Secura Services AG

Familien von den Vorteilen der Region Winterthur als Wohnort zu überzeugen, auch wenn das Unternehmen selbst nicht in Winterthur ansässig wurde. Dank der zahlreichen Anfragen unterstützte das Stadtmarketing Winterthur über 40 Ansiedlungen von Privatpersonen oder Familien. Unter anderem konnten zahlreiche Mitarbeitende der in Schaffhausen ansässigen Unilever Schweiz GmbH sowie Kadermitarbeitende der Klinik Lindberg nach Winterthur geholt werden. Die Anfragen über das Wohnvermittlungsnetz des Stadtmarketing Winterthur zeigten eine Tendenz zu Mietobjekten.

Wohnstadtmarketing: Art der Geschäfte im Jahr 2006	Anzahl
Arbeitsgruppen	10
Repräsentationsanlässe	über 120
Meetings und Sitzungen	über 650
Telefonische Beratungen	über 300
Unterstützungen via Wohnvermittlungsnetz für gehobene Ansprüche	über 40

Übersicht Immobilien-Bulletin	2004	2005	2006
Inserate Total	249	293	295
Auflage Immobilien-Bulletin	2500	2700	2900

Bei der wichtigen Ansiedlungsaufgabe ist das Stadtmarketing Winterthur immer wieder auf kompetente Partner angewiesen. Besonders bewährt hat sich die enge Zusammenarbeit mit anderen Standortförderungsorganisationen, dem International Club Winterthur, der International School Winterthur sowie Relocation-Firmen.

Die verschiedenen Anspruchsgruppen verlangen eine fachkundige und immer intensivere Betreuung. So hat das Stadtmarketing Winterthur im vergangenen Jahr rund 3000 telefonische Beratungen durchgeführt und rund 700 Telefon- oder E-Mail-Anfragen bearbeitet. Auch die umfassende und stete Information wird immer wichtiger. Deshalb hat das Stadtmarketing Winterthur im Jahr 2006 besonderen Wert auf seine Kommunikationsarbeit gelegt. So wurde die Website komplett neu überarbeitet und gestaltet. Auch die Öffentlichkeitsarbeit wurde intensiviert, was in einer erhöhten Anzahl Pressemitteilungen und Fachbeiträgen resultierte.

STANDORTPROMOTION

INVESTORENEVENT. Diesen in seiner Aufmachung wohl einzigartigen Anlass organisierte das Stadtmarketing Winterthur im Juni gemeinsam mit der Stadt Winterthur. Der Investorenevent sollte einen nachhaltigen Beitrag zur Steigerung der Bekanntheit Winterthurs und seiner hervorragenden Potenziale bei den Entscheidungsträgern grosser Immobilieninvestoren leisten. Der Anlass fand im aufstrebenden Sulzerpark

Warum haben Sie sich für Winterthur entschieden?

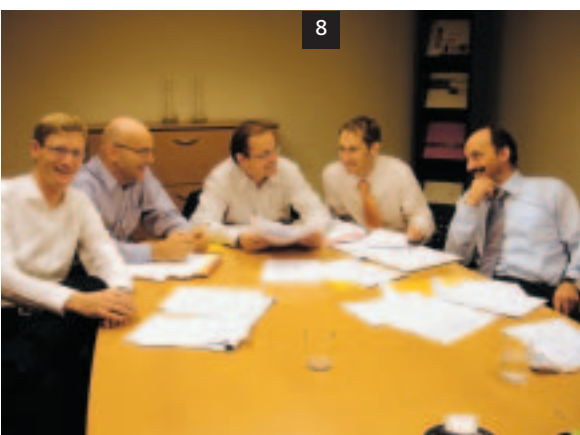
Als international ausgerichtete Unternehmensgruppe ist für uns eine erstklassige Anbindung an Bahn, Flughafen und Autobahnnetz besonders wichtig. Ein weiterer wichtiger Punkt war die Verfügbarkeit geeigneter Büroimmobilien sowie die Möglichkeit zur bedarfsgerechten Erweiterung. Der wichtigste Standortvorteil für unser Unternehmen ist jedoch die Situation auf dem Personalmarkt.

Wo sehen sie Entwicklungsmöglichkeiten für den Wirtschaftsraum Winterthur?

Sicherlich sollte man kritisch die Steuersituation überdenken. Punkto Steuerattraktivität könnte Winterthur noch zulegen. Für uns hat nur die gute Lage am Arbeitsmarkt im Grossraum Winterthur dieses Entscheidungsmerkmal kompensiert. Die Stadt und Region Winterthur könnte vielleicht mehr für die International School Winterthur tun. Oft ist es diese Art Schule, die für ausländische Unternehmen bzw. auch die Mitarbeitenden zum allein ausschlaggebenden Faktor wird.

Wie beurteilen Sie die Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing Winterthur?

Das Stadtmarketing-Team stand schnell und auch auf kurzen Zuruf immer zur Verfügung. Die für uns notwendigen Kontakte wurden durch die Organisation geknüpft, und die entscheidenden Wege vorbereitet. Im Zuge unserer Ansiedlung hat sich das Stadtmarketing Winterthur als kompetenter Mittler erwiesen. Andere Standorte, die wir im Zuge unserer vorbereitenden Untersuchung ebenfalls kontaktiert hatten, waren in der Ansiedlungsberatung nicht ganz so überzeugend.



Oberwinterthur auf dem eigens frühzeitig fertig gestellten Gelände SILO 8 der landesweit bekannten Künstlergruppe Karl's Kühne Gassenschau statt. Über 100 geladene Vertreter der grössten Immobilienanleger aus der ganzen Deutschschweiz fanden sich in der Zeltstadt ein, um sich den Investitionsstandort Winterthur näher bringen zu lassen. Drei Highlights in eigener Sache rundeten den Anlass ab: Die renommierte Architekturzeitschrift «Hochparterre» präsentierte eine Sonderbeilage über die Entwicklung der Stadt Winterthur. Als Premiere flimmerten zwischen den Referaten Video-Testimonials über die Leinwand. In diesen Kurzclips stellten wichtige, schweizweit bekannte Entscheidungsträger mit Bezug zu Winterthur den Investitions-, Wohn- und Arbeitsort auf individuelle Weise vor. Als krönenden Abschluss genossen die Gäste Auszüge aus der neusten Gassenschau-Produktion «Silo 8».

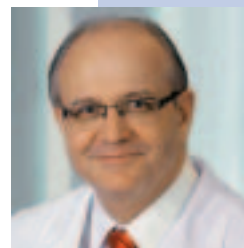
IMMOCLIPS. Das Stadtmarketing Winterthur produzierte verschiedene einminütige TV-Clips mit je vier Wohnobjekten in Winterthur, die einen Monat lang auf dem Regional-TV-Sender Tele Top liefen. Zielpublikum waren Neuzuzüger, Mieter und Käufer aus dem Sendegebiet von Tele Top. Ein Kurzintro zum Immoclip diente als Imagewerbung für die Wohnstadt Winterthur. Die attraktiv präsentierten Objekte sollten bei den Zuschauenden das Bedürfnis wecken, Eigentum im Grossraum Winterthur zu erwerben, interessante Zuzügerinnen und Zuzüger in die Region Winterthur zu bringen und gleichzeitig Immobilienanbieter beim Verkauf zu unterstützen. Dank prominent platziertem Logo diente der Immoclip ebenfalls der Positionierung und Steigerung des Bekanntheitsgrades des Stadtmarketing Winterthur.

EIGENHEIMMESSE. Das Team des Stadtmarketing Winterthur war an der jährlichen Fachmesse für Eigenheiminteressierte mit einem Stand in den Eulachhallen Winterthur vertreten und gab Auskunft zum Wohnort Winterthur, zu einzelnen Projekten und geplanten Arealentwicklungen. Unterstützt wurde das Stadtmarketing Winterthur von Mitarbeitenden des Bauamts, Experten für Energieberatung sowie Stadtpräsident Ernst Wohlwend. Das Informationsangebot wurde rege benutzt, und es konnten interessante Kontakte geknüpft werden. Ausserdem verteilte das Team rund 150 Immobilien-Bulletins.

FÖRDERUNG JUNGUNTERNEHMEN

FÖRDERMODELL. Die gezielte Förderung von Start-ups und jungen Unternehmen sowie die Bestandespflege bildete auch im 2006 ein Kernanliegen des Stadtmarketing Winterthur. Anfangs Jahr wurde das eigens vom Stadtmarketing Winterthur entwickelte Fördermodell lanciert, welches Unternehmen je nach «Lebensphase» mit gezielten Massnahmen unterstützt.

JUNGUNTERNEHMERDORF. Eine beliebte Plattform für Jungunternehmen ist das Jungunternehmerdorf, das im Rahmen der Winterthurer Messe vom Stadtmarketing Winterthur zusammen mit den Sponsoren Credit Suisse, Der Landbote und Winterthurer Messe zum dritten Mal



*... Dr. med. Fritz Horber,
Chefarzt Innere Medizin an der
Klinik Lindberg, Winterthur.*

organisiert wurde. Zehn findige Start-ups konnten sich mit einem kostenlosen Stand an der Messe präsentieren und wertvolle Kontakte knüpfen.

JUNGUNTERNEHMER-COMMUNITY. Die Vernetzung von jungen Unternehmenden schreitet auch dank der vom Stadtmarketing Winterthur initiierten Jungunternehmer-Community voran. Sie wurde 2005 im Rahmen des Siska Heuberger & Stadtmarketing Winterthur Jungunternehmerpreises gegründet, im 2006 ausgebaut und zählte Ende 2006 rund 60 Mitglieder. Die Jungunternehmenden haben eine Präsenz auf der Website des Stadtmarketing Winterthur, profitieren von Aufträgen von Siegern des Jungunternehmerpreises und werden mittels Newsletter regelmässig über Angebote und Veranstaltungen für Start-ups versorgt.

VENTURE APEROS. In Zusammenarbeit mit venturelab vom Institut für Jungunternehmen (IFJ), dem Technopark Winterthur, der ZHW und dem Stadtmarketing Winterthur fanden regelmässig Referate von Fachpersonen aus diversen Branchen statt. Die venture apéros dienen auch dem Networking zwischen Jungunternehmen und erfahrenen Unternehmen.

SPRECHSTUNDE FÜR UNTERNEHMER. Das Stadtmarketing Winterthur organisierte eine Expertenrunde, bei der Unternehmende auf walk-in-Basis Rat in allen unternehmerischen Belangen holen konnten. Die Sprechstunde für Jungunternehmer stiess allerdings auf mässiges Interesse und ist deshalb bis auf weiteres sistiert worden.

GENILEM. Praktische Hilfe für Jungunternehmen wird das Förderungsnetzwerk Genilem Zürich/Ostschweiz mit Sitz in Winterthur bieten. Genilem offeriert ein intensives Coaching-Programm, das während drei Jahren innovative Unternehmen bei der Gründung und in den ersten Geschäftsjahren kostenlos unterstützt. Das Stadtmarketing Winterthur war an der Gründung beteiligt und ist im Vorstand vertreten. Die Genilem-Initiative wird auch von der Handelskammer & Arbeitgebervereinigung Winterthur unterstützt.

BESTANDESPFLEGE UNTERNEHMEN

STELLENSCHAFFERPREIS. Im März 2006 wurde zum zweiten Mal der Stellenschafferpreis der Region Winterthur durchgeführt. Der Preis ehrt Unternehmen, die im vergangenen Jahr Stellen oder Lehrstellen geschaffen haben, und wird vom Stadtmarketing Winterthur zusammen mit den Sponsoren Der Landbote und Zürcher Kantonalbank organisiert. Als Novum wurden von den drei Gewinnern kurze Videoporträts gedreht, die an der Preisverleihung und in einer umfassenden Berichterstattung auf dem überregionalen TV-Sender Futura TV zu sehen waren.

UNTERNEHMERFORUM. Das Stadtmarketing Winterthur organisierte mit der Stiftung Lilienberg Unternehmerforum ein ganztägiges Erlebnisgespräch in Ermatingen und lud dazu 30 Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer sowie Mitglieder des höheren Kaders als Gäste ein. Das Lilienberg Erlebnisgespräch ist eine neue Form der Bildung, um firmenspezifische Verbesserungen zu initiieren.

Wie beurteilen Sie den Gesundheitsstandort Winterthur?

Die Stadt hält gesund (schmunzelt), unter anderem weil die Menschen nicht isoliert sind wie in einer Grossstadt und das Fitnessangebot riesig ist. Die meisten gesundheitlichen Probleme können hier in der Stadt behandelt werden. Wir haben genügend kompetente Ärzte und modernste medizinische Infrastrukturen vor Ort.

Sie wohnen seit kurzem auch in Winterthur. Warum haben Sie sich für den Wohnort Winterthur entschieden?

Ausschlaggebend war für mich ein kurzer Arbeitsweg. Wenn ich für einen Notfall gerufen werde, muss ich innert weniger Minuten an der Klinik Lindberg sein. Ich hätte mich aber umgekehrt nicht für diese Klinik entschieden, wenn mir der Standort nicht zugesagt hätte. Winterthur ist ganz einfach sympathisch.

Was schätzen Sie an Winterthur besonders?

Mein Alltag ist manchmal ziemlich hektisch. Die Stadt strahlt Ruhe aus, obwohl sie sehr gut mit der ganzen Welt vernetzt ist. Ich spüre hier Offenheit gegenüber neuen Ideen, vor allem auch von Seiten Stadtregierung.

Wie haben Sie die Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing Winterthur erlebt?

Besser kann man kaum betreut werden. Es ist angenehm, wenn man mit offenen Armen empfangen wird und man bei der Suche nach einem neuen Domizil so gut unterstützt wird.



11



12



13



14

- 1 Ansiedlung
- 2 Lilienberg
- 3 Sulzerareal
- 4 Silo 8
- 5 Eigenheimmesse
- 6 VIP-Lunch
- 7 Stellenschaffpreis
- 8 Wirtschaftswochen
- 9 Jungunternehmerdorf
- 10 Winterthurer Apéro
- 11 Winterthurer Apéro
- 12 International Club
- 13 Wirtschaftsforum
- 14 ZHW

WIRTSCHAFTSFORUM WINTERTHUR. Nach der Lancierung letztes Jahr luden zum ersten Mal die Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur (HAW) und das Stadtmarketing Winterthur gemeinsam zum Wirtschaftsforum Winterthur ein. Über 200 Gäste lauschten den Referaten namhafter Wirtschaftsvertreter.

VIP-LUNCH WIRTSCHAFTSFORUM. Vor dem Wirtschaftsforum traf sich das Stadtmarketing Winterthur mit einigen auswärtigen Gästen zu einem gemeinsamen Lunch im kleinen Kreise. Der ungezwungene Rahmen diente dazu, Entscheidungsträger und Multiplikatoren zusammenzubringen und gezieltes Lobbying für Winterthur zu betreiben. Der VIP-Lunch hat sich übrigens auch als guter Akquisitionskanal für ansiedlungsinteressierte Unternehmen erweisen.

THURGAU-TREFFEN. Auf Einladung des Stadtmarketing Winterthur trafen sich führende Exponenten des Wirtschaftsraumes Winterthur und der Wirtschaftsverbände (HAW und KMU) sowie der Stadtpräsident Winterthurs mit einer Delegation der Industrie- und Handelskammer Thurgau, des Gewerbeverbands Thurgau und dem Thurgauer Regierungsrat Dr. Kaspar Schläpfer. Ziel des Treffens war das gegenseitige Kennenlernen über die Kantonsgrenze hinaus sowie ein konstruktiver Austausch.

WINTERTHURER APERO. Der vom Stadtmarketing Winterthur organisierte Winterthurer Apéro ist zu einer beliebten Tradition geworden. Zur Veranstaltung im Herbst wurden Mitglieder, Unternehmende sowie Privatpersonen aus Winterthur und Umgebung eingeladen, die mit dem Stadtmarketing Winterthur zusammenarbeiten und die Organisation unterstützen. Als Gastreferent des Abends trat Rolf Sonderegger, CEO Kistler Instrumente AG, auf.

CLUSTERFÖRDERUNG

ICT-CLUSTER. Der vom Stadtmarketing Winterthur mit gegründete und unterstützte Informations- und Kommunikationstechnologie-Cluster Winlink ist im 2006 wiederum stark gewachsen und hat sich zum ICT-Wissensmotor für den Grossraum Zürich-Winterthur-Bodensee mit über einer Milliarde Umsatz und Unternehmen mit über 20'000 Mitarbeitenden entwickelt. Als Präsident fungiert ZHW-Rektor Prof. Martin Künzli. Das Stadtmarketing Winterthur sitzt als Gründungsmitglied im Vorstand von Winlink und verhalf Winlink unter anderem zu einer strategischen Partnerschaft mit dem MFG-Cluster Baden-Württemberg.

GESUNDHEITSCUSTER. In Zusammenarbeit mit der Stadtentwicklung Winterthur unterstützte das Stadtmarketing Winterthur den Gesundheitscluster unter anderem mit einer Veranstaltung zum Thema Wissens- und Technologiestandort Winterthur, an dem Vertretende der Zürcher Hochschule Winterthur sowie Entscheidungsträger aus der Wirtschaftsregion Winterthur teilnahmen.

ENGINEERING / MECHATRONIK / VERSICHERUNGSWESEN. Auch die Cluster in den Bereichen Engineering, Mechatronik und Versicherungs-

wesen sind für das Stadtmarketing Winterthur von Bedeutung, da sie zur zukünftigen Stärkung des Wirtschaftsstandortes Winterthur entscheidend beitragen werden. Die Organisation hat diesen Clustern im 2006 deshalb erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt.

WOHNSTADT WINTERTHUR

INTERNATIONAL CLUB WINTERTHUR. Auf Initiative des Stadtmarketing Winterthur wurde im März 2006 der International Club Winterthur gegründet. Der Club bezweckt die Vernetzung und Integration von Privatpersonen mit internationalem Hintergrund, internationalen Beziehungen und Interessen in und um Winterthur. Ein weiteres Ziel des Clubs ist der Aufbau internationaler Freundschaften. Durch die Bildung einer starken internationalen Gemeinschaft soll Winterthur unter anderem auch eine Sogwirkung als attraktive Wohnstadt für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer von international tätigen Firmen in Winterthur und der Region entwickeln. Am Vorstellungsanlass des Clubs nahmen rund 100 Personen aus 20 verschiedenen Nationen teil. Das Stadtmarketing Winterthur hat einen Sitz im Vorstand und stand dem Club in seinem ersten Jahr beratend zur Seite.

BILDUNGSSTADT WINTERTHUR

WIRTSCHAFTSWOCHEN. Wie jedes Jahr hat das Stadtmarketing Winterthur im Auftrag der Handelskammer und Arbeitgeber-Vereinigung Winterthur (HAW) die Wirtschaftswochen an drei Winterthurer Gymnasien durchgeführt. Um eine Sensibilisierung für wirtschaftliche Zusammenhänge zu erreichen, erprobten Jugendliche mittels eines Planspiels das Unternehmertum und führten eine Firma.

ZÜRCHER HOCHSCHULE WINTERTHUR. Erfreulich zu vermerken ist die intensivierte Zusammenarbeit mit verschiedenen Departementen der Zürcher Hochschule Winterthur, zum Beispiel mit KTI-Förderprogrammen und Regionenprojekten. Ausserdem initiierte das Stadtmarketing Winterthur eine redaktionelle Zusammenarbeit mit Studierenden des Studiengangs Journalismus und Organisationskommunikation und bot ihnen so eine Möglichkeit, ihr in der Theorie erlerntes Wissen im Projekt Stadtmagazin in die Praxis umzusetzen. Das Stadtmarketing Winterthur bot zudem beratende Unterstützung bei der Medienarbeit für das von Studierenden geführte Pub «BreakEven», das bereits einen festen Stammpplatz im Winterthurer Ausgangsleben hat und zu einer lebendigen Studentenstadt beiträgt.

PIONEER'S CLUB. Diejenigen Studierenden, die bereits unternehmerisch tätig sind, haben sich im Pioneer's Club organisiert. Der Pioneer's Club ist Teil von START Winterthur, einem Verein, der die Förderung des Jungunternehmertums an der ZHW zum Ziel hat. Das Stadtmarketing Winterthur hat eine Präsenz auf der Pioneer's Club-Website und bietet bei der Gründung von Jungunternehmen Hilfe an.



*... Dr. Stephan Kux,
Bereichsleiter der Standort-
förderung des Kantons Zürich.*

Wo sehen Sie die Stärken und Chancen der Region Winterthur?

Winterthur verfügt über hervorragende Standortvorteile. Die Stadt bildet das Tor zur Nordostschweiz und zum süddeutschen Raum. Die Region bietet gut qualifizierte Arbeitskräfte. Die Zürcher Hochschule Winterthur sowie viele gute Berufsschulen wirken als Magnet für junge Talente. Gelingt es Winterthur, diese Potenziale zu nutzen, die Kräfte zugunsten einer dynamischen Standortentwicklung zu bündeln und sich in der Schweiz und im Ausland ins rechte Licht zu rücken, dann steht die Region vor einer positiven Zukunft.

Wie schätzen Sie den Wirkungskreis der Stadtmarketing Winterthur ein?

Die Stadtmarketing Winterthur zählt zu den ältesten Standortförderungsstellen der Schweiz. Das Team leistet immer wieder Pionierarbeit, so auch im Wohnortmarketing. Die Region Winterthur ist ein zuverlässiger und dynamischer Partner im Netzwerk der Zürcher Standortförderungen.

Warum ist Winterthur für den Kanton Zürich ein wichtiger Standort?

Der Wirtschaftsstandort Zürich vereinigt Wissensstandort, Werkplatz, Finanzdienstleistungen und hohe Lebensqualität in einmaliger Weise. Winterthur steht sowohl für den Werkplatz Zürich wie auch für die hohe Lebensqualität. Insbesondere die Region Winterthur ist höchst attraktiv für Wohnen, Arbeiten und Freizeit.

Attraktivität des Standorts Winterthur steigern

Im Jahr 2006 beteiligte sich das Stadtmarketing Winterthur an einer Reihe von Projekten und Veranstaltungen, die zur Steigerung der Attraktivität des Wirtschaftsraumes und Wohnortes Winterthur beitrugen. Zu diesem Zweck formierte sich die Organisation mit Partnern, leistete ideelle und finanzielle Unterstützung oder fungierte als Vermittlerin zwischen verschiedenen Gruppen. Eine chronologische Übersicht.

Als Auftakt in ein ereignisreiches Jahr initiierte das Stadtmarketing Winterthur gleich selbst eine Veranstaltung und lud in der ersten Arbeitswoche im Januar zum traditionellen **Neujahrs-Apéro** für Mitglieder. Der ungezwungene Apéro diente dem informellen Austausch und auch als kleines Dankeschön für die Unterstützung im vergangenen Jahr.

Schweizer Meisterschaft im Cheerleading

Das Ziel, überregionale und nationale Sportveranstaltungen mitzutragen und so Promotion für die Wohn- und Sportstadt Winterthur zu machen, wurde unter anderem mit der ideellen Unterstützung der Schweizermeisterschaften im Cheerleading wahrgenommen. Ende Februar fand vor rund 500 Zuschauerinnen und Zuschauern aus der ganzen Schweiz die 10. Schweizer Meisterschaft dieser Trend-Sportart in Winterthur-Seen statt.

Frühjahrsmeeting Pferderennen Frauenfeld

Auch im 2006 übernahm das Stadtmarketing Winterthur das Co-Patronat für das Frauenfelder Frühjahrsmeeting im Mai. Am Pferdesportanlass

traf sich Winterthur mit dem Thurgau auf der Pferderennbahn Frauenfeld. Winterthurer Besucherinnen und Besucher erhielten kostenlosen Eintritt zum Anlass.

Polo Zürich Open

Im August findet jeweils die ATAG Swiss Open - Polo Championship in Unter-Ohringen (Gemeinde Seuzach) statt. Dieser Anlass ist bereits zur Tradition geworden und lockt Gäste aus der ganzen Schweiz an. Vom Gratiseintritt für alle Gäste an das Turnier kann jeweils auch die lokale Bevölkerung profitieren. Die Stadt und Region Winterthur ihrerseits profitiert von den vielen nationalen Medienberichten. Das Stadtmarketing Winterthur war vor Ort und nutzte die Distributionsmöglichkeit von Imagebroschüren, Museumsprospekten und weiterem Informationsmaterial. Eine ganzseitige Publi-reportage über Winterthur im gediegenen Polo-Magazin rundete den Auftritt Winterthurs ab und trug dazu bei, den zahlreichen auswärtigen Gästen Winterthur als attraktive Wohn- und Sportstadt näher zu bringen.

1 Schweizer Meisterschaft im Cheerleading
2 Polo Zürich Open



Tischmessen Schweiz

Die Tischmessen Schweiz in Winterthur ermöglichen Unternehmen aus allen Sparten und mit unterschiedlichen Betriebsgrössen, unter einem Dach zusammen zu finden und sich unkompliziert auszutauschen. Das Stadtmarketing Winterthur hatte das Co-Patronat, teilte sich an der Tischmesse im April einen Stand mit Winterthur Tourismus und versorgte Unternehmen wie Gäste mit Informationen über die Wirtschaftsförderung und die Wohnstadt Winterthur.

Jungkunst

Jungkunst bezweckt die Pflege der bildenden Künste und namentlich die Förderung von jungen Künstlerinnen und Künstlern. Eine engagierte Gruppe Winterthurer wollte unter dem Motto «Originale statt Poster» das Verständnis für die junge Kunst fördern und organisierte dazu in der letzten Septemberwoche einen dreitägigen Anlass auf dem Sulzerareal Winterthur Stadt. Das Stadtmarketing Winterthur bot für die Kunstausstellung ideale Unterstützung, weil der Anlass auf eine kreative Weise die Kunststadt Winterthur ins Rampenlicht rückte und insbesondere auch das Sulzerareal als modernen und innovativen Standort platzierte.

Jungunternehmer-Planspiel

Das Stadtmarketing Winterthur offerierte zusammen mit dem Technopark Winterthur und dem START Unternehmungskzentrum in Zürich das Unternehmensgründungs-Planspiel für Jungunter-

nehmende. Das Planspiel fand im Oktober im Technopark Winterthur statt. Der Anlass bot die Gelegenheit, aus einer Geschäftsidee ein konkretes Konzept zu entwickeln und mit erfahrenen Betreuern zu diskutieren. Ziel war, Jungunternehmen zu einem Businessplan und somit zu höheren Erfolgchancen zu verhelfen.

Walk of Fashion

Anfangs Oktober wurde Winterthur zur schweizerischen Modemetropole. Der Walk of Fashion gastierte für zwei Tage in der City Halle Winterthur. Der schillernde Anlass ist der einzige Mode-Event in der Deutschschweiz, der sich seit Jahren beständig und ausschliesslich für Schweizer Modedesigner einsetzt und als künftig wichtigste Förderplattform für Schweizer Modedesigner gelten will. Zum Anlass waren auch lokale Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eingeladen worden. Winterthur als neue Modemetropole der Schweiz – dies ist das Ziel des Patronats des Stadtmarketing Winterthur für den Walk of Fashion.



3



4

3 Jungunternehmer-Planspiel
4 Walk of Fashion

Eidgenössische Veteranentagung

Rund 900 Veteranen aus der ganzen Schweiz trafen sich im Oktober zur 111. Eidgenössischen Veteranentagung in Winterthur. Für das Stadtmarketing Winterthur eine Gelegenheit, Winterthur im besten Rahmen zu präsentieren. An der Veranstaltung selbst wurde mittels Messestellwänden mit attraktiven Bildern der Wohn – und Sportstadt Winterthur, Informationsbroschüren und Lanyards auf die Stadt aufmerksam gemacht. Nach der Grossveranstaltung erhielten alle Teilnehmenden einen Tagungsbericht, in dem das Stadtmarketing Winterthur einen umfassenden PR-Bericht über Winterthur platzieren konnte.

Video Safari an den Kurzfilmtagen

Anlässlich des 10-Jahre-Jubiläums der Internationalen Kurzfilmtage in Winterthur im November unterstützte das Stadtmarketing Winterthur das Projekt «Video Safari» – eine filmische Reise in einem Bus quer durch den Winterthurer Grosstadt-Dschungel. Neben nationalen und internationalen Gästen zeigten sich auch Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt begeistert von der Video Safari.

Students-to-Business-Prize an der ZHW

Die Organisation START Winterthur dient der Förderung des Jungunternehmertums an der Zürcher Hochschule Winterthur. Im Dezember wurde zum ersten Mal der Students-to-Business-Prize an Studierende der ZHW verliehen. Prämiert wurden die beste Businessidee und das beste

Jungunternehmen. Das Stadtmarketing Winterthur spendierte einen Teil des Preisgeldes und nahm eine beratende Funktion bei der Pressearbeit ein. Die Preisverleihung genoss ein wohlwollendes Medieninteresse, wurde deshalb von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommen und hat das Jungunternehmertum an der ZHW nachhaltig gefördert.

Image-Kampagne für Winterthur

Eine Image-Plakatkampagne entstand auf Anregung der IG Kunstsammlungen Winterthur, deren Grundidee von einer privaten Initiativgruppe ehrenamtlich aufgegriffen und weiter ausgearbeitet wurde. Entstanden ist eine sechsteilige Plakat-Serie mit bekannten Kunstwerken aus Winterthurer Museen. Ziel der Kampagne war es, den öffentlichen Auftritt der Stadt zu stärken. Total wurden im Frühling über 1800 Plakate im Einzugsgebiet Zürich-Basel-Winterthur an gut frequentierten Stellen ausgehängt. Das Stadtmarketing Winterthur hat zu dieser privaten Aktion eine finanzielle Teilunterstützung geleistet.

5 Students-to-Business-Prize
6 Jungkunst



5



6

Gute Köpfe bringen gute Ideen

In zahlreichen Projekt- und Arbeitsgruppen hatte das Stadtmarketing Winterthur teils eine beratende, teils eine organisatorische und teils eine ausführende Funktion.

Greater Zurich Area AG (GZA)

Das Stadtmarketing Winterthur vertrat die Stadt Winterthur in der Greater Zurich Area AG und sass als Mitglied im Executive Advisory Board. Die GZA unterstützt internationale Unternehmen bei der Evaluation möglicher Firmenstandorte und der Ansiedlung in der Greater Zurich Area, zu der die Städte Winterthur und Zürich, die Kantone Aargau, Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Schwyz, Solothurn und Zürich zählen.

Standortförderung des Kantons Zürich

Integriert in das Amt für Wirtschaft und Arbeit der Kantonsverwaltung Zürich kümmert sich die Standortförderung Kanton Zürich vor allem um Unternehmensgründungen und Ansiedlungen im Kanton. Das Stadtmarketing Winterthur traf sich regelmässig zum Austausch und der Koordination von Projekten mit dieser kantonalen Standortförderungsstelle.

Stadtentwicklungskommission (SEK)

Neben dem Stadtpräsidenten, zwei weiteren Stadträten, der Stabstelle Stadtentwicklung und Chefbeamten einzelner Departments hatte auch das Stadtmarketing Winterthur einen Sitz und Mitspracherecht in der SEK. Die SEK tagt mindestens einmal monatlich und bespricht relevante Themen und Projekte der Stadtentwicklung.

Arbeitsgruppe Regio Winterthur

Das Stadtmarketing Winterthur erstellte zusammen mit der Stadt Winterthur und den umliegenden Gemeinden ein Konzept für ein Regionalmarketing.

Marke Winterthur

Die Marke Winterthur ist eine Arbeitsgruppe, in der das Stadtmarketing Winterthur zusammen mit der Stadt Winterthur, Winterthur Tourismus und externen Experten sass. Ziel ist die klare zukünftige Positionierung der Stadt Winterthur als einheitliche

Marke nach aussen. In einer erweiterten Arbeitsgruppe wurde jeweils der gesamte Stadtrat miteinbezogen.

Marketingkoordinationskommission (MAKOKO)

In dieser Marketingskoordinationsgruppe traf sich das Stadtmarketing Winterthur mit Vertreterinnen und Vertretern von der Stadt Winterthur, vom Kultursekretariat, von Winterthur Tourismus und der Jungen Altstadt Winterthur zum regelmässigen Austausch und Verfassen von Massnahmen für die Wohn- und Kulturstadt Winterthur.

Verein Winlink

Als Gründungs- und Vorstandsmitglied der Vereins Winlink, der regionalen Fachorganisation der Informations-, Kommunikations- und Technologiebranche mit Sitz in Winterthur, stand das Stadtmarketing Winterthur dem Verein beratend zur Seite.

EURO 08

Ziel dieser Arbeitsgruppe ist es, Winterthur im Juni 2008 als Fussball-Feststadt zu positionieren sowie die zahlreichen Einzelinitiativen, Public Viewings und die Interessen von verschiedenen städtischen und externen Stellen zu koordinieren. Ein umfangreiches Rahmenprogramm soll die lokale Bevölkerung ebenso wie auswärtige Gäste begeistern. Als Mitglied im Kernteam der Arbeitsgruppe EURO 08 war das Stadtmarketing Winterthur zuständig für die Koordination im Bereich Marketing und Kommunikation.

1 International Club Winterthur



Technopark Winterthur

Das Stadtmarketing Winterthur fungierte als Mitglied des Mieterselektionsgremiums des Technopark Winterthur. Potenzielle Mieter werden durch das Gremium geprüft und nach Potenzial selektiert. Zudem engagierte sich das Stadtmarketing Winterthur als Mitglied des Vereins zur Förderung des Technopark Winterthur und wirkte in der Arbeitsgruppe «5 Jahre Technopark» mit.

Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur (HAW)

Das Stadtmarketing Winterthur war als Mitglied Teil der Fachgruppe Wirtschaft und Bildung der HAW, die sich als regionale Vertretung der economieuisse und des Schweizerischen Arbeitgeberverbandes um die Interessen von KMU und grossen Unternehmen kümmerte.

KMU-Verband Winterthur und Umgebung

Das Stadtmarketing Winterthur war Teil der Fachgruppe Marketing, die sich um die Attraktivitätssteigerung und Mitgliederwerbung des Verbandes kümmert.

Wireless LAN Winterthur

In dieser Arbeitsgruppe traf sich das Stadtmarketing Winterthur regelmässig mit Vertretenden des Stadtwerk Winterthur, der Informatikdienste der Stadt Winterthur, der Stadtentwicklung und der Zürcher Hochschule Winterthur zwecks Abklärungen der Machbarkeit für ein drahtloses, lokales Funknetz (Wireless LAN) für den Internet-Verkehr in der Stadt Winterthur.

International Club Winterthur

Das Stadtmarketing Winterthur war Initiatorin des Clubs und ist Mitglied des Vorstandes. Der ICW bezweckt die Vernetzung von Privatpersonen mit internationalem Hintergrund, internationalen Beziehungen und Interessen in und um Winterthur.

Genilem Zürich/Ostschweiz

Das Stadtmarketing Winterthur war am Aufbau und an der Gründung von Genilem- Zürich/Ostschweiz mit Sitz in Winterthur beteiligt und hat einen Sitz im Vorstand. Als einzige Förderorganisation der Schweiz bietet Genilem ein intensives Coaching-Programm für drei Jahre kostenlos an.

AG Interkommunalkonferenz

In dieser Fachgruppe arbeitete das Stadtmarketing Winterthur mit der Stadtentwicklung Winterthur, dem Gemeindeamt des Kantons Zürich und Delegierten der Vereinigung der Gemeindepräsidenten Winterthur-Land zusammen. Die Arbeitsgruppe betreibt im Rahmen eines Pilotprojektes des Kantons Zürich Abklärungen und Machbarkeitsstudien hinsichtlich einer Neugestaltung von regionalen Strukturen und Entscheidungsprozessen.

1 Arbeitsgruppe Regio Winterthur
2 Technopark Winterthur



Stadtmagazin «W wie Winterthur»

Das Stadtmarketing Winterthur leitete das Redaktionsgremium, in dem als weitere Träger-schaften die Stadt Winterthur, Winterthur Tourismus und die City-Vereinigung Junge Altstadt sitzen. Ziel war die Konzipierung und Lancierung eines Informationsinstrumentes, das der Bevölkerung über gemeinsame Vorstellungen und Anliegen in attraktiver Form berichtet. Die Pilotausgabe widmete sich dem Schwerpunkt-Thema Licht und wurde im September 2006 in über 74000 Haushalte in Winterthur und Umgebung verteilt. Weitere Ausgaben sind in Planung.

Echoraum Zeughaus / Teuchelweiher

Das Stadtmarketing Winterthur wirkte als Echo-geber bei der Entwicklung und Testplanung des Areal Zeughaus / Teuchelweiher mit.

IG Kunst

Ziel der IG Kunst ist, die Bekanntheit der Kunststadt Winterthur zu erhöhen, wichtige Informationen auszutauschen und Synergien zu generieren. Neben Winterthur Tourismus war das Stadtmarketing Winterthur die einzige nicht-kulturelle Institution, welche in diesem Gremium Einsitz hatte.

Gründerbuch

Die Publikation «gründen – wie aus Ideen Unternehmen werden» entstand auf Initiative der Standortförderung des Kantons Zürich. Die informative Broschüre illustriert Angebote für Firmen-gründerinnen und Firmengründer und nennt hilf-reiche Webadressen und Anlaufstellen. Das Stadtmarketing Winterthur war an der Konzeption des Buches sowie im Beirat beteiligt.

ZHW/Ernst Burri-Stiftung, KTI Projekt zum Thema Nachfolgeregelung

An diesem Förderprojekt des Bundes hat das Stadtmarketing Winterthur zusammen mit der ZHW und der Ernst Burri-Stiftung mitgewirkt. Das Projekt entwickelte eine Toolbox als Grundlage für die Nachfolgeregelung von Unternehmen.

Entrepreneurship HSG / ETH Alumni

Absolventinnen und Absolventen der beiden Universitäten sollen für das Unternehmertum begeistert und gefördert werden. Als Mitglied dieser Arbeitsgruppe war das Stadtmarketing Winterthur an der Konzipierung eines ersten Kontaktanlasses beteiligt.

Internationale Lichttage Winterthur

Das Stadtmarketing Winterthur unterstützte als Mitglied den Verein Internationale Lichttage, wel-cher zum Ziel hat, regelmässig die Internationalen Lichttage in Winterthur durchzuführen und Winterthur mittels speziellen Lichtinstallationen ins nationale mediale Rampenlicht zu setzen.

IG Wissens- und Wirtschaftsregion Winterthur

Um die Entwicklung der Wissens- und Wirtschafts-region zu fördern, traf sich das Stadtmarketing Winterthur mit Vertretenden der Zürcher Hoch-schule Winterthur, der Stadtentwicklung Winter-thur, der Wirtschaft und der Stadt Winterthur.

Club Efforce

Ziel dieser Netzwerkorganisation ist es, die Regionen Winterthur, Schaffhausen und Frauenfeld zu stärken. Das Stadtmarketing Winterthur nahm als Mitglied an den monatlichen Treffen teil.



Geschrieben und gesprochen

Neben mehreren grösseren Eigenproduktionen hat das Stadtmarketing Winterthur auch eine Reihe von Fachbeiträgen, Kolumnen und Berichten für verschiedene Medien verfasst.

EIGENE PUBLIKATIONEN

PRINT

Immobilien-Bulletin.

Die Publikation mit den aktuellen Angeboten an Eigenheimen und gewerblich nutzbaren Arealen sowie Immobilien in Winterthur und Umgebung erscheint vierteljährlich in einer Auflage von 2900 Exemplaren und wird wie alle Publikationen des Stadtmarketing Winterthur gratis an Interessierte abgegeben. Das Immobilienbulletin ist ein wichtiges Hilfsmittel bei der Ansiedlung von Privatpersonen und Unternehmen.

Wirtschaftsförderung Winterthur & Region: Unternehmensförderungskonzept.

Das Stadtmarketing Winterthur hat ein Fördermodell entwickelt, welches Unternehmen je nach «Lebensphase» mit gezielten Massnahmen unterstützt. Um dieses Fördermodell zu illustrieren, wurde eigens eine Broschüre publiziert, die an relevanten Veranstaltungen und beim Stadtmarketing Winterthur aufliegt.

Stadtmagazin «W wie Winterthur».

Herausgegeben und finanziert wird das neu lancierte Stadtmagazin gemeinsam von der Stadt Winterthur, dem Stadtmarketing Winterthur, Winterthur Tourismus und der City-Vereinigung Junge Altstadt. Im Magazin werden wichtige Entwicklungen der Stadt Winterthur diskutiert. Die Pilotausgabe widmete sich dem Schwerpunkt-Thema Licht und wurde im September 2006 in über 74000 Haushalte in Winterthur und Umgebung verteilt.

Jahresbericht 2005.

Der Jahresbericht 2005 umfasst Beiträge zu den Projekten, Veranstaltungen und Erfolgen des Stadtmarketing Winterthur sowie die Jahresrechnung.

MULTIMEDIA

Website

Das Stadtmarketing Winterthur präsentierte im 2006 einen komplett überarbeiteten und neu gestalteten Webauftritt. Übersichtlich angeordnet, mit Schwerpunkten versehen und weitläufig verlinkt, soll die Website eine Anlaufstelle für Fragen rund um Wirtschaft und Wohnen in der Stadt und Region Winterthur sein. Zum neuen Angebot gehören erweiterte Inhalte, verstärkte interne und externe Verlinkungen, Informationen in Form von

1 Immobilien-Bulletin
2 Fördermodell



Broschüren, Downloads und Suchoptionen. Im Zuge der erweiterten Zusammenarbeit mit den Mitgliedsgemeinden des Stadtmarketing Winterthur wurde ein eigenes Menu «Region» eingeführt. Dort finden sich Informationen und direkte Links zu den Mitgliedsgemeinden.

Testimonials

In sechs Kurzclips präsentieren schweizweit bekannte Entscheidungsträger, die einen persönlichen Bezug zur Stadt haben, ihre Erfahrungen und Einschätzungen von Winterthur als Wohn- und Arbeitsort. Die Kurzclips wurden vom Stadtmarketing Winterthur produziert und werden situativ bei Präsentationen über Winterthur eingesetzt.

Promotionsclip

Das Stadtmarketing Winterthur hat einen Videoclip produziert, der die Funktionen und das Team auf anschauliche Weise vorstellt und für Präsentationen verwendet wird.

EXTERNE PUBLIKATIONEN

- Attika: Beitrag über die Wohnstadt Winterthur
- Gründerbuch: Einseitige Anzeige über Angebote und Projekte der Wirtschaftsförderung
- GZA Zurich Magazine: Veranstaltungshinweise und Porträt über Winterthur

- HAW-Bulletin: Monatliche Berichterstattung über aktuelle Projekte und Veranstaltungen des Stadtmarketing Winterthur
- KMU-News: Dreimonatliche Berichterstattung über aktuelle Projekte und Veranstaltungen des Stadtmarketing Winterthur
- Newsletter Standortförderung Region Winterthur: Regelmässige Beiträge über das aktuelle Geschehen beim Stadtmarketing Winterthur
- Polo Magazin: Porträt der Kultur- und Wohnstadt Winterthur
- Sonderbeilage Wirtschaftsforum: Editorial zum Wirtschaftsstandort Winterthur und zur Bedeutung des Stadtmarketing Winterthur
- Stadtblatt: Carte-Blanche-Beitrag über die Fussballstadt Winterthur
- Swiss News: Veranstaltungshinweise und Kurzporträt zu Winterthur
- Winterthurer Stadtanzeiger: Regelmässige Gastkolumne über das Leben in Winterthur
- Wirtschaftsmagazin Bodensee: Doppelseite mit Porträt zu Winterthur sowie Doppelseite zum Wirtschaftsstandort Winterthur inklusive englischer Version
- Zürcher Panorama: Porträt über Winterthurer Highlights



Unterwegs im Namen des Stadtmarketing Winterthur

Der Geschäftsführer, die Leiterin Wohnstadtmarketing und die Kommunikationsverantwortliche traten an zahlreichen Veranstaltungen in der Stadt und Region Winterthur als Referenten auf. Als weitere Repräsentationstätigkeiten wurden Workshops geleitet oder Präsentationen zum Standort Winterthur gegeben. Eine Übersicht:

- 3. Unternehmerapéro Zürich-Oberland: Referat zum Thema Markenbildung
- ePRIME-Konferenz: Präsentation zu Winterthur vor 50 NATO-Delegierten aus rund 25 Nationen
- ETH Zürich: Vorlesungs-Referat zum Standortmanagement Winterthurs
- Gemeinderat Hettlingen: Workshop-Leitung und Referat an Retraite in Gyrenbad
- Gemeinderat Lindau: Präsentation Tätigkeiten Stadtmarketing Winterthur
- Gemeinderat Neftenbach: Präsentation Tätigkeiten Stadtmarketing Winterthur
- Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHW: Interview-Partner für einen Ausbildungsgrundkurs
- Jungunternehmerbegrüssung Winterthur: Kurzreferat und Präsentation der Tätigkeiten der Wirtschaftsförderung
- Kadermeeting der Stadt Winterthur: Referat zur Marken-Positionierung der Stadt
- Kiwanis Winterthur: Referat zum Thema Städtemarketing
- Lateltin AG: Vorstellen der Vorzüge des Wohnorts Winterthur vor neuen Mitarbeitenden
- Marketingclub Schweiz: Präsentation Tätigkeiten Stadtmarketing Winterthur
- Nationalkongress Junge Wirtschaftskammer in Basel mit rund 800 Teilnehmenden: Persönliche Präsenz vor Ort mit Promotionsmaterial
- Schweizerischer Verband für Immobilienwirtschaft: Vortrag an Verbandsveranstaltung
- Schweizer Radio DRS: Interview-Sparring-Partner in Ausbildungs-Grundkurs von SR DRS
- Stadtgespräch Illnau-Effretikon: Referat zum Thema Städtemarketing
- Unilever Schweiz GmbH: Vorstellen der Vorzüge des Wohnorts Winterthur vor neuen Mitarbeitenden der Unilever in Schaffhausen

Daneben war das Stadtmarketing Winterthur an rund 270 Repräsentationsanlässen wie Generalversammlungen, Seminaren und Konferenzen präsent und vertrat die Interessen des Wirtschaftsstandortes und der Wohnstadt Winterthur.

1 Unternehmerapéro Zürich-Oberland
2 Präsentation Lateltin AG



Mitglieder

APG Allgemeine Plakatgesellschaft
 Baumeisterverband Winterthur
 BPW Business and Professional Women Winterthur
 Büro Sona AG, Büromöbel
 CCI AG
 City-Vereinigung JUNGE ALTSTADT
 Colliers CSL AG
 COOP
 Credit Suisse
 de GrabeBeck
 de HolzofeBeck
 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
 Genfer Lebensversicherungsgesellschaft
 Gesellschaft für Erstellung billiger Wohnhäuser in Winterthur
 Halter Generalunternehmung AG
 Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur (HAW)
 Heineken Switzerland
 Interstuhl (Schweiz) AG
 ipg ag
 iVision GmbH
 Keller AG Ziegeleien
 Kistler Instrumente AG
 KMU-Verband Winterthur und Umgebung
 Maag Recycling
 Maler Dünner AG – für Farbe und Schrift
 Mattenbach AG Medienhaus
 Maurer + Salzmann AG
 MIGROS OSTSCHWEIZ
 MIGROSBANK Winterthur
 Möbel Müller AG
 Mode Bossard
 MSM Fininco AG

Oberi Auto AG
 Optimo Service AG, Winterthur
 Paul Reinhart AG
 PricewaterhouseCoopers AG
 Publicitas AG
 Raiffeisenbank Winterthur
 Rieter Immobilien AG, Winterthur
 SanaCare AG
 Scheco AG
 SCHIESS AG Reinigungen
 Schultheis-Möckli AG
 SIGVARIS / Ganzoni Management AG
 SISKÄ Heuberger Holding AG
 SISKÄ Verwaltungs AG
 Stadler Winterthur AG
 Stadt Illnau-Effretikon
 Stadt Winterthur
 Sulzer AG
 Suva Winterthur
 SWICA Gesundheitsorganisation
 Topwell-Apotheken AG
 UBS AG
 Vereinigung der Detailfachgeschäfte Winterthur und Umgebung (VDW)
 VOLCAFE HOLDING AG
 Wärtsilä Schweiz AG
 Wincare Versicherungen
 Wincasa Immobilien-Dienstleistungen
 Winterthur Versicherungen
 ZIMMER GmbH
 Zürcher Kantonalbank

Vorstand

Ernst Wohlwend (Präsident)
 Ursula Bründler
 Philippe Corti
 Dieter Gosteli
 Martin Graf
 Christa Kern (bis 2. Mai 2006)
 Martin Schmidli
 Rolf Sonderegger
 Dr. Jürg Spiller

Geschäftsstelle

Dieter Bachmann, Geschäftsführer und Leiter Wirtschaftsförderung,
 Maya Gadgil, Leiterin Wohnstadtmarketing
 Jasmin Bodmer, Kommunikation / Assistenz
 Wirtschaftsförderung
 Antonella Baudone, Sekretariat / Assistenz
 Halime Fetishi, Projektassistenz
 (ab 2. Mai 2006)
 Mirjam Langhans, Projektassistenz
 (bis 28. Februar 2006)

Erfolgsrechnung 2006

Ertrag	2005	Budget 2006	2006
Beiträge			
Stadt Winterthur	388 000	400 000	400 000
Umliegende Gemeinden	56 544	56 545	56 754
Private Trägerschaft	429 414	438 414	439 500
Erwirtschaftete Erträge	101 842	72 000	128 095
TOTAL ERTRAG	975 800	966 959	1 024 349
Aufwand			
Allgemein:			
Personalaufwand	477 851	535 623	482 841
Sachaufwand	138 276	135 000	143 299
Projekte:			
Projekte Wirtschaftsförderung	78 866	80 000	104 669
Projekte Wohnstadtmarketing	99 766	90 000	112 866
Projekte Kommunikation	49 230	36 500	73 814
Verschiedenes (Region, Geschäftsstelle, Verein, MWSt)	101 478	69 000	90 314
TOTAL AUFWAND	945 467	946 123	1 007 803
Gewinn/Verlust	30 333	20 836	16 546

Bilanz 2006

	2005	2006
Kasse	533	1 105
Bank/Post	431 849	345 432
Anlagen	1	1
Debitoren	25 960	1 520
Übrige Guthaben (inkl. MWSt)	23 293	27 274
Transitorische Aktiven	–	5 022
TOTAL AKTIVEN	481 636	380 354
Kreditoren (inkl. MWSt)	48 580	11 797
Transitorische Passiven	15 850	5 807
Rückstellungen Projekte	169 002	98 000
Eigenkapital	217 871	248 204
Gewinn	30 333	16 546
TOTAL PASSIVEN	481 636	380 354

Bericht der Revisionsstelle

Finanzkontrolle der Stadt Winterthur

An die Mitgliederversammlung
der Vereinigung Stadtmarketing Winterthur

Jahresrechnung 2006 / Bericht der Revisionsstelle

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) der Vereinigung Stadtmarketing Winterthur für das am 31. Dezember 2006 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Die Jahresrechnung weist bei einem Ertrag von CHF 1024349.59 und einem Aufwand von CHF 1007803.56 einen Gewinn von CHF 16546.03 auf. Das Eigenkapital erhöht sich dadurch auf CHF 264750.61. Die Bilanzsumme beträgt CHF 380353.51.

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, 7. März 2007

Finanzkontrolle der
Stadt Winterthur

Walter Hubmann



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