

abstimmung

Stadt Winterthur · Volksabstimmung 21. Mai 2017

Stadt Winterthur



Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger

Gemäss § 8 der Gemeindeordnung der Stadt Winterthur unterbreiten wir Ihnen die nachstehende, vom Grosse Gemeinderat am 23. Januar 2017 behandelte Vorlage zur Abstimmung.

Wir laden Sie ein, die Vorlage zu prüfen und Ihren Entscheid mit dem Stimmzettel abzugeben.

Winterthur, im März 2017

Im Namen des Stadtrates:
Michael Künzle, Stadtpräsident
Ansgar Simon, Stadtschreiber

Vorlage

House of Winterthur

Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und dem Verein House of Winterthur sowie Kreditbewilligung

Damit die Stadt und die Region Winterthur auch in Zukunft im Standortwettbewerb bestehen können, sollen die bestehenden Vereine Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur zusammengeführt werden. Die neue Organisation House of Winterthur will die Stadt und die Region Winterthur mit gebündelten Kräften als dynamischen Wirtschaftsstandort, attraktive Freizeit- und Geschäftsdestination, lebendigen Kulturplatz und vielfältige Bildungsregion positionieren und damit einen weiteren Entwicklungsschub ermöglichen.

House of Winterthur wird als parteipolitisch neutraler Verein von Stadt, Kanton, Regionsgemeinden, Wirtschaft, Tourismus und Bildung gemeinsam getragen. Mittels Leistungsvereinbarung erhält House of Winterthur von der Stadt Winterthur den Auftrag, sich mit integriertem Standortmarketing für eine nachhaltig positive Entwicklung des Wirtschafts-, Arbeits- und Tourismusstandortes Winterthur einzusetzen. Dafür bekommt die Organisation einen jährlichen Betriebsbeitrag, der ab Anfang 2018 während einer dreijährigen Aufbauphase 960 000 Franken beträgt. Dies entspricht der Summe der heutigen Beiträge der Stadt an Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur. Im Jahr 2021 reduziert sich der Jahresbeitrag auf 860 000 Franken. Die Leistungsvereinbarung ist auf vier Jahre befristet. Folgeverträge werden durch den Grosse Gemeinderat genehmigt. Der Stadtrat und der Grosse Gemeinderat (mit 45 zu 11 Stimmen) beantragen, der Vorlage zuzustimmen.

Die Globalisierung der Weltwirtschaft hat zu einem immer stärkeren Wettbewerb um Unternehmen, qualifizierte Fachkräfte und Touristen geführt. Wollen sich Gemeinden, Städte und Regionen in diesem Konkurrenzkampf behaupten, müssen sie eigene, starke Identitäten schaffen, um sich gegenüber anderen Standorten abheben zu können.

Heute werden Tourismus- und Standortpromotion im Raum Winterthur durch die zwei Vereine Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur wahrgenommen, die dazu je eine eigene Geschäftsstelle mit eigener Infrastruktur betreiben. Winterthur Tourismus besteht

bereits seit über hundert Jahren und fördert gemeinsam mit den Hotels von Stadt und Region sowie interessierten Kreisen aus Gesellschaft und Wirtschaft den regionalen Tourismus. In Zusammenarbeit mit anderen Tourismusorganisationen betreibt Winterthur Tourismus internationales Tourismusmarketing für das Reiseziel Winterthur. Mit einer unbefristeten Leistungsvereinbarung wird Winterthur Tourismus von der Stadt mit jährlich 490 000 Franken unterstützt.

Schon im Jahr 1994 schuf Winterthur mit der Standortförderung Region Winterthur eine eigene Stadtmarketingorganisation (ursprünglich Stadtmarketing Winterthur).

Die Standortförderung Region Winterthur setzt sich ein für ein wirtschaftlich erfolgreiches Winterthur und für die Entwicklung von Stadt und Region als attraktiven Wirtschaftsstandort, als Wohnregion mit hoher Lebensqualität und als vielfältigen Bildungsplatz. Dafür erhält die Standortförderung Region Winterthur von der Stadt befristet bis 2018 einen jährlichen Betriebsbeitrag von 470 000 Franken.

Mit dem zunehmenden Standortwettbewerb geht der Trend einher, dass Städte, Regionen und Kantone verstärkt in ihre Standortförderungs- und Tourismusaktivitäten investieren. Besonders ausgeprägt ist dieses Engagement in den Grossstädten. Verschiedene Regionen im Kanton Zürich und auch in angrenzenden Kantonen stellen gegenwärtig ihr Standortmarketing neu auf oder haben dies kürzlich getan: So gab sich die «Flughafenregion Zürich» neue Strukturen, und der Zweckverband Region Zürcher Oberland verknüpft die Bereiche Wirtschaft, Tourismus und Kultur stärker miteinander und bündelt die Aktivitäten im geplanten «Haus der Region». In der Ostschweiz hat sich das Netzwerk «St. Gallen Bodensee Area» gebildet und im Kanton Schaffhausen arbeitet eine «Task Force Tourismus» an der Weiterentwicklung und Neuausrichtung der Tourismusorganisation.

Wirksames Standortmarketing – ein gemeinsames Ziel

Das Standortmarketing hat sowohl in der Stadt als auch in der ganzen Region Winterthur hohe politische Bedeutung. Gemäss seiner 12-Jahres-Strategie will der Stadtrat die Entstehung neuer Arbeitsplätze fördern. Ferner enthält dieselbe Strategie eine Fokussierung auf die Kultur; Winterthur soll auch in Zukunft eine Kulturstadt mit grosser Ausstrahlung sein. Ebenso ist eine wirksame Standortförderung Gegenstand regionaler Bestrebungen. So formuliert der Zweckverband Regionalplanung Winterthur und Umgebung (RWU) im regionalen Raumordnungskonzept das Ziel, in der ganzen Region Winterthur bis ins Jahr 2030 insgesamt 50 000 zusätzliche Arbeitsplätze zu schaffen.

Bewährtes mit vereinten Kräften weiterentwickeln

Damit die Stadt und die Region Winterthur im Standortwettbewerb langfristig bestehen können, haben Winterthur Tourismus und die Standortförderung Region Winterthur zusammen mit der Stadt die Möglichkeiten einer noch engeren Zusammenarbeit geprüft. Ins Auge gefasst wurde die Schaffung einer gemeinsamen Stelle, die im Standortmarketing die Führung übernimmt, die verschiedenen Aktivitäten koordiniert, als zentrale Anlaufstelle dient und alle wichtigen Interessengruppen einbindet. Um die gesetzten Ziele zu erreichen, werden Winterthur Tourismus und die Standortförderung Region Winterthur organisatorisch zusammengeführt. Die neu entstehende Organisation House of Winterthur wird als Verein gegründet und als Nachfolgeorganisation von Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur deren Mitglieder übernehmen. Die Generalversammlungen von Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur haben dem Zusammenschluss bereits im Juli 2016 mit jeweils grosser Mehrheit zugestimmt.

Mit dieser Zusammenführung können die vorhandenen Kräfte im Tourismusmarketing und in der Wirtschaftsförderung gebündelt darauf ausgerichtet werden, dass sich Winterthur im Standortwettbewerb noch besser behaupten kann. Dank diesem Schritt in Richtung gesamtheitliche Standortvermarktung nimmt Winterthur unter den Schweizer Grossstädten eine Vorreiterrolle ein.

Die Stärken von Winterthur hervorheben

Ziel eines integrierten Standortmarketings für die Stadt und Region Winterthur ist es, die Marke Winterthur zu stärken und durch eine Förderung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Standortes zu einer erhöhten Wertschöpfung in der gesamten Region beizutragen. Zentral sind dabei eine gemeinsame Standortstrategie, eine konsequente Marktorientierung und die Betonung der drei wesentlichsten Stärken:

- Zukunftsträchtiger Technologiestandort: International tätige Unternehmen haben ihre Hauptsitze in Winterthur und profitieren von der guten Verkehrserschliessung mit Flughafenähe. Wirtschaftliche Netzwerke mit Schnittstellen zu Bildung und Kultur sind etabliert, und in der ganzen Region ist eine grosse Kompetenz an spezialisiertem Know-how vorhanden.
- Bedeutender Kulturstandort: Vor allem auch dank hochkarätigen Kunstsammlungen und Museen von internationalem Format geniesst Winterthur den Ruf einer Kulturstadt. Mit dem Zentrum für Fotografie als Aushängeschild wird es auch als Hauptstadt der Fotografie bezeichnet. Das «Swiss Science Center Technorama» ist das einzige seiner Art in der Schweiz und weltweit eines mit den höchsten Besucherzahlen.
- Hochschulstandort und erste Bildungsstadt der Schweiz: Das Technikum, heute die ganze Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, steht symbolisch für die lange Geschichte renommierter Bildungsinstitutionen. Winterthur ist zudem der Standort verschiedener weiterer Ausbildungsstätten von nationaler Bedeutung.



Visualisierung des neuen Empfangsbereichs im House of Winterthur.

Organisation des neuen Vereins

Geführt wird House of Winterthur vom Vorstand des Vereins, der die strategische Ausrichtung bestimmt und die Tätigkeit der Geschäftsstelle beaufsichtigt. Die Stadt Winterthur wird mit dem Stadtpräsidenten (als Vereinspräsident) und zwei Mitgliedern des Grossen Gemeinderates im Vorstand vertreten sein. Damit kann die Stadt die Führung der Organisation angemessen mitprägen. Dem Vorstand stehen zudem mehrere Fachbeiräte zur Seite.

Neue Geschäftsstelle

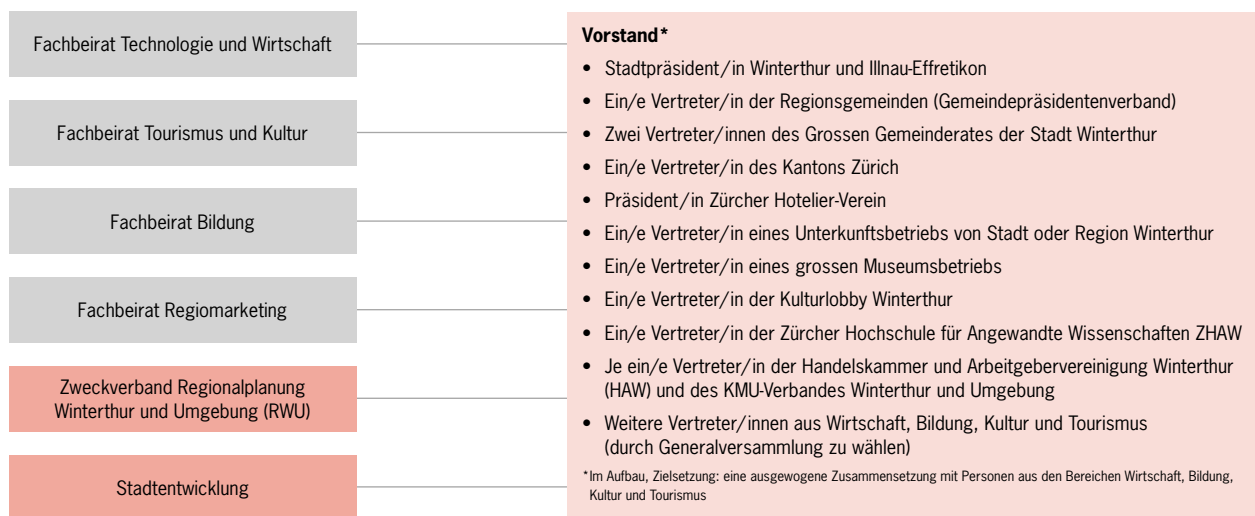
Der Verein House of Winterthur betreibt eine Geschäftsstelle, die für alle operativen Aufgaben im Alltagsgeschäft zuständig ist. Die bisherigen Mitarbeitenden von Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur werden in der neuen Organisation weiterbeschäftigt; es kommt mit der Zusammenführung zu keinem Personalabbau. Mit House of Winterthur erhält die Standortvermarktung der Stadt und Region auch einen neuen, einladenden Auftritt in Räumlichkeiten an zentraler Lage an der Technikumstrasse 83. Die Geschäftsstelle betreibt einen Informationsschalter mit Dokumentationen zum Wirtschaftsstandort, zur Kulturstadt und zum Bildungsort. Einheimische und Gäste werden aber auch weiterhin am Hauptbahnhof eine Anlaufstelle finden.



In der Liegenschaft Technikumstrasse 83 wird das House of Winterthur seinen Sitz haben.

Zusammensetzung des Vereinsvorstandes mit Beiräten

(gemäss aktuellem Planungsstand)



Leistungsvereinbarung zwischen Stadt Winterthur und House of Winterthur

Mit der Leistungsvereinbarung beauftragt die Stadt Winterthur den Verein House of Winterthur, sich für eine nachhaltig positive Entwicklung der Stadt und der Region einzusetzen. Dabei verhält sich der Verein parteipolitisch neutral. Die Vereinbarung tritt auf Anfang 2018 in Kraft und gilt für vier Jahre bis Ende 2021. Folgeverträge mit Beiträgen an House of Winterthur (jährlich max. 860 000 Fr.) soll der Grosse Gemeinderat gemäss dieser Vereinbarung künftig in eigener Kompetenz genehmigen können. Die Leistungen von House of Winterthur gliedern sich im Wesentlichen wie folgt:

- «Brand»-Management:
Im Zentrum steht die Weiterentwicklung der Marke Winterthur und damit die Förderung der Bekanntheit von

Stadt und Region als Wirtschaftsstandort, Freizeit- und Geschäftsdestination, Kulturplatz sowie Bildungsort.

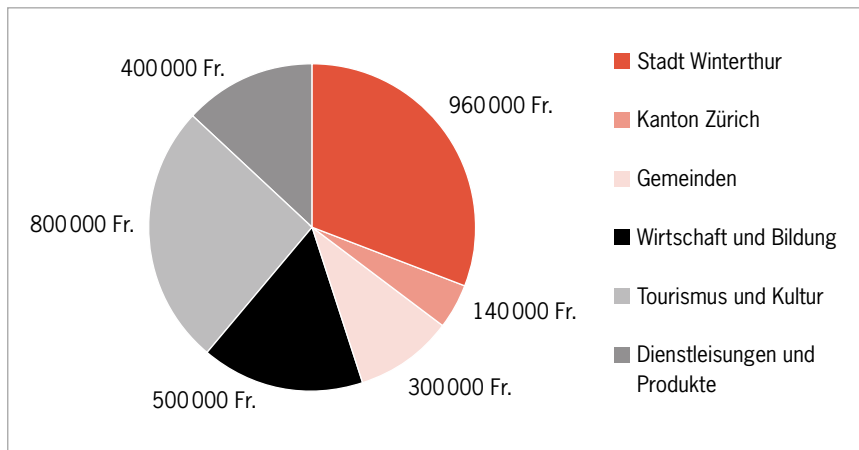
- Wirtschaftsförderung:
Die Wirtschaftsförderung ist unverzichtbar zum Erhalt und zur Entwicklung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und Wertschöpfung in der Region. Dazu gehören die Pflege von ansässigen Unternehmen, die Standortpromotion und die Unterstützung von ansiedlungswilligen Unternehmen.
- Destinationsmarketing:
Das Destinationsmarketing beinhaltet die zielgerichtete Vermarktung der Freizeit- und Tourismusdestination Winterthur, um die Zahl der Besuche und Übernachtungen zu steigern.

Die Gründungsversammlung des Vereins ist auf den Sommer 2017 und die Betriebsaufnahme der neuen Standortmarketingorganisation auf Anfang 2018 geplant.

Finanzierung von House of Winterthur – Entlastung der öffentlichen Hand

House of Winterthur wird – wie bereits die Vorgängervereine – von der öffentlichen Hand und Privaten gemeinsam finanziert. Bei einem Gesamtbudget von rund 3,14 Millionen Franken steuert die öffentliche Hand (Stadt, Kanton und Gemeinden) 46 Prozent der Erträge bei. Der Eigenfinanzierungsgrad von House of Winterthur liegt bei über 50 Prozent.

Die Stadt Winterthur unterstützt House of Winterthur während einer dreijährigen Aufbauphase mit einem Beitrag von 960 000 Franken. Das entspricht den heutigen, kumulierten Jahresbeiträgen an Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur. Im vierten Beitragsjahr reduziert sich der Beitrag der Stadt auf 860 000 Franken. Damit wird die Stadtkasse ab diesem Zeitpunkt



Finanzierungsplan von House of Winterthur für die ersten drei Betriebsjahre 2018–2020.

gegenüber heute jährlich um 100 000 Franken entlastet. Die übrigen Regionsgemeinden beteiligen sich mit einem Pro-Kopf-Betrag von 3.75 Franken pro Einwohner/in. Neu hat auch der Kanton Zürich finanzielle Unterstützung zugesagt. Er leistet eine einmalige Anschubfinanzierung von 200 000 Franken und anschliessend Jahresbeiträge von maximal 140 000 Franken.

Unternehmen und Wirtschaftsverbände werden sich voraussichtlich mit jährlichen Mitgliederbeiträgen von insgesamt 450 000 Franken an House of Winterthur beteiligen. Die Bildungsinstitutionen steuern 50 000 Franken bei. Die Kulturinstitutionen und touristischen Leistungserbringer unterstützen mit jährlich 25 000 Franken; zudem beziehen sie von House of Winterthur jedes Jahr Marketingleistungen für rund 300 000 Franken. House of Winterthur erhält sodann für jede Hotelübernachtung in der Region eine Logiernachtsteuer von 2.50 Franken, was jährlich rund 475 000 Franken ergibt. Hinzu kommen Gönnerbeiträge. Und schliesslich verkauft House of Winterthur verschiedene Produkte und generiert Projektbeiträge sowie Erträge aus Marketingpartnerschaften. Damit werden jährlich rund 400 000 Franken erwirtschaftet.

Behandlung im Grossen Gemeinderat

Der Grosse Gemeinderat hiess die Vorlage am 23. Januar 2017 mit 45 zu 11 Stimmen gut, nachdem eine erste Fassung im September 2016 noch mit einigen Anpassungsanliegen an den Stadtrat zurückgewiesen worden war.

Für die überarbeitete Vorlage fand das Parlament viel Lob: So wurde etwa begrüsst, dass die Leistungsvereinbarung nun befristet sei, deren Erneuerung in der Kompetenz des Parlaments liege, oder dass zwei Gemeinderatsmitglieder im Vorstand Einsitz nähmen. Unterschiedlich waren die Meinungen zur politischen Neutralität der Organisation. Eine deutliche Mehrheit des Grossen Gemeinderates befürwortete schliesslich den Zusammenschluss von Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur zum Verein House of Winterthur und die Leistungsvereinbarung als richtigen Schritt, damit sich die Stadt und die Region in einem immer schärferen Standortwettbewerb auch langfristig behaupten können. Einzelne Gegenstimmen lehnten die Vorlage aus einer generell wachstumskritischen Haltung heraus ab. Andere waren der Meinung, dass die lokale Standortvermarktung im Sinn eines Service public auch durch die Stadtverwaltung erbracht werden müsste.

Antrag

- Die auf vier Jahre befristete Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und dem sich in Gründung befindenden, gemischt-wirtschaftlich getragenen Verein House of Winterthur – künftige Nachfolgeorganisation von Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur – wird genehmigt und für die vereinbarten Beträge der Stadt zugunsten von House of Winterthur ein wie folgt abgestufter Kredit bewilligt:
 - für die Jahre 2018 bis und mit 2020 von je 960 000 Franken;
 - für das Jahr 2021 von 860 000 Franken.
- Die Genehmigung der Leistungsvereinbarung und die Kreditbewilligung gemäss vorstehender Ziff. 1 stehen unter dem Vorbehalt, dass der Verein House of Winterthur durch den Zusammenschluss der beiden bestehenden Vereine Winterthur Tourismus und Standortförderung Region Winterthur gegründet wird.
- Mit der Genehmigung der Leistungsvereinbarung und der Kreditbewilligung gemäss vorstehender Ziff. 1 fallen der Kredit von 1 410 000 Franken für die Weiterführung des Vereins Standortförderung Region Winterthur in den Jahren 2016–2018 (GGR-Nr. 2015.50) und die Leistungsvereinbarung zur touristischen Standortpromotion zwischen der Stadt Winterthur und dem Verein Winterthur Tourismus mit einem wiederkehrenden Kredit von 490 000 Franken (GGR-Nr. 2013-054) dahin.

Vertrag zwischen der Stadt Winterthur (STADT) und dem Verein House of Winterthur (HOW)

Präambel

Die Stadt Winterthur soll als dynamischer Wirtschaftsstandort, attraktive Freizeit- und Geschäftsdestination, lebendiger Kulturplatz und vielfältiger Bildungsort positioniert und bekannt gemacht werden und sich weiter entwickeln können. Dies soll zur Förderung der wirtschaftlichen Wertschöpfung und Investitionstätigkeit über alle Branchen und damit zur nachhaltigen Entwicklung des Steuersubstrats beitragen.

Die Stadt Winterthur beauftragt die gemischtwirtschaftlich getragene Organisation HOW, sich nach dem Prinzip des Integrierten Standortmarketings für die nachhaltig positive Entwicklung der Wertschöpfung in der ganzen Region einzusetzen. Im Zentrum stehen dabei eine professionelle Wirtschaftsförderung und ein ebensolches Destinationsmarketing.

I Grundlagen

Art. 1

Art. 1.01 Die aktuellen Statuten von HOW und die aktuelle Businessplanung definieren den Zweck und den strategischen Leistungsumfang von HOW.

Art. 1.02 Die STADT entrichtet HOW einen jährlichen Pauschalbeitrag für das Erbringen der vereinbarten Leistungen gemäss Art. 2ff. HOW erbringt die Leistungen eigenverantwortlich und im Rahmen der gegebenen finanziellen Mittel.

II Leistungen des Vereins «House of Winterthur»

Art. 2 Leistungsauftrag

Art. 2.1. Integriertes Standortmarketing

HOW zeichnet sich verantwortlich für:

- Die Umsetzung eines Integrierten Standortmarketings für Stadt und Region Winterthur in Zusammenarbeit mit allen wesentlichen Stakeholdern
- Die Förderung der konstruktiven und zielgerichteten Zusammenarbeit innerhalb der ganzen Region
- Die Identifikation seiner Vereinsmitglieder mit den Zielsetzungen von HOW
- Zielgerichtete Lobbyaktivitäten zur Steigerung der Attraktivität des Wirtschaftsstandorts, der Destination, des Kulturplatzes und Bildungsortes Winterthur
- Die Vernetzung mit allen relevanten Stellen auf allen Ebenen (lokal bis international)

Art 2.2 Unser Haus für Winterthur: physische Präsenz mit viel Willkommenskultur

HOW zeichnet sich verantwortlich für:

- Den Betrieb einer öffentlichen und repräsentativen Geschäftsstelle, in welcher der Wirtschaftsstandort, die Freizeit- und Geschäftsdestination, der lebendige Kulturplatz und der vielfältige Bildungsort präsentiert werden
- Den Betrieb einer integrierten Erlebniswelt und eines Informationsschalters mit umfassenden Dokumentationen zum Wirtschaftsstandort, zur Destination, zur Kulturstadt und zum Bildungsort

Art. 2.3. Koordiniertes Brand Management

HOW zeichnet sich verantwortlich für:

- Die Pflege und Weiterentwicklung der Dachmarke Winterthur und deren Diffusion bei Partnern und der Stadtverwaltung
- Schärfung des Profils von Stadt und Region Winterthur als Wirtschaftsstandort, Destination, Kulturplatz und Bildungsort
- Förderung der Bekanntheit und des Images von Stadt und Region Winterthur
- Die Organisation und Durchführung entsprechender Kampagnen in Zusammenarbeit mit diversen Partnern
- Den Betrieb einer physischen Plattform, welche die Marke Winterthur präsentiert
- Den Betrieb einer elektronischen Plattform, welche die Marke Winterthur präsentiert

Art. 2.4. Wirtschaftsförderung

HOW zeichnet sich verantwortlich für:

- Die Profilierung Winterthurs als attraktiven Wirtschaftsstandort mit zukunftssträchtiger Technologie und einem starken Dienstleistungssektor
- Die aktive Promotion des Wirtschaftsstandorts national und international gemäss Marketingkonzept
- Die Sicherstellung des Informationsangebots zum Wirtschaftsstandort in mehreren Sprachen
- Die Vernetzung der Akteure am Wirtschaftsstandort insbesondere auch mit Akteuren des Bildungsstandorts, den Behörden und der Politik
- Das Sichtbarmachen der Bedürfnisse der Unternehmen am Wirtschaftsstandort

– Aktives Ansiedlungsgeschäft in Zusammenarbeit mit der STADT, dem Kanton Zürich, der Greater Zurich Area und Switzerland Global Enterprise SGE

- Die aktive Bestandespflege und das Monitoring am Wirtschaftsstandort
- Die Erbringung kundenorientierter Dienstleistungen: Immobilien-Vermittlung, Beratung, Projektbegleitung
- Die Integration der Clusteragenturen am Standort und die Weiterentwicklung des Innovationsstandorts Winterthur mit allen Partnern

Art. 2.5. Destinationsmarketing

HOW zeichnet sich verantwortlich für:

- Das touristische Destinationsmanagement
- Die Profilierung Winterthurs innerhalb der übergeordneten Vermarktungspartnerschaften
- Die Vernetzung der Akteure aus Tourismus und Kultur
- Die Entwicklung des touristischen Marketings für die Region Winterthur
- Die Planung und Durchführung touristischer Angebote sowie deren Wirkungsmessung
- Die Beratung und Betreuung von Dienstleistern mit touristischen Angeboten
- Die Vertretung der touristischen Angelegenheiten im öffentlichen Meinungsbildungsprozess
- Aktives Kulturmarketing: Profilierung, Bündelung touristisch relevanter Kulturangebote
- Ausarbeitung einer Vermarktungsstrategie für Partner und Mitglieder aus dem Kulturbereich
- Meeting und Event-Marketing

Art. 3 Zusammenarbeit mit der STADT und weiteren Institutionen

Art. 3.1 Die STADT ist mit dem Stadtpräsidenten/der Stadtpräsidentin und zwei Mitgliedern des Grossen Gemeinderates (GGR) im Vorstand von HOW vertreten.

Art. 3.2 HOW verpflichtet sich, für die Erfüllung der unter Art. 2 umschriebenen Leistungen zu einem regelmässigen Informationsaustausch

und zu einer engen Zusammenarbeit mit den zuständigen Stellen der Stadtverwaltung Winterthur sowie überregionalen Stellen der Standortpromotion, Wirtschaftsförderung und des Tourismusmarketings.

Art. 3.3 Es finden regelmässige Koordinationsgespräche zwischen HOW und dem/der Stadtpräsidenten/in, dem/der Departementssekretär/in DKD, dem/der Leiter/in Stadtentwicklung und der Kommunikationsabteilung der STADT statt, in deren Rahmen übergeordnete Massnahmen im Bereich Werbung, Wirtschaft, Kultur, Bildung, Standortentwicklung und Veranstaltungen besprochen werden.

Art. 3.4 HOW arbeitet bei der Pflege und Weiterentwicklung der Dachmarke «Winterthur» eng mit der STADT und allen übrigen Vereinsmitgliedern zusammen.

Art.3.5 HOW weist in seinen Publikationen und im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit in geeigneter Weise auf die gemäss diesem Vertrag geleistete Unterstützung durch die STADT hin.

Art. 3.6 Zur Unterstützung der Zusammenarbeit zwischen HOW und der STADT steht in den Räumlichkeiten von HOW für städtische Mitarbeitende aus den Bereichen Stadtentwicklung (Ansiedlungen) und Kulturmarketing ein Arbeitsplatz zur Verfügung.

Art. 3.7 HOW bietet der STADT jährlich einen Ausbildungsplatz für KV-Lernende an und nimmt seinen diesbezüglichen Ausbildungsauftrag wahr.

Art. 4 Finanzen

Art. 4.1 Die STADT erwartet, dass sich HOW in aktiver Weise selbständig um die Erschliessung weiterer Finanzierungsquellen bemüht, sowohl für jährlich wiederkehrende Betriebsbeiträge als auch für die Realisierung von Einzelprojekten.

Art. 4.2 HOW verpflichtet sich, die zur Verfügung gestellten finanziellen Mittel effizient, wirtschaftlich und vollumfänglich im Sinn dieser Vereinbarung zu verwenden. HOW ist auch gehalten, im Rahmen der Geschäftstätigkeit für eine ausgeglichene Betriebsrechnung zu sorgen. Die Jahresrechnung ist durch eine professionelle und durch die Generalversammlung gewählte Revisionsstelle im ersten Halbjahr des Folgejahres zu prüfen.

Art. 4.3 HOW stellt der STADT (Stadtrat) den Jahresbericht, die Jahresrechnung und den Revisionsbericht nach Genehmigung durch die Vereinsorgane zu. Die STADT (Stadtrat) ist berechtigt, in alle finanziellen Unterlagen und Akten des Vereins Einsicht zu nehmen, sofern dies für die Beurteilung der Einhaltung des Subventionsvertrags erforderlich ist.

III Leistungen der Stadt Winterthur

Art. 5 Leistungsbeitrag

Die STADT verpflichtet sich, den Verein HOW für eine Dauer von vier Jahren kalenderjährlich wie folgt mit einem pauschalen Betrag zu unterstützen:

- für die Jahre 2018 bis und mit 2020 mit 960 000 Franken (neunhundertsechzigtausend);
- für 2021 mit 860 000 Franken (achthundertsechzigtausend).

Die Auszahlung des Betrags erfolgt jeweils im Januar.

Art. 6 Weitere Leistungen der STADT

Art 6.1 Die STADT unterstützt HOW bei der Ausbildung des Personals. Sie stellt das Schulungsangebot, welches den Mitarbeitenden der STADT offen steht, auch dem Personal von HOW zur Verfügung.

Art. 6.2 Die STADT informiert HOW laufend über relevante Geschäfte, die sich auf den Betrieb von HOW auswirken. Die Verwaltungsstellen der STADT stehen zu diesem Zweck in engem Kontakt mit HOW.

Art. 6.3 Die STADT gewährt HOW den Zugang zu verwaltungsinternen elektronischen Medien und Informationskanälen, soweit dies zur Erbringung der unter Art. 2 vorstehend aufgeführten Leistungen erforderlich ist.

IV Sicherung der Zweckbestimmung

Art. 7

Art. 7.1 Änderungen der in Art. 2 umschriebenen Leistungen von HOW sind von der STADT (Stadtrat) zu genehmigen und bedürfen der Schriftform.

Art. 7.2 Anpassungen der in den Statuten von HOW enthaltenen Zweckbestimmungen des Vereins benötigen die Genehmigung der STADT (Stadtrat), bevor sie der Generalversammlung von HOW zum Beschluss unterbreitet werden.

Art. 7.3 Wird HOW aufgelöst, fallen die jährlichen Beitragszahlungen der STADT ohne Weiteres dahin. Die im betreffenden Jahr bis zum Auflösungszeitpunkt erbrachten Leistungen von HOW werden von der STADT anteilmässig abgegolten.

V Inkrafttreten/Geltungsdauer

Art. 8

Art. 8.1 Der vorliegende Vertrag bedarf zu seiner Gültigkeit der rechtskräftigen Zustimmung der zuständigen städtischen Instanzen (Grosser Gemeinderat, Stimmvolk). Diese Zustimmung vorausgesetzt, tritt der Vertrag auf den 1. Januar 2018 in Kraft.

Art. 8.2 Der vorliegende Vertrag hat eine Laufzeit von vier Jahren und endet ohne vorhergehende Kündigung per 31. Dezember 2021.

Art 8.3. Der Grosse Gemeinderat kann auf Antrag des Stadtrates allfällige Folgevereinbarungen mit Krediten für finanzielle Beiträge an HOW von maximal 860 000 Franken pro Jahr in eigener Kompetenz genehmigen. HOW stellt dem Stadtrat jeweils frühzeitig Antrag auf eine Erneuerung des auslaufenden Vertragsverhältnisses.

Art. 8.4 Mit dem Inkrafttreten des vorliegenden Vertrags auf den 1. Januar 2018 fallen der Kredit von 1 410 000 Franken für die Weiterführung des Vereins Standortförderung Region Winterthur in den Jahren 2016–2018 (GGR-Nr. 2015.50) und die Leistungsvereinbarung zur touristischen Standortpromotion zwischen der Stadt Winterthur und dem Verein Winterthur Tourismus mit einem wiederkehrenden Kredit von 490 000 Franken (GGR-Nr. 2013.54) dahin.

VI Ausserordentliche Vertragsauflösung

Art. 9

Falls HOW seine unter Art. 2 zugesagten Leistungen oder Teile davon trotz Mahnung nicht ordnungsgemäss erbringt, kann die STADT (Stadtrat) den Vertrag unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von sechs Monaten kündigen oder die Beitragszahlungen – den vertragswidrigen Minderleistungen von HOW angemessen – reduzieren.

Wann und wo abstimmen?

Stimmabgabe an der Urne

	Samstag 20. Mai	Sonntag 21. Mai
Hauptbahnhof für Stimmende aller Winterthurer Wahlkreise	10.00–18.00	
<hr/>		
Winterthur-Stadt, Wahlkreis 1		
Stadthaus, Stadthausstrasse 4a		10.00–12.00
Primarschulhaus Neuwiesen, Wartstrasse 46		10.30–11.30
Primarschulhaus Tössfeld, Agnesstrasse 15		10.30–11.30
<hr/>		
Oberwinterthur, Wahlkreis 2		
Primarschulhaus Römerstrasse, Römerstrasse 141		10.00–12.00
Stimmlokal Guggenbühl, Stadlerstrasse 54		10.00–11.30
Primarschulhaus Hegi-Dorf, Mettlenstrasse 6		10.30–12.00
Primarschulhaus Talacker, Talackerstrasse 90		10.30–11.30
Primarschulhaus Reutlingen, Reutlingerstrasse 70		10.30–11.30
Primarschulhaus Stadel, Wiesendangerstrasse 88		10.30–11.30
Stimmlokal Ricketwil, Rätterschenstrasse 34		10.30–11.30
<hr/>		
Seen, Wahlkreis 3		
Kirchgemeindehaus Kanzleistrasse, Kanzleistrasse 37		10.00–12.00
Primarschulhaus Tägelmoo, Wurmbühlstrasse 9		10.30–11.30
Primarschulhaus Sennhof, Tösstalstrasse 376		10.30–11.30
Primarschulhaus Iberg, Ibergstrasse 108		10.30–11.30
Primarschulhaus Eidberg, Eidbergstrasse 75		10.30–11.30
Stimmlokal Gotzenwil, Eidbergstrasse 38		10.30–11.30
Stimmlokal Oberseen, Köhlbergstrasse 1		10.30–11.30
<hr/>		
Töss, Wahlkreis 4		
Kirchgemeindehaus Stationsstrasse, Stationsstrasse 3a		10.00–12.00
Freizeitanlage Dätttau, Hündlerstrasse 8		10.30–11.30
<hr/>		
Veltheim, Wahlkreis 5		
Stimmlokal Löwenstrasse, Löwenstrasse 3		10.00–12.00
Primarschulhaus Schachen, Buchackerstrasse 54		10.30–11.30
<hr/>		
Wülflingen, Wahlkreis 6		
Stimmlokal an der Eulach, Eulachstrasse 2		10.00–12.00
Primarschulhaus Langwiesen, Holzlegistrasse 50		10.30–11.30
Stimmlokal Neuburg, Neuburgstrasse 63		10.30–11.30
<hr/>		
Mattenbach, Wahlkreis 7		
Primarschulhaus Gutschick, Scheideggstrasse 1		10.00–12.00
Primarschulhaus Schönggrund, Weberstrasse 2		10.30–11.30

Briefliche Stimmabgabe

Für die briefliche Stimmabgabe sind die Angaben auf dem Stimmrechtsausweis zu beachten. Das Kuvert ist rechtzeitig zu retournieren, damit es spätestens am Samstag vor dem Urnengang um 12.00 Uhr beim Stimmregister eintrifft.

Vorzeitige Stimmabgabe

In der Woche vor dem Abstimmungs-sonntag können Stimmberechtigte ihre Stimmzettel bei der Einwohnerkontrolle, Pionierstrasse 7, wie folgt vorzeitig abgeben:

Donnerstag	8.30 bis 12.00 Uhr 13.00 bis 18.30 Uhr
Freitag	8.30 bis 12.00 Uhr 13.00 bis 16.00 Uhr

(Stellvertretung erlaubt, beachten Sie dazu die Angaben auf dem Stimmrechtsausweis.)

Auskünfte

Stimmberechtigte, deren Abstimmungsunterlagen unvollständig sind, können sich an das Stimmregister wenden. (Telefon 052 267 57 53)

Die Abstimmungsergebnisse werden am Sonntag, 21. Mai 2017, im Internet veröffentlicht.
stadt.winterthur.ch

Stadt Winterthur 