



Protokollauszug vom

12.06.2024

Departement Bau und Mobilität / Amt für Städtebau:

Genehmigung Kommunikationskonzept für die sechs Schwerpunkträume (Winterthur Süd, Zürcherstrasse, Hauptbahnhof, Wissensquartier, Grüze, Oberwinterthur)

IDG-Status: öffentlich

SR.24.395-1

---

Der Stadtrat hat beschlossen:

1. Das Kommunikationskonzept für die sechs Schwerpunkträume (Beilage 1) wird genehmigt.
2. Die Kommunikation Departement Bau und Mobilität und die Gebietsverantwortlichen für die sechs Schwerpunkträume im Amt für Städtebau werden beauftragt, alle Informationsmassnahmen anhand des Kommunikationskonzepts zu koordinieren.
3. Die Kommunikation Departement Bau und Mobilität und die Gebietsverantwortlichen für die sechs Schwerpunkträume im Amt für Städtebau werden beauftragt, bis Ende 2024 die Webseiten zu den sechs Schwerpunkträumen anhand des Kommunikationskonzepts und unter Berücksichtigung der geltenden städtischen Erscheinungsbildrichtlinien und des Inhaltskonzepts der städtischen Webseite aufzubauen und zu lancieren.
4. Die Kommunikations- und Projektverantwortlichen aller Departemente werden bei Projekten innerhalb der sechs Schwerpunkträume eingeladen, Kommunikationsmassnahmen nach Möglichkeit in Rücksprache mit der Kommunikation Departement Bau und Mobilität oder den Gebietsverantwortlichen im Amt für Städtebau auf das Kommunikationskonzept abzustimmen.
5. Mitteilung an: Departement Präsidiales, Amt für Stadtentwicklung, Amt für Kultur; Departement Finanzen, Immobilien; Departement Bau und Mobilität, Amt für Städtebau, Tiefbauamt, Geomatik- und Vermessungsamt; Departement Sicherheit und Umwelt, Umwelt- und Gesundheitsschutz; Departement Schule und Sport, Schulamt, Sportamt; Departement Soziales, Soziale Dienste, Alter und Pflege; Departement Technische Betriebe, Stadtbus, Stadtgrün.

Vor dem Stadtrat

Der Stadtschreiber:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Simon', with a stylized, cursive script.

A. Simon

## **Begründung:**

### **1. Ausgangslage**

Die räumliche Entwicklungsperspektive Winterthur 2040 und der kommunale Richtplan (Gesamtrevision, Stand öffentliche Auflage September 2023) zeigen mit den sechs Schwerpunkträumen, wo Winterthur in den kommenden Jahren besonders stark wachsen soll. Die sechs Schwerpunkträume «Winterthur Süd», «Zürcherstrasse», «Hauptbahnhof», «Wissensquartier», «Grüze» und «Oberwinterthur» sind für die Stadt von strategischer Bedeutung: Besonders viele Vorhaben wie öffentliche und private Hochbauten, grosse Infrastrukturbauten, neue Grünräume, Schul- und Sportanlagen usw. werden in diesen Räumen geplant und erstellt. Zudem sind diese Räume für die wirtschaftliche Entwicklung Winterthurs entscheidend. Mit einem Potenzial für zusätzliche 10'000 bis 20'000 Arbeitsplätze können sie einen bedeutenden Anteil des erzielten Arbeitsplatzwachstums aufnehmen und eine wichtige Rolle bei der angestrebten Profilierung des Wirtschaftsstandortes Winterthur spielen. Zur Koordination dieser Planungen und Vorhaben wurden im Amt für Städtebau Gebietsverantwortliche bestimmt, welche zusammen mit weiteren betroffenen Verwaltungsstellen die laufenden Planungen und Projekte aufeinander abstimmen.

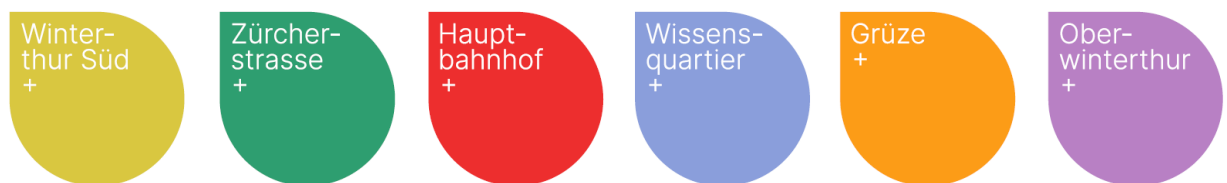


Abbildung 1: Sechs Schwerpunkträume

Aufgrund der angelaufenen oder absehbaren Entwicklungen nimmt die Bedeutung von Information und Kommunikation über die Schwerpunkträume zu. Die Transformationen tangieren das Leben und den Alltag vieler Anspruchsgruppen in Winterthur und müssen umfassend und nachvollziehbar vermittelt werden. Mit systematischer Information kann Verständnis und Akzeptanz geschaffen werden. Eine gute Wahrnehmbarkeit und Positionierung der Schwerpunkträume, z.B. für Investoreninnen und Investoren und Firmen auch ausserhalb von Winterthur, sind zudem entscheidend für eine erfolgreiche Weiterentwicklung der Räume als hochwertige Arbeitsplatzgebiete.

### **2. Kommunikationskonzept**

Vom Mai 2023 bis Februar 2024 wurde in einer amtsübergreifenden Arbeitsgruppe (Amt für Städtebau, Amt für Stadtentwicklung, Tiefbauamt, Kommunikation Departement Bau und Mobilität)

ein mit internen Ressourcen umsetzbares Kommunikationskonzept erarbeitet, das ein systematisches und effizientes Informieren aller Anspruchsgruppen ermöglicht. Das Kommunikationskonzept (Beilage 1) wurde modellhaft am Beispiel des Schwerpunktraums «Grüze» ausgearbeitet. Es soll in der Folge auf die anderen fünf Gebiete ausgeweitet werden.

#### **a) Anspruchsgruppen**

Die hauptsächlichlichen Anspruchsgruppen der Kommunikation sind:

- Bevölkerung (direkt Betroffene Anwohnende und ganze Stadt)
- Wirtschaft (ansässige und zukünftige Unternehmen, Gewerbe, Handel und Industrie)
- Investorinnen und Investoren (auch ausserhalb von Winterthur)
- Politik und Verwaltung
- Interessenvertreterinnen und -vertreter (Parteien, Verbände, Vereine)
- Fachpublikum

Wie einleitend erwähnt, sind die Schwerpunkträume insbesondere auch für die wirtschaftliche Entwicklung Winterthurs von grosser Bedeutung. Dieses Entwicklungspotenzial muss zukünftig besser kommuniziert werden, weshalb insbesondere auch ansässige und zukünftige Unternehmen und potenzielle Investorinnen und Investoren stärker in einen Dialog einbezogen und informiert werden sollen. Das Beispiel des Entwicklungsgebiets «Valley» im Kemptthal zeigt, wie Wahrnehmbarkeit und Positionierung zu einer erfolgreichen Standortentwicklung beitragen können<sup>1</sup>.

#### **b) Kommunikationsebenen**

Stadtentwicklung ist ein komplexer, langfristiger Prozess mit einer grossen Zahl von Anspruchsgruppen mit heterogenen Interessen. Die Information über einen erfolgreichen Entwicklungsschritt in einem Schwerpunktraum soll deshalb in den übergeordneten Kontext eingebettet werden.

Auf der ersten bzw. untersten Ebene folgt die Einbettung auf Ebene **Stadt**:

- In die räumliche Entwicklungsperspektive Winterthur 2040
- In die Positionierung der Stadt Winterthur, einschliesslich der neuen Positionierung des Wirtschaftsstandortes, welche aktuell unter Federführung des Amts für Stadtentwicklung erarbeitet wird. Nach der Verabschiedung durch den Stadtrat soll diese massgeblich in die Gesamtstadt-Positionierung sowie in die Charakterisierung der einzelnen Schwerpunktgebiete einfließen.

---

<sup>1</sup> The Valley



Abbildung 2: Drei Kommunikationsebenen

Auf der zweiten, mittleren Ebene wird die Bedeutung des Entwicklungsschritts für den **Schwerpunkttraum** aufgezeigt. Dazu wird für jeden Schwerpunkttraum eine allgemein verständliche, nachvollziehbare Positionierung formuliert, welche diesen charakterisiert. Auf der obersten Ebene steht der konkrete **Anlass** für eine Kommunikation (in Abbildung 2 beispielhaft die Eröffnung des geplanten Richard-Ernst-Parks beim Bahnhof Grüze).

### c) Kommunikationskanäle

Absenderin der Informationen ist die Stadt Winterthur und nicht ein einzelnes Amt oder Departement. Die Stadtverwaltung betreibt bereits eine Vielzahl von internen und externen Kommunikationskanälen. Die allermeisten können mit Unterstützung der jeweiligen Fachstellen und mit internen Ressourcen genutzt werden (siehe «owned channels» in Abbildung 3). Sie bilden das Rückgrat des Kommunikationskonzepts. Fallweise werden diese mit Vor-Ort-Auftritten ergänzt. Besonders wichtig sind die städtischen Webseiten zu den einzelnen Schwerpunktträumen, über welche alle Anspruchsgruppen erreicht werden können.

Anspruchsgruppe	Website	MyWin, Interne Komm.	Newsletter	Social Media	Medienarbeit	Vorträge	Fachartikel	Vor-Ort- Präsenz	Bezahlte Kanäle (Flyer, Plakate usw.)
Legislative	●	●	●	●					
Exekutive	●	●	●	●					
Bevölkerung, direkt Betroffene	●		●	●	●	●		●	●
Bevölkerung, ganze Stadt	●		●	●	●	●		●	●
Wirtschaft	●		●	●	●	●			●
Interessenvertreter- innen und -vertreter	●		●			●			●
Investor:innen	●		●	●		●		●	●
Fachpublikum	●		●			●	●		●

● owned channels    ● paid channels

Abbildung 3: Kommunikationskanäle

#### d) Redaktion

Aufgrund der zahlreichen parallel laufenden Projekte innerhalb der einzelnen Schwerpunkträume ist eine lineare bzw. langfristige Vorausplanung von Kommunikationsmassnahmen weder zweckmässig noch möglich. Ein redaktionelles Gremium, bestehend aus der Kommunikation Bau und Mobilität, dem/der jeweiligen Gebietsverantwortlichen im Amt für Städtebau und weiteren Themen-Verantwortlichen innerhalb der Stadtverwaltung trifft sich zwei- bis viermal jährlich, um für den jeweiligen Schwerpunktraum Kommunikationsmassnahmen aufzugleisen (siehe Abbildung 4). Je nach Schwerpunktraum bestehen bereits entsprechende Strukturen, wie beispielsweise für «Grüze» oder für «Wissensquartier». Dort finden unter dem Lead vom Amt für Städtebau bereits vier bis sechs Koordinationssitzungen jährlich statt, an welchen Projektinformationen aus den verschiedenen Abteilungen und Ämtern zusammenfliessen. Bei anderen Schwerpunkträumen müssen entsprechende Strukturen ohnehin aufgebaut werden.

Die Redaktion legt zusammen mit den Projektverantwortlichen für den jeweiligen Entwicklungsschritt situativ fest, in welcher Grössenordnung Kommunikationsmassnahmen geplant werden. Der Kommunikationslead verbleibt dabei bei den fürs Projekt zuständigen Departementen. Diese werden jedoch eingeladen, die Schwerpunkt-Websites sowie den grafischen Auftritt und andere Elemente des vorliegenden Kommunikationskonzepts nach Möglichkeit mitzunutzen.

Die bestehenden gestalterischen Grundlagen wie die Erscheinungsbildrichtlinien oder das Inhaltskonzept der städtischen Website gelten weiterhin. Kommunikation Stadt Winterthur wird in

Fragen des Erscheinungsbildes bei der Erarbeitung der Webseiten und weiterer Kommunikationsmittel beigezogen.

Wo offizielle städtische Kanäle wie z.B. die städtischen Social-Media-Kanäle oder Medienmitteilungen verwendet werden, bleibt die letzte Zuständigkeit unverändert bei Kommunikation Stadt Winterthur.

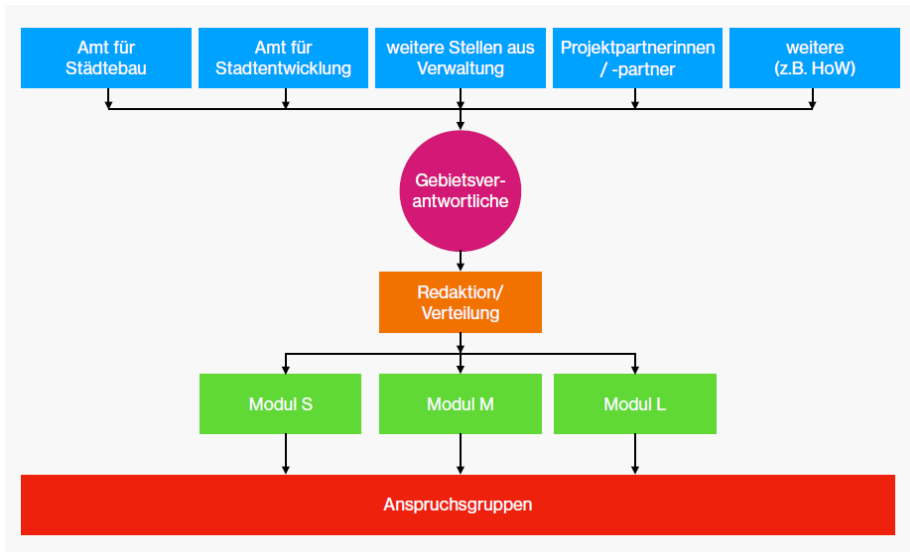


Abbildung 4: Redaktionsprozess

### e) Entwicklungsphasen

Die Entwicklung der Schwerpunkträume ist ein komplexer, langfristiger Prozess. Die Interessen der Anspruchsgruppen variieren in den verschiedenen Phasen des Entwicklungsprozesses. Als Orientierungs- und Ordnungsmodell für die einzelnen Informationen werden diese auf den Webseiten einer von vier Phasen zugeordnet. So können die Betroffenen die für sie relevanten Informationen einfach und schnell finden (siehe Abbildung 5).



Abbildung 5: Entwicklungsphasen

Die folgenden Phasen sind vorgesehen:

- 1) Verstehen: Erarbeiten der strategischen Grundlagen in Planungsprozessen (Vision, Zielbild, Testplanung, Masterplan)
- 2) Planen: Festlegen der Entwicklungsrichtlinien eines Schwerpunktraumes (Klassische Planung, Nutzungs- und Sondernutzungsplanung, Infrastruktur, Machbarkeit)
- 3) Bauen: Verhandeln und Umsetzen von konkreten Projekten (Umsetzung, Zusammenarbeit Investor:innen/Verwaltung)
- 4) Nutzen: Nutzen und Weiterentwickeln der Infrastruktur (Leben, Wohnen, Arbeiten)

### 3. Umsetzung

Erste Priorität hat der Aufbau und die Lancierung der Webseiten für die sechs Schwerpunkträume. Mit den Webseiten können alle Anspruchsgruppen erreicht werden. Die Grundstruktur, welche im Rahmen des Kommunikationskonzepts am Beispiel einer Webseite für den Schwerpunktraum «Grüze» erarbeitet wurde, wird im Layout der bestehenden städtischen Webinfrastruktur umgesetzt (siehe Abbildung 6). Die bereits vorhandenen Webseiten (z.B. Umfeld Grüze) sind teils veraltet und benötigen ohnehin eine Aktualisierung. Andere Webseiten (z.B. Oberwinterthur oder Winterthur Süd) lassen sich mit geringem Aufwand in das neue Gewand überführen.





Abbildung 6: Entwurf Einstiegsseite für den Schwerpunktraum «Grüze»

Für einzelne Projekte in den Schwerpunkträumen, in die Anspruchsgruppen direkter involviert werden sollen, könnte bei einer zustimmenden Entscheidung des Stadtrates im Herbst 2024 künftig auch die städtische Partizipationsplattform Verwendung finden. Diese wird im Rahmen der Studie Partizipation im Amt für Stadtentwicklung aktuell diskutiert und soll für die ganze Stadtverwaltung zur Verfügung stehen. Vorhaben mit partizipativen Elementen in den Schwerpunkträumen liessen sich damit gegenseitig verlinken.

Die Erarbeitung von einheitlichen Vorlagen für die analogen Kanäle wie Plakate, Flyer, Einladungen etc. – beispielsweise für ein Eröffnungsfest – erfolgt erst in einem zweiten Schritt im Rahmen einer grösseren Kommunikationsmassnahme. Auch der Aufbau einer Vor-Ort-Präsenz in den einzelnen Schwerpunkträumen soll nicht «auf Vorrat» erfolgen.

Im Schwerpunktraum «Grüze» wird Ende Mai 2024 das seitens Departement Bau und Mobilität, Tiefbauamt lancierte «Innovationslabor Grüze» eröffnet (SR.24.52-1). Es steht in den kommen-

den Jahren als Informationszentrum, Veranstaltungsort und Experimentierwerkstätte zur Verfügung, u.a. um vor Ort über die geplanten Entwicklungen zu informieren. In den anderen Schwerpunkträumen liegen zurzeit keine konkreten Pläne für eine Vor-Ort-Präsenz vor.

#### **4. Ressourcenbedarf**

Die Umsetzung des Kommunikationskonzepts erfolgt weitestgehend mit internen Kapazitäten und Ressourcen. Der Hauptaufwand für den Aufbau der sechs Webseiten fällt bei der Kommunikation Bau und Mobilität und dem Amt für Städtebau mit je etwa 15 Arbeitstagen an. Der Aufbau der Webseiten wird inhaltlich von einer externen Agentur unterstützt (Grundstruktur, visueller Rahmen, grafische Elemente, Support). Dafür sind für das Jahr 2024 20 000 Franken im Budget des Amts für Städtebau eingestellt. Für die Erstellung von einheitlichen Vorlagen für die analogen Kanäle wie Plakate, Flyer, Einladungen etc. durch eine externe Agentur sind zusätzliche Kosten von 20 000 Franken im Budget des Amts für Städtebau für das Jahr 2025 eingestellt. Zudem entsteht ein überschaubarer Koordinationsaufwand, wenn alle Departemente eine sowieso geplante Kommunikationsmassnahme in einem Schwerpunktraum (z.B. eine Einweihung eines neuen Schulhauses) mit dem Kommunikationskonzept abstimmen. Die Umsetzung einer einzelnen Kommunikationsmassnahme (z.B. zur Eröffnung einer neuen Strasse) führt nicht zu Mehrausgaben, sondern erfolgt im Rahmen der bestehenden Projekte und deren Budgets.

#### **5. Externe und interne Kommunikation**

Das vorliegende Kommunikationskonzept für die sechs Schwerpunkträume wurde am 3. April 2024 der Stadtentwicklungskommission und am 7. Mai 2024 der Informationskonferenz präsentiert. Es ist keine externe Kommunikation vorgesehen.

#### **Beilage (öffentlich):**

1. Kommunikationskonzept für die sechs Schwerpunkträume vom April 2024, Peyer Konzept GmbH, Zürich