



STADT WINTERTHUR

WIRTSCHAFTSPOLITIK

Grundlagen und Ziele

Handlungsbereiche

Konkrete Herausforderungen und Aktivitäten

Titelbild

Baustelle zur Erweiterung des Technoparks auf dem Sulzerareal Stadtmitte (Foto Stadtentwicklung)

Herausgeberin

Stadt Winterthur

Departement Kulturelles und Dienste

Stadtentwicklung Winterthur

Obertor 32

8402 Winterthur

Telefon 052 267 62 72

stadtentwicklung@win.ch

www.stadtentwicklung.winterthur.ch

Kontaktperson

Andreas Schönbächler

Telefon 052 267 68 34

andreas.schoenbaechler@win.ch

Ausgabe

November 2008

INHALT

1.	EINLEITUNG	4
2.	GRUNDLAGEN UND ZIELE	5
3.	HANDLUNGSBEREICHE	6
4.	KONKRETE HERAUSFORDERUNGEN UND AKTIVITÄTEN	
4.1.	Attraktive Rahmenbedingungen	7
4.2.	Austausch und Vernetzung	9
4.3.	Verfügbare Flächen	10
4.4.	Imagepflege und Vermarktung	11

1. EINLEITUNG

Die **Attraktivität von Standorten und damit deren Entwicklung in der globalisierten Wirtschaft hängt wesentlich von politischen Einflüssen ab**. Neben den übergeordneten Rahmenbedingungen von Bund und Kantonen einschliesslich des steuerlichen Regelwerks sind dabei für Winterthur auch **kleinräumigere Faktoren von Bedeutung**. Diese lassen sich teilweise lokal beeinflussen, so dass die städtische Politik einen direkten Beitrag dazu leisten kann.

Wirtschaftspolitik auf dieser Ebene bedeutet vor allem Standortförderung. Dabei haben auch viele nicht primär auf die Wirtschaft ausgerichtete Politikbereiche einen Einfluss wie zum Beispiel die Wohnungspolitik. Der vorliegende Bericht soll einen **systematischen Überblick über die grundlegenden wirtschaftspolitischen Stossrichtungen und die unterschiedlichen Aktivitäten der Stadt** geben. Damit schafft der Stadtrat erstmals einen eigentlichen Rahmen, an dem er sich in seinen vielfältigen diesbezüglich relevanten Handlungen mit dem Ziel einer kohärenten und effektiven Wirtschaftspolitik orientieren kann und will.

Die von Stadt, Region und Wirtschaft gemeinsam getragene **Standortförderung Region Winterthur ist Teil und Partnerin der städtischen Wirtschaftspolitik**. Ergänzend zu den eher in ihren hoheitlichen Aufgaben verankerten grundlegenden Bestrebungen der Stadt ist die Standortförderung mit Marketingaktivitäten und Dienstleistungen für Unternehmen direkter in der Wirtschaftsförderung tätig. Dabei unterstützt sie die Umsetzung der wirtschaftspolitischen Strategie der Stadt, in welche sie wiederum ihre Erfahrungen einbringt. Nach ihrer Ausweitung auf die Region kommt der Standortförderung auch eine Rolle als Wegbereiterin für eine verstärkte **regionale Zusammenarbeit** zu, welche bei vielen Herausforderungen neue Möglichkeiten eröffnet.

2. GRUNDLAGEN UND ZIELE

Oberziel der städtischen Wirtschaftspolitik ist der **Erhalt und die Schaffung von Arbeitsplätzen** sowohl mit hoher Wertschöpfung als auch für weniger qualifizierte Arbeitskräfte. Dadurch sollen – abgesehen von der gesellschaftlichen Wünschbarkeit ausreichender Beschäftigung – der Aufwand für arbeitslosigkeitsbedingte Sozialhilfe vermindert, die Steuererträge sowohl der juristischen als auch der natürlichen Personen gesteigert und so die **städtische Finanzlage grundlegend verbessert** werden. Zudem geht es um die Gewährleistung einer möglichst umfassenden Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen, welche zur Attraktivität der Stadt als Wohn- und Arbeitsort beitragen.

Der Stadtrat hat **in den Legislatorschwerpunkten und der Stadt-Marke die strategischen Stossrichtungen seiner Wirtschaftspolitik** aufgrund der laufenden Entwicklung und der vorhandenen Chancen und Herausforderungen festgehalten. Im Wesentlichen sind dies:

- Positionierung als traditionsreicher Standort für High-Tech-Industrie und Engineering, Versicherungszentrum, Standort mit vielfältiger Gesundheitskompetenz und Pionierleistungen auf vielen Gebieten sowie als führendes Zentrum für praxisorientierte Ausbildung
- Gewährleistung geeigneter Flächen für die Entfaltung ansässiger und die Gründung und Ansiedlung neuer Unternehmen
- Bewältigung des Verkehrs
- Nutzung überregionaler Synergien in der Wirtschaftsförderung
- Vernetzung der Akteure und Akteurinnen in Wirtschaft, Wissenschaft und öffentlicher Verwaltung
- Schaffung eines innovativen Umfelds
- Etablierung als Austragungsort von Fachkongressen

Diese Ziele bedürfen der **Umsetzung durch entsprechende Aktivitäten**. Winterthur wird allgemein ein grosses Entwicklungspotential attestiert. Wirtschaftspolitik ist jedoch eine langfristige Angelegenheit, die im Kleinen beginnt und nicht von heute auf morgen Wunder bewirken kann. Wichtig ist die konsequente Pflege der Standortvorteile, eines allgemein unternehmungsfreundlichen Umfelds und damit – kommunikativ unterstützt – auch eines entsprechenden Images. Wirtschaftspolitik heisst dabei nicht Wirtschaftsförderung um jeden Preis. Der Einsatz der **beschränkten Mittel** ist stets mit den dadurch effektiv erreichbaren Vorteilen abzuwägen. Zudem muss auch die Wirtschaftspolitik den Prinzipien der Nachhaltigkeit folgen, um ihre Ziele effektiv erreichen zu können.

3. HANDLUNGSBEREICHE

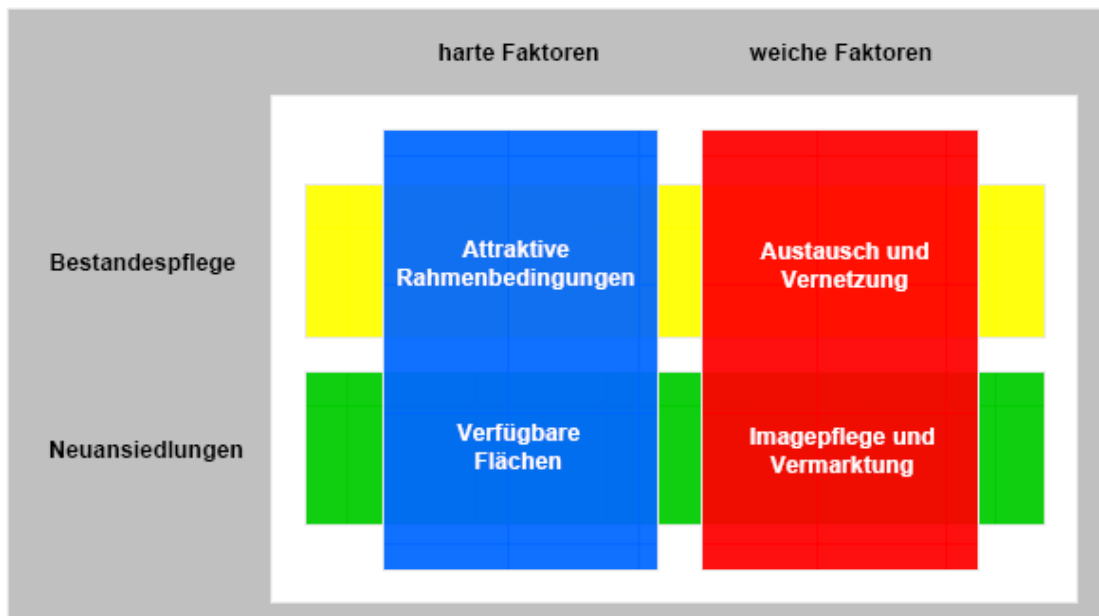
Die verschiedenen wirtschaftspolitischen Stossrichtungen und Aktivitäten können gemäss ihren hauptsächlichen Ausrichtungen (Pfleger der ansässigen oder Ansiedlung neuer Unternehmen) und Ansatzpunkten (bei den harten oder weichen Standortfaktoren) in ein **Schema mit vier Handlungsbereichen** eingeteilt werden. Eine absolute Trennschärfe besteht dabei freilich nicht. So ist etwa ein attraktives Umfeld nicht nur Voraussetzung für den Erhalt bestehender, sondern auch Grundlage für die Anziehung neuer Unternehmen.

Für die Bestandespflege geht es bei den harten Faktoren um die **Gewährleistung attraktiver Rahmenbedingungen** im klassischen Sinne (Infrastrukturen, Arbeitskräfte, Steuern etc.). Im Bereich der weichen Faktoren steht die **Förderung der Vernetzung und des Austausches von Informationen** unter allen relevanten Akteuren und Akteurinnen zwecks einfacher gemeinsamer Problemlösungen und Anregung von Innovationen im Zentrum.

Über diese Grundlagen hinaus ist besonders für die Ansiedlung neuer Unternehmen die **Verfügbarkeit geeigneter Flächen** (Land oder Gebäulichkeiten) eine notwendige Bedingung. Über die Gewährung steuerlicher Anreize kann die Stadt nicht befinden. Ebenso wichtig ist aber die Ausstrahlung, welche neben den harten Faktoren ganz entscheidend von deren **Vermarktung und dem davon beeinflussten Image** abhängt.

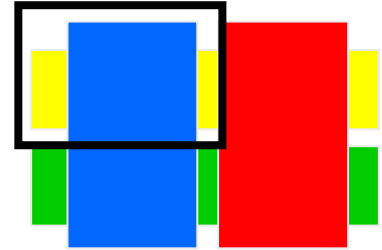
Schematische Darstellung der Handlungsbereiche

Abbildung 1



4. KONKRETE HERAUSFORDERUNGEN UND AKTIVITÄTEN

4.1. Attraktive Rahmenbedingungen



Die **Bewältigung des zunehmenden Verkehrs** ist Voraussetzung für die gewünschte weitere Entwicklung der Stadt. Um die Autobahnumfahrung und das städtische Hauptstrassennetz zu entlasten, hat sich der Stadtrat anstelle verschiedener zweitbesten Strassenprojekte für eine Südost-Umfahrung ausgesprochen. Deren Realisierung liegt jedoch nicht in den Händen der Stadt und ist noch ungewiss. Ähnlich verhält es sich mit dem Ausbau der Bahnstrecke Zürich-Winterthur, welcher für den langfristigen Erhalt des **optimalen Anschlusses an den Wirtschaftsraum Zürich** notwendig ist. Der **politische Druck** für diese verkehrsstrategischen Hauptpfeiler muss daher weiter verstärkt werden, gemeinsam mit Vertretenden der gleichen Interessen wie etwa den Ostschweizer Kantonen. Wo möglich sind die einzelnen Problembereiche durch Sofortmassnahmen (z.B. im Bereich der Verkehrssteuerung) zu entschärfen.

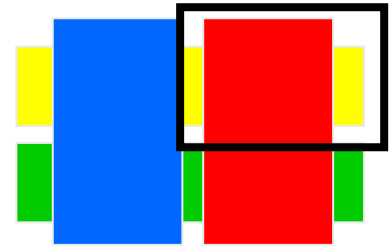
Gebühren, Auflagen (bspw. bei Bauvorhaben) und ähnliche hoheitliche Anordnungen stellen für manche Betriebe insgesamt einen wesentlichen Faktor für die Attraktivität des Wirtschaftsumfeldes dar. Auf Eingriffe wird daher sensibel reagiert. Im Sinne einer nachhaltigen Politik sind unter Wahrung der Kostenwahrheit auch deren **wirtschaftliche Auswirkungen sorgfältig zu prüfen** und Imageschäden durch entsprechende Kommunikation zu vermeiden. Hohe Qualität soll einen fairen Preis haben.

Winterthur liegt sehr günstig im Wirtschaftsraum Zürich nahe beim Flughafen. Im Vergleich zum Zentrum Zürich selber ist das Einzugsgebiet auch des Arbeitsmarkts jedoch beschränkt. In vielen Branchen ist das **Vorhandensein qualifizierter Arbeitskräfte** ein Hauptkriterium bei Standortentscheiden. Um den Zuzug von solchen Erwerbstätigen auch aus dem Raum Zürich zu fördern, braucht es neben einer **hohen Lebensqualität** (Gartenstadt, Kulturangebot, Sicherheit etc.), einem breiten Schul- und Betreuungsangebot für Kinder bis hin zur Internationalen Schule und guten Verkehrsanbindungen auch entsprechenden Wohnraum. Die auf die Schaffung attraktiver Angebote im mittleren und oberen Segment ausgerichtete **Wohnungspolitik ist fortzusetzen**. Ein wichtiger Faktor sind auch die **spezialisierten Bildungseinrichtungen** (allen voran die ZHAW), welche junge Fachkräfte in die Stadt ziehen.

Im schweizerischen Städtevergleich weist Winterthur einen **attraktiven Steuersatz** auf, im Wirtschaftsraum Zürich bestehen jedoch starke Konkurrenzstandorte wie etwa Schaffhausen. Es muss daher Ziel sein, die gute Position zu halten resp. weiter zu verbessern. Die politischen Bemühungen um eine **Reform des Finanzausgleichs** für mehr Spielraum vom Kanton sind ebenso fortzusetzen wie die **Sparbemühungen** zur nachhaltigen Entlastung des städtischen Finanzhaushalts. Dies nicht zuletzt, um auch **Investitionen zur weiteren Steigerung der Standortattraktivität** tätigen zu können.

Durch **bauliche Impulse und attraktivere Gestaltung** sind die Standorte, an welchen die Stadt noch über grosse Potenziale verfügt, aufzuwerten, um die gewünschte Entwicklung in Gang zu setzen (z.B. Eulachpark oder Masterplan "Stadtraum Bahnhof Winterthur").

4.2. Austausch und Vernetzung



Eine enge Vernetzung und ein entsprechend einfacher, auch informeller **Austausch zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Behörden** sind eine gute Grundlage für die gemeinsame Weiterentwicklung. Hier verfügt Winterthur als mittelgrosse Stadt mit persönlichem Charakter über einen natürlichen Vorteil; spezielle Plattformen mit diesem Ziel haben sich als nicht nötig erwiesen. Der Kontakt über die verschiedenen bestehenden Foren, Anlässe und Vereinigungen, insbesondere auch die von Stadt und Wirtschaft gemeinsam getragene Standortförderung Region Winterthur, sorgt für einen ungehinderten Informationsfluss.

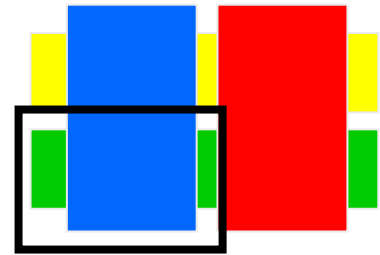
Dies ist auch das Ergebnis einer stadträtlichen **Politik der "Nähe zur Kundschaft"** (einschliesslich einer kooperativ ausgerichteten Verwaltung), die bei all diesen Gelegenheiten weiter gepflegt werden muss. Mit den Herbstgesprächen etwa besteht ein institutionalisierter Anlass für den Austausch zwischen Stadtrat und Winterthurer Schlüsselunternehmen. Ausrichtung und Konzept dieses und weiterer **Anlässe** sind zusammen mit den Beteiligten laufend auf ihre Zweckmässigkeit hin zu überprüfen.

Ein entscheidender Standortfaktor als Bildungsinstitut, Forschungspartnerin für die Wirtschaft und Imageträgerin stellt die **ZHAW** mit dem Rektorat und verschiedenen Departementen in Winterthur dar. Die in verschiedenen Belangen unterhaltene und von beiden Seiten erwünschte Zusammenarbeit ist weiter zu vertiefen, um noch stärker voneinander profitieren und zum Gedeihen der Schule beitragen zu können.

Für die angestrebte weitere Entwicklung bereits mehr oder weniger ausgeprägt vorhandener Branchenschwerpunkte wie namentlich Technologie, Versicherungen, Bildung und Gesundheit spielt der oft auch unbewusste Austausch zwischen den verschiedenen Institutionen und Unternehmen eine wesentliche Rolle. Mit einer gezielten Ansiedlungspolitik, der Förderung entsprechender Organisationen oder direkten Fördermassnahmen wie etwa der Unterstützung der Neuausrichtung des Lindberg Spitals kann zu einer **Stärkung von Clustern** beigetragen werden.

Das Zusammenwirken der verschiedenen Akteure und Akteurinnen ist auch ein wichtiger **Grundstein für ein innovatives Umfeld**. Der Technopark Winterthur – getragen von Wirtschaft, Stadt und ZHAW – zur Förderung junger Unternehmen ist ein Paradebeispiel dafür. Es gibt immer wieder Projekte unterschiedlicher Trägerschaften, welche erst in Zusammenarbeit möglich werden. Solche **Initiativen sind aktiv aufzunehmen** und mit passenden Mitteln zu fördern. Eine Möglichkeit dazu sind public private partnerships.

4.3. Verfügbare Flächen



Sowohl für industrielle Grossansiedlungen wie auch für gewerbliche KMU und Kleinbetriebe wird es immer schwieriger, in Winterthur passende Flächen zu finden. Dies betrifft insbesondere unüberbautes Land. Auch die Stadt selber verfügt nur noch über wenige Grundstücke. Ein **attraktives Angebot an Landflächen** ist jedoch eines ihrer stärksten Instrumente zur direkten Wirtschaftsförderung. Daher muss in der städtischen Bodenpolitik unter anderem das Ziel verfolgt werden, durch Einzonung bestehender Reservezonen und/oder Zukäufe geeigneter Flächen auch in Zukunft über eigene Industrie- und Gewerbelandreserven zu verfügen und diese **strategisch einzusetzen**. Wie beim Land an der Frauenfelderstrasse formuliert können die entsprechenden Vergabekriterien je nach Standort variieren.

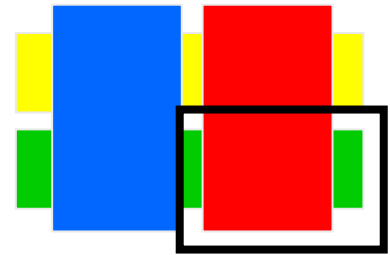
Um die **Landreserven insgesamt nicht weiter zu schmälern** ist nur noch sehr zurückhaltend Industrie- und Gewerbeland umzuzonen. Zudem sollen grossflächige Einkaufs- und Freizeitnutzungen durch eine **aktive Planung für publikumsintensive Einrichtungen** in geeigneten Gebieten konzentriert werden. Damit können deren planerische und betriebliche Bedingungen verbessert und die problematischen Auswirkungen einschliesslich des (nicht zuletzt Preis-) Drucks auf den Boden von dieser Seite gelindert werden. Auch ein weiterhin ausreichendes Angebot an **Büroflächen** ist vor allem durch eine entsprechende Entwicklung der vorhandenen Umnutzungsgebiete zu unterstützen.

Für eine bessere Vermittelbarkeit der vorhandenen Landreserven durch die Standortförderung wurde die Informationsgrundlage im Rahmen des so genannten Gewerbelandportfolios verbessert. Dabei ist der **Blickwinkel auf die Region auszudehnen**, wo weitere Gewerbeflächen vorhanden sind, die sich für gewisse Nutzungen eignen. Mit der Gemeinde Wiesendangen ist eine Arrondierung des Industriegebiets entlang der Frauenfelderstrasse anzustreben.

Für kleine **Unternehmen in der Gründungsphase** sind funktionale, günstige Flächen in einem passenden Umfeld wichtig. Der **Technopark Winterthur** bietet ein solches Angebot, und dies mit grossem Erfolg. Um zusätzliche Flächen zur Verfügung zu stellen, ist eine Erweiterung mittlerweile im Bau, an welcher sich die Stadt erneut beteiligt. Auch bei weiteren Ausbautetappen sollte dies ins Auge gefasst werden.

Eher Ladengeschäfte, kleine gewerbliche Betriebe und Ateliers haben sich als **Zwischennutzer** vor allem auf dem Lagerplatzareal niedergelassen und dieses zu einem belebten und beliebten Stück Stadt verwandelt. Diese Nutzungen werden im Zuge der weiteren Entwicklung des Areals bei allen Bemühungen, ihnen Raum zu erhalten, unter Druck geraten. Die Stadt prüft daher, ob an anderen geeigneten Standorten Ersatz geschaffen werden könnte.

4.4. Imagepflege und Vermarktung



Winterthur wird über die Region hinaus wenig wahrgenommen. Entsprechend lebt das alte Image von der etwas herunter gekommenen Industriestadt fort – ein Bild, das auch in der Erscheinung der Stadt noch präsent ist (namentlich an der Zugsdurchfahrt entlang Sulzerareal Stadtmitte und Oberwinterthur). Diesem ist direkt durch eine **attraktivere Gestaltung der Stadteingänge** und prominenten Ansichten (etwa durch das Projekt Stadtlicht) entgegen zu wirken. Auch ein **Kongresszentrum** oder ähnliche Veranstaltungslokalitäten würden die Stadt in ihrer tatsächlichen Form einem breiteren Publikum bekannter machen.

Um die vorhandenen Stärken und Chancen zum Tragen zu bringen und damit auch das Aussenbild der Stadt allmählich verbessern zu können, wurde die **Stadt-Marke zur Positionierung** von Winterthur entwickelt. Es gilt nun, für die einzelnen Erfolgsfaktoren Projekte und Aktivitäten zu lancieren (resp. die laufenden Tätigkeiten vermehrt darauf auszurichten), welche Winterthur Ausstrahlung verleihen und in ihrer Kohärenz langfristig zu einem entsprechenden Imagewandel führen.

Dafür muss aber auch **aktiver und gezielter kommuniziert** werden, insbesondere **über die Stadtgrenzen hinaus**. Dies ist nicht nur Sache der Standortförderung Region Winterthur als Hauptakteurin in der Vermarktung des Wirtschafts- und Wohnstandorts Winterthur nach aussen oder von Winterthur Tourismus, sondern der ganzen Stadtverwaltung und weiterer Partner und Partnerinnen. **Bilder** spielen dabei eine wichtige Rolle, um über die Medien ins öffentliche Bewusstsein transportiert zu werden: Wenn z.B. der Stadtpräsident zur Eröffnung des neuen Werks von Stadler in Oberwinterthur mit hochgekrepelten Ärmeln die letzte Schwelle für die Einfahrt eines ersten Zuges legt, so steht dieses Bild für eine tatkräftige Unterstützung von Unternehmen durch die Regierung, für industrielle Erneuerung und Stärke der Stadt.

Zur Stärkung dieser Aussenwahrnehmung auch auf nationaler und internationaler Ebene und damit der Stellung im globalen Standortwettbewerb ist die **Zusammenarbeit mit regionalen und überregionalen Organisationen** zu suchen. Winterthur als eigenständiges Zentrum nahe Zürich ist primär ein Teil dieses Wirtschaftsraums und hebt sich darin in seinen Stärken positiv von anderen Standorten ab. Mit der Erweiterung der Standortförderung auf die Region Winterthur sowie der Mitwirkung bei Greater Zurich Area ist dies bereits weitgehend geschehen, so auch bei Winterthur Tourismus. Die aktive Mitarbeit bei Bestrebungen zur Intensivierung der regionalen Zusammenarbeit wie der Interkommunal- oder der Metropolitankonferenz kann ebenfalls dazu beitragen.

