

An das Stadtparlament

Winterthur

Erneuerung der befristeten Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und dem Verein «House of Winterthur»: Bewilligung eines Verpflichtungskredits

Antrag:

Zur Erneuerung der befristeten Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und dem gemischtwirtschaftlich getragenen Verein «House of Winterthur» für eine vierjährige Geltungsdauer von 2026 bis 2029 mit jährlichen Betriebsbeiträgen von 760 000 Franken wird ein Kredit von 3 040 000 Franken bewilligt.

Weisung:

Zusammenfassung

Die Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und dem Verein House of Winterthur (HoW) wurde seit dessen Gründung im Jahr 2017 kontinuierlich weiterentwickelt, um Winterthur als attraktiven Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur- und Tourismusstandort zu positionieren. Dabei lag der Fokus der Leistungsvereinbarung zwischen 2018 und 2021 auf einem integrierten Standortmarketing, mit dem Ziel, eine starke Marke zu schaffen und Winterthur als Wirtschafts-, Tourismus- und Kulturstandort bekannt zu machen. Die Marketingmassnahmen waren breit angelegt und umfassten Werbung, Imagepflege und klassische Standortpromotion. In der Leistungsvereinbarung für die Jahre 2022 bis 2025 wurde die wirtschaftliche Förderung zusätzlich zu den bisherigen Leistungen stärker in den Vordergrund gerückt. Die wirkungsvolle Umsetzung dieses sehr breit gefassten Auftrages stellte sich jedoch mit den zur Verfügung stehenden personellen und finanziellen Ressourcen im komplexen Ökosystem der Standortförderung als herausfordernd dar.

Die Neuauflage der Leistungsvereinbarung mit HoW ab 2026 bis 2029 zielt daher darauf ab, dessen Leistungen wieder auf den Ursprungszweck des integrierten Standortmarketings zurückzuführen und entsprechend zu fokussieren. HoW soll sich in Zukunft auf die ganzheitliche Vermarktung der Stadt Winterthur konzentrieren. Dieses Stadtmarketing stärkt die Sichtbarkeit Winterthurs als attraktiven Standort für Unternehmen, Fachkräfte, Kulturliebhaber:innen und Tourist:innen. Zu den wichtigsten Leistungen gehören unter anderem die Stärkung der Marke Winterthur, die Vermarktung des Wirtschafts-, Bildungs- und Kulturstandorts sowie die Förderung von Innovation und Wissenstransfer zwischen Wirtschaft, Hochschule, Politik und Verwaltung durch gezielte Vernetzung und massgeschneiderte Veranstaltungen. Zudem unterstützt HoW Startups, betreibt wie bisher die Tourist Information und organisiert innovative touristische Angebote. HoW orientiert sich neu bei all seinen Leistungen für die Stadt Winterthur konsequent an deren Strategien.

Mit der Fokussierung der Leistungen von HoW einher geht eine klarere Aufgabenteilung zwischen HoW und der Stadt Winterthur, die auch zu einem effizienteren Einsatz der personellen und finanziellen Ressourcen führt. Zukünftig wird die Stadt Winterthur eine aktivere Rolle in der Standortförderung einnehmen, sämtliche damit verbundenen Leistungen koordinieren sowie die Verantwortung für die Bestandespflege und Unternehmensansiedlung übernehmen.

Ziel der Anpassungen ist es, die Stadt Winterthur aufbauend auf ihren Stärken erfolgreich im Standortwettbewerb zu positionieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu fördern. Im Zuge der Fokussierung der Aufgaben in der neuen Leistungsvereinbarung wird der jährliche Betriebsbeitrag der Stadt Winterthur für HoW auf 760 000 Franken pro Jahr reduziert (entspricht einer Reduktion um 100 000 Franken pro Jahr im Vergleich zur aktuellen Vereinbarung). Die Stadt Winterthur bleibt damit auch weiterhin die weitaus grösste Geldgeberin des von der Stadt, dem Kanton, Gemeinden der Region und Unternehmen getragenen Vereins.

Unabhängig von der Leistungsvereinbarung mit der Stadt Winterthur bleibt die regionale Vermarktung eine zentrale Aufgabe von HoW. Eine starke Region trägt zur nachhaltigen Entwicklung des gesamten Wirtschaftsraums bei.

1. Der Verein House of Winterthur und Historie der Zusammenarbeit

1.1 Gründung von House of Winterthur

Der Verein House of Winterthur (HoW) wurde 2017 mit dem Auftrag gegründet, für die Stadt und Region Winterthur ein integriertes Standortmarketing umzusetzen (Volksabstimmung vom 21. Mai 2017) und entstand aus der Zusammenführung der Vorgängerorganisationen Winterthur Tourismus und der Standortförderung Region Winterthur. Hintergrund war die Erkenntnis, dass traditionelle, isolierte Standortstrategien im globalisierten und wettbewerbsintensiven Markt nicht mehr ausreichen. Deshalb sollte ein integriertes Standortmarketing etabliert werden, das die Themen Wirtschaft, Bildung, Kultur und Tourismus miteinander verbindet und unter einer gemeinsamen Dachstrategie vermarktet. Dies erforderte eine enge Zusammenarbeit zwischen Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Kultur und Bildung. Gründungsmitglieder des Vereins waren dementsprechend die Stadt Winterthur, der Kanton Zürich, umliegende Gemeinden, Beherbergungsbetriebe sowie Unternehmen und Privatpersonen. Die Vereinsziele von HoW (Art. 2 der Vereinsstatuten, vgl. Beilage) umfassen demgemäss die Erarbeitung und Umsetzung eines integrierten Standortmarketings. Dieses soll Winterthur und die Region als attraktiven Standort für Unternehmen, Fachkräfte, Studierende und Besuchende präsentieren, die städtischen und regionalen Stärken in ihrer Gesamtheit darstellen und alle relevanten Standortfaktoren unter einer einheitlichen Vermarktungsstrategie bündeln.

1.2 Organisation des Vereins

Der Verein HoW zählt heute rund 400 Mitglieder, darunter die Stadt Winterthur, umliegende Gemeinden, Unternehmen und die ZHAW. Seit seiner Gründung wird er von einem ehrenamtlichen Vorstand geleitet, der 2022 zur Effizienzsteigerung, Kostenreduktion und Professionalisierung auf fünf bis neun Mitglieder verkleinert worden ist. Der Vorstand setzt sich aus Vertreter:innen der Stadt Winterthur, der ZHAW, der Wirtschaft, der Kultur und des Tourismus zusammen. Die Stadt Winterthur wird durch das Stadtpräsidium vertreten, um eine enge strategische Abstimmung und die Mitgestaltung der Vereinsaktivitäten im Einklang mit der Leistungsvereinbarung sicherzustellen.

Aus Kostengründen ist HoW mit der Geschäftsstelle von der Technikumstrasse an die Stadthausstrasse 14 umgezogen. Sie zählt rund 20 Mitarbeitende und steht seit September 2024 unter der Leitung von Geschäftsführer Jakob Bächtold, der die Nachfolge von Samuel Roth angetreten hat. Zusätzlich beschäftigt der Verein rund 25 Teilzeit-Stadtführer:innen, die jährlich über 12'000 Teilnehmende bei mehr als 800 Stadtführungen durch Winterthur begleiten.

Die vom Verein betriebene Tourist Information befindet sich im Hauptbahnhof Winterthur. Dort werden nicht nur Tourist:innen beraten und Ticketing-Angebote in Kooperation mit Partnern – darunter der FC Winterthur – verkauft, sondern auch Souvenirs, Geschenkartikel und regionale Spezialitäten angeboten.

1.3 Finanzierung von House of Winterthur (HoW)

Seit seiner Gründung wird HoW als Public-Private-Partnership gemeinsam von der öffentlichen Hand und privaten Akteuren finanziert. Neben dem jährlichen Betriebsbeitrag der Stadt Winterthur tragen auch der Kanton, Mitgliederbeiträge und selbst erwirtschaftete Erträge zu seiner Finanzierung bei. Im Jahr 2023 betragen die jährlichen Erträge rund 3.01 Millionen Franken, wobei die öffentliche Hand insgesamt rund 42 % der Finanzierung beisteuerte (vgl. Abb. 1).

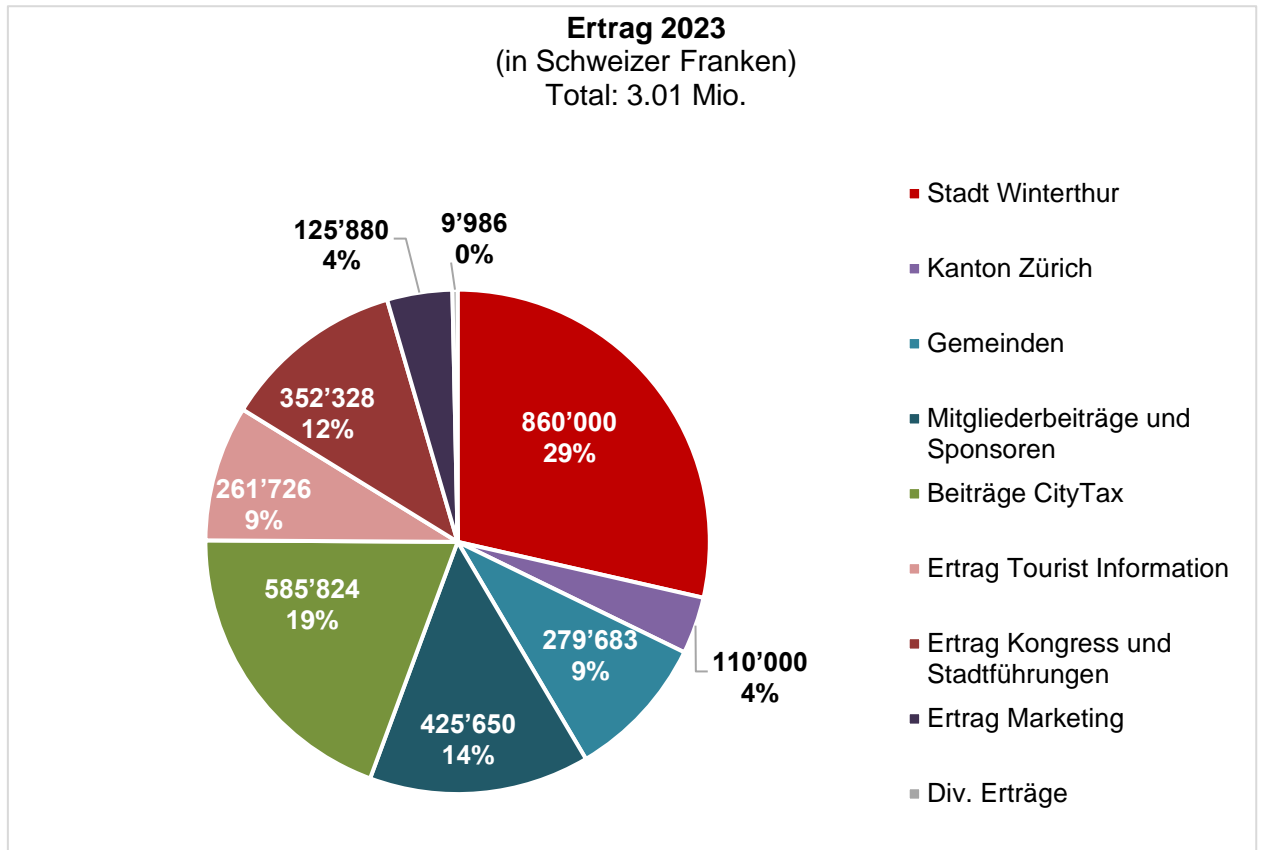


Abbildung 1: Einnahmen HoW (Auszug aus Geschäftsbericht 2023)

Beiträge der öffentlichen Hand

Stadt Winterthur: Die finanzielle Beteiligung der Stadt Winterthur an HoW wurde mit dem in Gründung befindlichen Verein HoW durch einen abgestuften Kredit geregelt. Für die Aufbauphase (2018 bis 2020) erhielt HoW einen jährlichen Beitrag von 960 000 Franken. Ab 2021 wurde dieser auf 860 000 Franken reduziert, da bis dahin eine erste Konsolidierung der Organisation erwartet wurde. Bei der Erneuerung der Leistungsvereinbarung für die Jahre 2022 bis 2025 blieb der Beitrag in gleicher Höhe bestehen. Im Jahr 2023 entsprach dieser Betrag 29 % des Gesamtbudgets des Vereins.

Kanton Zürich: Die Kantonale Standortförderung unterstützt HoW von 2023 bis 2026 im Rahmen einer Leistungsvereinbarung mit einem jährlichen Beitrag von 70 000 Franken. Zusätzlich wurde 2023 ein einmaliger Betrag von 40 000 Franken gewährt. Die Vereinbarung mit der Kantonalen Standortförderung muss auf Anfang 2027 erneuert werden. Es ist davon auszugehen, dass der Kanton den Beitrag dann überprüfen und im Sinne der Gleichbehandlung an das Niveau anderer regionaler Standortförderungen anpassen wird (und damit möglicherweise reduzieren wird).

Gemeinden der Region: Mitgliedsgemeinden der Region Winterthur beteiligen sich mit einem Beitrag von 3.75 Franken pro Einwohner:in. Daraus ergaben sich im Jahr 2023 Beiträge von insgesamt rund 280 000 Franken.

Weitere Finanzierungsbeiträge und Einkünfte

Neben der öffentlichen Hand leistet auch die Privatwirtschaft einen wesentlichen finanziellen Beitrag. Im Jahr 2023 unterstützten Unternehmen, Sponsoren und private Mitglieder HoW mit insgesamt 425 650 Franken. Zusätzlich erhält HoW eine Logiernachttaxe von 2.50 Franken pro Hotelübernachtung in der Region, was 2023 einen Gesamtertrag von 580 824 Franken einbrachte. Weitere Einnahmequellen sind der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen sowie projektbezogene Beiträge und Erträge aus Marketingpartnerschaften. Insgesamt erwirtschaftete HoW im Jahr 2023 aus diesen zusätzlichen Finanzierungsquellen knapp 740 000 Franken.

2. Bisherige Leistungsvereinbarung: Erfolge und Optimierungspotential

Im Rahmen der bisherigen Leistungsvereinbarungen (2018–2021 und 2022–2025) hat HoW eine Vielzahl von Aufgaben übernommen. Als Grundlage für die Erneuerung der Leistungsvereinbarung ab 2026 wurden die erzielten Ergebnisse analysiert und Möglichkeiten zur Optimierung identifiziert.

Integriertes Standortmarketing

Unter der Dachmarke «Winterthur Switzerland» hat HoW die Stadt als Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur- und Tourismusstandort positioniert. Wesentliche Massnahmen umfassten die kontinuierliche Pflege der Website als zentrale Informationsplattform sowie die Erstellung und Verbreitung von Marketingmaterialien (z.B. Broschüren, Newsletter), die Winterthur bei verschiedenen Zielgruppen als attraktiven Standort präsentieren. Weiter wurde Winterthur in Kampagnen und an Veranstaltungen als moderner, vielfältiger und dynamischer Standort präsentiert. Ziel war ein konsistentes und wirksames Standortmarketing, das die vielfältigen Stärken Winterthurs hervorhebt.

- *Ergebnisse:* Die kontinuierliche Pflege der Website, die Erstellung und Verteilung gezielter Marketingmaterialien sowie rund 40 Events mit fast 2'600 Teilnehmenden pro Jahr haben massgeblich dazu beigetragen, Winterthur stärker sichtbar zu machen. Diese Massnahmen haben eine solide Grundlage für eine weiterentwickelte und intensivere Vermarktung der Stadt geschaffen.
- *Optimierungsmöglichkeiten:* Es besteht Potenzial für eine noch stärkere Ausrichtung des Marketings entlang den strategischen Schwerpunkten der Stadt. Dadurch könnte die Wahrnehmung Winterthurs noch wirkungsvoller und nachhaltiger gestärkt werden.

Wirtschafts- und Bildungsstandort

HoW hat die Stadt und Region Winterthur als Standort für Technologie und angewandte Bildung vermarktet. In Zusammenarbeit mit der Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur (HAW) sowie dem Technopark Winterthur wurde die Winterthurer Cluster-Initiative ins Leben gerufen. Ihr Ziel ist es, Synergien zu nutzen und Aktivitäten abzustimmen, um die Vernetzung von Unternehmen, Bildungsinstitutionen und Forschungseinrichtungen zu stärken. Dadurch soll das Innovationspotenzial der Region weiter ausgebaut und Winterthur als Technologie- und Innovationsstandort nachhaltig gefestigt werden. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der Ansiedlung neuer Unternehmen sowie der Unterstützung bestehender Betriebe, um die wirtschaftliche Entwicklung voranzutreiben und Arbeitsplätze zu schaffen.

- *Ergebnisse:* Hervorzuheben ist die Vernetzung von Wirtschaft, Bildung, Forschung und Politik. HoW hat erfolgreich neue und sehr beliebte Veranstaltungsformate entwickelt, wie die «House-Gespräche», die «Tech-Lunches» und die «SGEXperience», welche wertvolle Einblicke in die Technologiestadt Winterthur geben. Diese Events haben dazu beigetragen, Beziehungen zwischen Akteuren des Wirtschaftsstandortes zu knüpfen und den Wissenstransfer zu fördern.
- *Optimierungsmöglichkeiten:* Die Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Winterthur bietet noch weiteres Potential für Ausbau und Optimierung. Eine von HoW im Jahr 2023 durchgeführte Unternehmensumfrage ergab, dass die Hälfte der befragten Firmen nicht genau wusste, wofür der Wirtschaftsstandort Winterthur steht (vgl. Abb. 2). Dies deutet darauf hin, dass die Standortfaktoren noch gezielter und strategischer bekannt gemacht werden

sollten. Auch in der Bestandespflege und der Ansiedlung von Unternehmen gibt es im Vergleich zu anderen Standorten im Kanton noch Verbesserungspotentiale, um Unternehmen langfristig in Winterthur zu halten oder gezielt für eine Ansiedlung zu gewinnen.

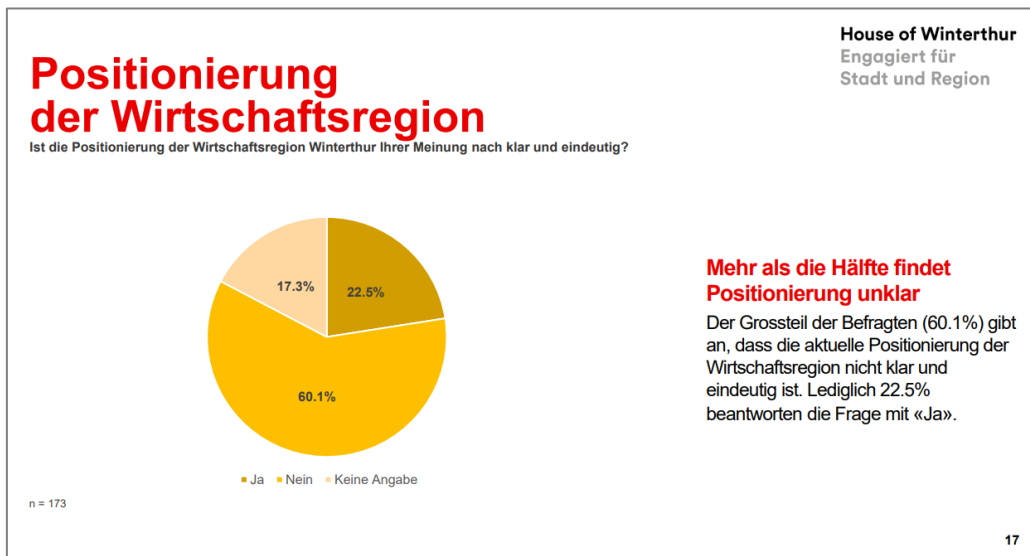


Abbildung 2: Unklare Positionierung der Wirtschaftsregion, Auszug aus Unternehmensbefragung HoW, 2023

Destinations- und Kulturmarketing

HoW hat kulturelle Angebote und Veranstaltungen in Winterthur vermarktet, um sowohl Tourist:innen als auch einheimische Kulturliebhaber:innen anzusprechen. Ein zentraler Bestandteil dieser Aktivitäten war die enge Zusammenarbeit mit kulturellen Institutionen in Stadt, Region und Kanton. HoW betrieb ausserdem eine zentrale Tourist Information und einen Shop im Hauptbahnhof Winterthur, die jährlich über 14 000 Gästekontakte verzeichneten und ein wichtiger Anlaufpunkt für Besuchende waren.

- *Ergebnisse:* Im Destinations- und Kulturmarketing wurden sehr gute Leistungen erbracht. Die Tourist Information im Hauptbahnhof sowie die innovativen Stadtführungen von HoW haben massgeblich zur Steigerung der Besuchendenzahlen beigetragen. Zudem konnten Kooperationen u.a. mit SchweizTourismus und regionalen Kulturinstitutionen erfolgreich ausgebaut werden.
- *Optimierungsmöglichkeiten:* Der Fokus der Vermarktung kann noch stärker auf lokale und kleinere «Kulturperlen» gerichtet werden.

3. Ausgangslage Stadt Winterthur: Zahlreiche Standortvorteile

Winterthur verfügt als sechstgrösste Stadt der Schweiz und Teil des Wirtschaftsraums Zürich über zahlreiche Standortvorteile, die sie zu einem besonders attraktiven Standort machen. Zu den stärksten Faktoren gehören:

- *Verkehrsanbindung:* Winterthur profitiert von einer erstklassigen Lage nahe dem Flughafen Zürich sowie einer ausgezeichneten Verkehrsanbindung über Autobahn und öffentliche Verkehrsmittel. Dies gewährleistet eine optimale Erreichbarkeit aus dem gesamten Wirtschaftsraum. Zudem liegt Winterthur strategisch günstig nahe der Bodenseeregion und des süddeutschen Raums, wodurch sich zusätzliche wirtschaftliche und kulturelle Vernetzungsmöglichkeiten eröffnen.
- *Bildung und Forschung:* Dank der ZHAW und weiteren Bildungseinrichtungen in Stadt und Region ist Winterthur ein Fachkräftezentrum und gleichzeitig Wissenschaftsstandort. Dies macht die Stadt attraktiv für Fachkräfte und Studierende.
- *Kultur:* Die Stadt beheimatet hochkarätige Museen und kulturelle Institutionen, die überregionale Bedeutung haben, wie beispielsweise das Kunstmuseum Winterthur, das Casinotheater und das Technorama.

- *Industriegeschichte und Innovationskraft:* Winterthur kann auf eine starke industrielle Tradition zurückblicken und ist heute Standort zahlreicher grosser Unternehmen und KMUs in zukunftsorientierten Branchen. Sie tragen wesentlich zur Wirtschaftskraft der Region bei und festigen Winterthurs Position als wichtigen Technologie- und Innovationsstandort.
- *Lebensqualität und Grünflächen:* Winterthur bietet eine hohe Lebensqualität und Erholungsgebiete, welche die Stadt besonders für Familien, Fachkräfte und Studierende attraktiv machen.

4. Zentrale Handlungsfelder

Trotz dieser starken Standortfaktoren hat sich Winterthur im Vergleich zu anderen Regionen weniger dynamisch entwickelt, wodurch die Gefahr besteht, im Wettbewerb mit anderen Städten oder Regionen zurückzufallen. Ein strategisch ausgerichtetes Stadtmarketing, ein verstärkter Fokus auf die Vermarktung des Wirtschafts- und Bildungsstandortes sowie eine stärker strukturierte Standortförderung können dazu beitragen, Winterthur nachhaltig zu stärken und seine Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen.

4.1 Winterthur braucht ein Stadtmarketing

Viele Schweizer Städte haben ihre Marke in den letzten Jahren gezielt gestärkt. Zürich, Basel und Zug sind heute national und international etabliert, aber auch kleinere Städte wie Baden, Biel, Bülach, Lausanne, Schaffhausen, Schlieren und St. Gallen haben ihre Aussenwahrnehmung erfolgreich geschärft. Damit Winterthur sich im Standortwettbewerb behaupten kann, muss es seine Markenpräsenz deutlich stärken und ausbauen. Als zweitgrösste Stadt im Kanton Zürich sollte Winterthur nicht nur als Teil einer Region, sondern als eigenständiger, attraktiver Standort wahrgenommen werden. Der bisherige Fokus auf die Vermarktung der Region als Ganzes hat dazu geführt, dass Winterthur als Standort weniger sichtbar ist und im Wettbewerb an Boden verliert. Auch der Kanton Zürich unterstützt das Ziel, Winterthur im nationalen und internationalen Standortwettbewerb besser zu positionieren und seine Eigenständigkeit als Wirtschafts- und Bildungsstandort zu betonen. Um dies zu erreichen, braucht es ein selbstbewusstes Stadtmarketing, das Winterthurs Rolle als regionales Zentrum und seine Strahlkraft gezielt hervorhebt. Dabei gilt es, die starken Standortfaktoren und das Profil als innovativen Standort für Technologie, Bildung und Kultur wirkungsvoll zu vermarkten. Ein dynamisches Zentrum zieht Investitionen, Talente und Besucher:innen an – mit positiven Effekten für die gesamte Region. Darüber hinaus sollte das Stadtmarketing nicht nur wirtschaftliche Aspekte berücksichtigen, sondern alle Bereiche der Stadtentwicklung einbeziehen. Dies trägt nicht nur zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit bei, sondern verbessert auch die Lebensqualität und macht Winterthur als Wohn- und Arbeitsstandort noch attraktiver.

Auswirkung auf die Leistungsvereinbarung

Im Rahmen der neuen Leistungsvereinbarung soll HoW deshalb künftig das ganzheitliche Stadtmarketing für die Stadt Winterthur übernehmen, welches die Vermarktung des Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur- und Tourismusstandortes umfasst. Damit wird sichergestellt, dass Winterthur in Zukunft mit einer klaren Marke auftritt und sich als starker, eigenständiger Standort mit Strahlkraft für die ganze Region positioniert.

4.2 Fokus auf die Vermarktung des Wirtschaftsstandorts

Es besteht Bedarf, den Wirtschaftsstandort Winterthur gezielt zu stärken und weiterzuentwickeln. Ein deutliches Indiz für Handlungsbedarf ist die – trotz starker Standortmerkmale – stagnierende und im Vergleich zu anderen Städten unterdurchschnittliche Beschäftigungsdichte (vgl. Abb. 3) sowie die begrenzte Branchenvielfalt in Winterthur.

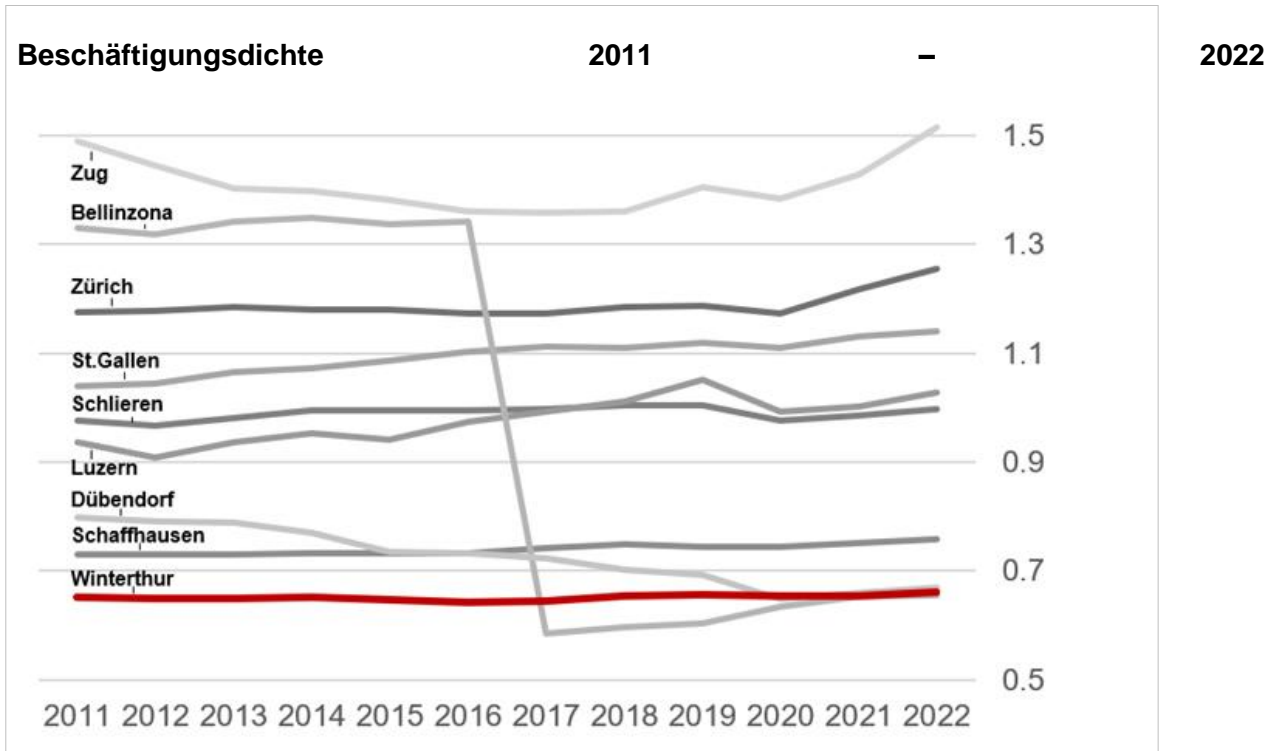


Abbildung 3: Beschäftigungsdichte: Verhältnis zwischen der Anzahl Beschäftigten und der Anzahl Einwohnenden

Zudem nimmt die Zufriedenheit der Unternehmen am Standort Winterthur laufend ab. Laut der jüngsten Unternehmensbefragung von HoW waren 2024 nur noch rund 70 Prozent der befragten Unternehmen mit Winterthur als Standort zufrieden – ein deutlicher Rückgang gegenüber 90 Prozent zwischen 2018 und 2020 und 87 Prozent im Jahr 2023 (vgl. Abb. 4). Auch wenn diese Umfrage statistisch nicht repräsentativ ist, verdeutlichen ihre Ergebnisse dennoch den Handlungsbedarf, Winterthur als Wirtschaftsstandort gezielt zu stärken.

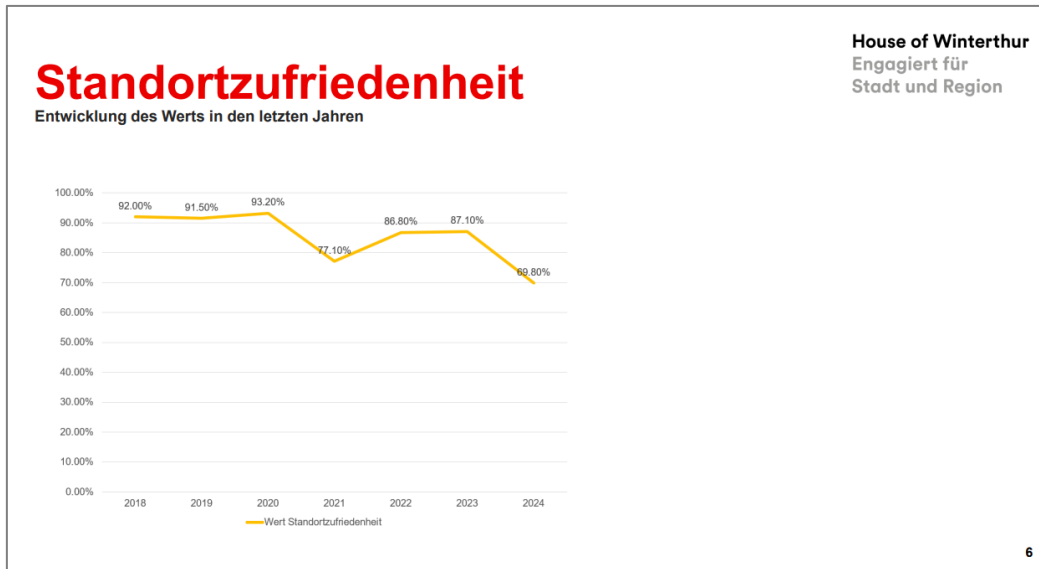


Abbildung 4: Sinkende Standortzufriedenheit, Auszug aus der Unternehmensbefragung HoW, 2024

Der Stadtrat hat diesen Handlungsbedarf erkannt, die Wirtschaftspolitik darum als eine seiner zehn Kernstrategien festgelegt (SR.23.468-1) und ihre Überprüfung und Konkretisierung in Auftrag gegeben (SR 24.436-1).

Auswirkung auf die Leistungsvereinbarung

Im Rahmen der neuen Leistungsvereinbarung soll HoW deshalb künftig einen Schwerpunkt auf die Vermarktung des Wirtschafts- und Bildungsstandortes legen und mindestens 50 % des städtischen Beitrags für diese Leistungen aufwenden.

4.3 Neuorganisation der Standortförderung

4.3.1 Aufgabengebiete der Standortförderung

Während das Standortmarketing das Image und die Attraktivität einer Stadt nach aussen kommuniziert, umfasst die Standortförderung gezielte Massnahmen zur wirtschaftlichen Entwicklung und zur Unterstützung ansässiger Unternehmen. Dabei bedingt die Stärkung des Wirtschaftsstandortes unter anderem einen systematischen Ansatz in der Standortförderung und eine gute Zusammenarbeit aller daran beteiligter Akteure. Bisher gab es jedoch in Winterthur noch keine strukturierte und unter den Akteuren vollständig abgestimmte Standortförderung. Vor diesem Hintergrund wurde 2024 unter der Leitung des Amtes für Stadtentwicklung und in Zusammenarbeit mit einer Begleitgruppe – bestehend aus der HAW, dem KMU-Verband Winterthur und Umgebung, dem Entrepreneur Club Winterthur, dem Technopark Winterthur, Home of Innovation und der Kantonalen Standortförderung – eine Positionierung für den Standort Winterthur und ein Standortfördermodell zu deren Umsetzung entwickelt. Der Stadtrat nahm die Ergebnisse der Studie im Herbst 2024 zur Kenntnis und beauftragte das Departement Präsidiales / Amt für Stadtentwicklung, diese in die Erneuerung der Leistungsvereinbarung mit HoW einfließen zu lassen (SR 24.670-1).

Standortförderung umfasst demzufolge die folgenden Aufgabengebiete (vgl. Abb. 5):

- *Wirtschaftsstrategie*: Der übergeordnete Rahmen der Standortförderung bildet eine Wirtschaftsstrategie, welche die strategischen Ziele für den Wirtschaftsstandort und Massnahmen zu deren Erreichung umfasst;
- *Interessenvertretung*: Vertretung der Interessen des Wirtschaftsstandortes bei Bund und Kanton sowie in externen Gremien (wie Greater Zürich Area GZA, Swiss Global Enterprise S-GE und Metropolitankonferenz); Austausch mit relevanten Akteuren (z.B. Wirt-

- schaftsverbände); Einbringen der Anliegen und Bedürfnisse der Wirtschaft in die Verwaltung (z.B. in Vernehmlassungen und Projektgruppen); Beratung des Stadtrats in wirtschaftspolitischen Fragen;
- *Standortmarketing*: Strategische Vermarktung des Wirtschafts- und Bildungsstandortes Winterthur anhand eines zielgerichteten Marketingkonzepts unter Bezugnahme zum Kultur- und Destinationsmarketing;
 - *Bestandespflege*: Unterstützung und Beratung ansässiger Unternehmen bei allen standortbezogenen Fragestellungen (z.B. Erweiterungen, Umbau, Abklärungen mit Behörden); kontinuierliche Kommunikation mit Unternehmen vor Ort zur frühzeitigen Ermittlung von Bedürfnissen und Anliegen; Aufbau starker Beziehungen («Kundenbindung», Loyalität);
 - *Ansiedlung*: Begleitung von Unternehmen im Evaluations- und Ansiedlungsprozess entlang der Customer Journey von der Bekanntmachung des Standorts Winterthur, über die Bereitstellung von Informationen, den Kontakt mit einzelnen Ämtern (z.B. im Rahmen von Bewilligungsprozessen) bis zur Vermittlung von geeigneten Flächen und Immobilien (siehe auch Flächen- und Immobilienvermittlung); Kooperation mit kantonalen Akteuren und weiteren Multiplikatoren (z.B. GZA, Wirtschaftsverbände) zur Gewinnung potenziell interessierter ausländischer Firmen;
 - *Innovationsförderung*: Unterstützung und Förderung innovativer Projekte und Initiativen innerhalb der Stadt Winterthur, Entwicklung von Förderprogrammen sowie Organisation und Durchführung von Innovationsworkshops, Seminaren und Schulungen (z.B. im Rahmen der Umsetzung der städtischen Smart City Strategie); Aufbau eines Open Science Hubs, Förderung des Wissens- und Technologietransfer (Co-Creation, Reallabor) sowie Netzwerkaufbau zwischen Unternehmen, der ZHAW, Forschungseinrichtungen und öffentlicher Verwaltung zur Stärkung und Etablierung eines unterstützenden Innovationsökosystems;
 - *Startup Management*: Förderung und Unterstützung von Startups durch Vernetzung, Beratung und Mentoring;
 - *Gebiets- und Arealentwicklungen*: Entwicklung und Profilierung von Arbeitsplatzgebieten in enger Zusammenarbeit mit Grundeigentümer:innen, Entwickler:innen, Investor:innen und Architekt:innen; langfristige Bereitstellung von genügend und adäquat ausgerüsteten Wirtschaftsflächen;
 - *Flächen- und Immobilienvermittlung*: Strategisches Matching von Nachfrage und Angebot an Flächen und Immobilien für Unternehmen; Unterstützung von Unternehmen bei der Suche nach geeigneten Standorten in Winterthur für bestehende oder neu anzusiedelnde Firmen;
 - *Wirtschaftsmonitoring*: Kontinuierliche Überwachung und Analyse wirtschaftlicher und unternehmerischer Daten zur Schaffung eines umfassenden Verständnisses der wirtschaftlichen Entwicklung der Stadt Winterthur; Erfassung, Auswertung und Berichterstattung relevanter Wirtschaftsindikatoren; Grundlage zur Erarbeitung und laufenden Überprüfung der Wirtschaftspolitik und entsprechenden Massnahmen.

Die Leistungen der Standortförderung werden von verschiedenen Akteuren erbracht und sind voneinander abhängig. Sie müssen daher sauber aufeinander abgestimmt werden. Eine wesentliche Erkenntnis aus der Konzipierung der Standortförderung ist daher, dass die Koordination der Leistungen aller Akteure künftig durch eine zentrale Koordinationsstelle («Hub») erfolgen soll.

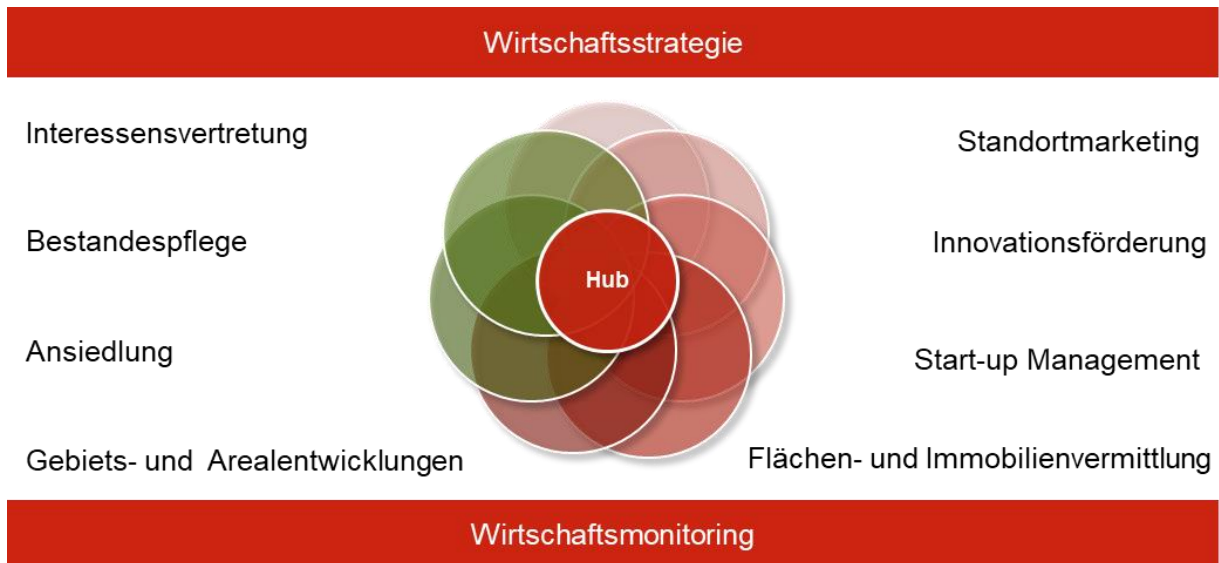


Abbildung 5: Standortförderung Leistungen, Stadt Winterthur, 2024

4.3.2 Künftige Aufgabenteilung in der Standortförderung

Die Ergebnisse des oben genannten Projekts zeigen, dass die Standortförderung in Winterthur künftig effizienter organisiert werden kann. Die Stadt Winterthur übernimmt deshalb in Zukunft eine stärkere Rolle in der Standortförderung und deren Koordination. Neben Aufgaben wie der Gebiets- und Arealentwicklung wird sie neu insbesondere die Bestandespflege sowie die Ansiedlung neuer Unternehmen verantworten. In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass die Auslagerung dieser beiden zentralen Tätigkeiten aus der Stadtverwaltung Herausforderungen mit sich bringt. Die meisten Schweizer Städte binden diese Bereiche stärker in die öffentliche Verwaltung ein, um eine effektivere Steuerung und Koordination mit anderen Aufgaben in der Standortförderung sicherzustellen. Um die Strukturen zu optimieren, soll HoW deshalb künftig von einzelnen Aufgaben entlastet werden, damit es sich gezielt auf seine Kernkompetenz im Marketing konzentrieren kann. Die klare Aufgabentrennung ermöglicht einen effizienteren Einsatz der Ressourcen und eine stärkere Fokussierung auf die jeweiligen Stärken von HoW und Stadt.

Die künftige Aufgabenteilung gestaltet sich dementsprechend wie folgt (vgl. Abb. 6):

- *Leistungen HoW:* HoW übernimmt weiterhin die Verantwortung für das Stadtmarketing und fokussiert sich auf die ganzheitliche Positionierung von Winterthur als attraktiven und dynamischen Standort. Dies umfasst im Kontext der Standortförderung unter anderem die Vermarktung Winterthurs als führenden Innovationsstandort im Technologiebereich, abgestimmt auf die städtischen Strategien, sowie die Vermarktung von Flächen und die Förderung von Netzwerken zwischen Unternehmen, Bildungsinstitutionen, der Politik und der Verwaltung. Des Weiteren übernimmt HoW die Verantwortung für das Startup Management, einschliesslich der Förderung und Unterstützung von Startups durch Vernetzung, Beratung und Mentoring, sowie die Organisation von Events und Networking-Plattformen.
- *Stadt Winterthur:* Die Stadt bleibt weiterhin für die Erarbeitung und Umsetzung der städtischen Wirtschaftspolitik, das Wirtschaftsmonitoring, Gebiets- und Arealentwicklung sowie Innovationsförderung zuständig. Sie vertritt ihre Interessen in Gremien (wie z.B. der GZA oder den Netzwerken der Kantonalen Standortförderung). Zudem übernimmt die Stadt künftig die Verantwortung für die Bestandespflege, die Unternehmensansiedlungen sowie die Flächen- und Immobilienvermittlung. Diese Aufgaben erfordern eine enge Verbindung zu politischen Entscheidungsträgern, tiefgehendes Wissen in Bereichen wie Stadtentwicklung, Stadtplanung und Verwaltungsprozessen sowie eine enge Abstimmung zwischen kantonalen und kommunalen Ämtern. In diesen Bereichen verfügt die Stadt über einen Informationsvorsprung und spezifisches Know-how, das externe Organisationen nicht in gleicher Tiefe besitzen (können). Die Stadt hat zudem direkten Zugang zu relevanten (und

teilweise vertraulichen) Immobilien- und Arealinformationen, die für eine erfolgreiche Ansiedlungspolitik von entscheidender Bedeutung sind. Darüber hinaus übernimmt das Amt für Stadtentwicklung die zentrale Koordinationsstelle («Hub») für alle Standortförderungsmaßnahmen.



Abbildung 6: Neue Aufgabenteilung Standortförderung Winterthur ab 2026

5 Leistungen und Verantwortlichkeiten von HoW in neuer Leistungsvereinbarung

Die überarbeitete Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und HoW definiert die von HoW erbrachten Leistungen im Rahmen des ganzheitlichen Stadtmarketings (siehe Beilage 1).

HoW vermarktet Winterthur als Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur- und Tourismusstandort mit dem Ziel, die nationale und internationale Bekanntheit der Stadt zu steigern. Dies erfolgt in enger Zusammenarbeit mit städtischen Ämtern und auf Basis strategischer Vorgaben. Im Bereich Wirtschaft und Bildung positioniert HoW die Stadt Winterthur als Innovations- und Technologiestandort und Zentrum für praxisorientierte Bildung. Es stärkt die Vernetzung sowie den Wissens- und Innovationstransfer zwischen Wirtschaft, Bildung, Forschung, Politik und Verwaltung und steigert die Sichtbarkeit von Unternehmen. Zudem übernimmt HoW die Vermarktung Winterthurs als Kulturstadt, hebt die Vielfalt des kulturellen Angebots hervor und fördert Synergien zwischen kulturellen Akteurinnen und Akteuren. Schliesslich wird Winterthur als vielseitige Tourismusdestination beworben, wobei Tages- und Übernachtungsgäste sowie Veranstalterinnen und Veranstalter von Kongressen und Events gezielt angesprochen werden. Sportliche Grossanlässe werden im Stadtmarketing als Teil des MICE-Bereichs gezielt positioniert und beworben. Es betreibt weiterhin eine Tourist Information und bietet Ticketing-Dienstleistungen sowie innovative Stadtführungsformate an.

6 Governance, Nachhaltigkeit, Controlling und Zusammenarbeit

HoW soll über eine zeitgemässe Governance verfügen sowie eine diskriminierungsfreie Personalpolitik und faire Arbeitsbedingungen gewährleisten. Die Stadt Winterthur ist weiterhin durch das Stadtpräsidium im Vereinsvorstand vertreten. HoW achtet auf Nachhaltigkeitsstandards in Betrieb, Beschaffung und Dienstleistungserbringung und folgt dabei gegebenenfalls städtischen Nachhaltigkeitsrichtlinien. Zudem stellt es diskriminierungsfreie Botschaften und inklusive Bildsprache in allen Marketingmassnahmen sicher.

Ferner ist ein effektives Controlling unerlässlich, um die Zielerreichung zu messen und die Wirksamkeit der erbrachten Leistungen kontinuierlich zu evaluieren. Neu erstellt HoW eine Jahresplanung der geplanten Aktivitäten und legt diese der Stadt zur Abnahme vor. Dies stellt sicher, dass sämtliche Massnahmen mit den städtischen Zielen und Strategien übereinstimmen und die Aktivitäten von HoW und der Stadt optimal aufeinander abgestimmt sind. Dadurch lassen sich Synergien besser nutzen und Ressourcen gezielter und effizienter einsetzen, wovon sowohl die Stadt als auch der Verein profitieren.

Die Zusammenarbeit zwischen der Stadt Winterthur und HoW wird künftig intensiviert, um Überschneidungen in der Planung und Umsetzung von Aktivitäten zu vermeiden. Die bereits etablierten regelmässigen Koordinationsgespräche werden fortgeführt, wobei sowohl strategische als auch operative Themen im Fokus stehen.

7 Betriebsbeitrag

Die Stadt Winterthur unterstützt HoW in der kommenden vierjährigen Vertragsperiode 2026 bis 2029 neu mit einem Betriebsbeitrag von 760 000 Franken pro Jahr. Dies entspricht einer Reduktion von 100 000 Franken oder rund 12 % im Vergleich zur Leistungsperiode 2022 bis 2025. Diese Reduktion ist damit zu begründen, dass der Leistungsauftrag von HoW künftig auf das ganzheitliche Stadtmarketing fokussiert wird, während die Stadt ihr Engagement im Bereich der Standortförderung deutlich ausbaut – bei gleichbleibenden Ressourcen im Amt für Stadtentwicklung und weiteren an der Standortförderung beteiligten Ämtern. Gleichzeitig werden die Effizienz und Effektivität der Massnahmen durch bessere Abstimmung, Fokussierung und Systematisierung weiter gesteigert. Schliesslich ist die Reduktion auch auf die angespannte finanzielle Lage der Stadt zurückzuführen und die Tatsache, dass HoW im Vergleich zu anderen Standortmarketingorganisationen weiterhin einen angemessenen Beitrag für die erbrachten Leistungen erhält.

Trotz der Kürzung bleibt der städtische Betriebsbeitrag weiterhin ein zentraler Pfeiler der Finanzierung von HoW. Er schafft die Grundlage dafür, dass sich Kanton, Gemeinden, Unternehmen und touristische Einrichtungen ebenfalls an der Finanzierung der wichtigen Aufgaben von HoW beteiligen. Die Mischfinanzierung gewährleistet die Unabhängigkeit von HoW und ermöglicht es ihm, innovative Projekte und neue Marketingstrategien umzusetzen. Dies stärkt die Stadt und die Region Winterthur gleichermassen.

8 Fazit

Die überarbeitete Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und HoW markiert einen bedeutenden Schritt in der Weiterentwicklung des Stadtmarketings und der Standortförderung. Sie stärkt die strategische Ausrichtung und Effizienz der gemeinsamen Anstrengungen zur Positionierung der Stadt Winterthur als dynamischer Wirtschafts-, Bildungs-, Tourismus- und Kulturstandort. HoW übernimmt weiterhin eine zentrale Rolle in der Vermarktung der Stadt, indem es gezielte Massnahmen zur Steigerung der nationalen und internationalen Bekanntheit umsetzt. Gleichzeitig trägt die Stadt Winterthur die Verantwortung für wesentliche Kernaufgaben der Standortförderung, insbesondere die Betreuung bereits hier ansässiger Unternehmen sowie die gezielte Ansiedlung neuer Firmen. Die klare Aufgabenverteilung und die intensivierte Zusammenarbeit schaffen optimale Voraussetzungen, um Winterthur als wirtschaftlich innovativen, kulturell vielfältigen und touristisch attraktiven Standort nachhaltig zu etablieren. Durch die gebündelten Kräfte von Stadt und HoW können Synergien noch gezielter genutzt und Ressourcen effizienter eingesetzt werden, wodurch die Wettbewerbsfähigkeit Winterthurs weiter gestärkt wird.

Auf dieser Grundlage empfiehlt der Stadtrat dem Stadtparlament, den Kredit zur Erneuerung der Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und dem Verein House of Winterthur antragsgemäss zu bewilligen.

Die Berichterstattung im Stadtparlament ist dem Vorsteher des Departements Präsidiates übertragen.

Vor dem Stadtrat

Der Stadtpräsident:

M. Künzle

Der Stadtschreiber:

A. Simon

Beilagen:

1. Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und House of Winterthur
2. Statuten des Vereins House of Winterthur

Vertrag

zwischen der

Stadt Winterthur
vertreten durch den Stadtrat

und dem

Verein «House of Winterthur»

Gegenstand des Vertrages

Der vorliegende öffentlich-rechtliche Leistungs- und Subventionsvertrag regelt die Leistungen von House of Winterthur und deren Unterstützung durch die Stadt Winterthur.

Art. 1 Allgemeines

Art. 1.01

Die Statuten des Vereins House of Winterthur vom 10. Juni 2022 definieren in Art. 2 den Zweck von House of Winterthur. Diese Bestimmung bildet einen integrierenden Bestandteil der Vereinbarung, soweit sie die von der Stadt Winterthur unterstützten Leistungen gemäss nachfolgendem Art. 2 betrifft.

Art. 1.02

Die Stadt Winterthur unterstützt House of Winterthur für die Leistungen gemäss nachfolgendem Art. 2 mit einem jährlichen Betriebsbeitrag gemäss Art. 3.

Art. 2 Leistungsauftrag House of Winterthur

Art. 2.01 Ganzheitliches Stadtmarketing

House of Winterthur vermarktet die Stadt Winterthur auf Basis der städtischen Strategien als Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur- und Tourismusstandort mit dem Ziel, Winterthur national und international als dynamischen Standort mit hohem Potential bekannt zu machen.

Im Rahmen dieses Grundauftrags übernimmt House of Winterthur folgende Leistungen:

- die Förderung und Pflege des Images der Stadt Winterthur durch zielgruppenorientierte Kommunikations- und Marketingmassnahmen, die auf Alleinstellungsmerkmale der Stadt zugeschnitten sind;
- die Stärkung und Pflege der Marke «Winterthur Switzerland» als Identifikationsmerkmal und Qualitätsversprechen für alle Marketingmassnahmen;
- Ausbau und Pflege des Netzwerks in den Bereichen Wirtschaft, Bildung und Forschung, Kultur und Tourismus in der Stadt Winterthur unter Einbezug der Regionsgemeinden; aktive Nutzung des Netzwerks für Marketing und Informationsaustausch.

Art. 2.02 Vermarktung Wirtschafts- und Bildungsstandort

House of Winterthur übernimmt die Vermarktung Winterthurs als Standort für Innovation, Technologie und praxisorientierte Bildung. Ziel ist die nachhaltige Steigerung der Bekanntheit der Stadt Winterthur bei Unternehmen, Fachkräften, Studierenden sowie Investor:innen und Entwickler:innen.

House of Winterthur erbringt dazu folgende Leistungen:

- Entwicklung und Umsetzung einer Marketingstrategie zur Vermarktung Winterthurs als führenden Innovationsstandort im Technologiebereich gemäss der städtischen Wirtschaftsstrategie;
- Vermarktung Winterthurs als Zentrum für praxisorientierte Bildung mit enger Vernetzung zwischen Wirtschaft, Bildung und Forschung;
- Steigerung der Bekanntheit von Winterthurer Unternehmen, insbesondere von «hidden champions» im Sinn der städtischen wirtschaftsstrategischen Schwerpunkte;
- Erstellung und Verteilung zielgruppengerechter Marketingmaterialien zum Wirtschaftsstandort;

- Förderung des Wissens- und Innovationstransfers sowie Vernetzung zwischen Wirtschaft, Bildung, Forschung, Politik und Verwaltung durch Veranstaltungen hauptsächlich zu Fokusthemen und Handlungsfeldern der städtischen Wirtschaftsstrategie mit dem Ziel, das gemeinsame Engagement für den Wirtschafts- und Bildungsstandort zu fördern;
- Startup Management: Förderung und Unterstützung von Startups durch Vernetzung, Beratung und Mentoring, Organisation von Events sowie Networking-Plattformen für die Startup Community.

Art. 2.03 Kulturmarketing

House of Winterthur sorgt für die strategische Vermarktung des Kulturstandorts Winterthur als «Kulturstadt Winterthur». Das Ziel ist, die Bekanntheit der kulturellen Angebote sowohl bei lokalen, regionalen, nationalen als auch internationalen Zielgruppen zu steigern und das vielfältige Kulturerlebnis der Stadt sichtbar zu machen.

House of Winterthur erbringt dazu folgende Leistungen:

- Vermarktung des Kulturstandorts Winterthur gemäss den Zielen der städtischen Verordnung über die Kulturförderung und des städtischen Kulturleitbilds in Zusammenarbeit mit der städtischen Fachstelle Kulturmarketing;
- Steigerung der Bekanntheit der kulturellen Angebote und Veranstaltungen in Winterthur;
- Beratung und Unterstützung kultureller Leistungsträger:innen bei der Vermarktung ihrer Angebote;
- Vernetzung und Förderung von Synergien zwischen kulturellen Institutionen, Veranstalter:innen, Kulturschaffenden und anderen Stakeholdern aus den Bereichen Wirtschaft, Bildung und Tourismus.

Art. 2.04 Tourismus

House of Winterthur vermarktet die Stadt Winterthur als attraktive und vielseitige Tourismusdestination für lokale, regionale, nationale und internationale Tages- und Übernachtungsgäste sowie für Veranstalter:innen von Kongressen und Events mit nationaler und internationaler Ausstrahlung.

House of Winterthur erbringt dazu folgende Leistungen:

- Vermarktung Winterthurs als MICE-Standort (Meetings, Incentives, Conventions, Events) sowie die Beratung von Veranstalter:innen;
- Betrieb einer zentral gelegenen «Tourist Information» mit Öffnungszeiten, die sich an den Stosszeiten des Tourismus orientieren und darauf ausgelegt sind, möglichst vielen Besucher:innen den Zugang zu Informationen und Dienstleistungen zu ermöglichen;
- Nach Möglichkeit Bereitstellung und Betrieb eines Ticketing-Angebots für Veranstaltungen und touristische Aktivitäten;
- Organisation und Durchführung touristischer Aktivitäten wie beispielsweise spezielle Stadtführungsformate, die das Angebot der Stadt unterstreichen;
- Beratung und Unterstützung touristischer Leistungsträger:innen bei der Vermarktung ihrer Angebote;
- Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen wie Schweiz Tourismus und Zürich Tourismus;
- Mitwirkung in städtischen Projekten mit Bezug zum Tourismus.

Art. 2.05 Zusammenarbeit

House of Winterthur verpflichtet sich zu einer engen und aktiven Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadtentwicklung und dem Amt für Kultur. Dies betrifft insbesondere die Entwicklung und Ausarbeitung von Strategien und Massnahmen zur Vermarktung Winterthurs als Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur- und Tourismusstandort.

Die Stadt Winterthur wird im Vereinsvorstand von House of Winterthur durch den Stadtpräsidenten bzw. die Stadtpräsidentin oder durch eine vom Stadtpräsidenten bzw. der Stadtpräsidentin delegierte Person vertreten.

Art. 2.06 Governance und Arbeitsbedingungen

House of Winterthur verfügt über eine zeitgemässe Governance. Beschäftigt House of Winterthur bezahltes Personal, bietet es sozial fortschrittliche Anstellungs- und Auftragsbedingungen. Bei den Vergütungen orientiert es sich an den branchenüblichen Löhnen unter Berücksichtigung allfälliger Mindestlohnvorschriften. House of Winterthur garantiert eine diskriminierungsfreie Personalpolitik.

Art. 2.07 Nachhaltigkeit

House of Winterthur berücksichtigt gängige Nachhaltigkeitsstandards in seinem Betrieb und bei seiner Dienstleistungserbringung. Dies umfasst auch die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Standards bei der Beschaffung von Marketingmaterialien und deren ressourcenschonenden Einsatz. Darüber hinaus achtet House of Winterthur auf diskriminierungsfreie Botschaften und eine inklusive Bildsprache in sämtlichen Kommunikationsmassnahmen. Die Stadt Winterthur kann betreffend Nachhaltigkeit spezifische Vorgaben und Richtlinien festlegen.

Art. 2.08 Eigenleistung und -verantwortung

House of Winterthur setzt die unter Ziff. 2 aufgeführten Leistungen in eigener Verantwortung um. Es ist verantwortlich für die Einholung notwendiger Bewilligungen für seine Aktivitäten und die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften. House of Winterthur verpflichtet sich, Eigenmittel aus Produktverkäufen und weiteren Einnahmen zu generieren. Die Preispolitik wird grundsätzlich von House of Winterthur bestimmt. House of Winterthur erbringt seine Leistungen möglichst kosteneffizient und nutzt Synergien mithilfe geeigneter Kooperationen. House of Winterthur bemüht sich in aktiver Weise selbständig um die Erschliessung von weiteren Finanzierungsquellen.

Art. 3 Leistung der Stadt Winterthur

Art. 3.01 Betriebsbeitrag

Die Stadt Winterthur verpflichtet sich, den Verein House of Winterthur kalenderjährlich mit einem Betriebsbeitrag von

760 000 Franken zu unterstützen.

Dieser Betriebsbeitrag dient vollumfänglich der Finanzierung der Betriebskosten des betreffenden Geschäftsjahrs für die in Art. 2 aufgeführten Leistungen, soweit diese nicht durch Eigeneinnahmen und Beiträge Dritter gedeckt sind.

Art. 3.02 Auszahlung

Die Zahlung des Betriebsbeitrags gemäss Art. 3.01 erfolgt in zwei Hälften, jeweils im Januar und Juli.

Art. 3.03 Anpassung der Beitragsleistung durch den Stadtrat

Der Betrag gemäss Art. 3.01 wird nicht der Teuerung angepasst.

Falls die Finanzsituation der Stadt bzw. das finanzpolitische Umfeld es erfordert, kann der Stadtrat den Subventionsbeitrag ausserordentlich um maximal 5 % kürzen. Eine solche Kürzung ist House of Winterthur mindestens sechs Monate im Voraus per Jahresende schriftlich anzuzeigen. In diesem Fall ist der Leistungsauftrag gemäss Art. 2 in gegenseitiger Absprache anzupassen.

Art. 4 Monitoring und Controlling

Art. 4.01 Verwendung der Mittel

House of Winterthur verpflichtet sich, die städtischen Beiträge nur für die in diesem Vertrag genannten Leistungen zu verwenden. House of Winterthur verpflichtet sich weiter, mindestens die Hälfte der städtischen Beiträge für die in Art. 2.02 aufgeführten Leistungen zur Vermarktung des Wirtschafts- und Bildungsstandortes zu verwenden.

Art 4.02 Rechnungsführung und Finanzplanung

House of Winterthur führt eine doppelte Buchhaltung entsprechend den Vorschriften von Art. 957 ff. des Schweizerischen Obligationenrechts über die kaufmännische Buchführung. Sie lässt ihre Jahresrechnung von einer Revisionsstelle überprüfen. Die Stadt Winterthur kann Empfehlungen zur Darstellung von Erfolgsrechnung und Bilanz abgeben. House of Winterthur sorgt für eine vorausschauende

Finanzplanung. Für die Dauer des Vertrages ist ein ausgeglichenes Rechnungsergebnis zu erzielen. Die Stadt Winterthur übernimmt keine Defizitgarantie. Allfällige Überschüsse sind einer Ausgleichsreserve, welche nur dem Ausgleich eines defizitären Betriebsergebnisses dient, zuzuweisen und auszuweisen. Stille Reserven sind gegenüber der Stadt Winterthur auf Anfrage offenzulegen und bei deren Auflösung anteilmässig der Ausgleichsreserve zuzuweisen.

Art. 4.03 Jahresplanung und Zieldefinition

House of Winterthur erstellt jährlich eine Jahresplanung, die messbare Ziele (Key Performance Indicators, KPIs) und eine detaillierte Umsetzungsplanung für die geplanten Marketingaktivitäten enthält. Die Jahresplanung wird dem Amt für Stadtentwicklung und dem Amt für Kultur spätestens Ende Dezember des Vorjahres zur Prüfung und Abnahme vorgelegt.

Art. 4.04 Nachweis der Mittelverwendung

House of Winterthur stellt dem Amt für Stadtentwicklung jährlich die revidierte Jahresrechnung zur Verfügung. Diese enthält ab Jahresrechnung 2026 eine detaillierte Produktrechnung, die alle Einnahmen und Ausgaben pro erbrachte Leistung gemäss der Aufzählung in Art. 2 transparent ausweist. Die Jahresrechnung wird spätestens mit der Einladung zur ordentlichen Generalversammlung des Vereins House of Winterthur (Art. 9 der Vereinsstatuten) dem Amt für Stadtentwicklung zur Verfügung gestellt und dient als Nachweis für den zweckgebundenen und effektiven Einsatz der Mittel.

Art. 4.05 Jahresbericht und Evaluation

House of Winterthur legt dem Amt für Stadtentwicklung jährlich einen Jahresbericht vor, der eine umfassende Evaluation der Zielerreichung, die Umsetzung der Jahresplanung sowie eine Wirkungsanalyse der durchgeführten Marketingaktivitäten anhand der definierten KPIs enthält. Dieser Bericht wird dem Amt für Stadtentwicklung spätestens mit der Einladung zur ordentlichen Generalversammlung des Vereins House of Winterthur (Art. 9 der Vereinsstatuten) zur Verfügung gestellt.

Art. 4.06 Mündliche Berichterstattung

Zusätzlich zur schriftlichen Berichterstattung erfolgt durch House of Winterthur eine jährliche mündliche Präsentation vor dem Stadtrat im Beisein des Amts für Stadtentwicklung und des Amts für Kultur. Diese Präsentation muss vor der ordentlichen Generalversammlung des Vereins erfolgen. Dabei werden die Jahresplanung, der Jahresbericht sowie die Jahresrechnung (inkl. Produktrechnung) erläutert und vom Stadtrat zur Kenntnis genommen.

Art. 4.07 Auskunftspflicht

Die Stadt Winterthur erhält jederzeit Zugang zu den relevanten Daten und Informationen über die von House of Winterthur für die Stadt Winterthur erbrachten Leistungen. Dies umfasst insbesondere Kennzahlen (KPIs), Rechnungsführung und andere relevante Berichte, die Fortschritte und Ergebnisse der vereinbarten Massnahmen dokumentieren.

Art. 4.08 Gegenseitige Information

Zwischen der Stadt Winterthur und House of Winterthur findet ein regelmässiger Austausch über geplante Aktivitäten statt. House of Winterthur informiert dabei insbesondere über den Fortschritt der Umsetzung der Jahresplanung.

House of Winterthur orientiert das Amt für Stadtentwicklung und das Amt für Kultur laufend über besondere Vorkommnisse, die für die Erfüllung dieses Vertrags von Bedeutung sein können. Es informiert insbesondere über personelle Änderungen in der Leitung der Institution, den Erlass und die Änderung von Statuten, Strategien, Leitbildern oder Reglementen.

Die Stadt Winterthur informiert House of Winterthur im Rahmen der Zusammenarbeit laufend über aktuelle Angelegenheiten, die das Aufgabengebiet von House of Winterthur betreffen oder sich auf dessen Geschäftsbetrieb auswirken.

Art. 4.09 Zugang zu Publikationen und Veranstaltungen

Im Rahmen der Leistungsüberprüfung erhalten das Amt für Stadtentwicklung und das Amt für Kultur kostenlos allfällige Publikationen. Mitarbeitende der Stadt Winterthur erhalten auf Anmeldung Zugang zu den Veranstaltungen von House of Winterthur zum Mitgliedertarif.

Art. 5 Sicherung der Zweckbestimmung und Vertragsanpassung

Art. 5.01 Änderung der Zweckbestimmung

Änderungen der in den Statuten von House of Winterthur enthaltenen Bestimmung zu Zweck und Aufgaben des Vereins (Art. 2) sind vom Stadtrat genehmigen zu lassen, bevor sie der Generalversammlung von House of Winterthur zum Beschluss unterbreitet werden.

Art. 5.02 Vertragsanpassung

Durch eine Reduktion des Betriebsbeitrages gemäss Art. 3.03 oder sonstige wichtige Gründe erforderliche Anpassungen der in Art. 2 umschriebenen Leistungen von House of Winterthur sind vom Stadtrat genehmigen zu lassen.

Art. 6 Folgen bei Nichterfüllung und vorzeitige Vertragsbeendigung

Art. 6.01 Mahnung

Stellt eine Partei fest, dass die andere Partei ihren Pflichten nicht oder nicht genügend nachkommt, hat sie diese zu mahnen und ihr eine angemessene Frist zur Beseitigung der Vertragsverletzung anzusetzen.

Art.6.02 Leistungskürzung und Rückerstattung bereits erbrachter Leistungen

Sofern House of Winterthur seinen Pflichten trotz Mahnung weiterhin nicht oder nicht genügend nachkommt, kann die Beitragsleistung entsprechend gekürzt oder ganz eingestellt werden. Unter denselben Voraussetzungen können bereits bezahlte Beiträge ganz oder teilweise zurückgefordert werden.

Art. 6.03 Vorzeitige Vertragsauflösung

Bei wesentlichen Vertragsverletzungen kann dieser Vertrag von jeder Partei unter Einhaltung einer Frist von sechs Monaten jeweils auf das Ende eines Monats gekündigt werden.

Die Stadt Winterthur kann den Vertrag unter Einhaltung dieser Frist zudem aus nachfolgenden ausservertraglichen Gründen kündigen:

- wenn House of Winterthur Steuern oder Sozialabgaben nicht bezahlt hat oder weiteren finanziellen Verpflichtungen gegenüber der Stadt Winterthur nicht nachkommt;
- wenn House of Winterthur seinen statutarischen Zweck dahingehend ändert, dass er mit dem vorliegenden Vertrag nicht mehr vereinbar ist.

Art. 6.04 Auflösung der Institution

Bei einer Auflösung von House of Winterthur fallen der Vertrag und die darin enthaltene Pflicht zur Beitragsleistung automatisch dahin. Die im betreffenden Jahr bis zum Auflösungszeitpunkt erbrachte Teil der Leistung von House of Winterthur wird anteilmässig abgegolten.

Die in der Ausgleichsreserve gemäss Art 4.02 noch vorhandenen Mittel aus städtischen Beiträgen sind der Stadt Winterthur zurückzuerstatten.

Art. 7 Inkrafttreten und Vertragsdauer

Art. 7.01 Inkrafttreten

Dieser Vertrag bedarf zu seiner Gültigkeit der rechtskräftigen Bewilligung der Beitragsleistung gemäss Art. 3.01 durch die zuständigen Organe der Stadt Winterthur (Stadtparlament unter Vorbehalt des fakultativen Referendums). Diese Zustimmung vorausgesetzt, tritt er per 1. Januar 2026 in Kraft.

Art. 7.02 Dauer und Beendigung

Dieser Vertrag hat eine Laufzeit von vier Jahren und endet ohne vorhergehende Kündigung per 31. Dezember 2029.

Art. 8 Weitere Bestimmungen

Art. 8.01 Gesamte Vereinbarung

Dieser Vertrag stellt die gesamte diesbezügliche Vereinbarung zwischen den Parteien dar und ersetzt alle früheren mündlichen oder schriftlichen Vereinbarungen.

Art. 8.02 Änderungen oder Ergänzungen

Änderungen oder Ergänzungen dieses Vertrags bedürfen der Schriftform. Beide Parteien verpflichten sich, während der Vertragsdauer zu Vertragsänderungen und -ergänzungen Hand zu bieten, die auf Grund veränderter Verhältnisse notwendig werden.

Art. 8.03 Haftung und Versicherung

House of Winterthur ist verantwortlich für die unter Art. 2 aufgeführten Leistungen sowie die sachgemässe Verwendung der städtischen Beiträge. Die Stadt Winterthur ist nicht haftbar für Verpflichtungen von House of Winterthur gegenüber Dritten. Versicherungen schliesst House of Winterthur auf eigene Rechnung ab. Eine Haftung der Stadt Winterthur für entgangenen Gewinn, indirekte Schäden und Folgeschäden von House of Winterthur wird wegbedungen.

Art. 8.04 Gerichtsstand

Bei Vorliegen einer Streitigkeit im Zusammenhang mit diesem Vertrag bemühen sich die Parteien um eine einvernehmliche und sachgerechte Lösung. Kommt trotz der vorgenannten Bemühungen keine Einigung zustande, so erlässt der Stadtrat eine Verfügung. Der Weiterzug richtet sich nach dem Verwaltungsrechtspflegegesetz. Bei Angelegenheiten im Zuständigkeitsbereich der Zivilgerichte ist ausschliesslich Schweizer Recht anwendbar. Ausschliesslicher Gerichtsstand ist Winterthur.

Für den **Stadtrat**

Für den **Verein «House of Winterthur»**

Der Stadtpräsident:

Der Präsident:

Michael Künzle

Beat Schwab

Der Stadtschreiber:

Der Geschäftsführer:

Ansgar Simon

Jakob Bächtold

Statuten

I. NAME, SITZ UND ZWECK

Artikel 1

Name und Sitz Unter dem Namen House of Winterthur (nachfolgend «der Verein») besteht ein breit abgestützter, gemischtwirtschaftlicher Verein im Sinne von Art. 60 ff. ZGB mit Sitz in Winterthur. Der Verein untersteht den Bestimmungen dieser Statuten und den Vorschriften von Art. 60 ff. des Schweizerischen Zivilgesetzbuches.

Der Verein verfolgt keine kommerziellen Ziele und strebt keinen Gewinn an. Er ist parteipolitisch und konfessionell neutral.

Artikel 2

Zweck und Aufgaben Der Verein bezweckt die nachhaltig positive Entwicklung der Wertschöpfung in der ganzen Region Winterthur durch deren Positionierung und Weiterentwicklung als dynamischen Wirtschaftsstandort, attraktive Freizeit- und Geschäftsdestination, lebendigen Kulturplatz und vielfältigen Bildungsort. Der Verein verfolgt das Prinzip des integrierten Standort-marketings.

Er betreibt in Winterthur eine leistungsfähige, für die ganze Region tätige Geschäftsstelle für integriertes Standortmarketing im Bereich Wirtschaftsförderung und Tourismusmarketing, die insbesondere folgende Aufgaben wahrnimmt:

- Entwicklung und Umsetzung eines überzeugenden visuellen Auftritts (Marke) nach aussen
- Promotionsaktivitäten zur Steigerung der Bekanntheit und Verbesserung des Image' der Region Winterthur
- Wirtschaftsförderung (inkl. Ansiedlungsgeschäft und Bestandpflege) sowie Tourismusmarketing im In- und Ausland
- Betrieb einer regionalen Plattform und eines breiten Netzwerks zu den Themen Wirtschaft, Tourismus, Bildung und Kultur
- Wahrnehmung der Interessen der Region und einzelner Mitglieder in nationalen und internationalen Foren
- Sensibilisierung der Bevölkerung zu den Themen Wirtschaft, Destination, Kultur, Bildung und zur Standortregion als Ganzes
- Bereitstellung von branchenübergreifenden Angeboten
- Zusammenarbeit mit lokalen Wirtschaftsverbänden

II. MITGLIEDSCHAFT

Artikel 3

Mitglieder Der Verein besteht aus Aktivmitgliedern, Ehrenmitgliedern und Gönnern.

- a) Aktivmitglieder sind natürliche und juristische Personen einschliesslich Organisationen des privaten oder öffentlichen Rechts.
- b) Zu Ehrenmitgliedern können natürliche und juristische Personen ernannt werden, welche sich durch besondere Verdienste um den Verein hervorgetan haben. Ehrenmitglieder haben alle Rechte und Pflichten der Aktivmitglieder, sind aber von der Entrichtung des Mitgliederbeitrags befreit.
- c) Gönner können natürliche und juristische Personen werden, welche den Verein finanziell unterstützen wollen. Sie können als Gast an Generalversammlungen teilnehmen. Sie besitzen weder Stimm- noch Wahlrechte.

Artikel 4

Beginn der Mitgliedschaft Die Mitgliedschaft beginnt mit der Aufnahme in den Verein. Der Vorstand entscheidet abschliessend über die Aufnahme neuer Mitglieder. Aufnahmegesuche sind schriftlich zu stellen und werden vom Vorstand innert zwei Monaten seit Eingang behandelt. Die Ablehnung eines Aufnahmegesuchs ist nicht zu begründen.

Neue Mitglieder haben für das Geschäftsjahr, in welchem ihre Aufnahme erfolgt, den vollen Mitgliederbeitrag zu entrichten.

Artikel 5

Erlöschen der Mitgliedschaft Die Mitgliedschaft erlischt durch Austritt, Tod, Auflösung, Konkurs oder Ausschluss.

- a) Ein Austritt kann unter Beachtung einer sechsmonatigen Frist auf das Ende jedes Geschäftsjahres erfolgen und wird durch schriftliche Mitteilung an den Vorstand erklärt.
- b) Der Vorstand kann ein Mitglied, welches den statutarischen Verpflichtungen nicht nachkommt oder den Interessen des Vereins zuwiderhandelt, ausschliessen. Ein

Ausschluss ist insbesondere möglich, wenn ein Mitglied seinen Mitgliederbeitrag nach dreimaliger Aufforderung nicht bezahlt. Der Entscheid über den Ausschluss des Vorstandes ist endgültig und kann ohne Angabe von Gründen erfolgen.

- c) Bei Erlöschen der Mitgliedschaft besteht kein Anspruch auf das Vereinsvermögen.
- d) Für das Geschäftsjahr, in welchem die Mitgliedschaft erlischt, bleibt der volle Mitgliederbeitrag geschuldet.

Artikel 6¹

Pflichten der Mitglieder

Die Mitglieder unterstützen den Verein bei der Verfolgung seines Zwecks. Sie haben seine Interessen in guten Treuen zu wahren und die Vereinsbeschlüsse zu befolgen.

- a) Aktivmitglieder und Gönner haben den von der Generalversammlung festgesetzten jährlichen Mitgliederbeitrag zu bezahlen. Dieser wird in einem auf Vorschlag des Vorstandes von der Generalversammlung zu genehmigenden Reglement über die Mitgliederbeiträge geregelt (Art. 8 Bst. d). Das Reglement kann aufgrund sachlich vertretbarer Gründe für verschiedene Mitglieder oder Mitgliederkategorien unterschiedlich hohe Beiträge festsetzen.
- b) Jegliche Werbung durch Hinweis auf die Mitgliedschaft im Verein, insbesondere in Briefköpfen, auf Visitenkarten oder in der Werbung, ist nur mit vorgängiger schriftlicher Zustimmung des Vorstands erlaubt.

III. ORGANISATION

Artikel 7

Organe

Ordentliche Organe des Vereins sind

- die Generalversammlung
- der Vorstand
- die Geschäftsstelle die Revisionsstelle

¹ Fassung gemäss Beschluss der Generalversammlung vom 18. Juni 2024, in Kraft seit 18. Juni 2024.

A. Die Generalversammlung

Artikel 8

- Kompetenzen** Die Generalversammlung bildet das oberste Organ des Vereins. Sie besteht aus den Aktivmitgliedern und den Ehrenmitgliedern. Ihr fallen folgende Kompetenzen zu:
- a) Wahl und Abberufung des Vorstandes und der Revisionsstelle.
 - b) Genehmigung des Jahresberichts, der Jahresrechnung und des Berichts der Revisionsstelle sowie Kenntnisnahme des Budgets.
 - c) Entlastung des Vorstandes und der übrigen Organe des Vereins.
 - d) Genehmigung des Reglements über die Mitgliederbeiträge sowie Festsetzung der jährlichen Mitgliederbeiträge.
 - e) Beschlussfassung über Statutenänderungen und über Geschäfte, die ihr vom Vorstand unterbreitet werden.
 - f) Behandlung von Geschäften, die aufgrund anderer Statutenbestimmungen in die Kompetenz der Generalversammlung fallen.

Artikel 9

Einberufung Der Vorstand beruft die ordentliche Generalversammlung ein. Diese findet alljährlich in den ersten sechs Monaten des Jahres statt.

Ausserordentliche Generalversammlungen können vom Vorstand nach Bedarf einberufen werden. Sie sind einzuberufen, falls ein Fünftel der stimmberechtigten Mitglieder die Einberufung mit schriftlicher Begründung verlangt.

Einladungen zur Generalversammlung erfolgen schriftlich mindestens zwanzig Tage zum voraus an die letzte dem Verein bekanntgegebene Adresse jedes Mitglieds. Sie haben die zu behandelnden Traktanden sowie die Anträge des Vorstandes zu enthalten und im Falle der Einladung zur ordentlichen

Generalversammlung den Jahresbericht, die Jahresrechnung sowie den Bericht der Revisionsstelle.

Anträge von Mitgliedern zuhanden der ordentlichen Generalversammlung sind schriftlich an den Vorstand zu richten. Sie sind an der nächsten ordentlichen Generalversammlung zu behandeln, wenn sie bis spätestens Ende Februar eintreffen.

Artikel 10

**Versamm-
lungsleitung
und Protokoll**

Die Generalversammlung wird vom vorsitzenden Vorstandsmitglied, bei dessen Verhinderung von dessen Stellvertreter, und bei dessen Verhinderung von einem anderen Vorstandsmitglied geleitet.

Über Beschlüsse der Generalversammlung wird ein Protokoll geführt. Die protokollführende Person wird von der Generalversammlung bestimmt.

Für die Ermittlung von Abstimmungs- und Wahlergebnissen bestimmt die Generalversammlung zwei stimmberechtigte Mitglieder als Stimmenzähler bzw. Stimmenzählerinnen.

Artikel 11

**Stimmrecht,
Beschluss-
fassung und
Wahlen**

Unter Vorbehalt von Absatz 2 hat jedes Aktivmitglied und jedes Ehrenmitglied an der Generalversammlung eine Stimme.

Gemeinden und Städte steht zusätzlich ein Pluralstimmrecht zu, das sich nach ihrer jeweiligen Einwohnerzahl gemäss Einwohnerregister (Stand 31. Dezember des Vorjahres) bemisst. Dabei erhalten sie pro 1000 Einwohnern und Einwohnerinnen eine Stimme. Die Anpassung erfolgt in 500-er Schritten, wobei jeweils auf die nächsten 1'000 Einwohnerinnen und Einwohner auf- bzw. abgerundet wird. Als Beispiel: Gemeinden und Städte verfügen somit bei einer Einwohnerzahl von 500 bis 1499 über zwei Stimmen und bei einer Einwohnerzahl von 1500 bis 2499 über drei Stimmen.

Grossen privatwirtschaftlichen Beitragszahlern und Beherbergungsbetrieben steht ebenso ein zusätzliches Pluralstimmrecht zu. Dabei erhalten sie pro 5000 Franken bezahlten Mitgliedbeitrag, resp. entrichtete Logiernächtetaxe eine zusätzliche Stimme. Stichtag ist das Versanddatum der Einladung zur

ordentlichen Generalversammlung gemäss Art. 9. Berücksichtigt werden nur vollständige Beträge (5000-er Schritte).

Die genaue Stimmenzahl der anwesenden Gemeinden, Städte, privatwirtschaftlichen Mitgliedern und Beherbergungsbetrieben wird von den beiden Stimmentzählern bzw. Stimmentzählerinnen gemäss Art. 10 Abs. 3 zu Beginn jeder Generalversammlung zu Händen des Protokolls festgehalten.

Mitglieder können sich mittels schriftlicher Vollmacht durch ein anderes stimmberechtigtes Mitglied vertreten lassen.

Sofern diese Statuten kein besonderes Quorum vorsehen, fasst die Generalversammlung ihre Beschlüsse mit der Mehrheit der anwesenden stimmberechtigten Mitglieder. Bei Stimmengleichheit entscheidet das vorsitzende Vorstandsmitglied durch Stichentscheid.

Bei Wahlen entscheidet das absolute Mehr der anwesenden Mitglieder. Ist ein zweiter Wahlgang erforderlich, entscheidet das relative Mehr der abgegebenen Stimmen. Bei Stimmengleichheit entscheidet das Los.

Abstimmungen und Wahlen erfolgen offen, es sei denn ein Fünftel der anwesenden und vertretenen Mitglieder verlangt die schriftliche Abstimmung oder Wahl.

B. Der Vorstand

Artikel 12²

Zusammensetzung Der Vorstand besteht aus 5 bis 9 Mitgliedern.

Artikel 13²

Ernennung, Wahl, Amtsdauer und Konstituierung Die Vorstandsmitglieder werden von der Generalversammlung für die Dauer von drei Jahren gewählt. Wiederwahl ist zulässig. Scheidet ein Vorstandsmitglied während der Amtsdauer aus, kann der Vorstand für die Dauer bis zur nächsten ordentlichen Generalversammlung eine Nachfolge ernennen. An der

² Fassung gemäss Beschluss der Generalversammlung vom 10. Juni 2022, in Kraft seit 10. Juni 2022.

nächsten ordentlichen Generalversammlung ist das nachfolgende Mitglied zu bestätigen.

Der Vorstand konstituiert sich selbst, kann Ausschüsse bilden und wählt aus seiner Mitte folgende Amtsträger bzw. Amtsträgerinnen:

- a) Präsidenten / Präsidentin
- b) Vizepräsidenten / Vizepräsidentin
- c) Aktuar / Aktuarin
- d) Kassier / Kassierin

Der Vorstand bestimmt die Zeichnungsberechtigten seiner Mitglieder sowie die Art der Zeichnung. Grundsätzlich dürfen alle Zeichnungsberechtigten nur kollektiv zu zweien unterzeichnen. Die Mitglieder des Vorstandes sind ehrenamtlich tätig.

Artikel 14

**Aufgaben und
Delegation**

Dem Vorstand obliegt die Leitung des Vereins. Er entscheidet in allen Angelegenheiten, die nicht ausdrücklich der Generalversammlung oder der Geschäftsstelle vorbehalten sind und hat insbesondere folgende Aufgaben:

- a) Vertretung des Vereins nach aussen.
- b) Ernennung der Leitung der Geschäftsstelle gemäss Art. 2 Abs. 2 und Überwachung von deren Geschäfte.
- c) Erlass eines Organisations- und Geschäftsreglements.
- d) Ausgestaltung des Rechnungswesens, der Finanzkontrolle sowie der Finanzplanung.
- e) Erstellung von Jahresbericht, Jahresrechnung und Budget zu Handen der Generalversammlung.
- f) Vorbereitung der Generalversammlung und Vollzug der Beschlüsse derselben.

Der Vorstand kann die Ausführung einzelner Aufgaben oder Funktionen an Vorstandsmitglieder oder Dritte delegieren.

Artikel 15

**Einberufung
von Sitzungen
und Be-
schlussfas-
sung**

Vorstandssitzungen werden vom vorsitzenden Vorstandsmitglied unter Angabe des Ortes sowie der Traktanden mindestens zehn Tage zum voraus einberufen und finden statt, so oft es die Geschäfte erfordern. Zwei Vorstandsmitglieder haben zusammen das Recht, die Einberufung einer Vorstandssitzung zu verlangen.

Ornungsgemäss einberufene Sitzungen sind beschlussfähig, wenn die Mehrheit der Vorstandsmitglieder anwesend ist. Sind alle Vorstandsmitglieder anwesend, ist der Vorstand auch ohne Einhaltung der Einberufungsvorschriften beschlussfähig. Jedes Mitglied hat eine Stimme. Der Vorstand fasst seine Beschlüsse mit dem einfachen Mehr der anwesenden Mitglieder. Bei Stimmgleichheit entscheidet das vorsitzende Mitglied.

Zirkulationsbeschlüsse sind zulässig, sofern im konkreten Fall kein Vorstandsmitglied Einwendungen erhebt. Bei Zirkulationsbeschlüssen gilt das einfache Mehr der Vorstandsmitglieder.

Artikel 16

**Leitung von
Vorstandssit-
zungen und
Protokollfüh-
rung**

Vorstandssitzungen werden vom vorsitzenden Vorstandsmitglied und bei dessen Verhinderung durch ein stellvertretendes Vorstandsmitglied geleitet.

Verhandlungen und Beschlüsse sind zu protokollieren. Protokolle sind vom vorsitzenden Mitglied und der protokollführenden Person zu unterzeichnen und unverzüglich allen Vorstandsmitgliedern zuzustellen.

Mangels Beanstandung an der nächsten Vorstandssitzung gilt ein Protokoll als genehmigt.

Artikel 17

**Teilnahme an
Vorstandssit-
zungen und
Vertretung**

Die Vorstandsmitglieder haben an den Sitzungen persönlich teilzunehmen. Sind sie aus zwingenden Gründen an der Teilnahme einzelner Sitzungen verhindert, können die Vorstandsmitglieder gemäss Art. 12 Bst. a) bis j) ein anderes Mitglied ihrer Organisation und die übrigen ein anderes Vorstandsmitglied mit der Vertretung beauftragen. Die Vertretung ist im Protokoll festzuhalten.

C. Die Geschäftsstelle

Artikel 18

Geschäftsstelle Die Geschäftsstelle ist dem Vorstand unterstellt. Sie nimmt Weisungen vom vorsitzenden Vorstandsmitglied oder einem von diesem bezeichneten Vorstandsmitglied entgegen. Der Geschäftsführer / die Geschäftsführerin leitet die Geschäftsstelle. Seine / ihre Aufgaben sowie die Unterschriftenregelung werden vom Vorstand in einem Pflichtenheft festgelegt.

Der Geschäftsführer / die Geschäftsführerin nimmt auf Einladung des Vorstandes an den Versammlungen und Sitzungen des Vorstandes und der Mitglieder mit beratender Stimme teil.

D. Die Revisionsstelle

Artikel 19

**Wahl und
Amtsdauer** Die Generalversammlung wählt zwei Mitglieder und zwei Ersatzleute oder eine externe Revisionsstelle für eine Amtsdauer von drei Jahren. Wiederwahl ist zulässig. Bei vorzeitiger Beendigung ernennt der Vorstand die vorläufige Nachfolge. Die Bestimmungen über das vorzeitige Ausscheiden aus dem Vorstand gelten sinngemäss.

Artikel 20

Aufgaben Der Revisionsstelle obliegt die Prüfung der Jahresrechnung und der Buchführung. Sie kann jederzeit Zwischenprüfungen durchführen.

Die Revisionsstelle erstattet dem Vorstand zuhanden der ordentlichen Generalversammlung schriftlich Bericht über das Ergebnis ihrer Prüfung und nimmt an dieser Versammlung teil.

IV. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Artikel 21

Finanzielles Die Einnahmen des Vereins setzen sich insbesondere zusammen aus:

- a) Mitglieder- und Gönnerbeiträgen
- b) Logiernachttaxen
- c) Subventionen
- d) Freiwilligen Zuwendungen
- e) Verkauf von Dienstleistungen und Produkten

Art. 22

Haftung Für Verbindlichkeiten des Vereins haftet allein das Vereinsvermögen. Die persönliche Haftung der Vereinsmitglieder ist ausgeschlossen.

Artikel 23

Geschäftsjahr Das Geschäftsjahr fällt mit dem Kalenderjahr zusammen. Das erste Geschäftsjahr dauert vom Gründungsdatum bis zum Ende des laufenden Kalenderjahres.

Artikel 24

Quorum für Statutenänderungen Statutenänderungen erfordern eine Mehrheit von zwei Dritteln der an der Generalversammlung anwesenden stimmberechtigten Mitglieder.

Artikel 25

Datenschutz Mit der Mitgliedschaft bei House of Winterthur erklären sich die Mitglieder einverstanden, dass sie in regelmässigen Abständen und auf unterschiedlichen Kanälen zu Aktivitäten und Angeboten von House of Winterthur und zu solchen aus Stadt und Region Winterthur informiert werden.

Ebenso erklären sich die Mitglieder einverstanden, dass sie als solche über die Kommunikationskanäle von House of Winterthur präsentiert werden.

Die Kontaktdaten der Mitglieder können zudem anderen Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden.

Per schriftliche Mitteilung an die Geschäftsstelle kann das einzelne Mitglied veranlassen, dass es weder als Mitglied öffentlich präsentiert wird, noch dass die Kontaktdaten an andere Mitglieder weitergegeben werden.

Artikel 26

Auflösung Die Auflösung des Vereins bedarf einer Mehrheit von zwei Dritteln der an der Generalversammlung anwesenden stimmberechtigten Mitglieder.

Bei einer Auflösung des Vereins haben die Mitglieder keinen Anspruch auf das Vermögen. Die Generalversammlung entscheidet über die Verwendung des nach der Liquidation verbleibenden Reinvermögens. Dieses wird einer steuerbefreiten Institution mit Sitz in der Region Winterthur und gleicher oder ähnlicher Zielsetzung zugewendet.

Winterthur, 10. Juni 2022