



# Geschäftsbericht 2023

House of Winterthur  
Engagiert für  
Stadt und Region





«Die Region Winterthur hat die Vielfalt einer Grossstadt und das Herz einer Kleinstadt.»

**Dr. Beat Schwab,**  
Präsident House of Winterthur



«Winterthur ist nun «erstklassig erstklassig!»»

**Samuel Roth,**  
Direktor House of Winterthur

# Editorial

## Geschätzte Mitglieder & Gönner:innen

Der Blick auf die touristischen Zahlen erfreut und lässt nach den Pandemie Jahren aufatmen. Die Anzahl der Logiernächte in der Region Winterthur stieg 2023 gegenüber dem Vorjahr um 18 % auf 350'000. Diese Zahl entspricht derjenigen von 2018 und liegt nur noch 2.4 % unter dem Rekordjahr 2019. Über 9'500 Personen besuchten im 2023 unsere rund 680 Stadtführungen. Als Neuerung konnte die Führung «THE VALLEY» in Kempththal lanciert werden, die den geschichtsträchtigen Ort würdigt und auf grossen Anklang stösst.

Die Stimmung in der Wirtschaft ist grundsätzlich gut. Unsere jährliche Unternehmensbefragung ergab, dass ein unverändert hoher Anteil von 87 % zufrieden ist mit den Rahmenbedingungen der Wirtschaftsregion Winterthur. Gut 80 % prognostizieren eine positive Geschäftsentwicklung und mehr als die Hälfte plant Investitionen im laufenden Jahr. Unser abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm zu Wirtschaftsthemen kommt ebenfalls sehr gut an. Fast 2'600 Personen besuchten die 36 Veranstaltungen von House of Winterthur.

Stadtpräsident Michael Künzle hat an der Generalversammlung 2023 das Präsidium an Beat Schwab übergeben, bleibt aber aktives Vorstandsmitglied. Regula Keller, Jean-Marc Piveteau sowie Thomas Wolf sind zurückgetreten. Der Vorstand bedankt sich bei allen für ihr engagiertes und teilweise langjähriges Mitwirken. Nebst dem neuen Präsidenten wurden Andreas Gerber-Grote (ZHAW Departement Gesundheit) sowie der Unternehmer Thomas Schoch in den Vorstand gewählt.

Die Geschäftsstelle von House of Winterthur ist im September 2023 an die noch zentraler gelegene Stadthausstrasse 14 umgezogen. Unser Geschäftsführer Samuel Roth hat leider entschieden, sich beruflich zu verändern und wieder als Anwalt tätig zu sein. Der Vorstand bedankt sich sehr herzlich für sein grosses Engagement in den letzten Jahren und wünscht ihm alles Gute. Abschliessend bedanken wir uns bei allen Mitgliedern und Gönner:innen, aber auch beim gesamten House of Winterthur-Team samt allen Stadtführer:innen für ihren unermüdlichen Einsatz für Winterthur und die umliegenden Gemeinden. Gemeinsam gelingt es uns am besten, die unzähligen Qualitäten unserer Region überzeugend darzustellen.



**350'005**

Übernachtungen  
in der Region



**102'504**

Arbeitsplätze in der  
Region Winterthur



**403**

Mitglieder bei  
House of Winterthur





«Die Tourismusregion Winterthur hat die Pandemie nun vollständig überstanden. Mit rund 350'000 Übernachtungen im Jahr 2023 haben wir gemeinsam mit unseren Partnern 98 % des Niveaus von 2019 erreicht.»

**Markus Gilgen,**  
Stv. Direktor und Leiter Tourismus

## Tourismus

### Übernachtungen fast auf Vor-Pandemie-Niveau

Im Jahr 2023 verzeichnete die Tourismusdestination Winterthur – bestehend aus dem Zürcher Weinland, dem Zürcher Unterland und der Stadt Winterthur – insgesamt 350'005 Logiernächte. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein Plus von 17,8 %. Rund zwei Drittel der Übernachtungen wurden 2023 von Gästen aus der Schweiz getätigt (212'281). Unser wichtigster ausländischer Quellmarkt ist und bleibt Deutschland mit einem Anteil von 13,5 % der getätigten Logiernächte (+22,7 %). Auch aus weiteren europäischen Märkten konnte 2023 Zuwachs verbucht werden (Italien +2,6 %, Grossbritannien +2,4 %, Frankreich +2,3 %). Der Fokus des Destinationsmarketing liegt auf den Märkten Schweiz und Deutschland und spiegelt sich entsprechend in den Übernachtungszahlen wider.

### 2.7 Mio. Website-Aufrufe bei der Kinderregion

Die Kinderregion ist eine Ideenplattform für Familien. House of Winterthur verlinkt direkt auf die Kinderregion, wenn es um Familienerlebnisse in Winterthur geht. Die Website-Aufrufe von 2,7 Millionen konnten im Vergleich zum Vorjahr um 59 % gesteigert werden. Besonders beliebt und somit am meisten geklickt wurden im Jahr 2023 folgende Seiten: Ausflugsideen, Erlebnispfade und Restaurants mit Spielplätzen. Die Social Media-Kanäle der Kinderregion wachsen stetig und wiesen per Ende 2023 rund 10'000 Instagram-Follower:innen und 14'000 Facebook-Absontent:innen auf.



**676**

Stadtführungen



**14'581**

Gästekontakte in der  
Tourist Information



**5'500**

Urban-Golf-  
Begeisterte

# Produktmanagement



## Rekordmonat September und Lancierung «THE VALLEY»

Die Anzahl Stadtführungen steigerte sich im Vergleich zum Vorjahr von 640 auf 676 mit insgesamt über 9'500 Teilnehmer:innen. Davon waren 593 private Gruppen à 8'600 Teilnehmer:innen und 83 waren öffentliche Führungen mit 956 Teilnehmer:innen. Insbesondere ist der Rekordmonat September hervorzuheben, in dem durchschnittlich fünf Gruppen pro Tag auf Entdeckungstour waren. Insgesamt waren im September exakt 150 Stadtführungsgruppen unterwegs, womit gar das Rekordjahr 2019 übertrumpft wurde. Ein Buchungsfavorit bei den privaten Rundgängen war die neu lancierte «THE VALLEY» Führung, die auch bei den öffentlichen Terminen meist ausgebucht war.



©photoworkers.ch

## Von 9 auf 18 Loch: Zweiter Urban-Golf-Parcours eröffnet

Mit der Eröffnung des zweiten Urban-Golf-Parcours konnte auch beim Urban Golf ein neuer Rekord erzielt werden: Rund 5'500 Spieler:innen entdeckten so Winterthur auf spielerische Art. Mit einem entsprechend Rekordumsatz von CHF 73'500 konnte der neue Parcours bereits amortisiert werden. Dieser startet beim Hotel Banana City und führt die Urban-Golf-Begeisterten durch einen weiteren Stadtteil. Dank dem neuen Parcours kann die herausfordernde Koordination während hochfrequentierten Spielzeiten gemeistert werden.



©Thomas Erb

## Genuss-Wanderung erstmals über 3 Tage im Herbst

Im Herbst 2023 kamen Wanderfans und Feinschmecker:innen gleich an zwei Wochenenden in den Genuss: An der 5. Genuss-Wanderung Winterthur nahmen insgesamt 361 Personen teil. Die beiden Samstage waren restlos ausgebucht. Die jährlich wechselnde Route führte im Jahr 2023 durchs Stammertal des Zürcher Weinlands.



## Startschuss RheinWelten: 435 km E-Bike-Route

Entlang der «Rhein-Route 2» von Veloland Schweiz gibt es anhand der neuen Inspirationsplattform «RheinWelten» 15 Erlebniswelten zu entdecken. Die E-Bike-Route führt ebenfalls durch die Region Winterthur: Im Stammertal wird den E-Biker:innen das Thema «Hopfen und Baukunst» nähergebracht und in Rheinau liegt der Fokus auf «Klosterinsel & Auen».





## «Fountain Dip»-Kampagne mit 112 Mio. Impressions

Das legendäre Winterthurer Brunnenbaden hat es bis auf eines der Billboards am New Yorker Times Square geschafft! Die Städtekampagne von Schweiz Tourismus mit sechs weiteren Schweizer Städten drehte sich im Jahr 2023 rund um das Thema Wasser. Bei der zusätzlichen Kampagne zum Brunnenbaden konnte Winterthur besonders punkten. Bei den Foto- und Video-Shootings stand Winterthur im Mittelpunkt und wurde über verschiedene Kanäle wie Social Media, Video-Kampagnen, Influencer-Kampagnen, PR- und International Media Trips promotet.

### Fountain Dip-Kampagne

|  |             |
|--|-------------|
| Impressions  | 112'187'234 |
| Views  | 874'968     |
| Engagements  | 21'290      |
| Organische Kampagnen-Posts auf 3 Plattformen               | 55          |
| Medienartikel  | 46          |
| Influencer:innen Besuche<br>(Spanien, Italien, Frankreich) | 9           |



## Vermarktung des Rheinfalls

House of Winterthur vermarktet den Rheinfall gemeinsam mit Schaffhauserland Tourismus. Ein Fokus von House of Winterthur ist jeweils die Planung und Aufsetzung der Kampagnen im öffentlichen Verkehr mit Thurbo, SBB (RailAway) und ZVV.

# Kultur



[Hier geht's zum Video →](#)

## Städtekampagne erreichte über 5,5 Mio. Menschen

Im Rahmen der jährlichen Kooperation mit Schweiz Tourismus und unseren kulturellen Partnern wurde das Kunst Museum Winterthur ins Rampenlicht gesetzt. Unter dem Titel «Wo Kunst und Natur sich treffen» wurde im In- und Ausland Aufmerksamkeit für das inspirierende Angebot des Kunst Museums Winterthur geschaffen. Zentrales Element der Kampagne bildete die Multimedia Story, die sich unter anderem um die Ausstellung «Caspar David Friedrich» drehte. Insgesamt konnten so über 5,5 Millionen Impressions und 40'000 Klicks generiert werden. Ausserdem haben sich über 900'000 Personen das ganze Video angeschaut.



**Wahre Meister  
live betrachten.**

Jetzt entdecken

**Winterthur  
switzerland**

## Kooperation mit «Süddeutscher Zeitung» und «Frankfurter Allgemeine»

Bei der Kampagne mit Schweiz Tourismus im Markt Deutschland wurde auf die Medien «Süddeutsche Zeitung» und «Frankfurter Allgemeine» gesetzt. Durch die Inhalte wurden insgesamt über 3,5 Millionen Ad Impressions, über 23'000 Klicks und 1:43 Minuten durchschnittliche Verweildauer auf den Advertorials generiert. Ziel war es, anhand der vier folgenden Themen die Vielseitigkeit Winterthurs zu zeigen: Kunst & Kultur, Nachhaltigkeit, Festivalstadt und das Trendviertel Sulzerareal.



## Gaspard Louane's Gewinner-Graffito «Heimat»

Der Gewinner der 3. Ausschreibung für die 11x2 Meter grossen Graffiti-Wand am Bahnmeisterweg ist der Fribourger Künstler Gaspard Louane. Er hat seine Kunst bereits weltweit ausgestellt und zahlreiche Wände besprayt. Sein Werk «Heimat» interpretiert Winterthur mit traditionellen Elementen und in Form einer bunten Collage, die an Brettspiele erinnert. Mit humorvollem Augenzwinkern vermittelt er allen Generationen gleich ein Gefühl von Heimat. Der Gewinner erhielt ein Preisgeld von CHF 2'800, welches zum Teil vom Büro für Erfrischung und der sehr gern GmbH gesponsert wurde. Das Werk bleibt für ein Jahr bestehen und im Frühjahr 2024 wird erneut ausgeschrieben.



## Winterthurer Socken und Taschen zum Kulturherbst

Erstmals hat House of Winterthur eine Design-Ausschreibung zum Kulturherbst gestartet, gemeinsam mit Designgut, Jungkunst, Internationale Kurzfilmstage und das Design Forum Winterthur. Der Produktdesigner Noah Schmid überzeugte die 3-köpfige Jury mit seinem Sujet für die ersten Winterthurer Socken und Taschen und erhielt ein Preisgeld in Höhe von CHF 2'500. Das durch Winterthur inspirierte Sujet wurde in den Farben orange und blau im Siebdruckverfahren bei Hagmann Siebdruck auf nachhaltigen Taschen produziert und bei sokke.ch umgesetzt.





## Tourist Information



### Neue Ticket-Partnerschaft mit dem FC Winterthur

Die Anzahl der Ticketverkäufe hat sich im Vergleich zum Vorjahr erneut gesteigert von 1'472 auf 2'212. Zentral dabei war die neue Ticketpartnerschaft ab Anfang Jahr mit dem FC Winterthur: Die Tourist Information im Hauptbahnhof ist somit die einzige physische Vorverkaufsstelle für Tickets aller Heimspiele des Fussballclubs Winterthur auf der Schützenwiese.



### Einzigartige Shop-Produkte

Das Shop-Sortiment wurde mit schlichten Markenprodukte wie Caps und Stofftaschen mit dem Winterthurer Herz-W ergänzt. Neu gibt es grosse Winterthurer Badetücher aus Oeko Tex-Baumwolle in drei verschiedenen Motiven. Für Weihnachten wurden thematische Geschenkboxen mit regionalen Produkten eingeführt, die auch online buchbar sind. Zudem wurde die Auswahl an Produkten von sozialen Winterthurer Institutionen erweitert: Die «Winterthurerli»-Pralinen von der Quellenhof Stiftung, Dörrfrüchte vom Läbesruum und Aspasia Seifen von der Brühlgut Stiftung. Limitierte Design-Editionen wie die Winterthurer Kulturherbst Socken und Taschen sowie die Emaille-Tasse mit dem diesjährigen Gewinner-Graffiti drauf, gibt es ebenso exklusiv im Shop der Tourist Information im Hauptbahnhof zu kaufen.



### Erste Teilnahme am «Light-Shopping»

Die Tourist Information war erstmals mit einem Stand am Light-Shopping in der Winterthurer Altstadt präsent. Organisiert durch die durch die City-Vereinigung Junge Altstadt findet das Event jeweils im November beim Einschalten der Weihnachtsbeleuchtung statt. Dadurch wurde die Bekanntheit der Tourist Information inklusive Shop in der Bevölkerung gefördert. Das Urban-Golf-Gewinnspiel fand dabei besonders Anklang.

# Meetings & Events



## Eingeladen zum Infoabend «Erfolgreich Kongresse planen»

Zusammen mit dem Zurich Convention Bureau hat House of Winterthur zu einem spannenden Abend zum Thema «Kongressorganisation» im Casinotheater eingeladen. Zum einen gab es konkrete Tipps aus erster Hand zu Fragen wie: Welche Anlaufstellen gibt es in Winterthur und Zürich? Welche kostenfreien Dienstleistungen können genutzt werden? Zum anderen teilte Pascal Frei von der ZHAW School of Management and Law seine Erkenntnisse als Projektleiter der Konferenz EURAM 2022 in Winterthur. Anschliessend wurden gestellte Fragen von Expert:innen beantwortet und der Austausch unter Branchenkolleg:innen gefördert.



## Teilnahme am «Assistants' Day» & «Inspiration Market»

Gemeinsam mit Zug Tourismus und Zürich Tourismus hat House of Winterthur im Juni am «Inspiration Market» teilgenommen, um die eigenen Angebote im Meetings- und Events-Bereich zu promoten. Ausserdem war House of Winterthur gemeinsam mit dem Swiss Science Center Technorama und dem Hotel Banana City in der 2. Jahreshälfte mit einem Stand am «Assistants' Day» in Zürich präsent.

©David Biedert\_Miss Money Penny



## Erfolgreich vermittelt und Firmenanlässe unterstützt

Insgesamt erreichten das House of Winterthur Team 117 Anfragen im Meetings- und Events-Bereich, wovon 44 erfolgreich vermittelt wurden. Beispielsweise wurden Firmenanlässe unterstützt, wie die Dach-Tagung vom Schweizerischen Verband der Strassen- und Verkehrsfachleute, die Tagung der Joos Partner GmbH, der Event von der André Koch AG oder die EATAW-Tagung (European Association for Teaching of Academic Writing).



## Neue Partner aus der ganzen Region gewonnen

2023 wurden erneut vielfältige, neue Partnerschaften für spannende Eventlokalitäten und Rahmenprogramme in der gesamten Region abgeschlossen: Veg and the City, AtelierFoif, Caribbean Pearl, Escape Room 24, Escape Mission Obertor, The Kitchen Lab, One Cycling, level13 ag, Maiergrill AG und Quad Tösstal GmbH.

©AtelierFoif





«Die Wirtschaftsregion Winterthur hat eine beeindruckende Vielfalt aufzuweisen – von Startups über KMU bis Grossunternehmen. Das zeigen unsere Unternehmensbesuche sowie Vernetzungsanlässe.»

**Sven Corus,**  
**Leiter Wirtschaft**

# Wirtschaft

## Im engen Austausch mit Unternehmen und Gemeinden

Vorstand und Geschäftsleitung von House of Winterthur besuchen regelmässig Klein-, Mittel- und Grossunternehmen in der gesamten Region, um deren aktuelle Perspektiven und Herausforderungen noch besser zu verstehen. Die Beziehungspflege zu den Unternehmen und Gemeinden in der Wirtschaftsregion Winterthur und die Sichtbarmachung von Erfolgsgeschichten ist ein zentrales Element der Standortpromotion.

### Besuchte Firmen

Steinfels Swiss

Cyltronic AG

Rutishauser DiVino

PAWI AG

Der Landbote

AXA Versicherungen AG

Keller Druckmesstechnik AG

Auwiesen Immobilien

Sulzer AG

Genossenschaft Migros Ostschweiz

Acodis AG

Kanton Spital Winterthur (KSW)

Coop Genossenschaft Ostschweiz/Ticino

Gemeinde Seuzach

Autoneum Switzerland AG

Implenia AG

Zimmer Biomet

Burckhardt Compression AG

Vitodata AG

SWICA Gesundheitsorganisation



**13'351**

Firmen in der  
Region Winterthur



**102'504**

Arbeitsplätze in der  
Region Winterthur



**82'487'262**

Mio. CHF Gewinn- und  
Einkommenssteuern  
in der Stadt Winterthur



Hier geht's zur Unternehmensbefragung →

## Über 87 % der Unternehmen sind zufrieden mit dem Standort

Bei der Befragung der Winterthurer Unternehmen im Jahr 2023 gaben 87,1 % eine hohe Zufriedenheit mit dem Standort Winterthur an. Der Preisdruck löst den Fachkräftemangel als grösste Herausforderung ab. Trotzdem steigerten 37,6 % der befragten Unternehmen den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr. Über 80 % prognostizieren zudem eine positive Geschäftsentwicklung für 2024. Dabei planen 31,3 % der Winterthurer Unternehmen Neueinstellungen und 51,7 % Investitionen im kommenden Jahr. Die Wettbewerbsfähigkeit wird im Vergleich mit anderen Regionen der Deutschschweiz leicht überdurchschnittlich bewertet.



*«Als Winterthurer Weinkellerei beteiligt sich Rutishauser-DiVino aktiv an der Förderung der Standortattraktivität. Zusammen mit House of Winterthur durften wir über 50 Gäste bei uns zur Kellerführung und Weindegustation empfangen. Solch informative und gesellige Netzwerkanlässe sind eine hervorragende Möglichkeit, die Vielfalt und Dynamik des Wirtschaftsstandorts Winterthur erlebbar zu machen.»*

Hans Naegeli,  
CEO Rutishauser-DiVino SA



## Innovative Unternehmen im Cluster Smart Health

Die Wirtschaftsregion Winterthur vernetzt sich entlang dreier Cluster – für House of Winterthur steht insbesondere Smart Health im Zentrum, das zeigt sich bei den Anlässen und Unternehmensbesuchen. Schwergewichte wie die ZHAW, SWICA, Zimmer Biomet, das KSW oder die IPW standen ebenso im Mittelpunkt, wie innovative «Schnellboote», so zum Beispiel Swisslog, die Privatklinik Lindberg oder Vitodata: Attraktive Unternehmungen und Organisationen in der Wirtschaftsregion machen den Cluster Smart Health immer wieder zu einem Erlebnis in der Vernetzung und einem Quell für Inspiration.



## Begrüßungsanlass für neue Firmen im Technopark

Knapp 80 Unternehmen nutzten die Gelegenheit, sich am Begrüßungsanlass mit Vertreter:innen der Wirtschaftsverbände, der lokalen Startup Szene, der Bildungsinstitutionen sowie der Verwaltung zu vernetzen. House of Winterthur führt den Begrüßungsanlass jährlich durch, wobei alle neuen Firmengründer:innen eingeladen werden. Ein herzlicher Dank geht an unsere Partner:innen für ihre Unterstützung, die zum Erfolg der Veranstaltung einen wesentlichen Beitrag geleistet haben: Technopark Winterthur, Zürcher Kantonalbank sowie der KMU-Verband Winterthur und Umgebung.





©Andrin Fretz

## Teil der Flagship-Events Startup Nights und KMU Forum

Die Startup Nights strahlen als eines der Flagship-Events der Region Winterthur weit über diese hinaus – Ehrensache, dass House of Winterthur ein solches Highlight auch im Jahr 2023 unterstützt. Über die Möglichkeiten, Brücken zwischen etablierten Unternehmen und Startups zu bauen, haben wir uns in diesem Jahr im Panel mit Autoneum und Designwerk ausgetauscht. Diese wichtige Aufgabe der Vernetzung innerhalb der Wirtschaftsregion stand an den Startup Nights ebenso im Zentrum wie am KMU Forum Winterthur und Region. Auch hier konnten zwei KMU aus der Region ihre aktuellen Entwicklungen zeigen und so exemplarisch für die innovative Wirtschaftsregion Winterthur punkten.



©Stefan Baumgartner

**«Unsere Mitgliedschaft bei House of Winterthur unterstützt uns beim Erreichen unserer definierten Ziele. Ein Verbleib bei House of Winterthur ist für uns weiterhin zielführend.»**

**Beat Stampanoni,  
Wirtschaftsförderer Illnau-Effretikon**



[Hier geht's zum Gemeinde-Portrait →](#)

## Nachhaltige Einblicke in das industrielle Herz Winterthurs

Im Vorfeld des «Swiss Green Economy Symposium», einem weiteren Highlight im Veranstaltungskalender der Wirtschaftsregion Winterthur, haben die Teilnehmenden auf Einladung von House of Winterthur vier der Tech-Giganten in Neuhegi besucht. Burckhardt Compression, Stadler Winterthur, WinGD und Zimmer Biomet boten Einblick in ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen und Fabrikhallen. Beim abschliessenden C-Level Talk diskutierten Fabrice Billard, CEO Burckhardt Compression und Sebastian Hensel, Leiter R&D WinGD die strategische Ausrichtung auf die Sustainable Development Goals (SDG).



©Burckhardt Compression

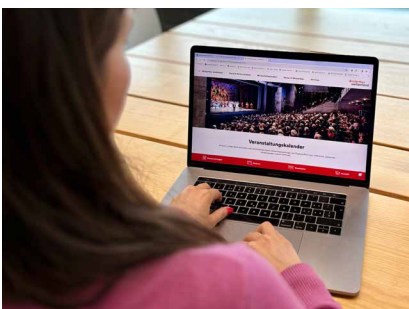


# Marketing & Kommunikation



## Follower-Zahlen weiter gesteigert und neu auf TikTok

Der Inspirationskanal Instagram konnte im Vergleich zum Vorjahr organisch um 16 % wachsen – somit folgen @lovewinterthur Ende 2023 8'612 Winterthur-Fans. Durch organische Posts wurde eine Reichweite von 71'915 erreicht, was einer Steigerung von knapp 40 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Auch die Interaktionsrate stieg mit 9'845 gar um 100 % im Vergleich zum 2022. Der Facebook-Kanal @lovewinterthur ist nach wie vor der grösste aber zugleich der meist stagnierende Kanal mit 11'856 Follower – 312 kamen im Jahr 2023 neu dazu. Über bezahlte Kampagnen auf diesen beiden Kanälen konnte insgesamt eine Reichweite von rund 217'000 sowie 598'000 Impressions ausgewiesen werden. In der zweiten Jahreshälfte wurde der neue TikTok-Kanal @lovewinterthur gelauncht und erreichte bis Ende Jahr 3605 Likes, 106 Follower und knapp 90'000 Views. Beim LinkedIn-Kanal House of Winterthur kamen 2023 363 neue Follower dazu, wobei Ende des Jahres 2'119 Follower verzeichnet wurden. Mit den organischen Posts wurden rund 121'000 Impressions erzielt.



## Über 600'000 Website-Aufrufe auf winterthur.com

Im Jahr 2023 wurde die Website winterthur.com 613'688-mal aufgerufen, im Vorjahr waren es 555'000. Die meistgeklickten Seiten waren der Adventskalender, der Veranstaltungskalender und «Winterthur entdecken».



**613'688**

Website-Aufrufe  
pro Jahr



**22'693**

Social Media-  
Follower



**17'711**

Newsletter-  
Abonnenten





## 30'510 Teilnehmende beim Winterthurer Adventskalender

Zum vierten Mal in Folge: Der diesjährige digitale Adventskalender stand ganz im Zeichen der vielfältigen Erlebnisse in und um Winterthur. Zwischen dem 1. und 24. Dezember wurde der Adventskalender 138'509-mal aufgerufen und rund 30'000 Menschen haben an den täglichen Gewinnspielen teilgenommen. Es wurden 24 Preise von abwechslungsreichen Partner:innen aus der gesamten Region verlost.

### Kanal

|   |         |
|---|---------|
| Website-Aufrufe (01.12.-24.12.)                   | 138'509 |
| Facebook Reichweite                               | 25'400  |
| Instagram Views                                   | 73'500  |
| Bezahlte Kampagne Instagram & Facebook Reichweite | 7'900   |
| TikTok Views                                      | 16'000  |
| LinkedIn Reichweite                               | 1'000   |
| Freizeit Newsletter-Bertrag Klicks                | 1'000   |
| House-Letter-Bertrag Klicks                       | 400     |



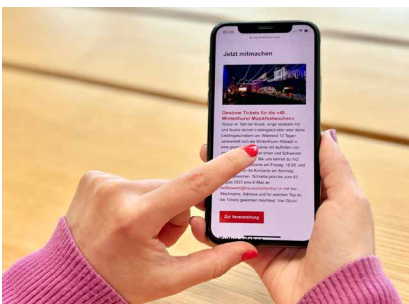
## PR-Berichte, Influencer-Reisen und Blog-Beiträge

Auch im Jahr 2023 war House of Winterthur mit vielfältigen PR-Berichten über die Region Winterthur in diversen Zeitschriften, Zeitungen und Magazinen in und ausserhalb der Schweiz präsent; wie zum Beispiel im «Bodensee Magazin», dem «Bodensee Magazin Schweiz Spezial», der «Süddeutschen Zeitung» oder «Frankfurter Allgemeinen Zeitung FAZ». Zudem hat House of Winterthur eine Gruppenmedienreise sowie internationale Influencer:innen-Reisen organisiert. Auch eine Familienbloggerin und ein Fotoblogger waren vor Ort.

### Influencer:innen / Blogger:innen

### Reichweite

|                                       |          |
|---------------------------------------|----------|
| Internationale Influencer:innen-Reise | 1.2 Mio. |
| Familienbloggerin                     | 55'000   |
| Fotoblogger                           | 46'000   |



## Newsletter-Abonent:innen über 60 % gesteigert

Der Freizeit-Newsletter erreicht nun monatlich 9'711 Abonent:innen, was im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von 23 % aufweist. Auch konnte der House-Letter, der jeden zweiten Monat verschickt wird, seine Anzahl Abonent:innen von 1'500 auf 6'044 erhöhen, was einer Steigerung von 300 % entspricht. Der MICE-Newsletter wird fünf Mal im Jahr an knapp 2'000 Abonent:innen verschickt. Die Anzahl Abonent:innen konnte somit um 16 % erhöht werden. Insgesamt werden durch die verschiedenen Newsletter 17'711 Abonent:innen erreicht, was einer generellen Steigerung von 60 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht.



«Unsere Anlässe bieten exklusive Einblicke, inspirierende Erlebnisse und die Möglichkeit, wertvolle Beziehungen aufzubauen und zu vertiefen.»

**Sabrina Mätzler,**  
Event Managerin

## Veranstaltungen

### 60 % mehr Teilnehmende an unseren Anlässen

Im vergangenen Jahr hat House of Winterthur sein abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm weitergeführt und optimiert. Der Erfolg der Veranstaltungen zeigt sich nicht nur an den vielen positiven Rückmeldungen der Besuchenden. Auch die Zahlen sprechen für sich: Fast 2'600 Personen haben im Jahr 2023 die 36 Veranstaltungen besucht. Im Vorjahr waren es bei 40 Veranstaltungen 1600. Damit konnten die Besucherzahlen um 60 % im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden.

Zu den Veranstaltungshighlights gehörten unter anderem die beiden «House-Gespräche», für welche hochkarätige Speaker:innen wie Suzanne Thoma, Exekutive Präsidentin bei Sulzer, Michael Künzle, Stadtpräsident Winterthur, Stiftungsdirektorin Bettina Stefanini oder Regierungsrätin Carmen Walker Späh gewonnen werden konnten. Besonders beliebt waren auch die vielfältigen Tech-Lunches oder die «SGEXperience», welche spannende Einblicke in die Technologiestadt Winterthur gegeben haben. Auch die Smart Health Eventreihe wurde weiter etabliert. Die Reihe präsentiert im Rahmen von Firmenbesuchen und Referaten besonders erfolgreiche Winterthurer Unternehmen oder allgemein innovative Lösungen aus dem Gesundheitswesen. Durch die Veranstaltungen konnten verschiedenste Erfolgsgeschichten aus dem Cluster Smart Health aufgezeigt und eine wachsende Community zum Themengebiet gebildet werden.

| Smart Health                                      | Kooperationspartner                        | Gastronomie              |
|---|--|--------------------------|
| Arbeiten Sie mit chirurgischer Präzision?         | Privatklinik Lindberg                      | Privatklinik Lindberg    |
| Augmented Reality in der Biomechanik              | ZHAW School of Engineering                 | Brasserie Reh            |
| Innovative Medizin vor der Haustür                | Kantonsspital Winterthur, PwC Schweiz      | Kantonsspital Winterthur |
| Innovationen im Bereich der Gesundheitsversorgung | SWICA                                      | Restaurant Hermannseck   |
| Einblick in die moderne Psychiatrie               | Psychiatrie Winterthur – Zürcher Unterland | Catering Schlosstal      |
| Automatisierung für Krankenhäuser                 | Swisslog Healthcare                        | Restaurant Technopark    |





| House-Kultur   | Kooperationspartner          | Gastronomie             |
|--|------------------------------|-------------------------|
| Ballett «Marie-Antoinette»                                 | Theater Winterthur           | Brasserie Les Coulisses |
| Celtic Spring Festival                                     | Alte Kaserne                 | Alte Kaserne            |
| Frafra-Gospel, Afrobeat und westafrikanische Klangästhetik | Afro-Pfingsten               | Afro-Pfingsten          |
| Konzerte «Domi & DJ Beck» und «The Hop'sh Bam Connection»  | Winterthurer Musikfestwochen | Mezza9                  |

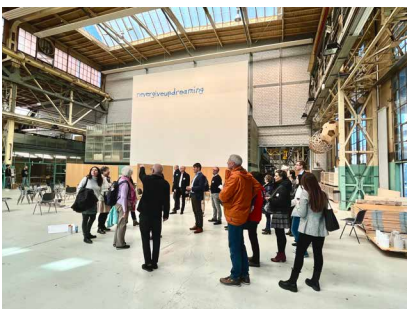


| House-Gespräch   | Ort                 | Referent:in  |
|--|---------------------|--|
| Sulzer und Winterthur – Herausforderungen in volatilen Zeiten. | House of Winterthur | Michael Künzle, Stadtpräsident Winterthur; Dr. Suzanne Thoma, Exekutive Präsidentin Sulzer |
| Stiftungen: Wie das Potenzial nutzen?                          | Home of Innovation  | Carmen Walker Späh, Regierungsrätin Kanton Zürich; Bettina Stefanini, Direktorin SKKG      |



©Saskia Goldhahn

| Tech-Lunch                                       | Kooperationspartner | Gastronomie              |
|--|---------------------|--------------------------|
| Technologie Know How für das digitale Zeitalter! | Noser Engineering   | Restaurant Gutschick     |
| Wenn bisher Unmögliches möglich wird!            | Scewo               | Technopark Bistro        |
| Wenig Theorie-Blabla. Viel Praxis-Aha!           | STFW                | Riverside Inn Restaurant |
| Elektromobilität made in Winterthur!             | Designwerk          | Schloss Wülflingen       |



| Immo-Lunch                                       | Kooperationspartner | Gastronomie            |
|--|---------------------|------------------------|
| Von der Kesselschmiede zur Architekturhochschule | ZHAW Architektur    | Restaurant Pasta e Piu |



| Freizeit-Anlässe               | Kooperationspartner            | Ort                                      |
|--------------------------------|--------------------------------|--|
| Urban Golf House-Trophy        | Hotel Banana City, GolfSession | Hotel Banana City, Urban Golf Parcours 2 |
| 5. Genuss-Wanderung Winterthur | GastroWinterthur               | Stammertal                               |



| <b>Morge-Boost</b>           | <b>Kooperationspartner</b>  | <b>Sponsor</b>            |
|------------------------------|---|---------------------------|
| Gestalten Sie Ihr Traumbüro! | Büro Schoch Werkhaus, Junge Altstadt                                | Raiffeisenbank Winterthur |
| Recht einfach                | YLEX, Junge Altstadt  | Raiffeisenbank Winterthur |
| Strassen von Winterthur      | Stadtbibliothek, Beat Glogger, Junge Altstadt                       | Raiffeisenbank Winterthur |
| Business-Speed-Dating        | Raiffeisenbank Winterthur, Raiffeisenbank Winterthur Junge Altstadt |                           |

| <b>Spezial-Anlässe</b>   | <b>Kooperationspartner</b>                                   | <b>Ort</b>                 |
|--|--|----------------------------|
| Praktische Einsichten, Inspirationen und Tipps zu Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit | KMU und Innovation, ZHAW                                     | Proof of Concept Lab       |
| Wie regeln Sie Ihre Nachfolge oder finanzieren den Kauf eines Unternehmens?              | Adlatus Winterthur-Schaffhausen, Swisspeers                  | House of Winterthur        |
| Early Bird – fit für die Zukunft   | Die Mobiliar, Beck Lyner, Kuhn Rikon, Skillsgarden           | House of Winterthur        |
| PwC informiert über Steuern und Recht  | PwC Schweiz  | House of Winterthur        |
| Generalversammlung House of Winterthur   | Afro-Pfingsten   | House of Winterthur        |
| Wie profitiere ich von Innosuisse Förderung?   | Büro Schoch Werkhaus, Planted, ZHAW, Universität Bern        | Büro Schoch Werkhaus       |
| Besuch THE VALLEY mit Gemeinden der Region Winterthur                                    | The Kitchen Lab  | THE VALLEY, Kemptthal      |
| Tech-Tour im Rahmen von Swiss Green Economy Symposium                                    | SGES, Stadler, WinGD, Zimmer, Burckhardt Compression, Optimo | Neuhegi                    |
| Bäume in der Stadt   | Stadtluft, Stadt Winterthur                                  | Stadt Winterthur, BauForum |
| Networking Lunch Talk im Casinotheater Winterthur  | FRZ Flughafenregion Zürich, Casinotheater                    | Casino Theater             |
| R&D Panel an Startup Nights  | Startup Nights, Autoneum, Designwerk                         | Eulachhallen               |
| «business best cases»: Austausch von KMU für KMU   | KMU Forum, Sievert, Zwiwo                                    | Eulachhallen               |
| Begrüssungsanlass für neue Firmen in der Stadt und Region Winterthur                     | Technopark Winterthur, Zürcher Kantonalbank                  | Technopark Winterthur      |
| Partner Anlass   | -  | Kochstation PopUp          |





# Personelles

## Mitarbeitende

**Viola Albin**  
Marketing Managerin

**Domenica Appenzeller**  
Gästeberaterin  
Austritt per 31.05.2023

**Antonella Baudone**  
Leiterin Administration /  
Assistentin Direktor  
Pensioniert per 01.03.2023

**Alessia Baumgartner**  
Projektleiterin Marketing &  
Kommunikation

**Yulong Bernasconi**  
Direktionsassistent  
Austritt per 31.07.2023

**Mirjam Bossart**  
Managerin City Tours,  
Meetings & Events

**Sven Corus**  
Leiter Wirtschaft  
Eintritt per 01.05.2023

**Gianni De Coppi**  
Product Manager Tourismus

**Simon Deuring**  
Praktikant  
Austritt per 31.12.2023

**Nadia De Rossi**  
Gästeberaterin  
Austritt per 31.12.2023

**Markus Gilgen**  
Stv. Direktor,  
Leiter Tourismus

**Nicole Gnos**  
Gästeberaterin  
Eintritt per 01.02.2023

**Isabelle Grealish**  
Managerin City Tours

**Roger Graber**  
Leiter Wirtschaft  
Austritt per 31.01.2023

**Jasmin Gross**  
Gästeberaterin

**Silvia Jacomet**  
Buchhalterin / Berufsbildnerin

**Priska Krieg**  
Marketing Managerin

**Antonietta Lomoro**  
Projektleiterin  
Wirtschaftsförderung

**Giselle Martin**  
Managerin Meetings & Events

**Sabrina Mätzler**  
Event Managerin

**Beat Müller**  
Praktikant Wirtschaft  
Eintritt per 01.10.2023

**Gabriela Neuhaus**  
Managerin Tourist Information

**Sarah Rittmann**  
Senior Designerin

**Samuel Roth**  
Direktor, Leiter Marketing &  
Kommunikation

**Daria Stieger**  
Praktikantin Tourismus  
Austritt per 31.12.2023

**Linda Stratacò**  
Content & Media Managerin



## Stadtführer:innen

### **Bahar Yilmaz**

Gästeberaterin  
Eintritt per 01.02.2023

### **Yvonne Ziegler**

Projektassistentin Tourismus  
Austritt per 28.02.2023

### **Suzanna Zucca**

Lernende  
Austritt per 31.07.2023

### **Leon Zogaj**

Lernender  
Eintritt per 14.08.2023

**Hier geht's zum Team →**

## Vorstand

### **David Huber**

Co-Geschäftsleiter Winterthurer  
Musikfestwochen

### **Prof. Dr. Andreas Gerber-Grote**

Direktor ZHAW-Departement  
Gesundheit  
Eintritt per 25.05.2023

### **Dieter Gosteli**

Vizepräsident House of Winterthur  
Ehemaliger Präsident Winterthur  
Tourismus

### **Regula Keller**

Grosser Gemeinderat Winterthur  
Austritt 25.05.2023

### **Michael Künzle**

Präsident House of Winterthur  
bis 25.05.2023  
Stadtpräsident Winterthur

### **Nicole Mayer**

Co-Präsidentin Kulturlobby Winterthur

### **Prof. Dr. Jean-Marc Piveteau**

Rektor Zürcher Hochschule für  
Angewandte Wissenschaften  
Austritt per 25.05.2023

### **Thomas Schoch**

Geschäftsführer/Inhaber THS AG  
Verwaltungs- und Stiftungsrat  
Eintritt per 25.05.2023

### **Petra Schumacher**

Kassierin House of Winterthur  
Ehemalige Geschäftsführerin Hirschen  
Stammheim, Oberstammheim

### **Dr. Beat Schwab**

Präsident House of Winterthur  
Unabhängiger Verwaltungs-  
und Stiftungsrat  
Eintritt per 25.05.2023

### **Thomas Wolf**

Grosser Gemeinderat Winterthur  
Austritt per 25.05.2023

### **Marcel Abplanalp**

### **Paola Bachofen-Timossi**

### **Ben Birdsall**

### **Peter Bonomo**

### **Gabriela Brunner**

### **Ursula Burkhalter**

### **Susanna Engeler**

### **Corinne Gsell-Lallemang**

### **Dieter Gosteli**

### **Norbert Jeck**

### **Katja Kündig**

### **Peter Lehmann**

### **Peter Lippuner**

### **Geraldine Lorenz**

### **Susan Meili**

### **Trudi Neff**

### **Ursle Renz**

### **Hans Ryser**

### **Ursula Saner Davare**

### **Natalie Swysen**

### **Christoph Tagliavini**

### **Alex Ulrich**

### **Natalie Vieli**

### **Nadine von Wartburg**

### **Anna Witschi**

### **Elena Zanolari Laffranchi**





# Mitglieder

|                                      | 2018       | 2019       | 2020       | 2021       | 2022       | 2023       |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| <b>Kategorien</b>                    |            |            |            |            |            |            |
| Unternehmen                          | 130        | 131        | 123        | 141        | 159        | 164        |
| Wirtschaftsverbände / Gewerbevereine | 14         | 13         | 11         | 12         | 13         | 12         |
| Non-Profit-Organisationen            | 0          | 0          | 0          | 3          | 12         | 14         |
| Öffentliche Bildungsinstitutionen    | 7          | 8          | 8          | 8          | 8          | 8          |
| Touristische Leistungsträger         | 202        | 179        | 192        | 194        | 197        | 189        |
| Öffentliche Hand                     | 20         | 20         | 20         | 19         | 17         | 16         |
| <b>Total</b>                         | <b>373</b> | <b>351</b> | <b>354</b> | <b>377</b> | <b>406</b> | <b>403</b> |
| Gönner / Ehrenmitglieder             | 143        | 118        | 94         | 92         | 78         | 69         |

[Hier geht's zu den Mitgliedern →](#)



# Jahresrechnung 2023

## Kommentar zur Jahresrechnung

House of Winterthur hat das Jahr 2023 mit einem Verlust von CHF 6'579 abgeschlossen. Der Verlust fiel deshalb nicht höher aus, weil ausserordentliche Erträge von insgesamt CHF 372'000 verbucht wurden. So haben wir Rückstellungen von CHF 202'000 aufgelöst, die wir zur Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie gebildet hatten. Ausserdem verbuchen wir neu die City Taxen periodengerecht. In der Vergangenheit wurden die Erträge der City Taxen jeweils nur bis zum dritten Quartal des Vorjahres berücksichtigt. Nun haben wir das ganze Jahr 2023 berücksichtigt und das aufgrund der Umstellung noch nicht berücksichtigte vierte Quartal des Jahres 2022 unter «periodenfremder Ertrag» erfasst.

Der Tourismus hat sich vollständig erholt, was sich im Ertrag der City Taxen widerspiegelt. Die Summe der Logiernächte erreichte wieder den Stand von 2018 und liegt nur noch 2.4 % hinter dem Rekordjahr 2019. Demgegenüber hat sich der Ertrag «Kongresse und Stadtführungen» reduziert, da wir unter anderem weniger Drittleistungen vermittelt und das Platzangebot an der beliebten Genusswanderung reduziert haben.

Der Aufwand stieg gegenüber dem Vorjahr nur leicht an. Mehr ausgegeben haben wir vor allem für das Destinationsmarketing, die Herstellung von eigenen Markenprodukten sowie den Einkauf von Waren, welche wir im Shop in der Tourist Information verkaufen. Zudem haben wir neu ein Inspirationsmagazin geschaffen, das im ersten Halbjahr 2024 erscheinen wird. Beim Personalaufwand und vor allem beim Mietaufwand konnten wir dafür Kosten einsparen.

Das Jahresergebnis führt zu einer geringen Reduktion des Eigenkapitals auf CHF 183'000.

PricewaterhouseCoopers AG hat die Jahresrechnung revidiert und dies im Bericht der Revisionsstelle vom 9. April 2024 zuhanden der Generalversammlung des Vereins House of Winterthur bestätigt.



# Jahresrechnung

## Erfolgsrechnung 2023

Alle Beträge in CHF

| <b>Ertrag</b>                              | <b>1.1.-31.12.2023</b> | <b>1.1.-31.12.2022</b> |
|--|------------------------|------------------------|
| Beiträge Stadt, Kanton, Gemeinden          | 1 249 682              | 1 281 366              |
| Beitrag Covid-19-Pandemie (Staatsbeitrag)  | 0                      | 540 255                |
| Erträge Mitglieder und Sponsoren           | 425 650                | 442 783                |
| Beiträge CityTax                           | 585 824                | 438 621                |
| Ertrag Tourist Information                 | 261 726                | 248 036                |
| Ertrag Kongresse und Stadtführungen        | 352 328                | 412 830                |
| Ertrag Marketing                           | 125 880                | 144 774                |
| Diverse Erträge                            | 9 986                  | 14 029                 |
| Ertragsminderungen                         | -1 100                 | 17 300                 |
| <b>Nettoerlöse</b>                         | <b>3 009 976</b>       | <b>3 539 995</b>       |
| <b>Aufwand</b>                             |                        |                        |
| Warenaufwand und Fremdleistungen           | -905 296               | -760 698               |
| Personalaufwand                            | -1 936 883             | -1 945 465             |
| Betriebsaufwand                            | -483 524               | -579 138               |
| <b>Total betrieblicher Aufwand</b>         | <b>-3 325 703</b>      | <b>-3 285 302</b>      |
| Abschreibungen                             | -53 722                | -244 799               |
| Finanzergebnis                             | -9 623                 | -8 168                 |
| Ausserordentlicher, periodenfremder Ertrag | 372 200                | 0                      |
| Direkte Steuern                            | 293                    | -42                    |
| <b>Jahresergebnis</b>                      | <b>-6 579</b>          | <b>1 684</b>           |

# Jahresrechnung

## Bilanz 2023

Alle Beträge in CHF

| <b>Aktiven</b>                                   | <b>31.12.2023</b> | <b>31.12.2022</b> |
|--|-------------------|-------------------|
| Flüssige Mittel                                  | 118 581           | 567 011           |
| Wertschriften                                    | 1 200             | 1 200             |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen       | 230 489           | 289 331           |
| Übrige kurzfristige Forderungen                  | 63 848            | 44 848            |
| Vorräte  | 40 642            | 28 800            |
| Aktive Rechnungsabgrenzung                       | 269 032           | 22 266            |
| <b>Total Umlaufvermögen</b>                      | <b>723 792</b>    | <b>953 457</b>    |
| Mobile Sachanlagen                               | 84 900            | 37 500            |
| Immaterielle Werte                               | 0                 | 15 800            |
| <b>Total Anlagevermögen</b>                      | <b>84 900</b>     | <b>53 300</b>     |
| <b>Total Aktiven</b>                             | <b>808 692</b>    | <b>1 006 757</b>  |
| <b>Passiven</b>                                  | <b>31.12.2023</b> | <b>31.12.2022</b> |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 235 381           | 155 558           |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten            | 255 503           | 265 612           |
| Passive Rechnungsabgrenzung                      | 0                 | 11 000            |
| Rückstellungen                                   | 135 000           | 385 200           |
| <b>Total Fremdkapital</b>                        | <b>625 884</b>    | <b>817 370</b>    |
| Vereinsvermögen                                  | 189 387           | 187 703           |
| Jahresergebnis                                   | - 6 579           | 1 684             |
| <b>Eigenkapital</b>                              | <b>182 808</b>    | <b>189 387</b>    |
| <b>Total Passiven</b>                            | <b>808 692</b>    | <b>1 006 757</b>  |

Bei der abgebildeten Bilanz handelt es sich um einen Auszug aus der Jahresrechnung 2023. Die vollständige Jahresrechnung 2023 (inkl. Anhang) und der Revisionsbericht 2023 von PricewaterhouseCoopers AG, Winterthur, können auf der Geschäftsstelle eingesehen werden.





House of Winterthur  
Engagiert für  
Stadt und Region

Stadthausstrasse 14 \ 8401 Winterthur  
T +41 52 208 01 00 \ [office@winterthur.com](mailto:office@winterthur.com)  
[www.winterthur.com](http://www.winterthur.com)