



©hans burkhalter



FÜR MEH USTER.

JAHRESBERICHT HERZKERN USTER 2019

Verteiler	Stadt Uster WFU GVU Mitglieder & Partner von Herzkern
Verfasser	Felix Demuth, Präsident Verein Herzkern Uster Sandra Hausmann, Geschäftsführerin Verein Herzkern Uster

Einleitung:

Herzkern ist ein gemeinsames Public-Private-Partnership Projekt von der Stadt Uster, dem Gewerbeverband Uster (GVU) und dem Wirtschaftsforum Uster (WFU). Die Vereinsgründung erfolgte im März 2017. Herzkern verfolgt das Ziel, dass die Ustermer Bevölkerung, die Pendler und Auswärtige mehr Zeit im öffentlichen Raum von Uster verbringen. Insgesamt soll durch die Aktivitäten von Herzkern das Zentrum an Attraktivität gewinnen und der Kaufkraftabfluss soll reduziert werden. Zur Erreichung der Ziele engagiert sich der Verein Herzkern für städtebauliche, soziale und kulturelle Aspekte der Zentrumsentwicklung und realisiert Veranstaltungen, Kommunikationskampagnen sowie Verkaufsförderungsmaßnahmen.

Kostenverteilung: Gemäss Leistungskontrakt der Stadt Uster, leistet die Stadt einen jährlichen finanziellen Beitrag von CHF 100'000.-. Der Beitrag ist an die Bedingung geknüpft, dass eine Beteiligung durch Private (Gewerbe, Detailhandel, Verbände) in mindestens gleicher Höhe erfolgt. Resultiert von privater Seite ein geringerer Beitrag, so reduziert sich automatisch auch der städtische Beitrag auf die gleiche Höhe.

Für die Jahre 2017, 2018 und 2019 leisten der GVU und das WFU Beiträge in der Höhe von je CHF 30'000.-/Jahr. Ab 2020 reduziert das WFU seinen Beitrag auf CHF 20'000.-. Über die Akquise weiterer Partner und Mitglieder werden zusätzliche finanzielle Mittel generiert.

Leistungen und Reporting

1. Leistungen und Zielwert

1.1 Verein gemäss ZGB führen, Mitglieder akquirieren

Der Verein wird seit dem 1.9.2017 operativ von Sandra Hausmann, Geschäftsführerin, geleitet und gemeinsam mit dem Vorstand nach aussen vertreten. Das Pensum der Geschäftsführerin beträgt 40%. Weitere 10% wendet die Standortförderin, Sandra Frauenfelder, zur Unterstützung einzelner Aktivitäten auf. Die weiteren Vorstandsmitglieder arbeiten ehrenamtlich. Der Vorstand besteht aus sieben Mitgliedern, Veränderungen bezüglich der Zusammensetzung gab es im Berichtsjahr keine.

Im dritten Vereinsjahr fanden sieben Vorstandssitzungen statt. Hauptpunkte dabei waren der öffentliche Auftritt von Herzkern, Schwerpunktsetzung 2019, Umsetzung der Jahresplanung, Durchführung der Detaillistencafés, Unterstützung der Samstagsmärkte und die Einführung des UsterBatzens.

Ziel im dritten Jahr war, die Sichtbarkeit/Wahrnehmung im Zentrum und bei der Bevölkerung von Herzkern, nochmals zu erhöhen. Mit den vorhandenen Kapazitäten wurde das Maximum herausgeholt, und der Fokus auf die Aktivitäten gelegt. Entsprechend wurde die Mitgliederakquise im Berichtsjahr nicht so aktiv betrieben wie nötig und erwünscht, um weitere finanzielle Mittel generieren zu können.

Weiter galt den Samstagsmärkten besondere Aufmerksamkeit mit sieben zusätzlichen Veranstaltungen und Aktionen. Zeitgleich fand die Herstellung und die Einführung des UsterBatzens statt, bei welchem die Standortförderin Sandra Frauenfelder massgeblich beteiligt war.

1.2 Engagement für städtebauliche, soziale und kulturelle Aspekte der Zentrumsentwicklung

Herzkern nahm, durch Sandra Hausmann vertreten, im Januar nochmals aktiv am letzten Echoraum 2035 teil. Details siehe Punkt 2.2.

Mit dem Stadtplaner und der Standortförderung fand ein regelmässiger (alle drei Monate) Informationsaustausch zu Themen wie Aktivitäten Herzkern / Stadt Uster, Möglichkeiten, Planung, Bautätigkeiten und weiteres statt. Dieser Austausch ist für beide Seiten sehr bereichernd und Herzkern erhält wertvolle Unterstützung durch den Stadtplaner.

1.3 Initiieren von Veranstaltungen im Zentrum

18 Aktionen mit Detaillistencafés, Samstagsmärkten, Oasen, Konzerten, Tavolata, Jazzweg, UsterBatzen und Weihnachtsbeleuchtung

- **Kooperationen:** Mit folgenden Organisationen fanden im Berichtsjahr Kooperationen statt: MSUG Musikschule Uster Greifensee, Primarschule Niederuster, lokale Bauern, lokales Gewerbe (Hotz, illuster, etc), swissjazzorama, Stadt- und Regionalbibliothek Uster, Geschäftsfeld Sport, Zirkus filacro
- **Detaillistencafés:** Austauschplattform für Detaillisten, initiiert und geleitet von Herzkern. Es fanden 2019 drei Detaillistencafés in der UstariaBar (Jan, April, Sept) statt.
- **Samstagsmärkte:** An jedem der sieben Samstagsmärkte von April – Oktober war Herzkern mit diversen Aktionen präsent. Diese umfassten die Bepflanzung und den Start der Oasen, den Streichelzoo, dem MSUG-Konzert, dem Jazzweg, die Lancierung des UsterBatzens, dem Abschluss der Oasen und einer kleinen Oasen-Gruppe als Sitzgelegenheit und Treffpunkt im Markt.
- **Mai – Oktober:** Von Frühjahr bis Herbst luden sechs **Oasen** (grüne Sitzgelegenheiten) mitten in Usters Zentrum als Ort der Begegnung und zum Verweilen ein. Als „Eyecatcher“ wurden Kooperationen und Bespielungen der Oasen mit einem Muttertagskonzert der Primarschule Niederuster, MSUG-Konzert, Bücherwagen der Stadt- und Regionalbibliothek, Abschluss der Oasen von Herzkern durchgeführt.
- **Tavolata:** Am 6. Juli 2019 führte Herzkern die erste Tavolata mitten in Usters Zentrum (Kern Süd) durch. Herzkern stellte lokalen Gewerbetpartnern die nötige Infrastruktur zum Verkauf des Essens zur Verfügung, welche von den fünf Partnern mit grossem Erfolg genutzt wurde. Der Erfolg der Tavolata konnte anhand der vorhandenen Sitzplätze und am Verkauf der Speisen und Getränke genau gemessen werden und kann mit 150 Personen beziffert werden. Herzkern und die Anbieter wurden förmlich überrannt.
- **Jazzweg:** Anfang September, im Samstagsmarkt, wurde der erste Schweizer Jazzweg in Kooperation von Herzkern und dem swissjazzorama, eröffnet. Ziel des Jazzweges war es, die Bevölkerung und Besucher von Uster durch das Stadtzentrum, an ausgewählten Schaufenstern vorbei zu lotsen, und so die Vielfalt der Detaillisten zu präsentieren. In den Schaufenstern wurden diverse Stücke mit dazu passenden Informationen, aus dem Archiv des swissjazzoramas ausgestellt. Der Jazzweg dauerte zwei Wochen. In dieser Zeit lief parallel dazu ein Wettbewerb, welchen man gut beantworten konnte, wenn man alle Schaufenster abließ.
- **Einführung UsterBatzen:** Der Lancierungsevent wurde anfang September im Samstagsmarkt durchgeführt. Dabei wurde die neue Währung mit Vertretern der Wirtschaftsverbände und der Stadtpräsidentin einem breiten Publikum vorgestellt. Als Anreiz wurde unter den anwesenden Familien mit Kindern einige UsterBatzen verlost.
- **Weihnachtsbeleuchtung:** Der diesjährige „Einschalt-Event“ wurde neu überarbeitet und in Zusammenarbeit mit dem Zirkus filacro durchgeführt. Anstelle der Sänger wurde eine Akrobatik-Show live und per Leinwandprojektion vorgeführt. Wiederum gab es, dank grosszügigem Sponsoring lokaler Gewerbetreibender, etwas Warmes zu essen und zu trinken. Dank dem neuen Programm, zog der Anlass vermehrt Familien mit Kindern und generell wieder bedeutend mehr Publikum an als im Vorjahr.

1.4 Kommunikationsmassnahmen für das Zentrum

- **Brand:** Diverse Flyer, Presstexte, Interviews und Inserate
- **Interne Kommunikation:** Laufende Aktualisierung der Herzkern Webseite. Nebst aktuellen Informationen über den Verein und seine Aktionen soll die Internetseite auch eine Plattform für seine Mitglieder sein. User sehen auf einen Blick die Mitglieder, künftige und vergangene Veranstaltungen, Wissenswertes zum Verein und alle Informationen zu den Generalversammlungen von Herzkern (die zweite fand im März 2019 statt).
Neu wurde die Seite usterbatze.ch erstellt und in die Herzkernwebseite integriert. Hier sind alle Informationen rund um den UsterBatzen und alle Akzeptanzstellen zu finden.

- **Externe Kommunikation:** Flyer, Bandenwerbung und Inserate, verschiedene Interviews und Presstexte in Zeitungen, Magazinen und TV, Ortsinformationstafeln (Tavolata, Weihnachtsbeleuchtung)
- **Medien:** Insgesamt 21 Presseberichte in den lokalen Zeitungen, Zueriost-online, TeleTop, Tele Z, Kanal8610 über die Vereinstätigkeiten, zum Thema Zentrumsentwicklung, diverse Berichte zu den Samstagsmärkten, den Oasen, der Tavolata, dem Jazzweg, dem UsterBatzen, dem Weihnachtsanlass etc. Neu seit 2019 stellt uns der GVU jeweils eine Seite für Presstexte in der GVU-Zeitung zur Verfügung.

1.5 Verkaufsförderungsmassnahmen für das Zentrum

Einführung UsterBatzen

Eines der grössten Projekte im Berichtsjahr war und ist der UsterBatzen. Gemeinsam mit Sandra Frauenfelder, welche für die Produktion und Herstellung des UsterBatzens inkl. Geschenksack verantwortlich zeichnete, wurde die Akquise der Akzeptanzstellen im lokalen Gewerbe und der Akquise der Firmen für Mitarbeitergeschenke (namentlich dem Spital Uster als grössten Abnehmer) zügig und äusserst erfolgreich umgesetzt. Weiter wurde eine neue Webseite in die bestehende Herzkernseite erstellt und implementiert. Der Lancierungsevent wurde vorbereitet und erstes Marketingmaterial bereit gestellt. Inert drei Monaten konnten bereits 120 Ustermer Geschäfte als Akzeptanzstellen gewonnen werden – im Vergleich, das Glatt hat 90 Fachgeschäfte für den Glatttaler. Bis Ende Dezember 2019 waren bereits UsterBatzen im Wert von CHF 77'000.- im Umlauf.

Weihnachtsbeleuchtung

Die Geschäftsführung stand im Kontakt mit der Stadtverwaltung, dem Werkhof, Energie Uster sowie diversen Handwerkern und Gewerbetreibenden um die Installation der Weihnachtsbeleuchtung zu koordinieren. Es mussten erneut einige Reparaturen und Neuanfertigungen der Weihnachtskugeln ausgeführt werden. Der Zustand ist nach dreizehn Jahren nicht mehr optimal. Durch die starken Winterstürme wurden weitere Kugeln in Mitleidenschaft gezogen, dadurch fehlen immer mehr Kugeln, so dass die Beleuchtung zusammengezogen werden muss, und nur noch kürzere Strassenabschnitte beleuchtet werden können. Herzkern regt an, bereits zeitnah über die Weihnachtsbeleuchtung und insbesondere über eine Ergänzung oder Erneuerung nachzudenken. Der Verein selber verfügt bei beiden Varianten nicht über die nötigen finanziellen Mittel.

2 Reporting

2.1 Anzahl Mitglieder

- Wirtschaftsverbände: 2 (GVU und WFU)
- Kategorie „kleines Gewerbe“: 2019: 28 (2018: 6)
- Kategorie „mittleres Gewerbe“: 2019: 3 (2018: 1)
- Kategorie „grosses Gewerbe“: 2019: 1 (2018: 0)
- Kategorie „Einzelmitglied“ (Privatpersonen): 2019: 7 (2018: 2)
- Kategorie Partner: 3 Immobilienbesitzer mit jährlichen Beiträgen von Total CHF 17'500.00 (2019 und 2020)
- Kategorie Sponsoring: 5 Banken, 3 Sponsoren lokales Gewerbe

Per Ende 2019 kann Herzkern insgesamt 42 (Vorjahr: 12) Mitglieder ausweisen. Die Mitgliederzahl konnte dem Vorjahr gegenüber zwar deutlich gesteigert werden – ohne aktives Zutun – doch die Anzahl liegt noch immer unter den Erwartungen von Herzkern. 2020 wird deshalb der Fokus auf die Mitgliedergewinnung gelegt.

2.2 Zahlen zum UsterBatzen (September – Dezember 2019)

- Anzahl Akzeptanzstellen: 120 Gewerbetreibende in Uster
- Anzahl verkaufter UsterBatzen: 3'080 Stück
- Wert UsterBatzen in Umlauf: CHF 77'000.-

2.2 Anzahl Projekte und Beiträge zur Zentrumsentwicklung

- **Teilnahme Echoraum 2035:** Im letzten Workshop vom Januar 2019 setzte sich Herzkern vor allem für die Aktivierung des Zentrums ein. Die Geschäftsführung sprach sich dabei für eine Verkehrsberuhigung des innersten Zentrums und die Definition dessen (Post-, Gerichtsstrasse) ein. Sie vertrat die Interessen des Vereins in den verschiedenen Themen Zentrum, Verkehr, etc und arbeitete aktiv mit Ideen und den Möglichkeiten der Umsetzung im Workshop mit. Der Echoraum dient der Geschäftsführung auch der aktiven Netzwerkpflege mit Vertretern der unterschiedlichsten Interessensgruppen Usters.
- **Netzwerkarbeit:** Stadtpreise Uster, WFU Top-Anlass, Politarena, Gewerbelunch GVU, GV der beiden Verbände, Vereinigung Zentrum Dietikon, IG Kultur, Primarschule, Echoraum, Standortförderung und diversen weiteren Abteilungen der Stadt Uster, Tourify GmbH, baumundgrün und weitere.
 - **Diverse Termine, Gespräche und Zusammenarbeiten mit Partnern wie**
Siska Heuberger AG, Hotel illuster, wincasa, Swiss Prime Site AG, Hotz Metzgerei, lokalen Banken Verwaltungspolizei der Stadt Uster, der Abteilung Bau, dem Geschäftsfeld Sport und weiteren Abteilungen der Verwaltung
Termine mit swissjazzorama, Musikschule Uster/Greifensee, Kunz Baumschulen AG, lokalen Bauern, Gemeinderäten, Genossenschaft Gägwind, Stadtbibliothek Uster, Energie Uster, Tourify GmbH, Elektro Brühlmann, Kellenberger + Huber AG, und viele mehr.
 - diverse Gespräche mit Veranstaltern und Interessenten einer Kooperation mit Herzkern
 - Termine mit verschiedenen Pressevertretern (Gewerbezeitung, AVU, Uster Report, Regio, Kanal 8610, TeleTop, Tele Z)

3 Frequenzerfassung

Nicht durchgeführt

Fazit der Geschäftsführung

„Herzkern wertet unser Stadtzentrum enorm auf.“ - „Vielen Dank für die tolle Initiative und dass unsere Stadt so zum Leben erwacht.“ - „Ich finde die Idee, dass „Anzünden“ mit einem Anlass feierlich zu gestalten, toll. Herzlichen Dank für Ihre Arbeit.“ Zitate aus Rückmeldungen der Bevölkerung per Email an Herzkern.

Uster ist gewachsen, Uster hat sich verändert. Man kann wohl sagen, dass in Uster ein Bewusstsein geschaffen worden ist - ein Bewusstsein nicht nur eine „Wohn- und Arbeitsstadt“ zu sein, sondern auch eine Stadt der Begegnungen. Herzkern mit seinem personalisierten Ansatz und einem eigenen Gesicht, trägt massgeblich dazu bei und wird allseits sehr geschätzt. Veranstaltungen und Aktionen, wie die Platzierung der Oasen und das gemeinsame Anzünden der Weihnachtsbeleuchtung gehören mittlerweile fix in den Kalender der Ustermer.

2019 war ein überaus aktives und bewegtes Jahr mit allerlei neuen Projekten. Der Erfolg der ersten Tavolata war einer der grössten Höhepunkte – Herzkern wie auch alle anderen Partner wurden förmlich überrannt. Dies zeigt deutlich dass die Ustermer gerne an gut gemachte Events kommen. Mit den verschiedenen Aktionen von Herzkern an den Samstagmärkten genauso wie mit der Eröffnung der Weihnachtsbeleuchtung bietet Herzkern auch für Familien spannende Begegnungsorte. Ein grosses Plus, denn die Familien schätzen ein attraktives Angebot vor Ort. Attraktionen von Herzkern werden quer in allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen anerkannt und geachtet. Doch nicht nur bei den Ustermern wird Herzkern zum Begriff. Mit dem UsterBatzen erlebte Herzkern einen wahren Auftrieb im lokalen Gewerbe. Die Begeisterung der Detailhändler und Firmen ist ungebrochen spürbar. Uster rückt näher zusammen, es gibt eine einende lokale Währung mit dem gemeinsamen Ziel die Kaufkraft in Uster zu behalten. Es gäbe noch zig weitere Beispiele, doch das würde den Rahmen dieses Berichtes sprengen.

Was mir als Geschäftsführerin dieses aussergewöhnlichen Vereines in den vergangenen zweieinhalb Jahren besonders auffiel, ist effektiv dieses „sich näher kommen“ zwischen Bevölkerung und Gewerbe. Auch innerhalb des Gewerbes sah ich Partnerschaften entstehen, die Bereitschaft vermehrt miteinander zu arbeiten und in die Zukunft zu investieren, ist deutlich gestiegen. Die Slogans „buy local, get it local, do it local“ werden in Uster mehr und mehr gelebt und sind nicht nur leere Worthülsen.

Das Wohlwollen welches Herzkern entgegengebracht wird, die Zusammenarbeiten und die wechselseitigen Befruchtungen mit all den anderen Organisationen gilt es zu wahren, zu pflegen und weiterhin darin zu investieren. Herzkern möchte gemeinsam mit Ihnen mehr Aktionen, mehr Akquise, mehr Erfolg „für meh Uster“ generieren.



Herzkern dankt ganz herzlich allen öffentlichen und privaten Institutionen, den Partnern und Mitgliedern, für die finanzielle und ideelle Unterstützung. Dank ihrem Engagement kann Herzkern seine Arbeit realisieren und seine Ziele erreichen, nämlich ein attraktives Zentrum für alle zu schaffen.

Herzkern dankt auch dem Vorstandspräsident und allen Vorstandsmitgliedern für ihr grosses Engagement. Sie tragen massgeblich zur Entwicklung von Herzkern bei, durch ihre Mitarbeit und das Einbringen von Erfahrungen und Kontakten.

Sandra Hausmann, Geschäftsführerin Herzkern Uster

Schlusswort des Präsidenten

Wie im Bericht erwähnt, kann als Highlight 2019 die Lancierung des Usterbatzen hervorgehoben werden. Dank dem starken Engagement von Sandra Frauenfelder und Sandra Hausmann wurde die Usterwährung im Herbst erfolgreich eingeführt. Das gelungene Design, entstand durch Mitwirkung von Sandra Tschopp. Der Batzen fand sowohl bei Unternehmen, u.a. dem Spital Uster, als auch bei privaten Abnehmern, hervorragenden Anklang. Das Netz der Empfangsstellen ist bereits gross. Der Hauptfokus wurde im 2019 auf die Sichtbarkeit von Herzkern gelegt. Durch die erneute Platzierung der Oasen, die im Sommer schon zum Stadtbild gehören, der erstmaligen Durchführung einer Tavolata die grossen Zuspruch fand, und der Beteiligung an den Samstagmärkten, wurden diese Ziele erreicht. Erfreulicherweise fand auch der zum wiederholten Male durchgeführte, Startevent der Weihnachtsbeleuchtung, grosse Beachtung. Der Verein Herzkern kommt immer mehr in Fahrt und findet guten Anklang in der Bevölkerung. Es gilt nun den Schub ins 2020 zu transferieren und basierend auf den Ergebnissen die Anzahl der Mitglieder zu steigern. Die vorhanden finanziellen und personellen Ressourcen gilt es Weise einzusetzen. Von sämtlichen involvierten Partnern erwarte ich ein starkes Engagement zur Sicherstellung der finanziellen Unterstützung des Vereins.

Felix Demuth, Präsident Herzkern Uster