

November 2025

# Unternehmensbefragung 2025 Ergebnisse

Durchgeführt von der Standortförderung Zürcher Weinland

Hauptsponsorin



# Zusammenfassung - Summary

Die Ergebnisse der Umfrage zeichnen insgesamt ein positives Bild der wirtschaftlichen Lage im Zürcher Weinland. Die Unternehmen beurteilen die Rahmenbedingungen mehrheitlich als gut und blicken mit Zuversicht in die Zukunft. Trotz dieser positiven Grundstimmung bestehen weiterhin Herausforderungen, insbesondere in den Bereichen Fachkräftemangel, Flächenverfügbarkeit und steuerliche Entlastung.

Der Fachkräftemangel prägt die wirtschaftliche Realität der Region spürbar. Viele Unternehmen begegnen diesem mit Eigeninitiative, einem verstärkten Ausbildungsengagement und flexiblen Arbeitsmodellen, um Fachkräfte zu gewinnen und zu halten. Langfristig wird entscheidend sein, die regionalen Bildungsangebote zu stärken, die Wohn- und Lebensqualität zu fördern und auch überregionale Fachkräftepotenziale gezielt anzusprechen.

Zudem zeigt sich, dass die Flächenverfügbarkeit ein zentrales Thema für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung darstellt. Der Wunsch zahlreicher Unternehmen nach Expansion steht im Widerspruch zu den begrenzten räumlichen Möglichkeiten. Eine koordinierte regionale Planung und eine aktive Flächenpolitik sind notwendig, um Wachstum zu ermöglichen und die Standorttreue der Unternehmen langfristig zu sichern.

# Einleitung Unternehmensbefragung

Die Standortförderung Zürcher Weinland führte 2025 erstmals eine umfassende Unternehmensbefragung im Bezirk Andelfingen durch. Methodisch und inhaltlich orientierte sie sich an den bewährten Erhebungen des House of Winterthur. Ziel war es, ein aktuelles Bild der wirtschaftlichen Situation, der Chancen und Herausforderungen sowie der Standortzufriedenheit der regionalen Unternehmen zu gewinnen. Die Befragung erfasste die wirtschaftliche Stimmungslage und zentrale Handlungsfelder aus Sicht der Unternehmen und ergänzte Erkenntnisse aus bisherigen Umfragen im Rahmen des Projekts «Arbeitsplatzgebiet Zürcher Weinland».

Die Ergebnisse liefern wertvolle Grundlagen für die Standortförderung, Gemeinden und regionale Planungsgruppen, um Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, gezielte Massnahmen zu planen und die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsraums Zürcher Weinland nachhaltig zu stärken.

# Facts & Figures

- **Durchführungsmodus:** Online via der Plattform Findmind
- **Teilnahmezeitraum:** 25.09.2025 bis 09.11.2025
- **Beteiligung:** 113 – davon 82 Firmen, welche die Umfrage vollständig ausgefüllt haben
- **Beantwortung von:** Geschäftsleitungen (86.7%)
- **Durchschnittliche Bearbeitungszeit:** 8 – 15 Min
- **Bemerkung:**  
Basierend auf der Rücklaufquote sowie der Struktur der teilnehmenden Unternehmen bildet die Umfrage **kein repräsentatives Abbild** der Wirtschaftsregion Zürcher Weinland. Sie liefert jedoch für die Standortförderung sowie weitere Akteurinnen und Akteure in der Region qualitative und richtungsweisende Einblicke in die Wahrnehmungen, Erwartungen und Bedürfnisse der regionalen Unternehmen. Damit stellt sie eine wertvolle Grundlage für die strategische Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts Zürcher Weinland dar.

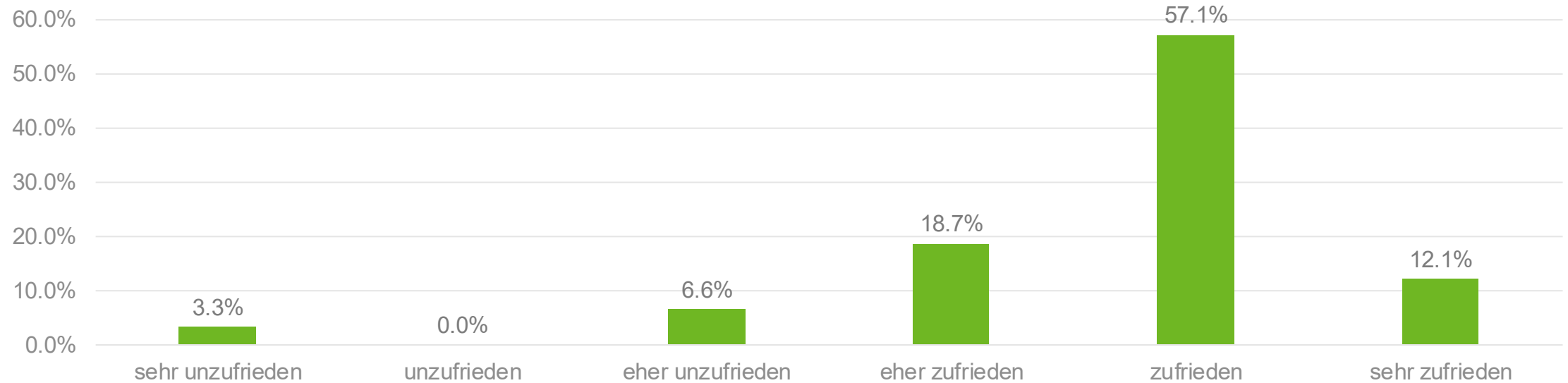


# Teil 2

## Empfinden der Wirtschaftslage

# Standortzufriedenheit

Wie zufrieden sind Sie mit den für Ihr Unternehmen wesentlichen Rahmenbedingungen im Zürcher Weinland?



n = 91

## Zufriedenheit mit der Region ist hoch

Mit 87.9 % zeigt sich der überwiegende Teil der befragten Unternehmen mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Zürcher Weinland zufrieden. Lediglich 9.9 % der Unternehmen äussern ihre Unzufriedenheit. Einer der Gründe dazu ist der Mangel an medizinischer Infrastruktur in der Region

# Massnahmen, um den Standort attraktiver zu machen

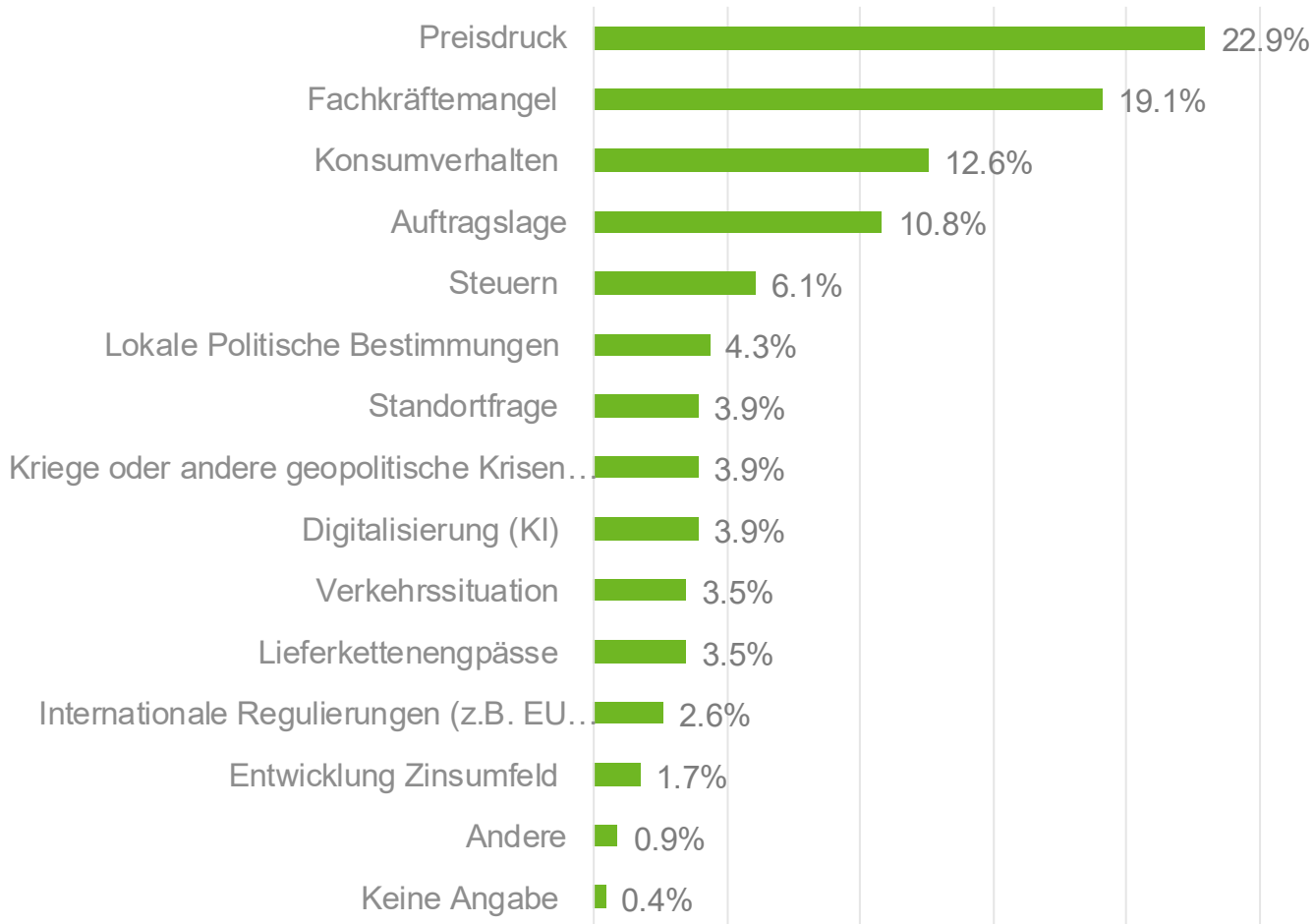
Was müssten Gemeinde, Gewerbeverein oder die Standortförderung tun, um die Attraktivität für Unternehmen zu erhöhen?

Die offenen Antworten zur Frage, welche Massnahmen zur Erhöhung der Standortattraktivität beitragen könnten, fielen sehr vielfältig aus. Zur besseren Übersicht wurden die Rückmeldungen mithilfe einer KI-basierten Textanalyse in inhaltliche Oberthemen gruppiert.

Rang	Thema	Anz. Nennungen
1	Marketing / Standortförderung / Regionalität / Wahrnehmung	16
2	Gewerbeflächen / Industrieland / Zonen / Infrastruktur	14
3	Steuern senken (Unternehmen + Privat)	10
4	Lokale Aufträge & Förderung lokaler Unternehmen	7
5	Netzwerken / Zusammenarbeit / Events	5
6	Parkplätze / Verkehr / Erreichbarkeit	5
7	Bürokratie / Bewilligungsverfahren / Verwaltung	4
8	Strompreise	2
9	Kommunikation (Gemeinde ↔ Gewerbe)	2

# Herausforderungen im kommenden Kalenderjahr

Welches sind die für Ihr Unternehmen grössten Herausforderungen für das kommende Kalenderjahr?

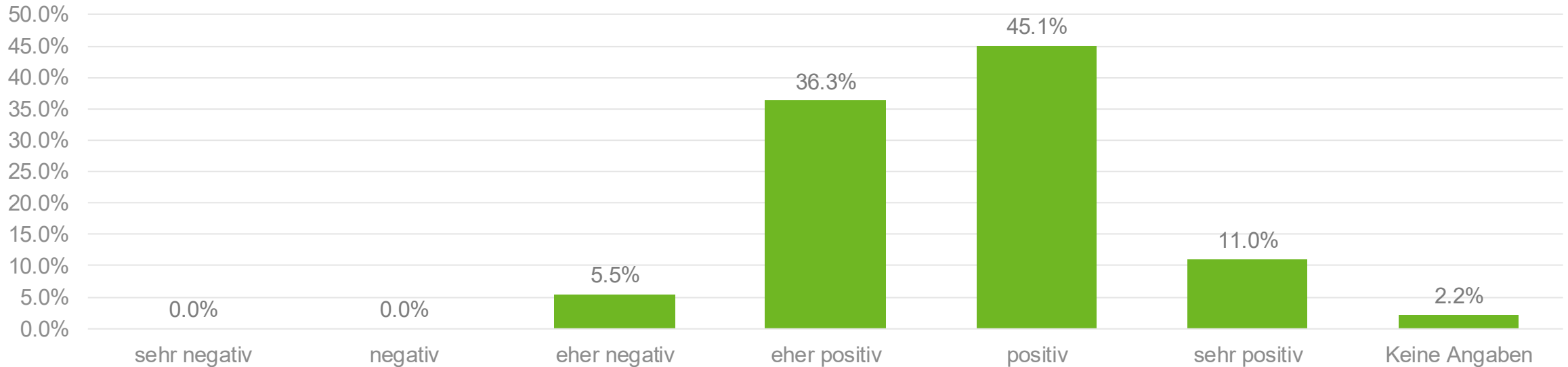


## Preisdruck vor Fachkräftemangel

Die grössten Herausforderungen für die Unternehmen im Zürcher Weinland liegen in drei zentralen Bereichen: dem anhaltenden Preisdruck, dem Fachkräftemangel und dem veränderten Konsumverhalten der Kundinnen und Kunden. Diese Themen dominieren die Antworten klar. Daneben wurden auch steuerliche und politische Rahmenbedingungen, die Standortfrage (z. B. Verfügbarkeit von Flächen und Infrastruktur) sowie die Verkehrssituation als relevante Herausforderungen genannt.

# Entwicklung Geschäftsverlauf im kommenden Kalenderjahr

Wie schätzen Sie den Geschäftsverlauf Ihres Unternehmens für das kommende Kalenderjahr ein?



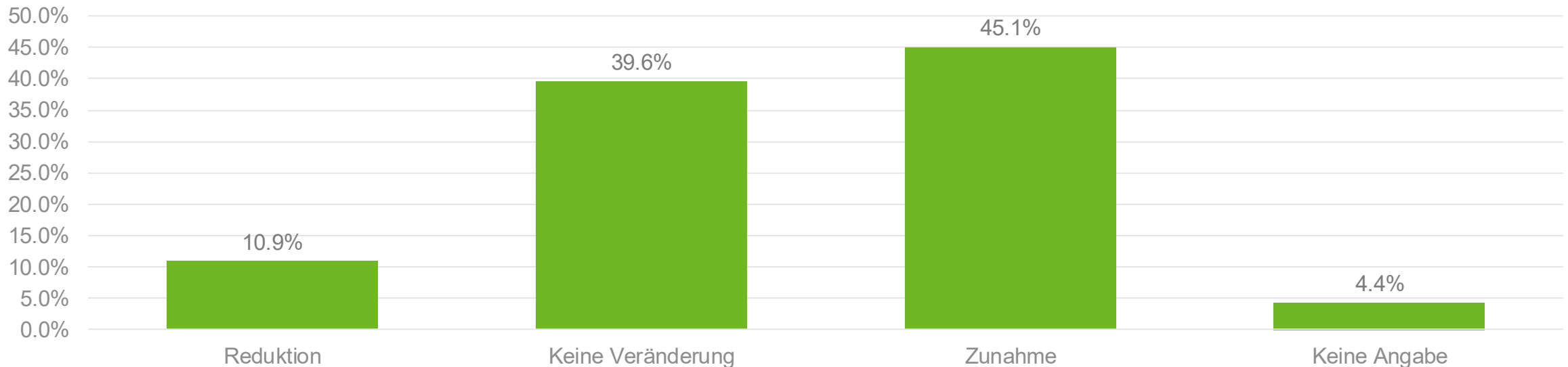
n = 91

## Geschäftsentwicklung positiv

Die wirtschaftliche Grundstimmung im Zürcher Weinland ist überwiegend positiv. Für das Jahr 2026 erwartet mit 92.4 % eine klare Mehrheit der teilnehmenden Unternehmen eine eher bis sehr positive Geschäftsentwicklung. Nur 5.5 % der Firmen schauen pessimistischer in das Jahr.

# Umsatzentwicklung im Jahr 2025

Wie hat sich der Umsatz Ihrer Organisation im Jahr 2025 gegenüber dem Vorjahr entwickelt?



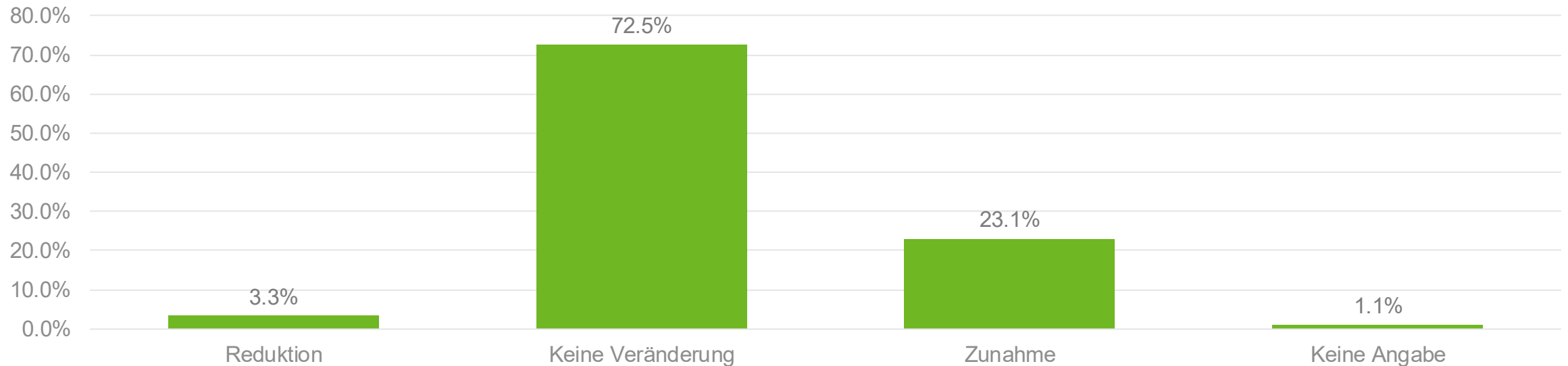
n = 91

## Umsatzentwicklung nimmt zu

Auch wenn der Preisdruck sowie das Konsumverhalten unter den top drei der Herausforderungen rangiert, geben 45.1 % der Firmen an, dass der Umsatz der Firma im Jahr 2025 positiv ausfällt und zunimmt. Knapp 11 % der teilnehmenden Betriebe erwarten hingegen eine Reduktion der Umsatzzahlen.

# Entwicklung Mitarbeitenden im kommenden Jahr

Wie wird sich die Zahl der Mitarbeitenden in Ihrer Unternehmung im kommenden Kalenderjahr entwickeln?



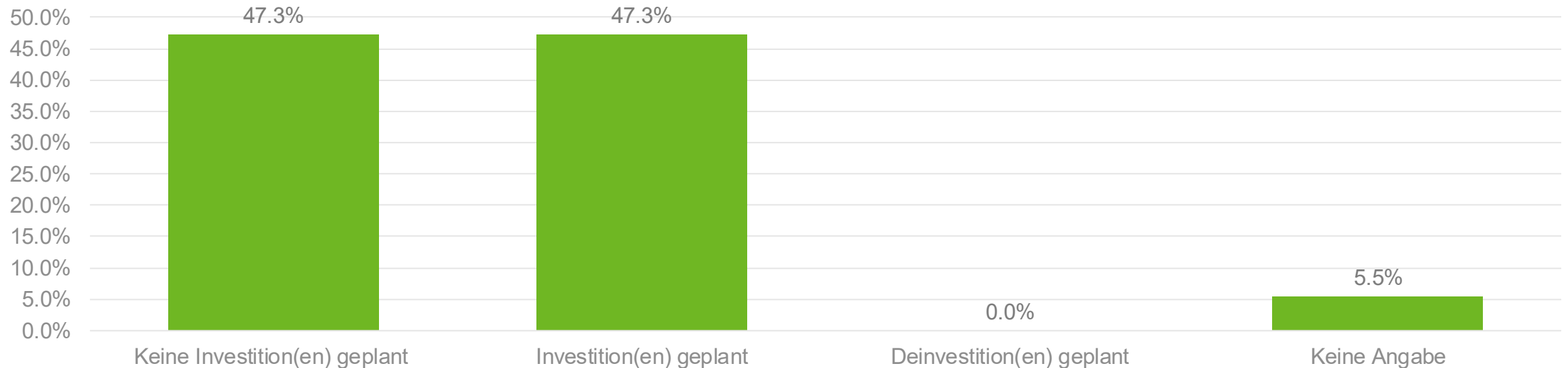
n = 91

## Mitarbeitendenbestand bleibt gleich - Baugewerbe und Gesundheitswesen mit plus

Bei fast drei Vierteln der befragten Unternehmen wird sich die Anzahl der Mitarbeitenden im kommenden Jahr voraussichtlich nicht verändern. Rund 25 % der Unternehmen planen jedoch eine Personalaufstockung. Der grösste Teil dieser wachsenden Betriebe stammt aus dem Baugewerbe (5 Unternehmen) sowie aus dem Gesundheits- und Sozialwesen (3 Unternehmen). In drei Betrieben ist hingegen eine Reduktion des Mitarbeitendenbestandes vorgesehen.

# Entwicklung Investitionsabsichten im kommenden Kalenderjahr

Wie werden sich Ihre Investitionen im kommenden Kalenderjahr gegenüber heute entwickeln?



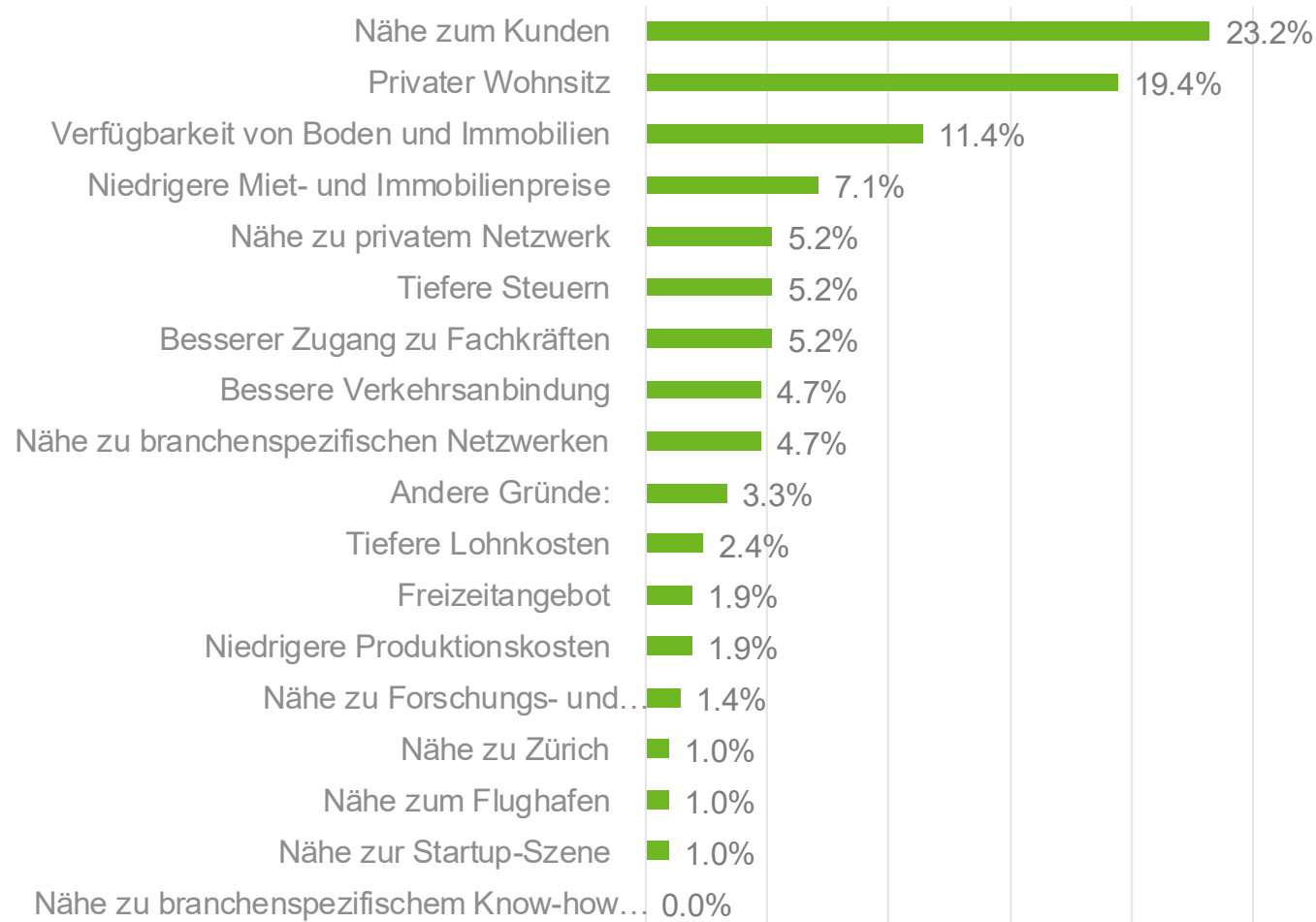
n = 91

## Investitionen auch im Zürcher Weinland geplant

Für das kommende Jahr planen 47.3 % der Unternehmen Investitionen, während bei ebenso vielen keine Investitionen vorgesehen sind. Besonders aktiv zeigt sich das Baugewerbe, in dem 15 Betriebe Investitionen angekündigt haben. Fünf teilnehmende Unternehmen gaben an, dass sie grösser angelegte Investitionsprojekte direkt im Zürcher Weinland realisieren wollen.

# Entscheidende Standortfaktoren für Unternehmen im Zürcher Weinland

Welche Standortfaktoren sind relevant für Ihre Entscheidung, dass Ihr Unternehmen in der Wirtschaftsregion ist?



**Nähe zum Kunden und privater Wohnsitz sind entscheidend für Standortwahl**

Die wichtigsten Standortfaktoren sind mit 23.2 % Kundennähe sowie der eigene Wohnsitz (19.4 %), gefolgt von der Verfügbarkeit von Boden und Immobilien (11.4 %). Faktoren wie Freizeitangebot, Nähe zu Zürich oder Flughafen, Forschungseinrichtungen oder Cluster spielen eine untergeordnete Rolle.

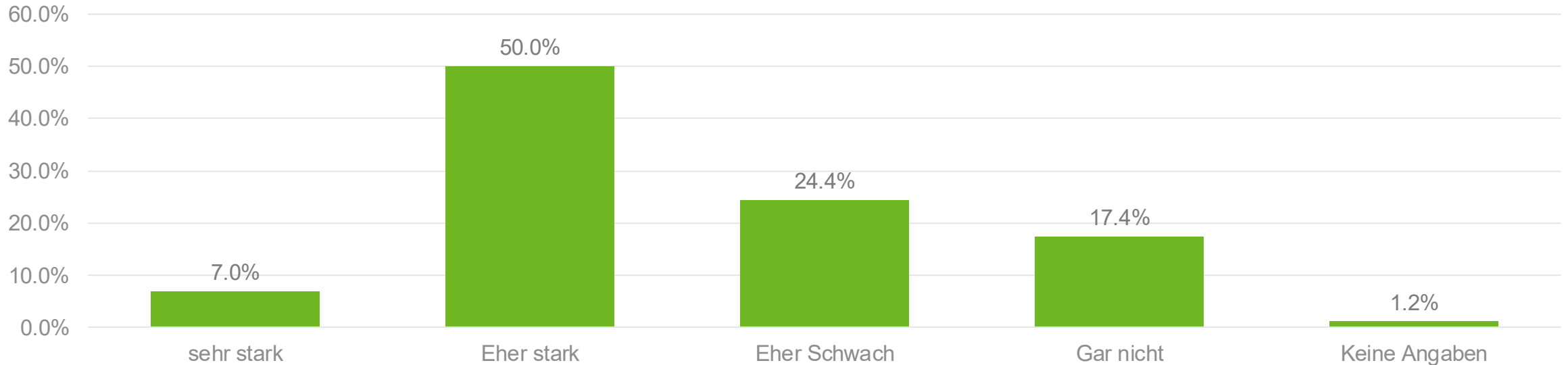


# **Teil 3**

## **Themenschwerpunkt Fachkräfte**

# Aktuelle Betroffenheit

Wie stark ist Ihr Unternehmen aktuell vom Fachkräftemangel betroffen?



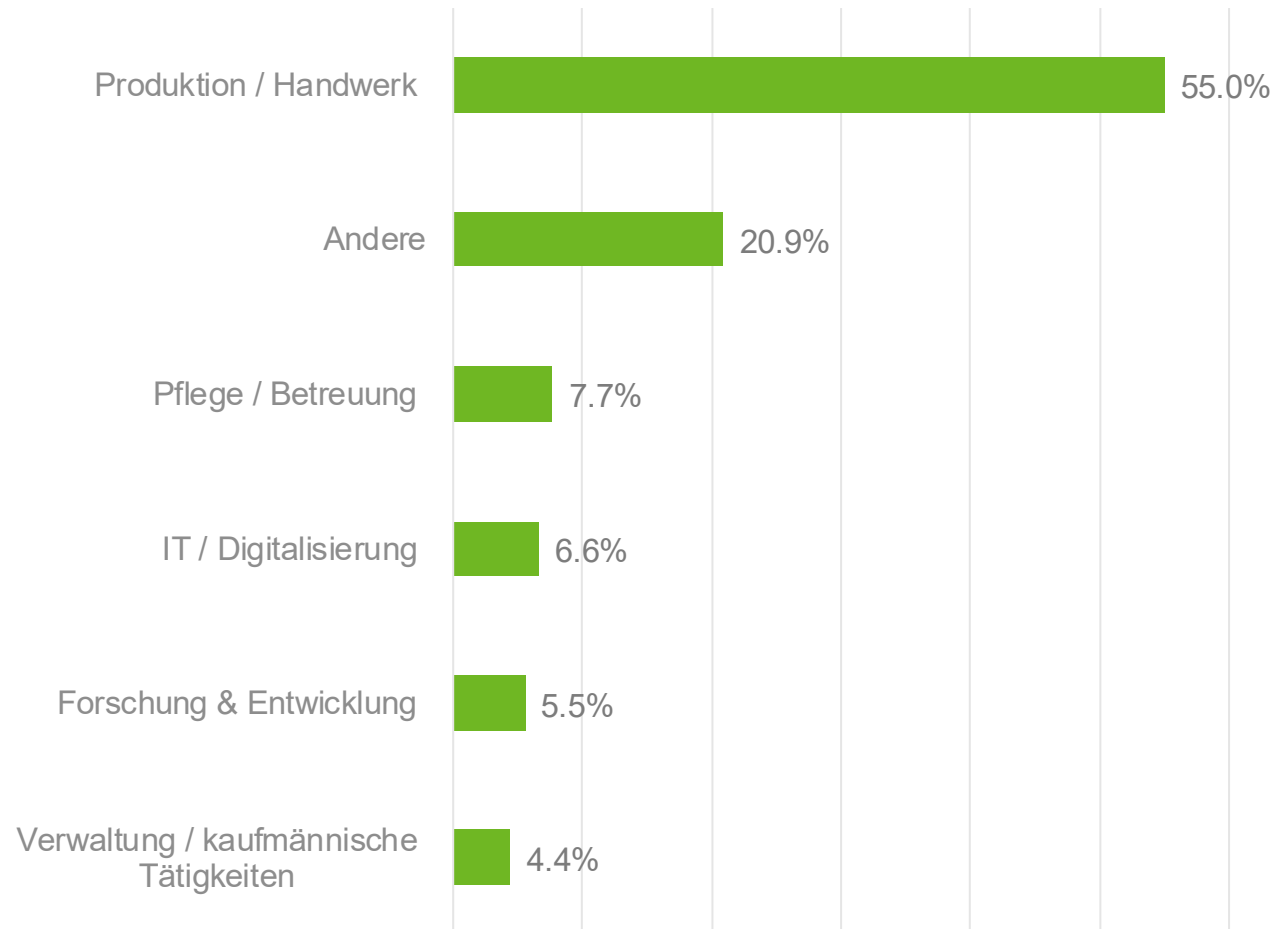
n = 86

## Fachkräftemangel ist eine Herausforderung

Der Fachkräftemangel stellt auch im Zürcher Weinland eine der grössten aktuellen Herausforderungen dar (vgl. Folie 8). 57 % der Unternehmen gaben an, derzeit vom Mangel an qualifizierten Mitarbeitenden betroffen zu sein, 7 % davon sogar stark. Besonders ausgeprägt zeigt sich die Problematik im Gesundheits- und Sozialwesen sowie in der Tourismus-, Gastronomie- und Hotelleriebranche.

# Fachkräftemangel in den Abteilungen

In welchen Bereichen / Abteilungen spüren Sie den Fachkräftemangel am stärksten?

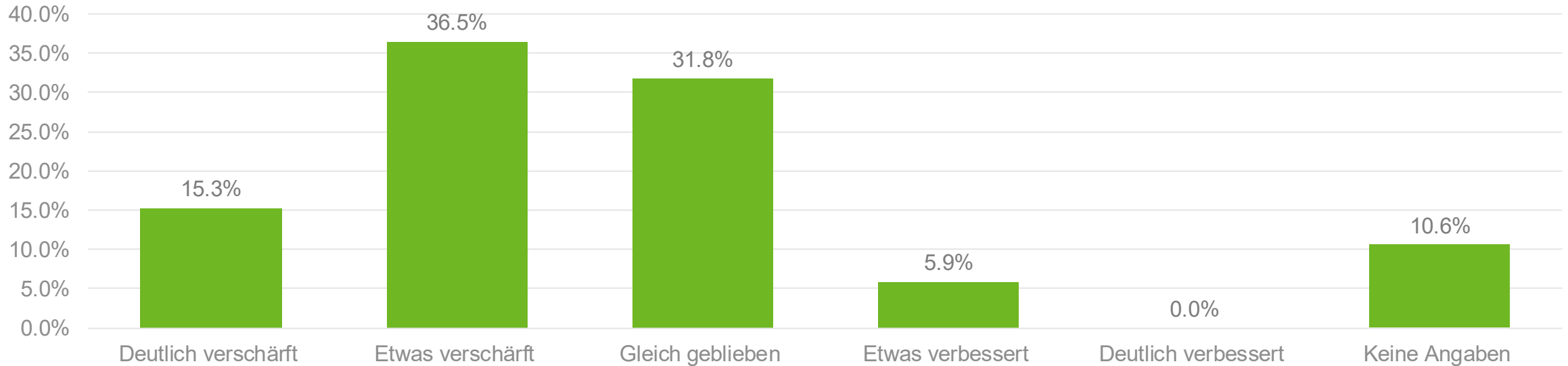


## Produktion am meisten vom Fachkräftemangel betroffen

Mehr als die Hälfte der lokalen Unternehmen spürt den Fachkräftemangel deutlich, insbesondere in den Bereichen Produktion und Handwerk. Ebenfalls betroffen sind Unternehmen aus der Pflege, der IT- und Digitalisierungsbranche sowie dem Gastgewerbe, das unter der Kategorie «Andere» erfasst wurde.

# Entwicklung in den letzten Jahren

Wie hat sich die Situation in den letzten 5 Jahren entwickelt?



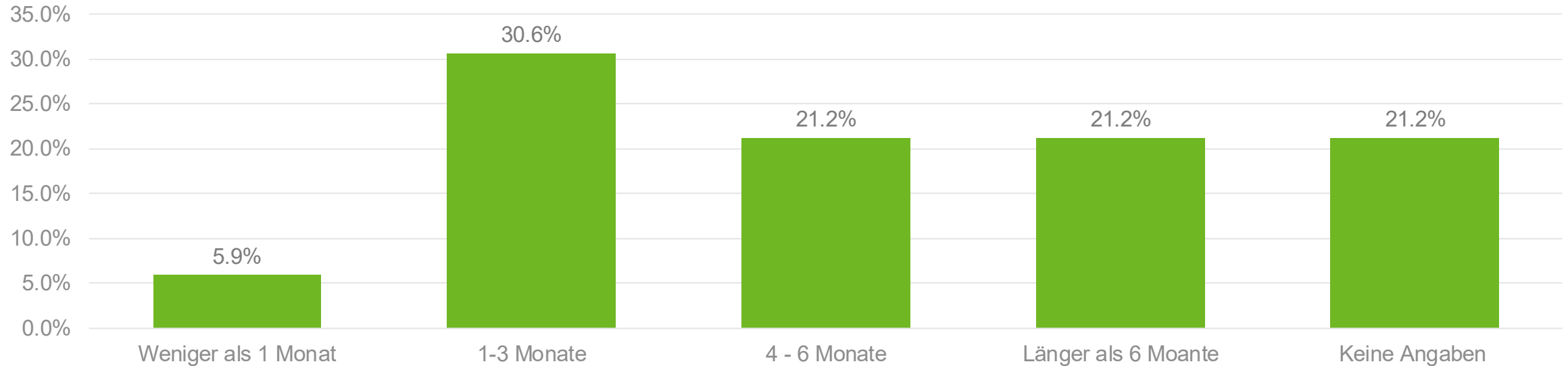
n = 85

## Der Fachkräftemangel verschärft sich zunehmenden

Bei mehr als 80 % der befragten Unternehmen hat sich der Fachkräftemangel verschärft oder ist gleichgeblieben. Nur bei 5.9 % Unternehmen berichten, dass sich ihre Situation in den letzten fünf Jahren verbessert habe – sie stammen überwiegend aus dem Bau-, MEM- und Tourismusbereich.

# Stellenbesetzung

Wie lange dauert es durchschnittlich, eine offene Stelle zu besetzen?



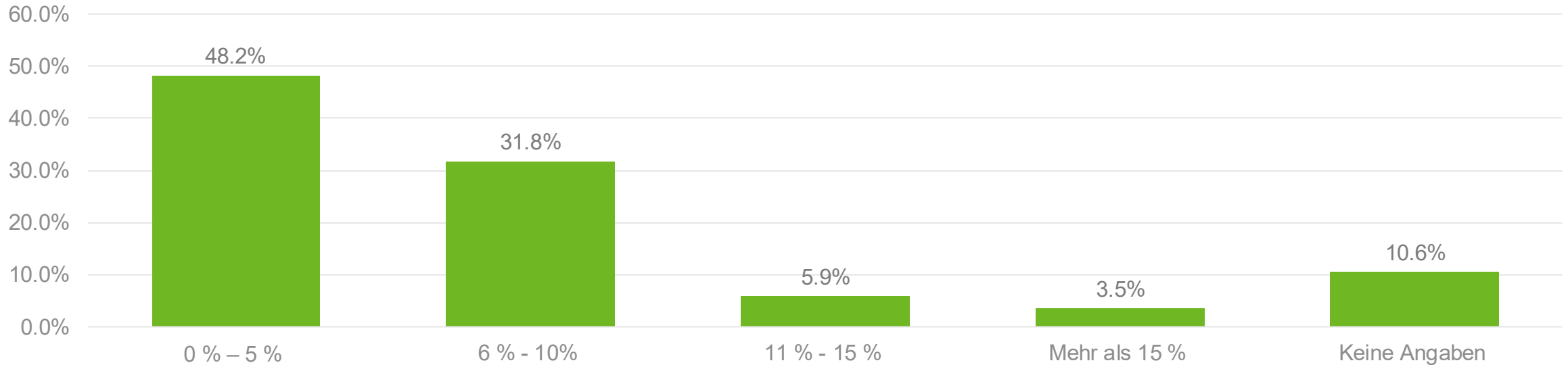
n = 85

## Eine Mehrheit der Stellen ist in 1 bis 3 Monaten wieder besetzt

Bei der Wiederbesetzung offener Stellen zeigt sich ein differenziertes Bild: 30.6 % Unternehmen können vakante Positionen innerhalb von ein bis drei Monaten besetzen, während 21.2 % der Unternehmen angeben, dass die Nachbesetzung mehr als sechs Monate in Anspruch nimmt resp. vier bis sechs Monate.

# Fluktuation

Wie hoch ist die jährliche Fluktuation in Ihrem Unternehmen über die letzten 5 Jahre?



n = 85

## Personalstabilität trotz Fachkräftemangel hoch

Die jährliche Fluktuationsrate liegt bei rund der Hälfte der Unternehmen zwischen 0 und 5 %, was auf eine relativ hohe Personalstabilität hinweist. Nur 3.5 % der Unternehmen – aus dem Bereich Handel und Gesundheitswesen – berichten von Fluktuationsraten über 15 %.

# Massnahmen zur Rekrutierung von neuen Fachkräften

Welche Massnahmen ergreifen Sie, um Fachkräfte zu rekrutieren?



n = 148, Mehrfachantworten waren möglich

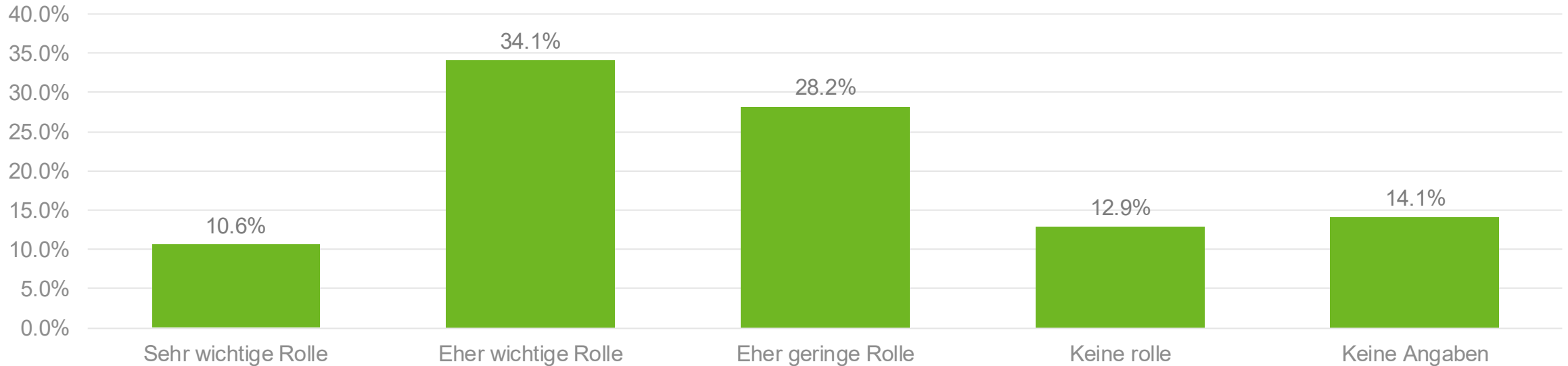
## Ausbildung von eigenen Fachkräften

Die Betriebe im Zürcher Weinland greifen auf eine Vielzahl unterschiedlicher Rekrutierungsmassnahmen zurück. Am häufigsten wird die Ausbildung eigener Lernender eingesetzt – dies gaben 33 % der Unternehmen an. Ebenfalls verbreitet sind die Zusammenarbeit mit Personalvermittlungen, das Anbieten von Praktikumsstellen sowie ein verstärkter Fokus auf Marketing- und Employer-Branding-Aktivitäten.

Mit lediglich 2 % spielt die Teilnahme an staatlichen Initiativen oder Förderprogrammen hingegen nur eine untergeordnete Rolle.

# Lebensqualität als Vorteil

Welche Rolle spielt die Lebensqualität der Region bei der Rekrutierung?



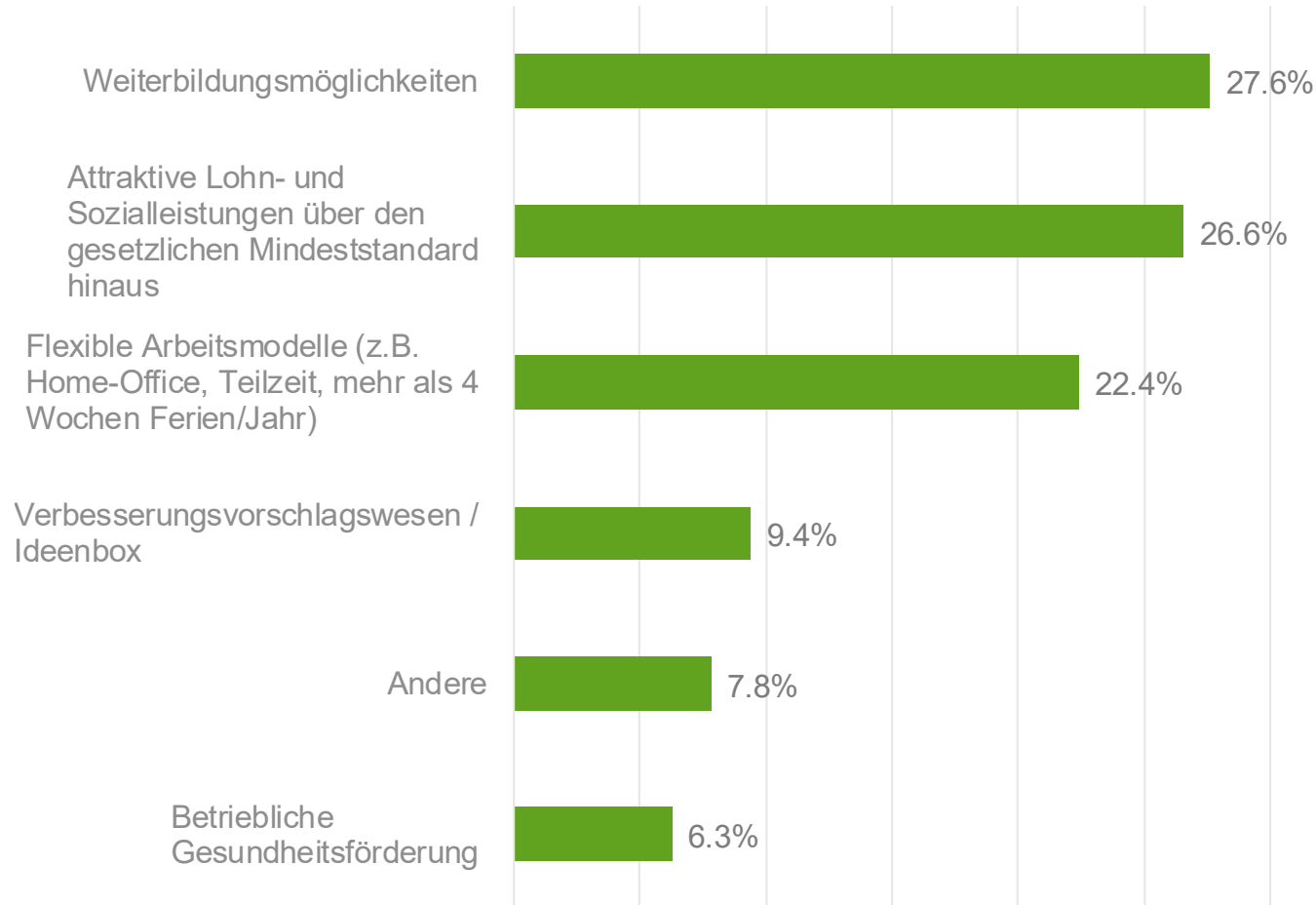
n = 85

## Lebensqualität in der Region ist wichtig für die Akquise und Bindung von Mitarbeitenden

Für 10 % der teilnehmenden Unternehmen ist die Lebensqualität im Zürcher Weinland ein sehr wichtiger, für 34.1 % der Unternehmen ein eher wichtiger Faktor bei der Gewinnung von Mitarbeitenden resp. bei der Mitarbeiterbindung. 41.1 % der Unternehmen geben an, dass dieser Aspekt für sie keine wesentliche Rolle oder nur eine geringe Rolle spielt.

# Massnahmen zur Haltung der Mitarbeitenden

Welche Massnahmen setzen Sie ein, um Mitarbeitende langfristig zu halten?



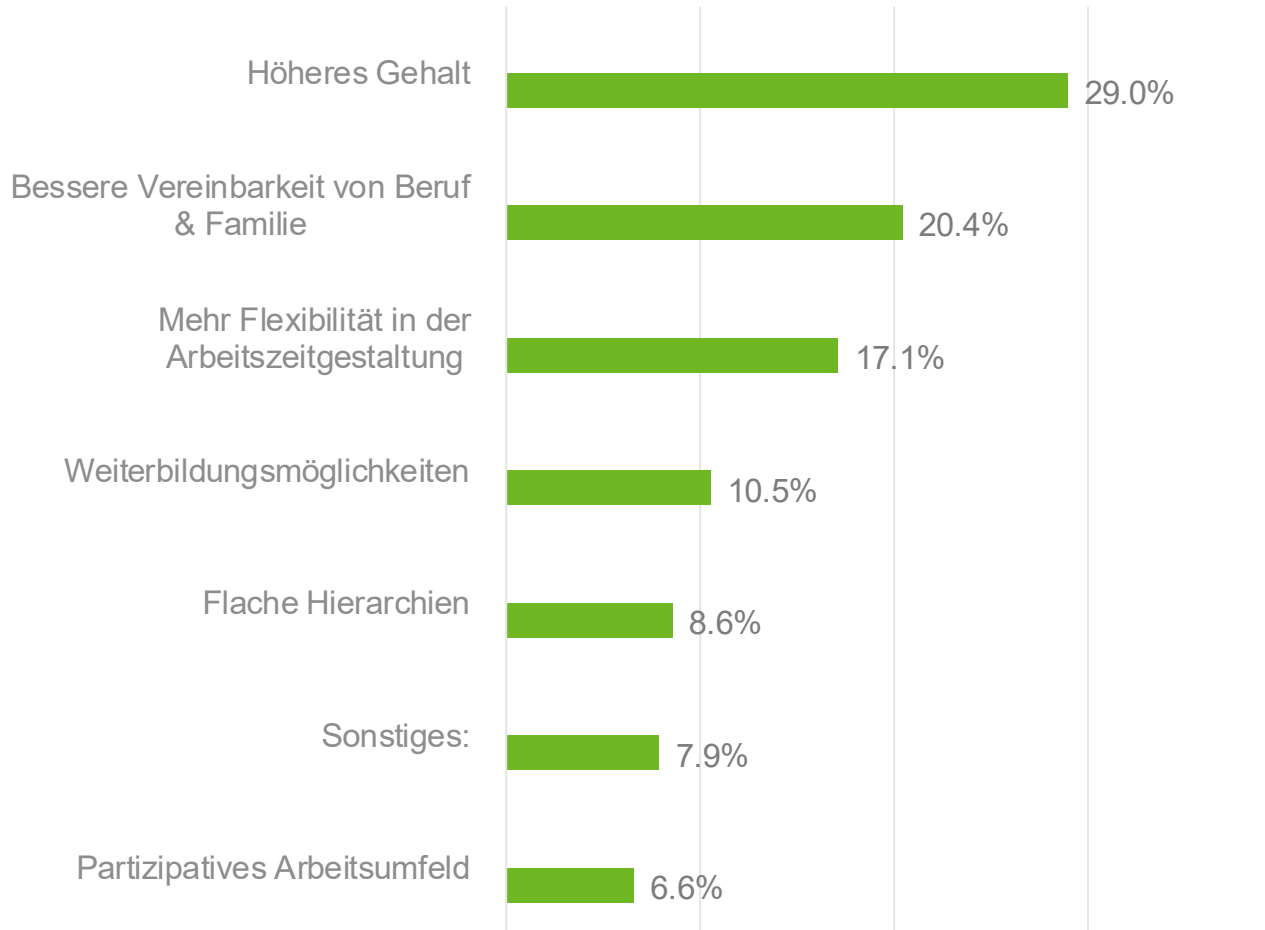
## Weiterbildung, Lohn und flexible Arbeitsmodelle als Top 3

Zur Mitarbeiterbindung setzen die Unternehmen vor allem auf Weiterbildungsmöglichkeiten sowie auf attraktive Lohn- und Sozialleistungen, die über das gesetzliche Minimum hinausgehen.

Ebenfalls häufig genannt werden flexible Arbeitszeitmodelle wie Homeoffice, Teilzeitleösungen oder erweiterte Ferienregelungen. Mit nur 6.3 % der Nennung bildet die betriebliche Gesundheitsförderung eine wenig genutzte Massnahme zur Gewinnung von Fachkräften.

# Wünsche der Mitarbeitenden

Welche Wünsche äussern Ihre Mitarbeitenden am häufigsten?



n = 152, Mehrfachantworten waren möglich

## Wünsche und Massnahmen decken sich

Diese Massnahmen der Unternehmen (vgl. Folie 22) entsprechen weitgehend den geäusserten Wünschen der Mitarbeitenden, insbesondere nach höheren Löhnen, einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie mehr Flexibilität bei der Arbeitszeitgestaltung.

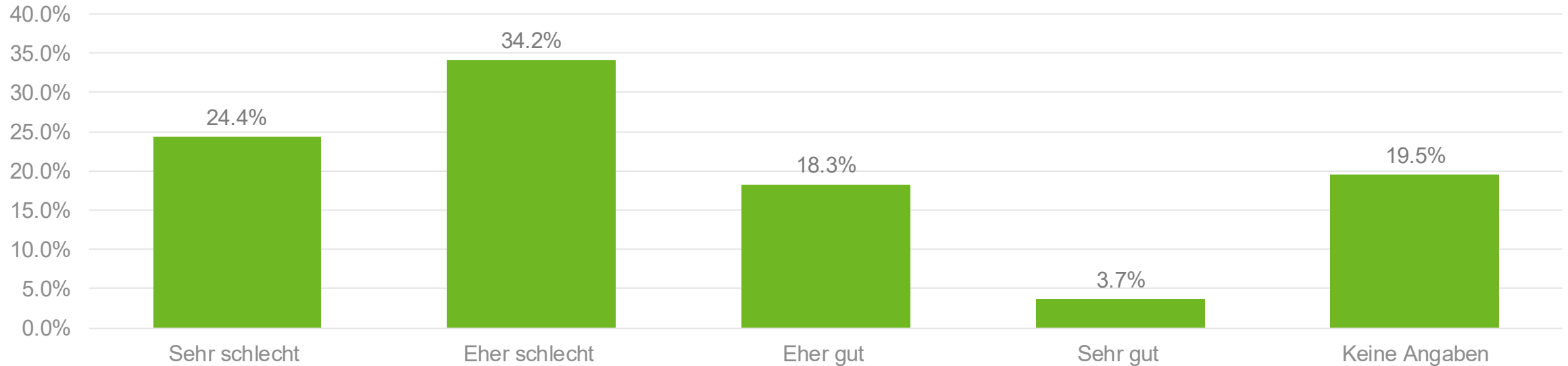
Eine Ausnahme bildet das Thema Weiterbildung: Hier besteht eine spürbare Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage – während 27.6 % der Unternehmen entsprechende Möglichkeiten anbieten, äusserten lediglich 10.5 % der Mitarbeitenden ein aktives Weiterbildungsinteresse.



# Teil 4 – Themenschwerpunkt Flächenverfügbarkeit

# Verfügbarkeit von Flächen

Wie bewerten Sie die derzeitige Verfügbarkeit geeigneter Flächen (z. B. Gewerbe- oder Industrieareale) für Ihr Unternehmen am aktuellen Standort?



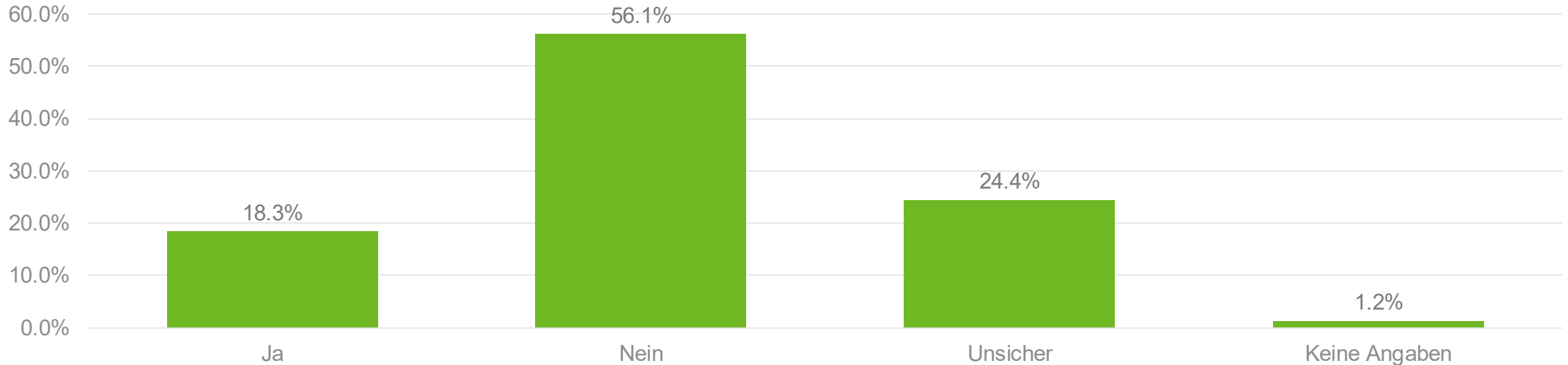
n = 82

## Je nach Gemeinde ein unterschiedliches Bild

Die Auswertung nach Postleitzahlen zeigt deutliche Unterschiede zwischen den Gemeinden. Besonders kritisch wird die Situation in Marthalen (6 Nennungen „sehr schlecht“) und Stammheim (5) bewertet, gefolgt von Kleinandelfingen (2) und Benken (2). Unter denjenigen, die eine „eher schlechte“ Verfügbarkeit melden, liegen Andelfingen (4), Feuerthalen (3), Uhwiesen (3) und Dachsen (3) vorne. Weitere Rückmeldungen stammen unter anderem aus Flurlingen, Henggart, Trüllikon, Truttikon, Ossingen, Nussbaumen und Winterthur.

# Entwicklungsabsichten

Plant Ihr Unternehmen in den nächsten 5–10 Jahren eine räumliche Erweiterung am bestehenden Standort?



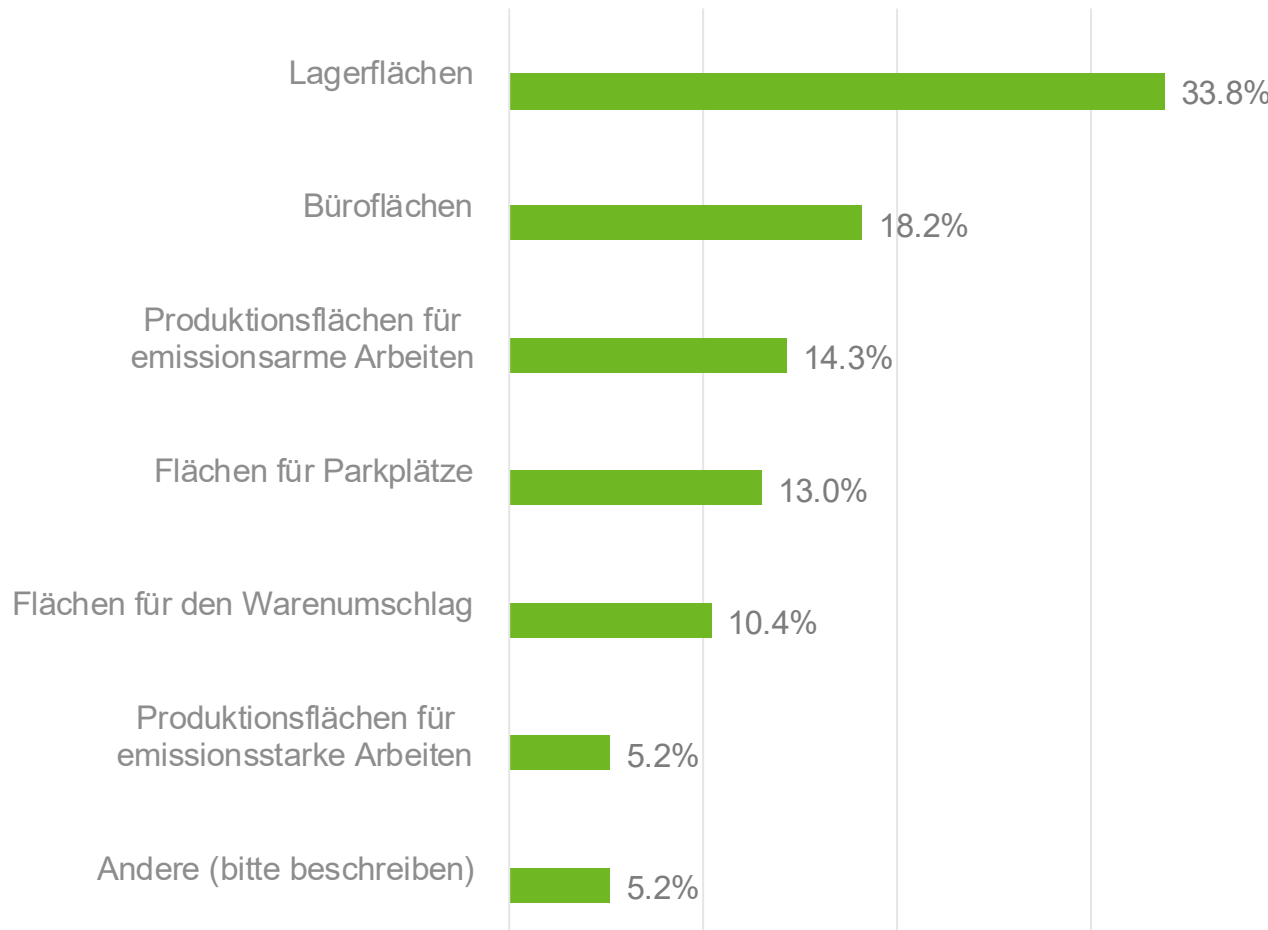
n = 82

## Weniger als die Hälfte der Unternehmen hat Entwicklungsabsichten

Mit Blick auf die kommenden Jahre zeigt sich, dass 18.3 % der Unternehmen eine räumliche Erweiterung oder Entwicklung am bestehenden Standort planen. Bei weiteren 24.4 % Betrieben ist die Planung noch unsicher oder befindet sich in einer frühen Abklärungsphase.

# Benötigte Fläche für die zukünftige Entwicklung

Falls ja: Welche Art von Flächen würden Sie benötigen?



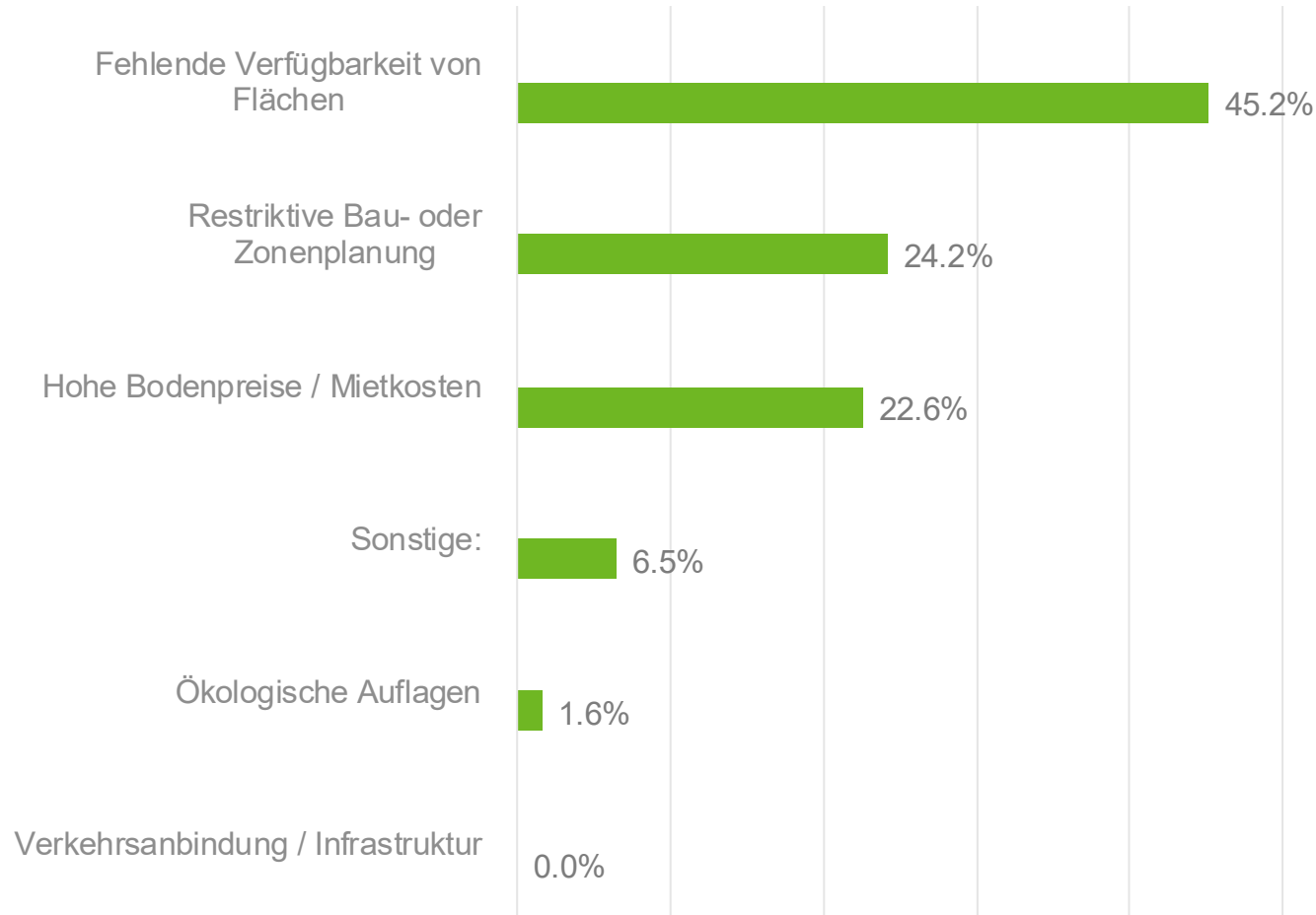
## Flächen für Lagerung ist ein Bedürfnis für die Entwicklung

Die 42,7 % der Unternehmen, die eine Entwicklungsabsicht haben oder diesbezüglich noch unsicher sind, benötigen vorwiegend Lagerflächen, gefolgt von Büroflächen sowie Produktionsflächen für emissionsarme Tätigkeiten. Darüber hinaus besteht Bedarf an Parkierungsflächen und Warenumschlagszonen.

Lediglich vier Unternehmen erwarten künftig einen Flächenbedarf für emissionsintensive Tätigkeiten.

# Hindernisse für die Entwicklung

Welche Hindernisse sehen Sie bei einer Standorterweiterung in Ihrer Gemeinde?

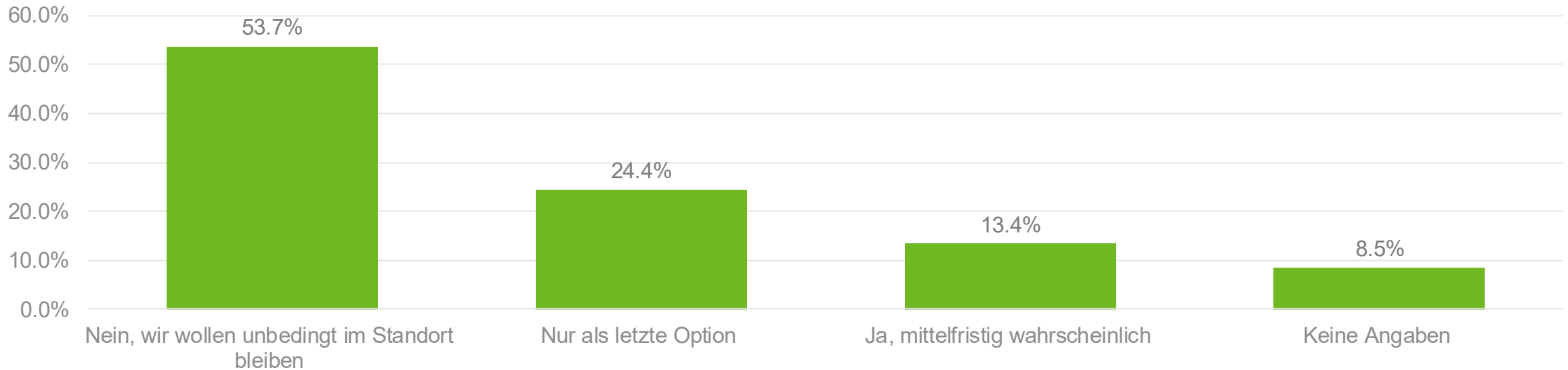


## Entwicklungshemmnis Nr. 1 – Fehlende Verfügbarkeit von Flächen

Die grössten Hindernisse für räumliche Entwicklungen sehen 45.2 % der teilnehmenden Unternehmen in der fehlenden Verfügbarkeit von geeigneten Flächen. Ebenso bilden restriktive Bau- und Zonenordnung und Hohe Bodenpreise/Mietkosten Hindernisse, dass sich die Firmen an ihren Standorten Weiterentwickeln können.

# Standorttreue im Rahmen der Weiterentwicklung

Wären Sie bereit, bei mangelnder Flächenverfügbarkeit Ihren Unternehmensstandort in eine andere Region zu verlegen?



n = 82

## Hohe Standorttreue der lokalen Firmen

Von den befragten Unternehmen möchten 53.7 % der Firmen unbedingt in der Region bleiben. 24.4 % der Unternehmen würden einen Standortwechsel nur als letzte Option in Betracht ziehen, während 13.4 % Betriebe bereits mittelfristig bereit wären, ihren Firmensitz in eine andere Region zu verlegen. Unter den 15 Unternehmen, die in den nächsten fünf bis zehn Jahren eine Erweiterung planen, zeigen sich unterschiedliche Tendenzen: Neun Betriebe könnten sich im Zuge dieser Entwicklung einen Wegzug aus der Region vorstellen (mittelfristig oder als letzte Option), während sechs Unternehmen ausdrücklich betonen, am bestehenden Standort bleiben zu wollen.

# Vielen Dank für das Interesse am Zürcher Weinland

Nik Berger, Geschäftsleiter Standortförderung  
Zürcher Weinland

[nik.berger@zuercher-weinland.ch](mailto:nik.berger@zuercher-weinland.ch)



Standortförderung  
Zürcher Weinland  
Humlikonerstrasse 1  
8450 Andelfingen

Tel. +41 52 301 21 21  
[info@zuercher-weinland.ch](mailto:info@zuercher-weinland.ch)



Hauptsponsorin

