



Greater Zurich Area

Standortmarketing – Strategie für einen zukunftsfähigen Wirtschaftsraum

Sonja Wollkopf Walt, Geschäftsführerin, Greater Zurich Area AG (GZA)

Greater Zurich Area AG (GZA AG):

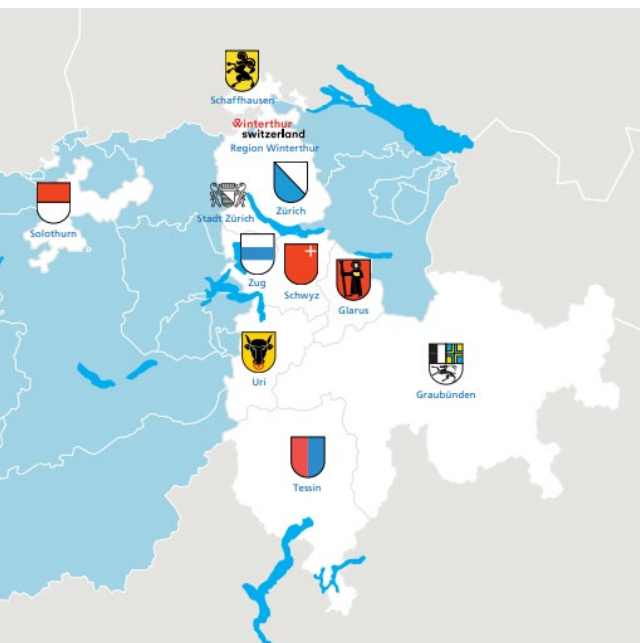
Das Unternehmen

- Betreibt seit 1999 das Standortmarketing für den Wirtschaftsraum Zürich im Ausland
- "Public-Private-Partnership": breit abgestützte Trägerschaft in Politik und Wirtschaft
- 21 Mitarbeitende an den Standorten Zürich, New York, San Francisco, Seoul, Shanghai und Guangzhou
- Jahresbudget der Greater Zurich Area AG im Jahr 2019:
rund CHF 4.2 Mio

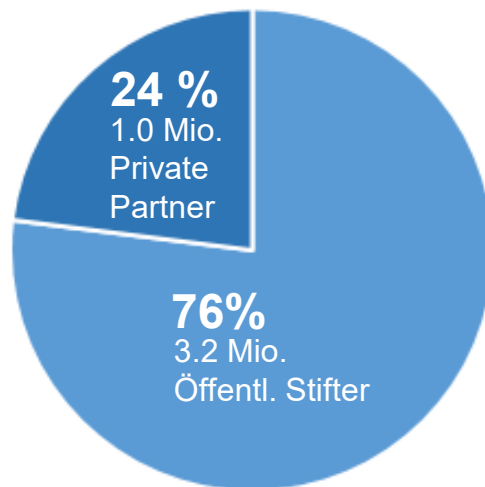
Public-Private-Partnership: Erfolgsfaktor im internationalen Standortwettbewerb

Öffentliche Stiftungsmitglieder

Kanton Zürich
 Kanton Uri
 Kanton Schwyz
 Kanton Glarus
 Kanton Zug
 Kanton Solothurn
 Kanton Schaffhausen
 Kanton Graubünden
 Kanton Tessin
 Stadt Zürich
 Region Winterthur



Budget 2019 (CHF)



Total: 4.2 Mio.

Partner aus der Wirtschaft...



























... und der Wissenschaft



Stiftungsrat Greater Zurich Area Standortmarketing

Stiftungsrat Mitglied

Kanton / Unternehmen

Carmen Walker Späh (Präsidentin)	Regierungsrätin, Kanton Zürich	 Kanton Zürich
Bruno Aebischer	Volkswirtschaftsdirektion, Kanton Zürich	 Kanton Zürich
Gian Andrea Schmid	Volkswirtschaftsdirektion, Kanton Zürich	 Kanton Zürich
Brigit Wyss	Regierungsrätin, Kanton Solothurn	 Kanton Solothurn
Michael Künzle	Stadtpräsident, Winterthur	 Stadt Winterthur
Ernst Landolt	Regierungsrat, Kanton Schaffhausen	 Kanton Schaffhausen
Marianne Lienhard	Regierungsrätin, Kanton Glarus	 Kanton Glarus
Corine Mauch	Stadtpräsidentin, Zürich	 Stadt Zürich
Silvia Thalmann-Gut	Regierungsrätin, Kanton Zug	 Kanton Zug
Marcus Caduff	Regierungsrat, Kanton Graubünden	 Kanton Graubünden
Andreas Barraud	Regierungsrat, Kanton Schwyz	 Kanton Schwyz
Urban Camenzind	Regierungsrat, Kanton Uri	 Kanton Uri
Christian Vitta	Regierungsrat, Kanton Tessin	 Kanton Tessin
Kaspar E.A. Wenger	Chairman of the Board, Holcim (Schweiz) AG	 LafargeHolcim
Lucia Döbeli	Head Public Affairs, Swiss Life AG	 SwissLife
Andreas Gerber	Head Corporate und Institutional Clients, Credit Suisse	 CREDIT SUISSE
Prof. Dr. Ulrich Weidmann	Vizepräsident Personal & Ressourcen, ETH Zürich	 ETH zürich
Juan Beer	CEO, Zürich Versicherungsgesellschaft AG	 ZÜRICH
Guido Neuhaus	Geschäftsführer, AMAG Autowelt	 amag
Daniel Previdoli	Mitglied der Generaldirektion, Zürcher Kantonalbank	 Zürcher Kantonalbank
Dr. Regine Sauter	Direktorin, Zürcher Handelskammer	 ZÜRCHER HANDELSKAMMER
Stephan Stotz	Leiter Unternehmenskunden Zürich, UBS Switzerland AG	 UBS
Martin Vogel	CEO, Schaffhauser Kantonalbank	 Schaffhauser Kantonalbank
Dr. Guido Fürer	Group Chief Investment Officer, Swiss Re Group	 Swiss Re

Public-Private-Partnership spiegelt sich auch im Verwaltungsrat der AG

Vertreter der Privatwirtschaft:



Dr. Balz Hösly
Rechtsanwalt/Partner,
MME Legal | Tax | Compliance, Zürich
(Präsident)



Monica Walser
CEO, de Sede AG



Marc P. Bernegger
Partner und Investment Manager
Next Generation Finance Invest
(NextGFI)

Vertreter der Kantone und Städte:



Heinz Martinelli
Leiter Wirtschaft und Arbeit,
Kanton Glarus



Anna Schindler
Direktorin Stadtentwicklung, Stadt Zürich



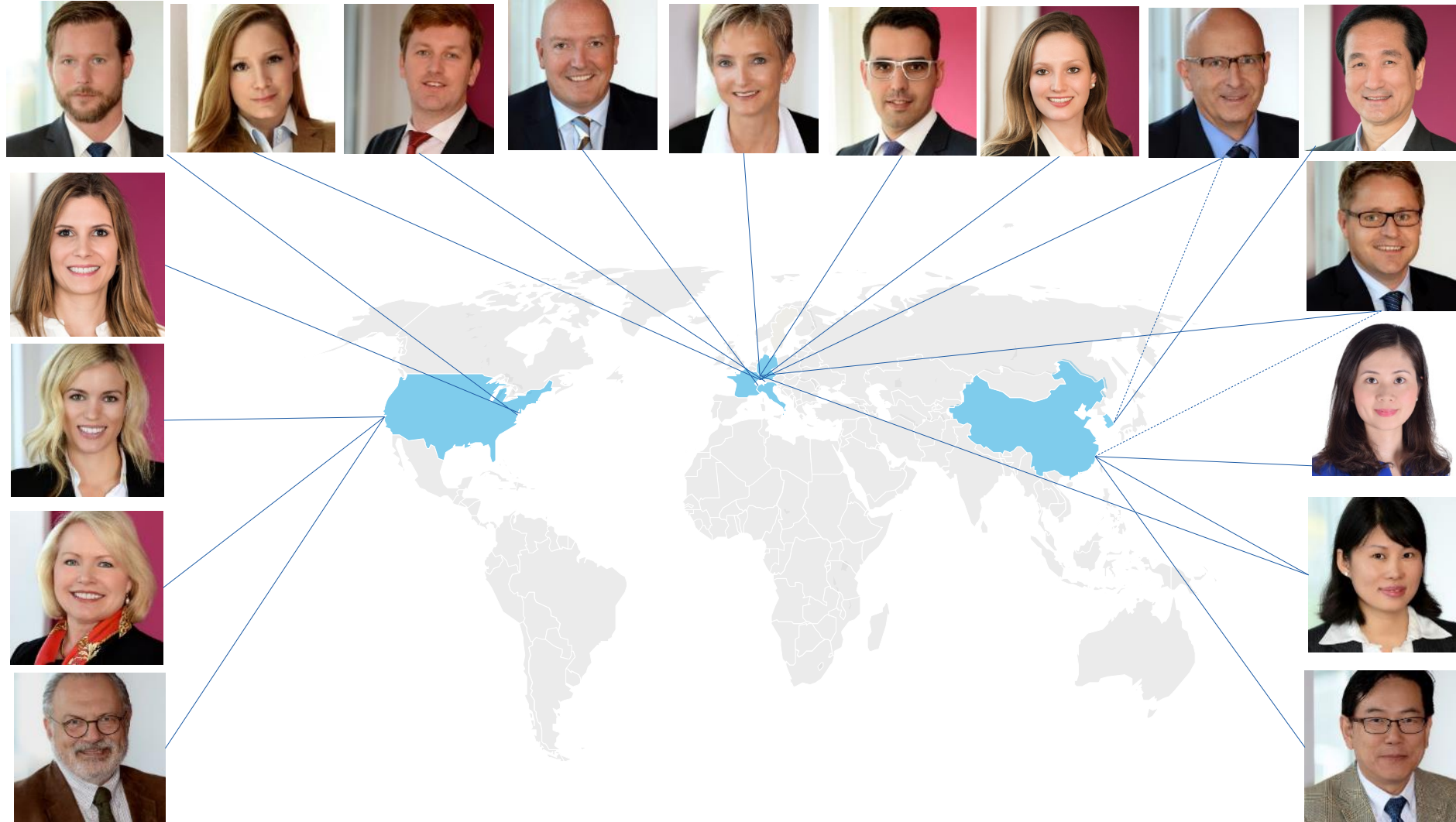
Bruno Sauter
Amtschef, Amt für Wirtschaft und Arbeit,
Kanton Zürich



Christoph Schärler
Delegierter für Wirtschaftsförderung,
Kanton Schaffhausen

Greater Zurich Area AG:

In den Fokusmärkten präsent



Greater Zurich Area: Der Wirtschaftsraum

Bevölkerung:

1.8 Millionen Haushalte und eine Bevölkerung von **rund 3.8 Millionen** Einwohnern (Einwohnerzahl Schweiz: 8 Millionen). Ausländeranteil in der Greater Zurich Area 23%.

Metropole:

Zürich ist die bevölkerungsreichste Stadt in der Schweiz und das Zentrum der Greater Zurich Area.

Finanzzentren:

Die Greater Zurich Area ist mit Zürich eine der wichtigsten Finanzzentralen weltweit.



Wirtschaft:

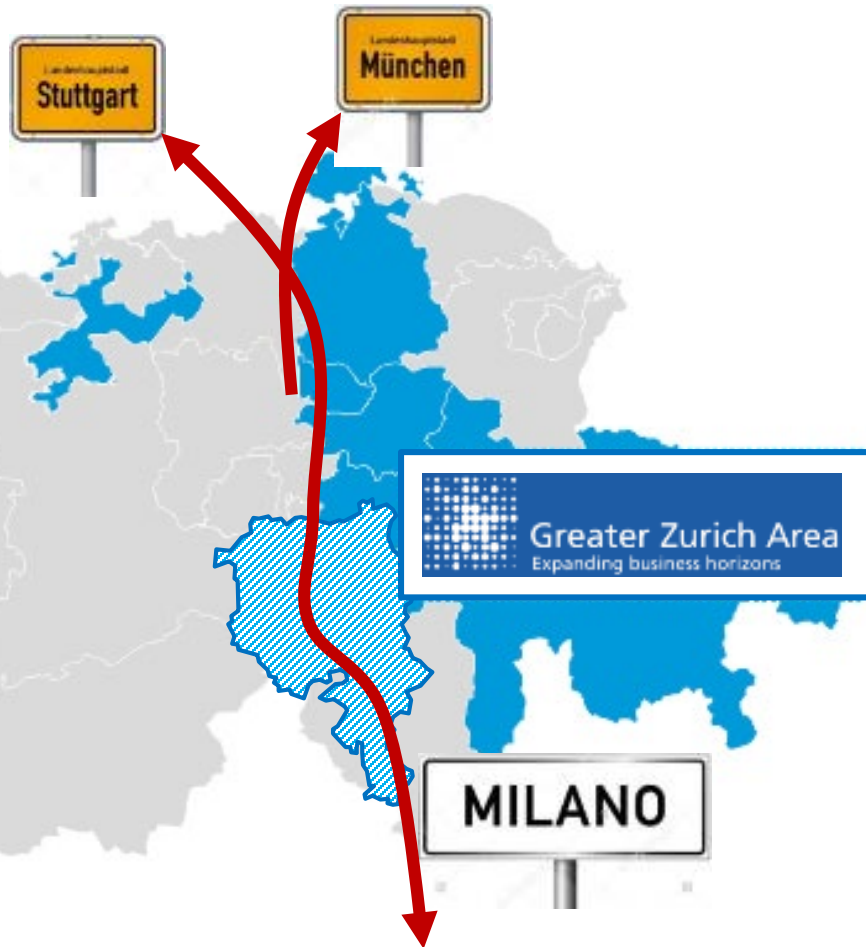
- Das BIP beträgt ca. CHF 300 Milliarden
- Mehr als 50% des Schweizerischen BIP werden in der Greater Zurich Area generiert
- Ca. 210'000 Unternehmen sind im Wirtschaftsraum aktiv

Wichtige Sektoren:

- Cleantech
- Life Sciences
- Mechanical and Electro Industry
- Nanotech
- Financial Services
- Commodity Trading
- Biotech and Chemicals

Etwa die Wirtschaftsleistung Dänemarks – oder ein Viertel derjenigen New Yorks

Kanton Tessin: die Ergänzung der GZA im Süden



Nutzung der
NEAT ...

Komplementäre Bereiche und
Vernetzung der Kompetenzen...

Funktionelle Ergänzung und
Eröffnung der GZA nach Süden...

Gestärkte Positionierung der GZA in
der Schweiz und Europa...



Greater Zurich Area
Expanding business horizons



Die strategische Bedeutung von Standortmarketing

Standortmarketing – Teil der Standortpolitik

Standortmarketing

- **Promotion** des Wirtschaftsstandortes im Ausland
- **Akquisition** von attraktiven Unternehmen
- **Basisinformation & Kontaktvermittlung**
- **«Aussendienst»** der Standortpolitik

Standortentwicklung

- Entwicklung der Rahmenbedingungen des Standortes (Qualitätssteigerung)
- Koordination im Wirtschaftsraum (z.B. Metropolitankonferenz) und auf nationaler Ebene (Bund, VDK etc.)



Standortförderung

- Konkrete Ansiedlungsunterstützung von Unternehmen aus dem In- und Ausland
- Erarbeitung von standortrelevanten Informationen

Standortpflege

- Betreuung der am Standort tätigen Unternehmen
- Unterstützung der Unternehmen bei administrativen & regulatorischen Herausforderungen

Standortpromotion in der Schweiz

Nationale Ebene



 **SWITZERLAND
GLOBAL
ENTERPRISE**

Kantonale /
Regionale Ebene

**BASEL
AREA.
SWISS**



Greater Zurich Area
Expanding business horizons



Lokale Ebene

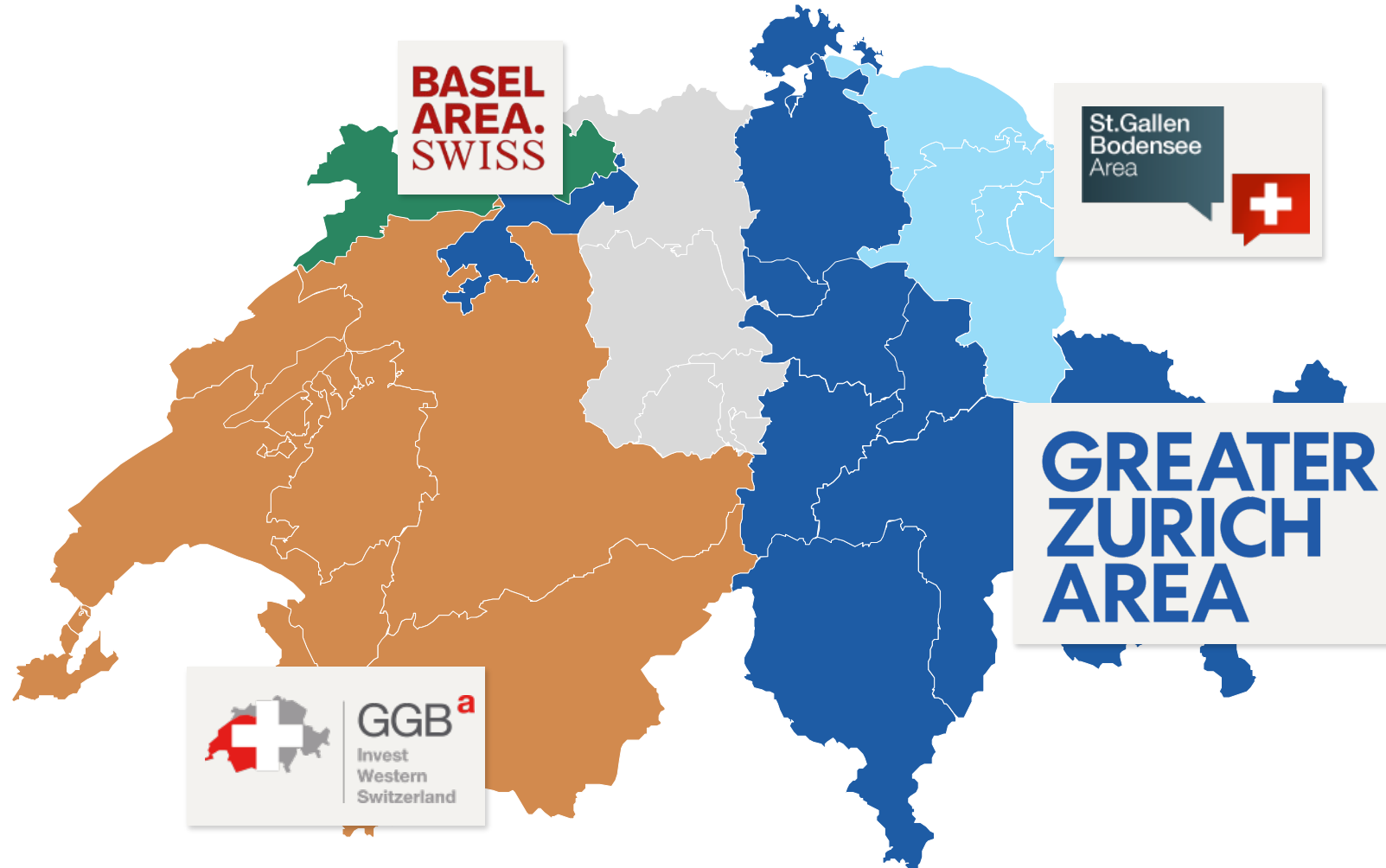
Stadt Winterthur 



Stadt Zürich



Regionales Standortmarketing



Standortmarketing ist nicht Wirtschaftsförderung

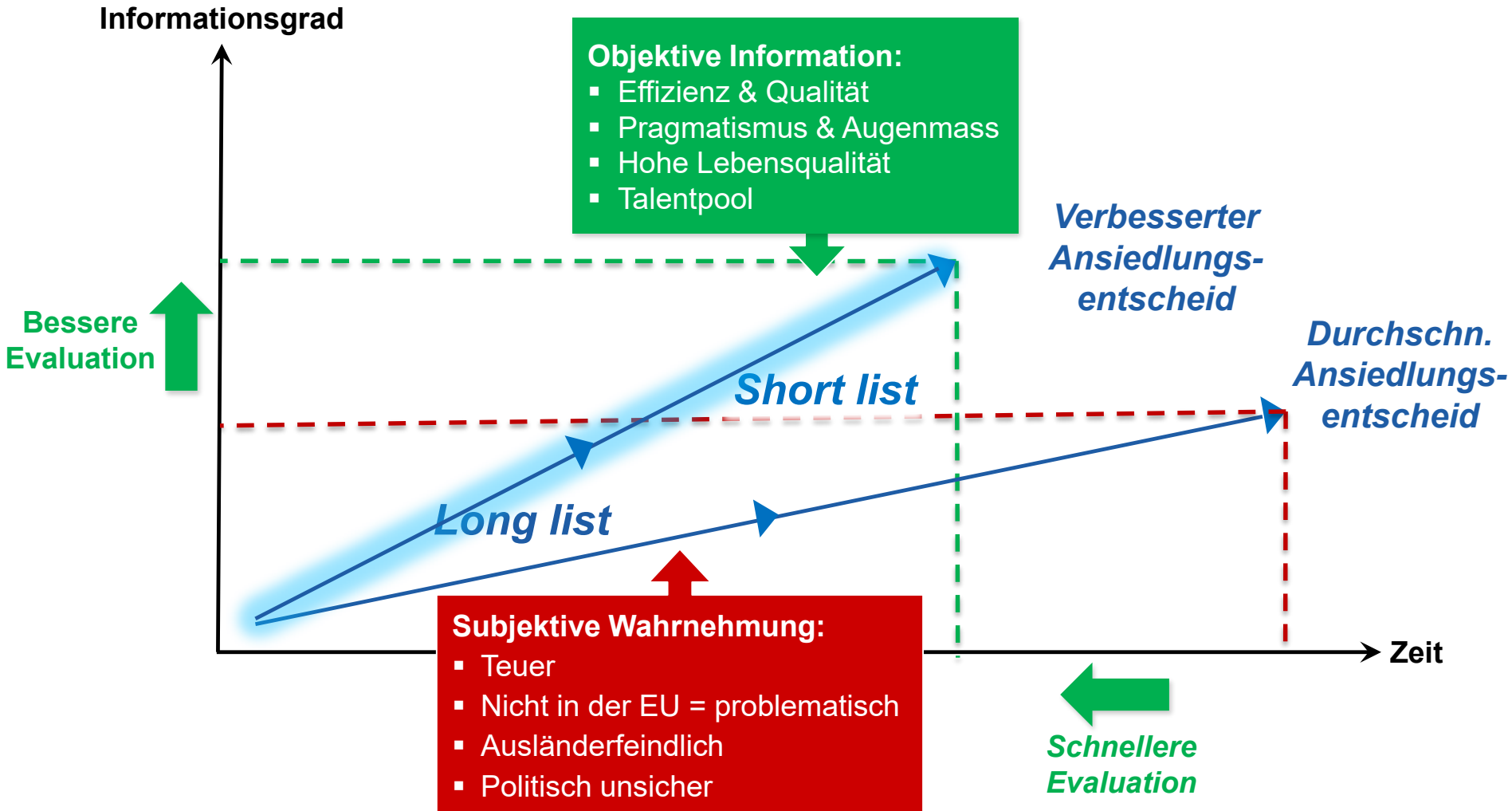
Standortmarketing

- ✓ akquiriert innovative ausländische Unternehmen, die volkswirtschaftlichen **Mehrwert schaffen**
- ✓ unterstützt den innovativen Strukturwandel durch **professionelle Begleitung** der Firmen bei der Standortevaluation
- ✓ nutzt vorhandene **Cluster-Effekte und Synergien**
- ✓ vernetzt ausländische Unternehmen mit den Akteuren in der Region und bringt sie in **direkten Kontakt** mit den Kantonen & Städten

Standortmarketing soll nicht

- staatlich geförderte Industriepolitik betreiben
- versuchen, neue Megatrends aufzuspüren
- den privatwirtschaftlichen Wettbewerb beeinflussen
- durch falsche Versprechungen übertriebene Erwartungen wecken
- versteckte Subventionen ausschütten
- den Wirtschaftsstandort "verhöckern"

Standortmarketing beschleunigt die Evaluation und verbessert die Wahrnehmung des Standortes



Unsere kostenlosen Dienstleistungen

- **Informationsaufbereitung**

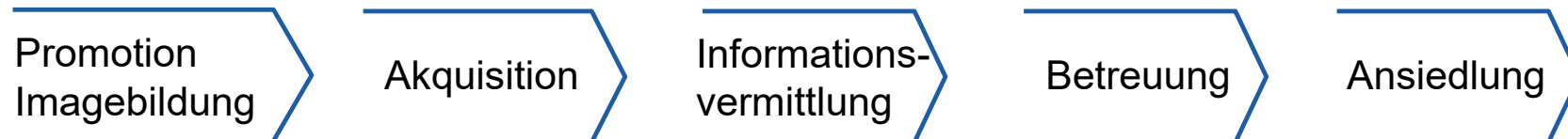
Aufbereitung sämtlicher relevanter Daten zum Wirtschaftsraum, um eine rasche und fundierte Standortevaluation zu ermöglichen.

- **Informationsvermittlung**

Begleitung und Vermittlung relevanter Informationen während der Standortevaluation in allen Fragen der Unternehmensansiedlung: Unternehmensgründungen, Steuern, Immobilien, Arbeitsbewilligungen, Marktumfeld, Finanzierung, etc.

- **Kontaktvermittlung & Betreuung**

Breit abgestütztes Netzwerk in Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Bildung wird Kunden gezielt zur Verfügung gestellt.





Wie bleibt die Greater Zurich Area auch
in Zukunft attraktiv?

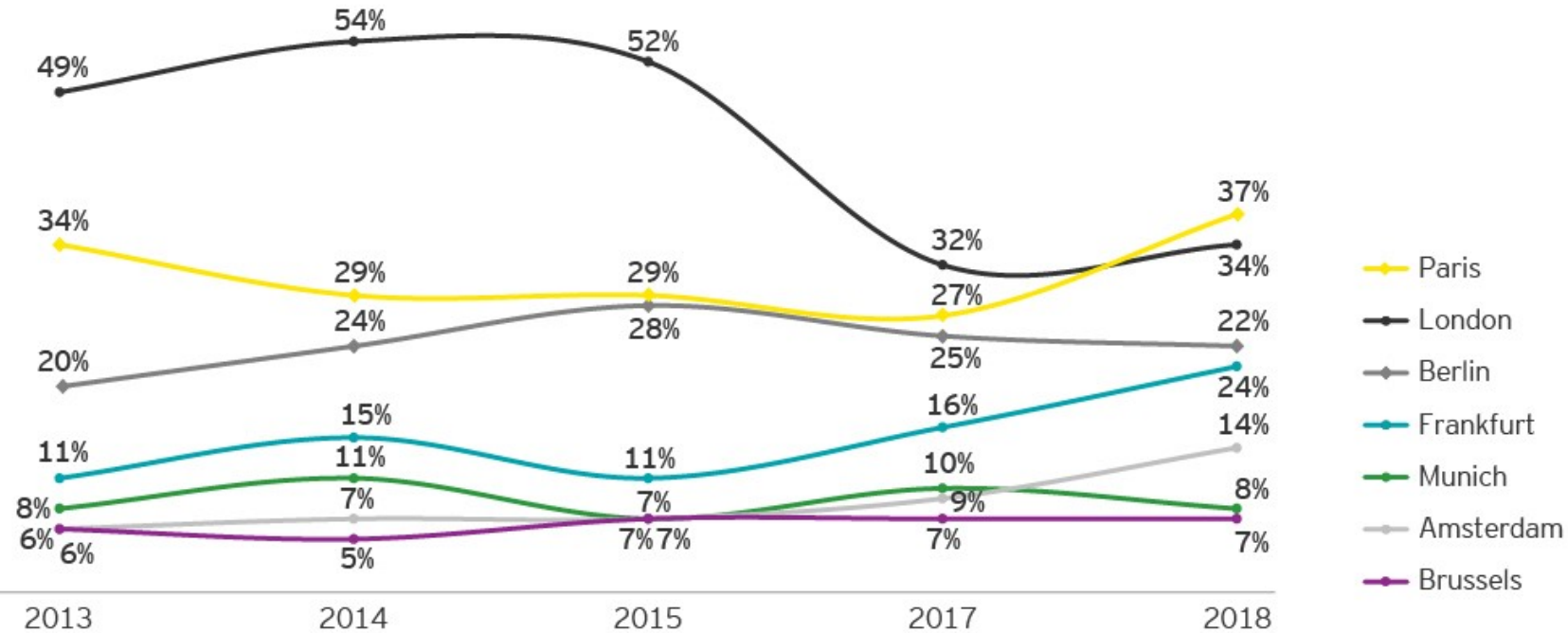
Situation im Standortwettbewerb

- Europa bleibt attraktiv für ausländische Direktinvestitionen – doch das Bild verändert sich
- Ausländische Direktinvestitionen in der Schweiz haben zum ersten Mal seit Jahren wieder zugenommen
- Schweizer Direktinvestitionen im Ausland nehmen zu
- Die Schweiz hat Chancen in neuen Geschäftsbereichen wie Digitalisierung, Automatisierung und Industrie 4.0 sowie als R&D Standort – wenn sie die richtigen Rahmenbedingungen schafft

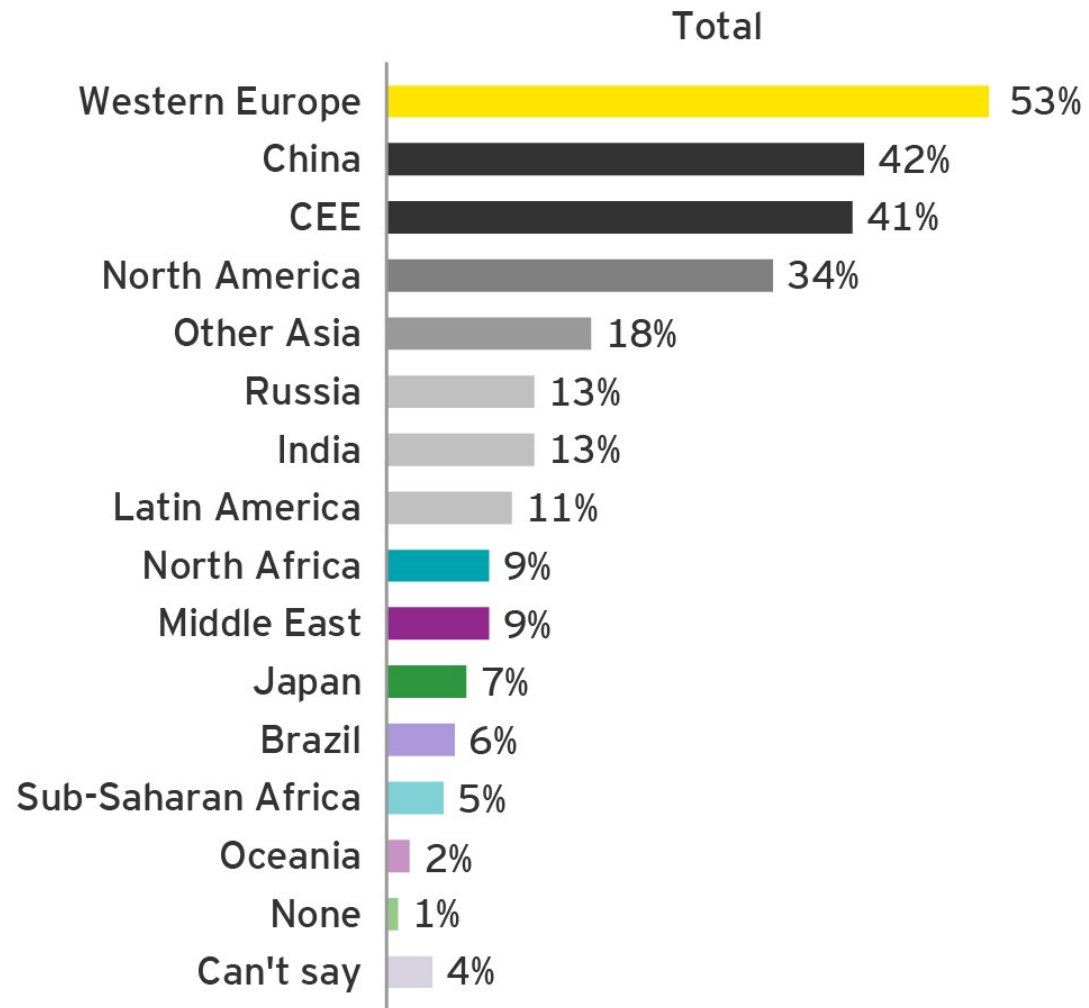
London verliert, Paris gewinnt an Attraktivität

Which are the three most attractive European cities for foreign investors?

Source: EY Attractiveness Survey Europe June 2018 (total respondents: 502)

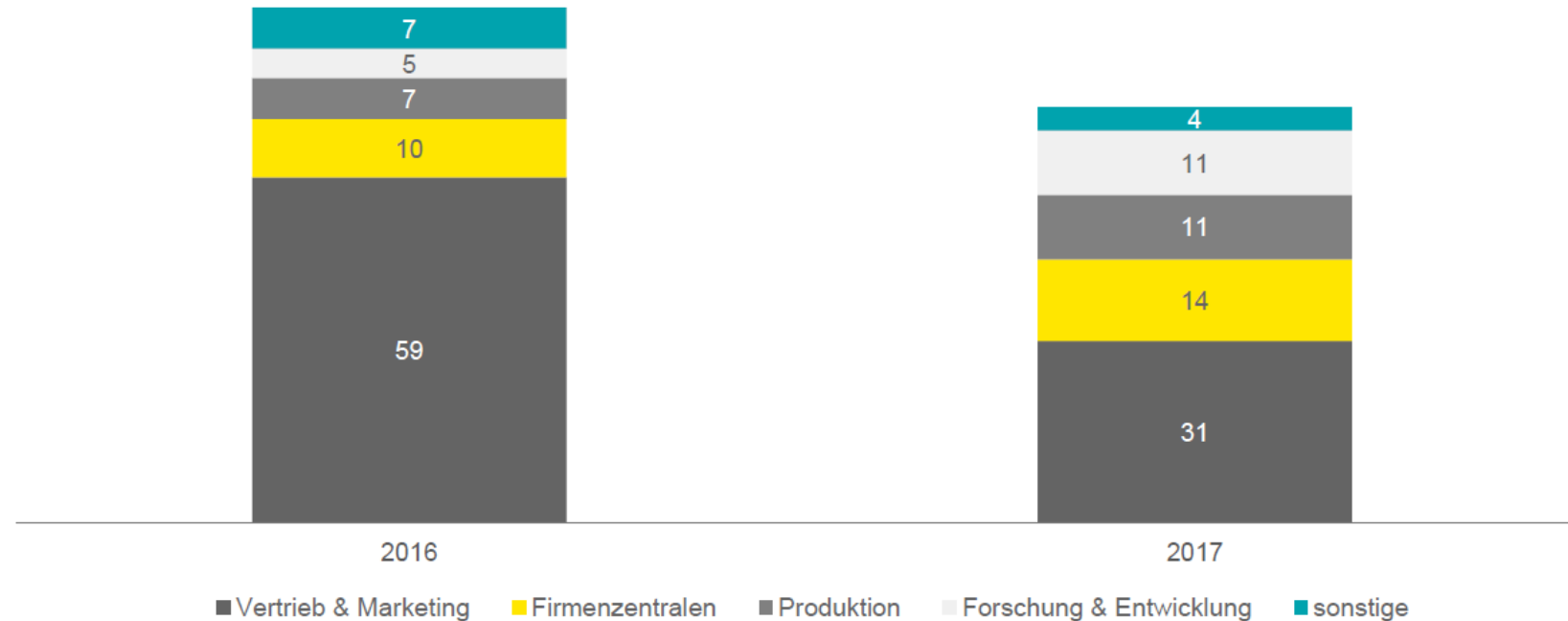


Die beliebtesten Länder für FDI in der nahen Zukunft



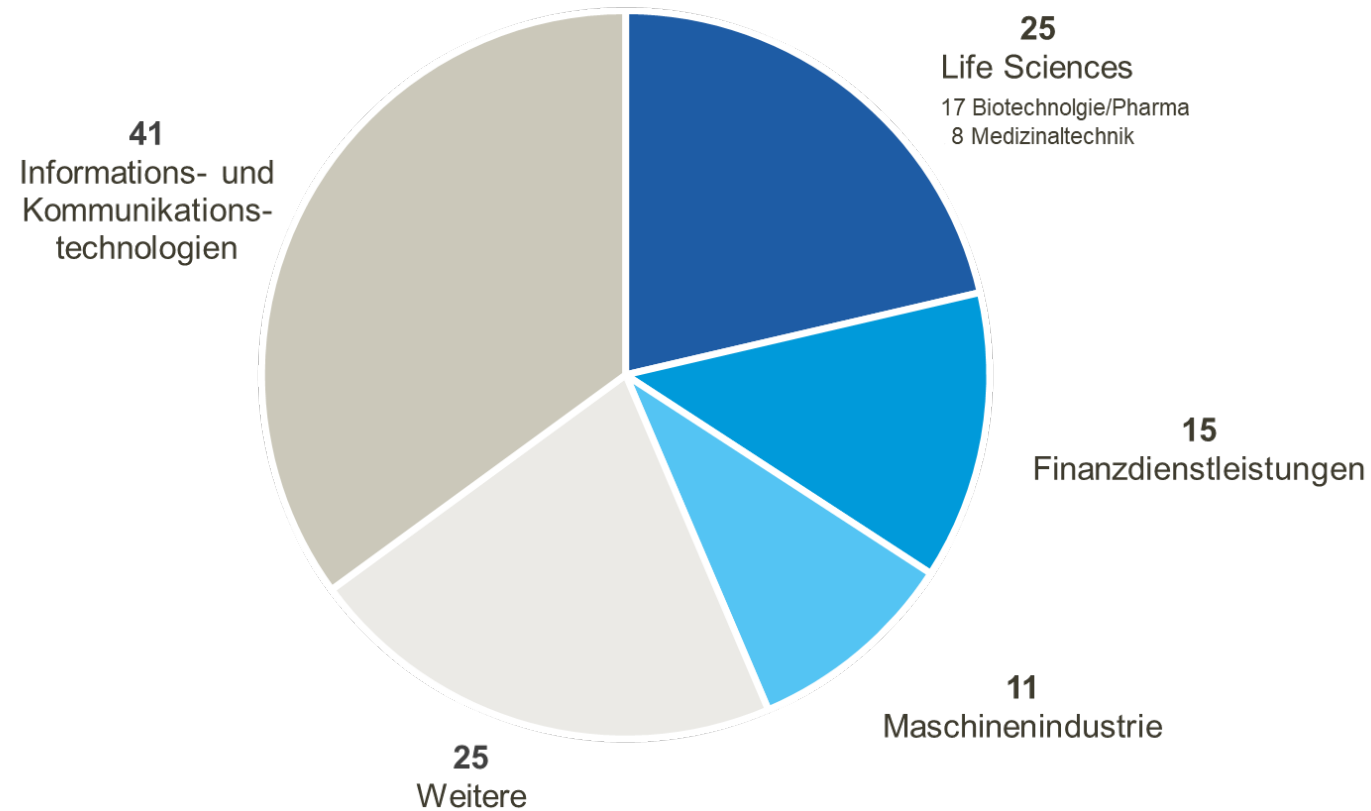
Investitionen in der Schweiz erfolgen im hohen Wertschöpfungsbereich

Zahl der Investitionen von ausländischen Unternehmen in der Schweiz nach Typ



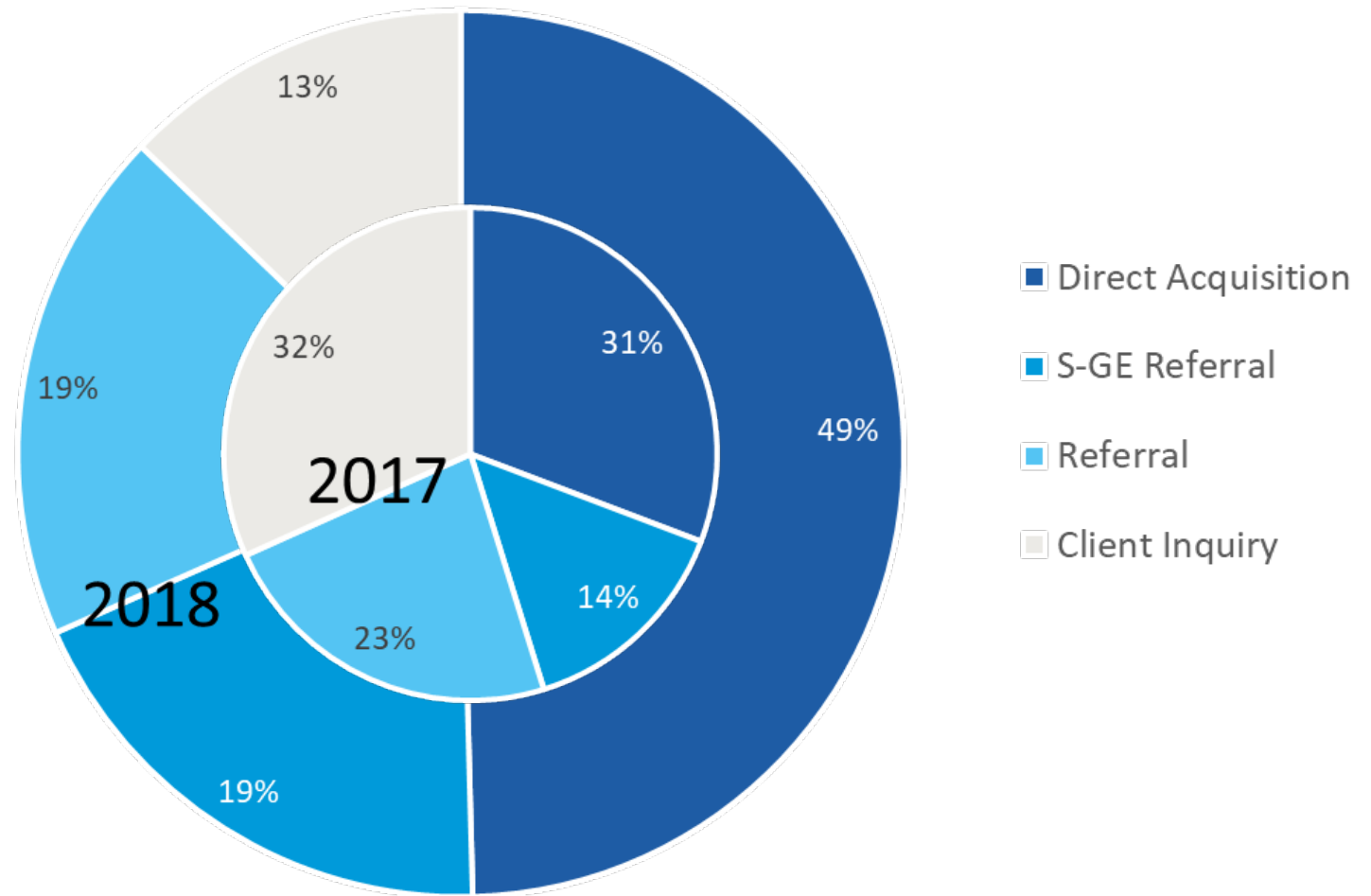
Quellen: IBM database, 2017 – EY European Investment Monitor, 2016

117 ausländische Unternehmen bereichern den Wirtschaftsraum Zürich – Fokus auf Spitzentechnologien widerspiegelt sich im Ergebnis 2018



Direktakquisition mit Abstand wichtigste Quelle von Ansiedlungen

49% der Ansiedlungen resultieren aus Direktakquisition



Standortvorteile auf einen Blick



Verfügbarkeit,
Qualität und
Produktivität von
Fachkräften

Innovations-
Hotspot! Top-
Universitäten und
Industriecluster

- Stabilität
- Rechts- und Planungssicherheit
- Sicherheit per se

Zentrale Lage
und gute
Erreichbarkeit

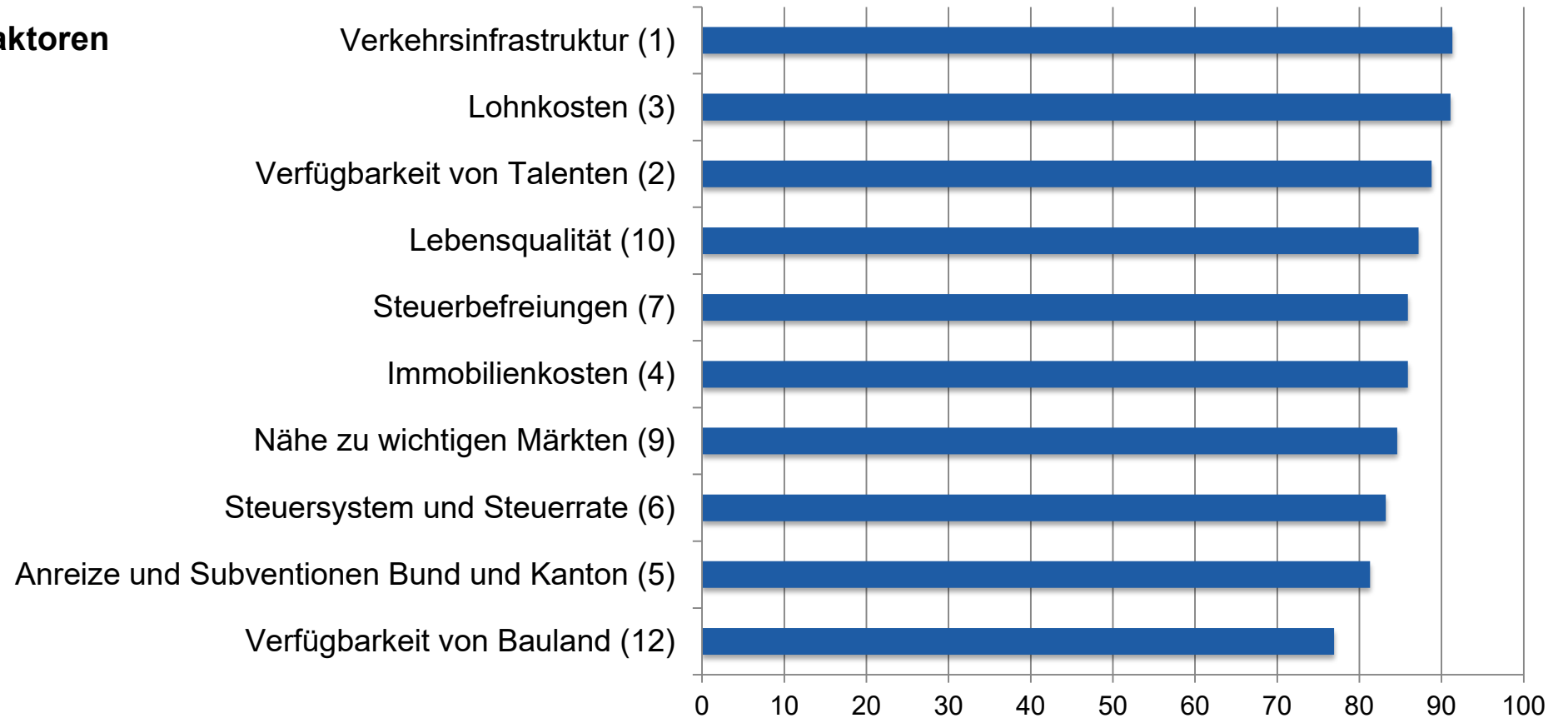
Weitgehender
Zugang zum
europäischen
Markt

Wettbewerbs-
fähiges, BEPS-
konformes,
Steuersystem

Rechtliche,
politische und
wirtschaftliche
Stabilität

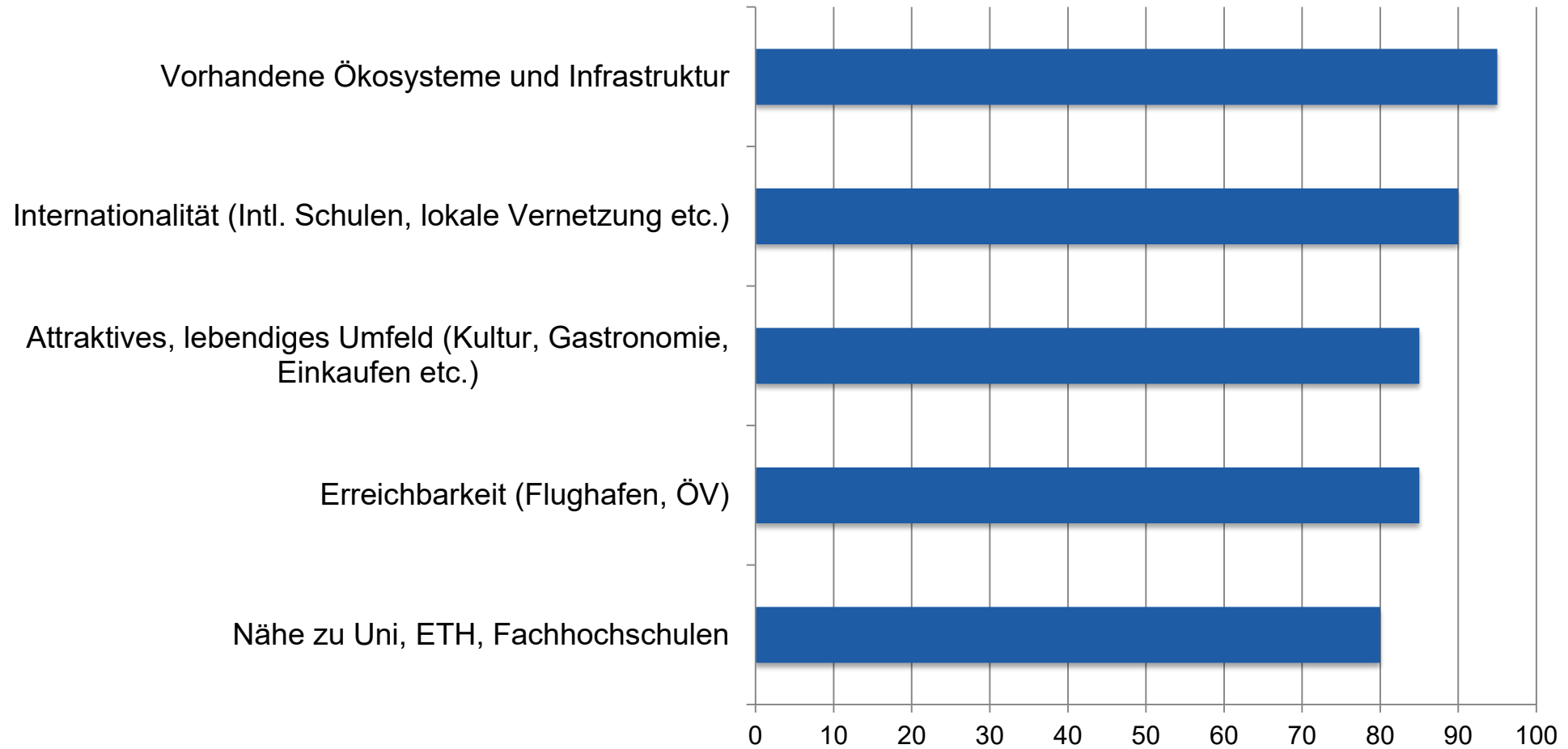
Die 10 wichtigsten Standortfaktoren internationaler Unternehmen für die "Longlist"

Wichtigste Standortfaktoren



Die 5 wichtigsten Erfolgsfaktoren...

...für den konkreten Standortentscheid im Wettbewerb der Kantone



Quelle: Erfahrungen GZA aus Gesprächen mit Kunden



Greater Zurich Area
Expanding business horizons



Zukunftsorientierte Strategie für die Greater Zurich Area AG (GZA)

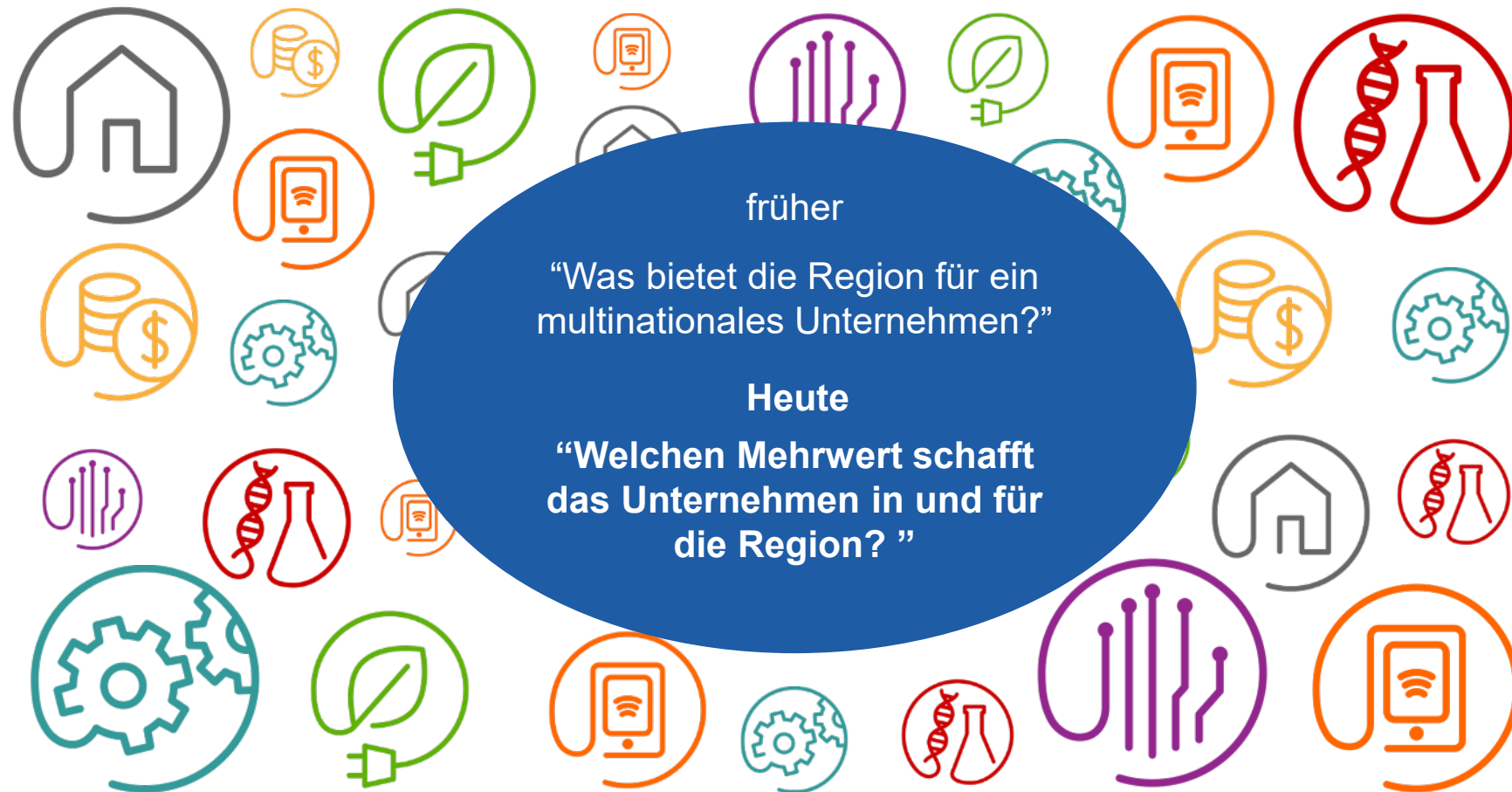
Warum wir tun, was wir tun

Warum: Wir sind davon überzeugt, dass es sich lohnt, Lebensqualität und Wohlstand für künftige Generationen zu sichern. Die Kleinheit der Schweiz, die Globalisierung und der technologische Fortschritt (Digitalisierung) erfordern dafür eine Offenheit in Wirtschaft und Wissenschaft. Wir streben nach den besten Talenten und Technologien, nach Kapital, Unternehmertum und Netzwerken.

Wie: Deshalb finden wir im Ausland passende Unternehmen mit hoher Innovationskraft und Wertschöpfung, vernetzen diese mit den relevanten Akteuren des jeweiligen Ökosystems und unterstützen sie bei der Ansiedlung im Wirtschaftsraum.

Was: Durch die Ansiedlung dieser Unternehmen schaffen wir – zusammen mit unseren öffentlichen und privaten Partnern – Mehrwert für den Wirtschaftsraum Zürich in Form von Innovationskraft, Arbeitsplätzen, Steuern, einer gesteigerten Wettbewerbsfähigkeit und einer höheren Krisenresistenz.

Paradigmenwechsel im Standortmarketing



Die Marktbearbeitung der GZA

- Fokus auf **Zukunftstechnologien** weiter vertiefen
- Fokus auf **R&D-Ansiedlungen** ausbauen
- Fokus auf **Metropolitanregionen** verstärken
- **Relevante Ökosysteme** sichtbar machen
- **Tragfähige Netzwerke** weiter auf- und ausbauen
- Enge **Zusammenarbeit aller Partner** – Uhrwerk leben!

Schlüsselindustrien der Greater Zurich Area mit hoher Innovationskraft und Wertschöpfung



ICT



Cleantech



Life
Sciences



Hightech



MEM-
Industrie



Finanz-
dienstleistun-
gen

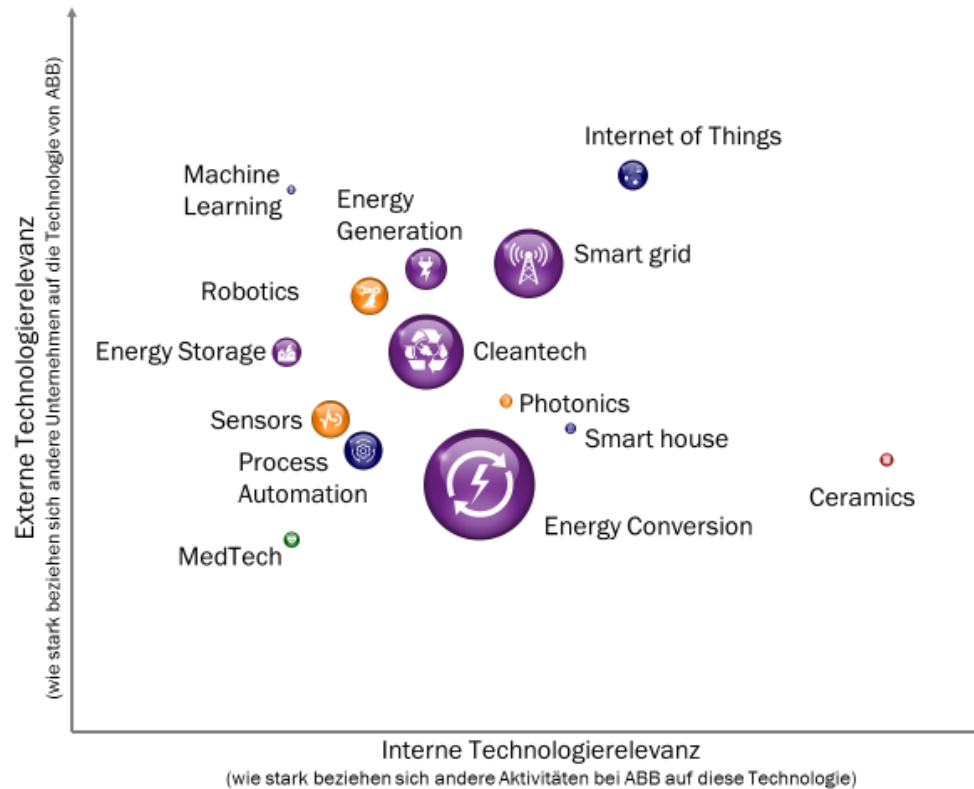


Hauptsitze,
zentrale
Funktionen

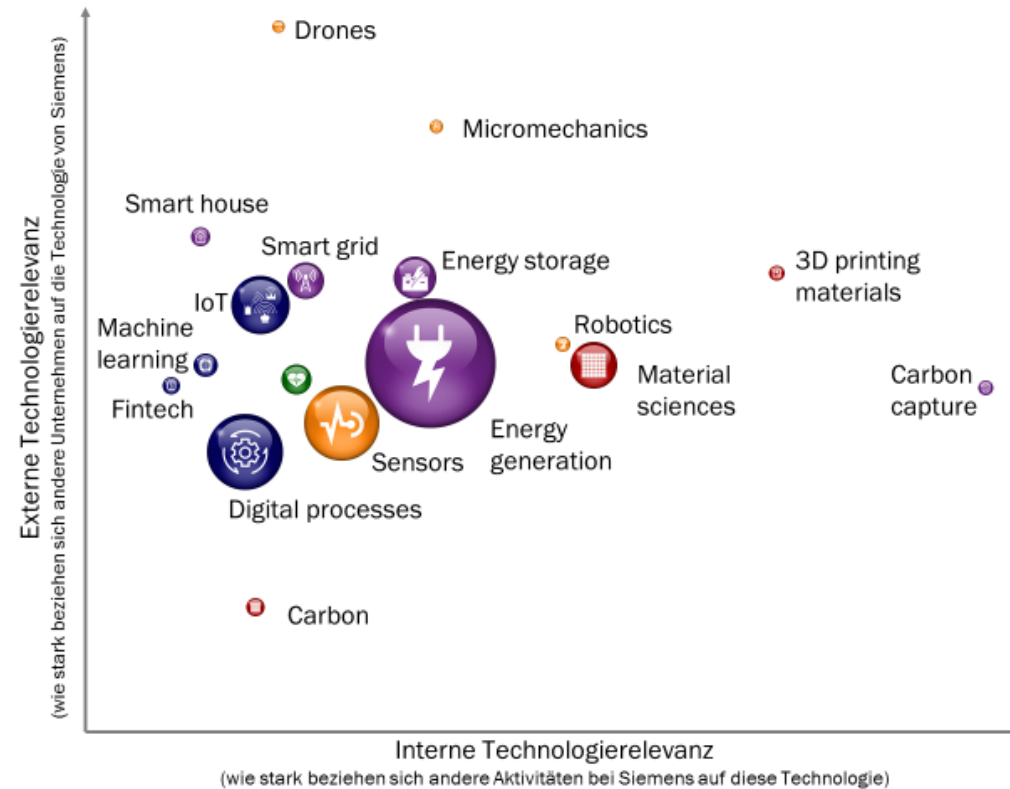


Fokus auf **Technologien** statt Branchen - Unternehmen sind in vielen Technologien tätig, aber nur einer Branche zugeordnet

ABB



Siemens



Fokus auf Technologien - ein Mix aus GZA-Stärken und Zukunftstechnologien



Machinery



Sensors



Photonics



Robots/Drones



Wearables



Materials



Pharma



Medtech



Biotech



Energy



Process Automation



Artificial Intelligence



Internet of Things



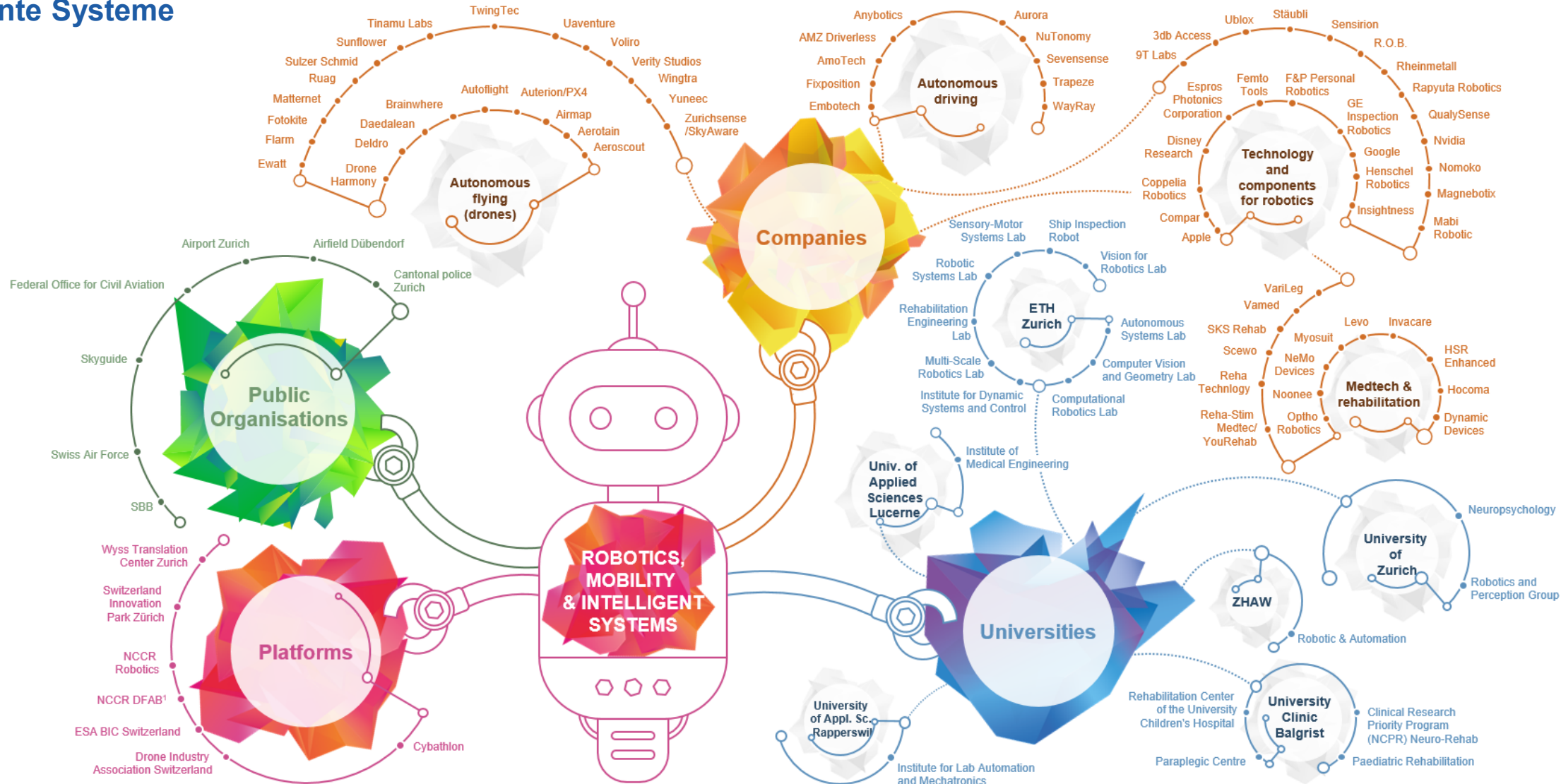
Fintech



Electronic Gaming

Vielfältige Ökosysteme in der Greater Zurich Area

Beispiel Robotik, Mobility & intelligente Systeme



Fokus auf Metropolregionen als Kern von Wachstum und Wohlstand



Greater Zurich Area



München



London



Berlin



Kopenhagen



Dublin



Amsterdam



Mailand



San Francisco



Boston



Hong Kong



Greater Zurich Area
Expanding business horizons



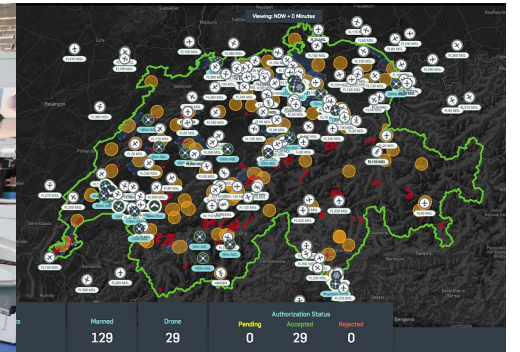
Resultate GZA AG 2018

Beispiele erfolgreicher Ansiedlungen im Jahr 2018

Sage Therapeutics (Biotechnologie, USA)



Ewatt (China) und **Airmap** (USA; beide Drohnen)



Korean Re (Rückversicherung, Korea)

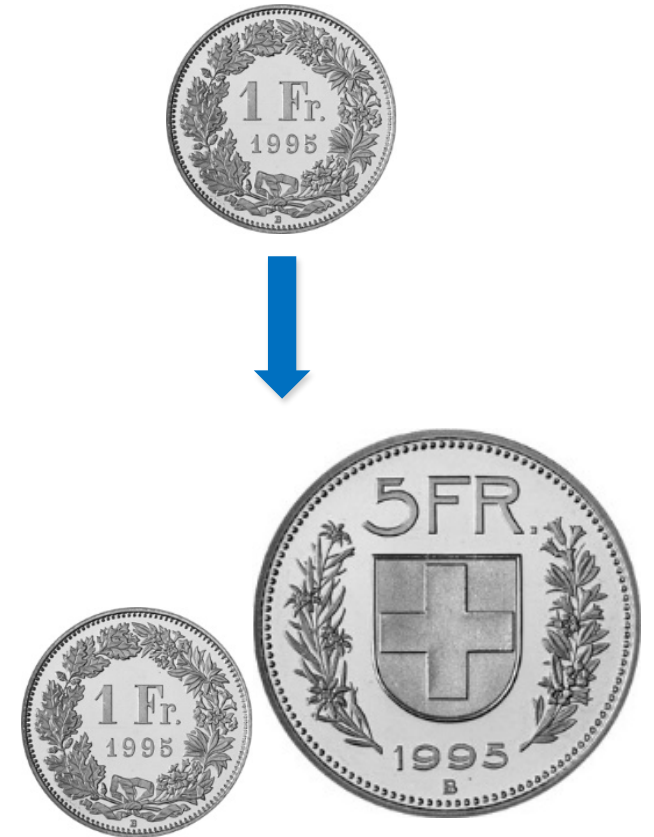


Auticon (ICT, Deutschland)



Expertenbericht zeigt: Das Standortmarketing der GZA ist nachhaltig und substanziell

- Analyse des Ansiedlungserfolgs 2009 –2017 durch Beratungsunternehmen EY
- 835 Ansiedlungen, 7'423 neue Stellen, rund CHF 356 Mio. zusätzliche Steuereinnahmen
- Mittelfristig entstehen aus jedem für das Standortmarketing eingesetzten Steuerfranken rund 6 Franken an neuen Steuereinnahmen



Das Standortmarketing der GZA: das Wichtigste im Überblick

- Der **Standort-Wettbewerb** ist hart und global. Standortmarketing ist heute ein Standardinstrument jeder wichtigen Metropolitanregion.
- Die **aktive Marktbearbeitung der GZA** ist qualitätsorientiert. Sie fokussiert auf innovative Unternehmen in wichtigen globalen Metropolitanregionen. Die Ansiedlungen sollen den gesamten Wirtschaftsraum stärken und seinen Strukturwandel unterstützen.
- Die **Zusammenarbeit** der GZA mit den Kantonen und Städten beruht auf einer kundenorientierten Partnerschaft und ist sehr gut. Die **Vernetzung** mit der **Privatwirtschaft und der Wissenschaft** ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil im Standortmarketing.
- Standortmarketing ist eine **Langzeitaufgabe** und braucht ein regionales «Uhrwerk» und internationale Netzwerke.
- Die GZA versteht sich intern & extern als «**Lobbyorganisation**» für den Wirtschaftsraum und verfolgt eine **aktive Kommunikationsstrategie**.
- Die GZA ist **strategisch** «auf Kurs»: Das Beratungsunternehmen EY beurteilt das Standortmarketing der GZA als «substanziell und nachhaltig».

Standortpolitik und
Standortmarketing
sind ein kundenorientiertes
“Uhrwerk”





Spannungsfeld zwischen nationaler Politik und internationalem Wettbewerb



Beziehung Schweiz – EU:
Auch für internationale Unternehmen zentral

Polarisierende Abstimmungen mit internationaler Ausstrahlung



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Stimmzettel für die Volksa



Investment
Value at Year
end

339 970	373 967	Investment
56 969	804 029	424
1 817	1 296 731	446
58	1 859 317	468
	2 499 808	491
	3 227 076	516
	4 050 935	542
	R 28 331	569

Start at m

Steuerreform



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

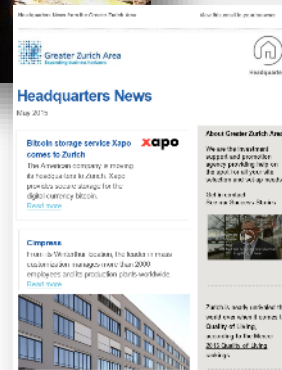
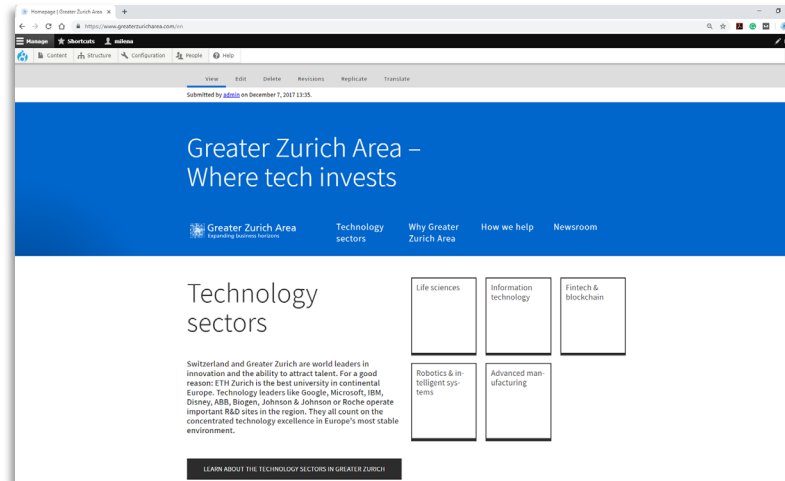


Mitgliedschaft in der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing

Was wir Ihnen bieten können

- Teilnahme und Auftrittsmöglichkeiten an GZA-Events: LakeSide Talk, Sessionsanlass, Frühstück für private Gönner etc., Standort Study Trip
- Delegationsteilnahme beim Empfang von ausländischen Unternehmen in der Schweiz oder auf Roadshows im Ausland
- Präsenz und Beiträge in GZA-Kommunikationskanälen: Website, Blog, Social Media, E-Newsletter, etc.
- Realisierung von co-branded Marketing-Material

Plattformen für unsere öffentlichen und privaten Gönner



Regelungen für Partner der Privatwirtschaft und Wissenschaft

Höhe der Beiträge

- Die jährlichen Beiträge der Partner variieren zwischen 10'000.- und 200'000.-.

Mitgliedschaft im Stiftungsrat

- Die Mitgliedschaft im Stiftungsrat wird in den Statuten nicht abschliessend geregelt
- Der Stiftungsrat hat sich dafür ausgesprochen, dass für einen Sitz im Stiftungsrat ein jährlicher Beitrag von mindestens CHF 50'000 notwendig ist. Der effektive Betrag ist abhängig von der Wirtschaftskraft des Unternehmens.

Dauer der Mitgliedschaft

- Eine nachhaltige Zusammenarbeit kann nur aufgrund eines langfristigen Engagements entstehen. Daher ist eine Mitgliedschaft für die Dauer von **mindestens 3 Jahren** wünschenswert.

Ich stehe Ihnen gerne für Fragen zur Verfügung

Sonja Wollkopf Walt
Geschäftsführerin

Greater Zurich Area AG
Limmatquai 122
8001 Zürich

+41 44 254 59 06

+41 79 639 17 34

sonja.wollkopf@greaterzuricharea.com



Strategische Weiterentwicklung der GZA –
Was zeichnet die Greater Zurich Area wirklich aus?

Geballe

Technologiekompetenz

im stabilsten Umfeld Europas