



Code of Conduct Greater Zurich Area AG

1. Ausgangslage und Zielsetzung

Die Greater Zurich Area AG (GZA) ist die Standortmarketingorganisation des Wirtschaftsraums Greater Zurich Area, der 7 Kantone und 2 Städte umfasst (Stand März 2013). Aufgabe der GZA ist es, das Standortmarketing im Ausland zu betreiben, geeignete Unternehmen für den Wirtschaftsraum zu interessieren und Firmen, die ihre Standorte evaluieren, von einer Ansiedlung in der Greater Zurich Area zu überzeugen.

Die GZA fördert mit ihren Aktivitäten in Promotion und Akquisition die innovative Entwicklung und Vielfalt des Wirtschaftsraumes Greater Zurich Area. Als professioneller Dienstleister im Standortmarketing fokussiert sich die GZA auf die Ansiedlung von international tätigen Unternehmen, die Arbeitsplätze und nachhaltiges Steuersubstrat generieren und damit substanziellen und langfristigen Mehrwert im und für den Wirtschaftsraum schaffen.

Dieser Code of Conduct verpflichtet die GZA zu Transparenz und Glaubwürdigkeit sowie zu einer ehrlichen, sachbezogenen und aktiven Kommunikation. Damit schafft sich die GZA Vertrauen, eine hohe Akzeptanz und eine positive Reputation bei ihren Zielgruppen und Stakeholdern.

2. Grundsätze

Dieser Code of Conduct enthält verbindliche Regeln für alle Verantwortlichen, Mitarbeitenden und Mandatsträger der Greater Zurich Area AG unabhängig von Funktion, Position, Rolle und Arbeitsort. Der Code of Conduct wird von allen Mitgliedern des Verwaltungsrates und den Führungspersonen der GZA unterzeichnet. Er bildet integralen Bestandteil jedes mit der GZA abgeschlossenen Arbeitsvertrages. Die Geschäftsführerin der GZA erläutert und vertieft die diesem Code of Conduct zu Grunde liegende Werthaltung und die darin vorgegebenen Verhaltensregeln einmal pro Jahr mit allen Mitarbeitenden der GZA und erstattet dem Verwaltungsrat darüber anlässlich einer seiner Sitzungen Bericht.

Die in der Strategie vorgegebenen Aktivitäten in Promotion, Marketing und Akquisition, die Massnahmen in der politischen und medialen Kommunikation, in der Kommunikation und im Umgang mit potenziellen und effektiven Kunden sowie mit Stakeholdern und Partnern müssen diesem Code of Conduct entsprechen.

Partner und Parteien, die mit der GZA zusammenarbeiten, werden über die in diesem Code of Conduct festgelegten Werte informiert und angehalten, ihre Handlungen im Rahmen der Zusammenarbeit mit GZA an diesen zu orientieren. Mit den Mitarbeitenden der Standortförderungen der Kantone und Städte werden die Kernelemente des Code of Conduct einmal pro Jahr besprochen. Besprechung, Ansichten und Ergänzungen seitens der Kantone und Städte werden protokolliert und der Code of Conduct so weiterentwickelt.

Fragen zum Code of Conduct, Unsicherheiten betreffend Verhalten in einer Situation oder festgestellte Verstösse sind mit der Geschäftsführerin der GZA zu besprechen. Diese trifft die geeigneten Massnahmen. Sie kann den Präsidenten des Verwaltungsrates in ihre Lagebeurteilung mit einbeziehen.



3. Grundwerte

1. Wir halten uns an die Grundrechte und geltenden Gesetze auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene und respektieren, beachten und befolgen die massgeblichen Vorschriften und Regeln in der Schweiz und unseren Zielmärkten.
2. Wir agieren mit Respekt, Offenheit, Ehrlichkeit und Integrität.
3. Wir sind für unsere Ansprechpersonen verlässliche und vertrauenswürdige Partner, die transparent handeln und kommunizieren.
4. Wir handeln eigenverantwortlich und sind uns unserer Verantwortung bewusst, die wir mit unserer Aufgabe übernommen haben.
5. Wir streben in allem, was wir tun, nach Exzellenz und stetiger Verbesserung.

4. Verhaltensregeln

- Die aktive Promotion der GZA ist ausgerichtet auf Unternehmen, die geeignet sind, den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area durch ihre Präsenz und die Aufnahme einer Geschäftsaktivität langfristig und nachhaltig zu stärken, zur Wettbewerbsfähigkeit und Krisenresistenz des Raums beizutragen und den Wohlstand im Wirtschaftsraum zu erhalten.
- Die GZA vermarktet den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area, indem sie seine Vorzüge herausarbeitet und diese auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten präsentiert.
- Die Rahmenbedingungen des Wirtschaftsraumes bilden die Grundlage für die Lösungsansätze, welche die GZA ihren Kunden nach sorgfältiger Analyse ihrer spezifischen Herausforderungen aufzeigt.
- Die GZA hebt sich durch ihr kundenorientiertes Dienstleistungsverhalten und die Qualität ihrer Dienstleistungen (schnell, konkret, individuell) positiv von ihren Mitbewerbern ab.
- Vergleiche mit den Rahmenbedingungen und Standortfaktoren anderer Standorte werden neutral und sachlich dargelegt. Sie stammen aus allgemein zugänglichen Quellen und/oder stützen sich auf Studien und Ratings von Experten und Informationsdienstleistern. Spezifische Fragestellungen der Kunden beantwortet die GZA ehrlich, faktenbasiert und objektiv. Über Mitbewerber (andere Standorte) wird nicht beleidigend oder herabsetzend kommuniziert.
- Die GZA antizipiert mögliche Reaktionen auf Inhalte und Aktivitäten ihrer Promotions- und Kommunikationstätigkeit und handelt im öffentlichen Interesse des Wirtschaftsraumes Greater Zurich Area.
- Die GZA überprüft ihre Auftritte und den Wortlaut ihrer Marketing- und Akquisitionsaktivitäten regelmässig. Damit stellt sie sicher, dass ihre Botschaften weder falsch verstanden noch negativ interpretiert werden können.