

## Ansiedlungserfolg der Greater Zurich Area AG im Zeitraum 2018-2021 sowie 2009-2021

7. September 2022



Building a better  
working world



## Management Summary

### Aufgabenstellung

Dieser Bericht enthält eine Analyse und Kommentierung der Ansiedlungsaktivitäten der Standortmarketingorganisation Greater Zurich Area AG (GZA) in Zusammenarbeit mit ihren Partnern der Wirtschafts- bzw. Standortförderungsstellen der Kantone Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Solothurn, Schwyz, Tessin, Uri, Zug und Zürich sowie der Region Winterthur und der Stadt Zürich. Ein solcher Bericht wird bereits zum dritten Mal nach 2014 und 2018 nun für die Periode 2018-2021 erstellt. Zusätzlich enthält der vorliegende Bericht weiterführende Analysen und Auswertungen für die kombinierte Periode 2009-2021.

### Nachhaltiger Ansiedlungserfolg

### Kernaussagen

Die von der GZA und ihren Partnern (Mitgliedskantone und -städte) durchgeführten Standortmarketingaktivitäten haben sowohl im Betrachtungszeitraum 2018-2021 als auch im gesamten Zeitraum 2009-2021 positiv zur qualitativen und nachhaltigen Entwicklung der wichtigsten Metropolitanregion der Schweiz beigetragen. Die gewählte Strategie mit verschiedenen Zielmärkten, Fokus-Branchen und Fokus-Technologien hat sich bewährt. Die neugegründeten Unternehmen schaffen nachhaltig Arbeitsplätze und Steuersubstrat.

Im Betrachtungszeitraum 2018-2021 wurden 445 Unternehmen durch die GZA in Zusammenarbeit mit Partnern bei den Standortkantonen in der Greater Zurich Area angesiedelt. Ende 2021 waren von diesen Unternehmen noch 402 (90%) in der Greater Zurich Area aktiv. Dies darf wiederum als nachhaltiger Ansiedlungserfolg bezeichnet werden.

Trotz jährlichen Schwankungen und einer Pandemie wurden pro Jahr durchschnittlich 111 Unternehmen angesiedelt, was eine erhebliche Zunahme zur Vorperiode mit durchschnittlich 92 Unternehmen pro Jahr darstellt. Dies ist insbesondere auch unter dem Aspekt bemerkenswert, dass das Pandemiejahr 2020 mit 88 Ansiedlungen das zweitschlechteste Jahr in der Gesamtperiode 2009-2018 war. 2021 hingegen stellt mit 125 Ansiedlungen ein Rekordjahr dar.

### Schaffung von Arbeitsstellen

Per Ende 2021 haben die 402 noch aktiven angesiedelten Unternehmen in der vierjährigen Betrachtungsperiode 2018-2021 insgesamt 2'014 Arbeitsstellen geschaffen. Im Durchschnitt sind das pro Jahr 504 neue Stellen. Diese neu geschaffenen Arbeitsplätze wirken sich sowohl quantitativ wie auch qualitativ positiv auf das Wachstum in der Greater Zurich Area aus. Zusätzlich zu diesen direkt geschaffenen Arbeitsplätzen kommen die indirekt geschaffenen Arbeitsplätze in den Ökosystemen bei Zulieferern, Partnern und Kunden dazu.

Zum Vergleich: In der ersten Betrachtungsperiode 2009-2013 wurden insgesamt 4'157 Arbeitsstellen geschaffen, in der Betrachtungsperiode 2014-2017 deren 2'212. Allerdings umfasste die erste Betrachtungsperiode noch fünf anstatt vier Jahre und zeigte eine aussergewöhnlich hohe Anzahl geschaffener Stellen im Jahr

2009. Die beiden letzten Vierjahresperioden 2014-2017 und 2018-2021 weisen eine vergleichbare Anzahl geschaffener Arbeitsplätze aus.

In der dreizehnjährigen Periode 2009-2021 wurden netto 9'426 neue Arbeitsplätze geschaffen. Jedes aktive Unternehmen hatte damit per Ende 2021 im Durchschnitt 10.4 Arbeitsstellen.

### Hohe Internationalität der angesiedelten Unternehmensfunktionen

Die Auswertung der Frage nach den Unternehmensfunktionen, welche die Unternehmen in der Greater Zurich Area ausüben und welches geographische Aktivitätsspektrum sie haben, ergibt ein ähnliches Bild wie per Ende 2017: *Verkauf und Marketing* sowie *Corporate Functions* mit 42% resp. 39% Nennungen wurden am häufigsten genannt (Mehrfachnennungen waren möglich).

73% der angesiedelten Unternehmensfunktionen gehen über die Schweiz hinaus, 63% über Europa hinaus. Damit schöpfen die neu angesiedelten Unternehmen einen bedeutenden volkswirtschaftlichen Beitrag für die Metropolitanregion Greater Zurich Area von ausserhalb der Schweiz und erhöhen so auch die internationale Wettbewerbsfähigkeit des ganzen Wirtschaftsraums. Eine höhere Internationalität der Unternehmen treibt zudem in der Regel das Anforderungsprofil der Mitarbeitenden und damit das durchschnittliche Lohnniveau, was sich wiederum positiv auf das geschaffene Steuersubstrat auswirkt.

### Nachhaltigkeit und ESG

Das Thema Nachhaltigkeit bzw. ESG (Environment, Social, Governance) hat für Unternehmen generell eine grosse Bedeutung erlangt. Im Rahmen ihrer auf Qualität ausgerichteten Ansiedlungspolitik berücksichtigt die GZA deshalb ESG-Kriterien bei der gezielten Ansprache von Unternehmen. In der aktuellen Berichtsperiode haben wir ermittelt, ob die Unternehmen spezifisch messbare Nachhaltigkeitsziele in Bezug auf die CO<sub>2</sub>-Reduktion verfolgen und wie hoch der Prozentsatz der geplanten Emissionsreduzierung ist. Mehr als ein Viertel der befragten Unternehmen (mit insgesamt rund 4'700 Beschäftigten) hat bereits ein Nachhaltigkeitsziel. Knapp zehn Prozent gaben an, eine CO<sub>2</sub>-Emissionsreduktion von über 50% bis 2030 erreichen zu wollen. Aufgrund der beschränkten Anzahl Antworten sind diese Zahlen nicht repräsentativ, geben aber eine erste Statusinformation zum Thema Nachhaltigkeit.

### Substanzielle Steuererträge

Dem Wirtschaftsraum Greater Zurich Area haben die genannten Neuansiedlungen in der Betrachtungsperiode 2018-2021 Steuererträge (Individualsteuern auf Einkommen und Vermögen sowie Unternehmenssteuern; ohne Bundessteuern) in der Höhe von CHF 57 Mio. gebracht, was ungefähr dem Niveau der letzten Periode 2014-2017 entspricht (CHF 55 Mio.). Aufgrund leicht gesunkener Steuertarife wurde für die aktuelle Berichtsperiode mit durchschnittlich etwas geringeren Steuererträgen bei Individualpersonen (CHF 7'000, Vorperiode CHF 8'000) und juristischen Personen (CHF 28'000, Vorperiode CHF 30'000) gerechnet. Pro Neuansiedlung ergibt das im Durchschnitt rund CHF 128'000 Steuereinnahmen

für die vierjährige Betrachtungsperiode 2018-2021 (Vorperiode: rund CHF 150'000).

Im Rahmen des Vorsichtsprinzips wurde dabei wiederum ein geschätzter Abfluss von 17% des Steuersubstrats durch Mitarbeitende mit Wohnsitz in Kantonen ausserhalb der Greater Zurich Area berücksichtigt bzw. abgezogen. Nicht berücksichtigt sind positive Effekte der interkantonalen Wertschöpfung durch indirekt geschaffenes Steuersubstrat im jeweiligen Ökosystem (Kunden, Arbeitnehmende, Dienstleistungserbringer, Partner, Zulieferer etc.) des Unternehmens. Ebenfalls nicht berücksichtigt sind in dieser Rechnung die zusätzlichen Steuereinnahmen aus dem Wachstum der Anzahl Mitarbeitenden der angesiedelten Unternehmen aus der Vorperiode.

### Verhältnis von Steuererträgen und anrechenbaren Kosten

Der GZA und ihren kantonalen bzw. städtischen Partnern entstanden in der Berichtsperiode 2018-2021 für das Standortmarketing der Greater Zurich Area geschätzte direkt anrechenbare Gesamtkosten von CHF 30 Mio. (Vorperiode: CHF 28 Mio.). Ein bedeutender Teil dieser Kosten hat Investitionscharakter, weil ein zukünftiger Nutzen über die Berichtsperiode hinaus abgeleitet werden kann (z.B. zukünftige Steuererträge sowie Unternehmensansiedlungen in einem Folgejahr).

Stellt man die geschätzten Steuererträge der in der Berichtsperiode 2018-2021 neu angesiedelten Unternehmen und ihren Mitarbeitenden den genannten Gesamtkosten gegenüber, weist die GZA zusammen mit ihren öffentlichen Partnern eine positive Bilanz auf: Gesamtkosten in der Höhe von rund CHF 30 Mio. stehen vorsichtig geschätzten Steuererträgen für den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area von rund CHF 57 Mio. gegenüber.

Für die kombinierte Periode 2009-2021 stehen Gesamtkosten der öffentlichen Hand von rund CHF 89 Mio. Steuererträge von rund CHF 647 Mio. gegenüber, was mittelfristig für jeden investierten Franken rund 7.3 Franken an zusätzlichen Steuererträgen bedeutet. Die jeweilige Dauer der Betrachtungsperiode sowie die Variabilität bei der jährlich neu geschaffenen Anzahl Arbeitsplätze sind die Haupttreiber des unterschiedlichen Ertrags-/Kostenverhältnisses.

### Charakteristik eines „typischen“ neu angesiedelten Unternehmens

Das typologische «Durchschnittsunternehmen» in der Greater Zurich Area wurde nun über die 13-jährige Datenreihe durch statistische Analyse abgeleitet. Dieses beschäftigt typischerweise am Ende des ersten Jahres nach der Ansiedlung 6.3 Mitarbeitende und wächst pro Jahr um 0.6 Mitarbeitende. Ein solches Durchschnittsunternehmen deckt bereits nach einem Jahr mit Steuererträgen von CHF 71'800 die durchschnittlich pro Unternehmen anfallenden Kosten einer Ansiedlung von CHF 63'700. Jedes weitere Jahr der Existenz des Unternehmens, das in der Greater Zurich Area verbleibt, verbessert also das Ertrags-/Kostenverhältnis substanziell, weil keine weiteren Ansiedlungskosten anfallen.

## Qualitative Wertschöpfung durch wirtschaftlichen Strukturwandel

Gemäss Strategie der GZA dient das Standortmarketing im Ausland nicht primär dem quantitativen Wachstum der Greater Zurich Area, sondern unterstützt vielmehr den wirtschaftlichen Strukturwandel durch die nachhaltige Ansiedlung innovativer Unternehmen in der Region (qualitatives Standortmarketing). Unternehmen mit innovativem Knowhow oder neuen Technologien fördern die Entwicklung von ganzen Ökosystemen mit Zulieferern, Partnern und Kunden, was aus Synergiegründen wiederum weitere Ansiedlungen von Unternehmen mit ähnlichem Produkt- oder Dienstleistungsfokus nach sich zieht. Die Erfahrung der letzten Jahre zeigt, dass auch die Ansiedlung von sogenannten „Landmark-Brands“ (z.B. Google, Huawei, Biogen, Hamilton, MSD etc.) dazu geführt hat, dass sich weitere ausländische Unternehmen für einen Standort innerhalb der Greater Zurich Area entschieden haben. Durch Spin-offs oder Akquisitionen wurde und wird der wirtschaftliche Strukturwandel zudem weiter positiv verstärkt.

## Bedeutung des direkten Anwerbens in den Zielmärkten

Die GZA hat in ihrer Strategie Zielmärkte sowie Fokustechnologien und Fokusbranchen definiert. Die Ansiedlung von Unternehmen mittels aktiver Marktbearbeitung (d.h. direktes Anwerben oder Empfehlungen über aktiv aufgebaute Netzwerke und Multiplikatoren) hat im Zeitraum 2018-2021 anteilmässig nochmals deutlich zugenommen. Der Anteil neu angesiedelter Unternehmen über direkte Firmenanfragen reduzierte sich weiter.

Die erfolgreiche von der GZA verfolgte proaktive Ansiedlungsstrategie gewinnt damit auch in der aktuellen Betrachtungsperiode 2018-2021 weiterhin an Bedeutung. Sie ist ein starkes Indiz dafür, dass viele der angesiedelten Unternehmen ohne das Standortmarketing der GZA und ihrer Partner nicht in die Greater Zurich Area gezogen wären.

## Metropolitanregionen stehen im Wettbewerb

Ausblick

Der Metropolitanraum Greater Zurich Area steht in Konkurrenz mit anderen europäischen Metropolitanräumen. Es gibt verschiedene Faktoren, die den Entscheid, in einem Land zu investieren, beeinflussen. Gemäss einer Untersuchung von EY sind folgende drei Faktoren aktuell am wichtigsten: 1. Grad der Umsetzung von neuen Technologien durch Konsumenten, Bürger und öffentliche Verwaltung; 2. Politischer Umgang mit Klimawandel und Nachhaltigkeit, und 3. Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte. Auch die nachfolgenden vier Kriterien 4. Liquidität der Finanzmärkte und verfügbares Kapital, 5. Politische Stabilität, 6. Lebensqualität und 7. Infrastruktur sind entscheidend bei der Standortwahl.

Vergleicht man die Wichtigkeit der Kriterien nach Ursprungsland der Unternehmen fallen einige Unterschiede auf. Für chinesische Unternehmen ist beispielsweise der Grad der Umsetzung von neuen Technologien noch wichtiger als im Durchschnitt aller Länder. Dasselbe gilt für Forschung und Entwicklung.

Zürich erscheint in dieser Umfrage nicht in der Liste der Top-10 Destinationen für ausländische Direktinvestitionen. Je nach untersuchtem Szenario (alle Ursprungsländer, Headquarter China, Headquarter USA und Headquarter Fokusländer) belegt Zürich die Plätze 12 bis 15.

Nachdem in der letzten Betrachtungsperiode (2013-2017) die Trendkurve der ausländischen Direktinvestitionen in die Schweiz nach unten zeigte, hat sich diese in der aktuellen Betrachtungsperiode (2018-2021) wieder leicht nach oben entwickelt.

### Verstärkter Fokus auf Technologiefelder

Standortmarketing, welches auf einen nachhaltigen und qualitativen Strukturwandel ausgerichtet ist, sollte auf diejenigen Technologie-Cluster fokussieren, die den grössten Multiplikatoreffekt in ihrem Ökosystem versprechen. Bei der von der GZA gewählten Technologie- und Branchen-Fokussierung auf Biotechnologie, Medtech, High-Tech und Information & Communication Technology (ICT) stellen wir einen solchen Multiplikatoreffekt fest. Dadurch, dass die Greater Zurich Area gezielt auf die Ansiedlung von solch vielversprechender Technologiekompetenz setzt, wird der Standort bezüglich Innovationskraft, Arbeitskräfte-Pool und Wachstumspotential nachhaltig gestärkt. Wir betrachten die dadurch erreichte Ausstrahlung auf die Ökosysteme und den indirekten Nutzen der Aktivitäten der GZA als substanziell.

### Proaktives Standortmarketing noch wichtiger

Die Coronakrise hat die zweite Hälfte der Betrachtungsperiode 2018-2021 massgeblich geprägt. Dank Rettungspaketen des Bundes sowie einer hohen Resilienz der Unternehmen hat die Schweizer Wirtschaft diese Krise relativ unbeschadet überstanden. Die Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area waren über die gesamte Betrachtungsperiode gesehen erfreulicherweise stabil.

Wie sich der Krieg in der Ukraine sowie weitere geopolitische Risiken, Unterbrüche globaler Lieferketten, Rohstoffknappheit und die damit zusammenhängende Energiekrise und rekordhohe Inflation auf künftige Standortentscheide internationaler Unternehmen auswirken, muss sich noch zeigen.

Der Abbruch der Verhandlungen über ein mögliches Rahmenabkommen der Schweiz mit der EU hat bereits erste negative Auswirkungen gezeigt. Beispielsweise bleibt Schweizer Unternehmen der Zugang zu bestimmten Förderprogrammen der EU (z.B. Horizon Europe) verwehrt. Das damit verbundene aktuell grösste Risiko ist die verminderte Attraktivität der Schweizer Hochschulen insbesondere für Top-Forscher und die daraus folgende Erosion der Schweizer Forschungs- und Innovationskraft. Die Schweizer Regierung versucht, mit eigenen Förderprogrammen die Auswirkungen abzufedern. Eine abschliessende Einschätzung der Auswirkungen auf die Neuansiedlung von ausländischen Unternehmen ist auch hier noch nicht möglich.

Allerdings lässt sich sagen, dass politische und wirtschaftliche Unsicherheiten stets zu einem deutlich höheren Erklärungsbedarf bei potenziellen ausländischen Investoren führen. Um diese von der Standortwahl in der Greater Zurich Area zu

überzeugen, sind zukünftig voraussichtlich noch grössere Anstrengungen in der Kommunikation und Direktansprache der Unternehmen nötig. Um zu überzeugen, braucht es für jedes Zielunternehmen spezifische und komplexe Argumente, die auf die individuelle Situation zugeschnitten sind.

Die proaktive und strategisch fokussierte Standortstrategie der GZA schätzen wir als sehr wertvoll und wichtig ein. Dadurch kann im Direktkontakt Erklärungsbedarf befriedigt und auch zukünftig ein nachhaltiger Ansiedlungserfolg innerhalb der Greater Zurich Area sichergestellt werden.



## Inhaltsverzeichnis

Management Summary .....	2
Inhaltsverzeichnis .....	8
Abbildungsverzeichnis .....	9
Tabellenverzeichnis.....	10
1. Einleitung .....	11
1.1. Aufgabenstellung .....	11
1.2. Datengrundlage .....	11
1.3. Einschränkungen.....	12
2. Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen in der Berichtsperiode 2018-2021 und Vergleich mit der Vorperiode .....	13
2.1. Angesiedelte Unternehmen .....	13
2.2. Geschaffene Arbeitsstellen.....	14
2.3. Fokussierte Strategie der GZA .....	15
2.3.1. Allgemeines .....	15
2.3.2. Geographische Zielmärkte .....	15
2.3.3. Technologie .....	16
2.4. Unternehmensfunktion und Internationalität .....	18
2.5. Headquarters.....	20
2.6. Nachhaltigkeit.....	20
2.7. Steuereinnahmen und Verhältnis zu den Kosten des Standortmarketings ..	21
3. Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen in der Gesamtperiode 2009-2021 .....	24
3.1. Neuansiedlungen und Entwicklung der Unternehmen.....	24
3.2. Geschaffene Arbeitsplätze und deren Entwicklung.....	25
3.3. Steuereinnahmen und Verhältnis zu den Kosten des Standortmarketings ..	26
3.4. Aktualisiertes typologisches Modell eines durchschnittlichen in der Greater Zurich Area angesiedelten Unternehmens .....	29
4. Treiber für den Ansiedlungserfolg.....	30
4.1. Kriterien für Standortwahl .....	30
4.2. Neuansiedlungskanäle .....	35
5. Weitere volkswirtschaftliche Wertbeiträge .....	37
5.1. Wertbeiträge in Ökosystemen.....	37
5.2. Innovation als wichtiger Treiber für Standortattraktivität.....	38
6. Würdigung des Nutzens des Standortmarketings der GZA und Ausblick.....	39

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Angesiedelte Unternehmen in der Periode 2018-2021 .....	13
Abbildung 2	Anzahl geschaffener Arbeitsplätze bei Ansiedlung 2018-2021; nach Kantonen, aktive Unternehmen per Ende 2021 .....	14
Abbildung 3	Ansiedlungsverlauf nach Zielmärkten 2018-2021 .....	15
Abbildung 4	Top 5 Herkunftsländer für Neuansiedlungen 2018-2021 .....	16
Abbildung 5	Anzahl Ansiedlungen nach Fokusbranchen 2018-2021.....	17
Abbildung 6	Angesiedelte Unternehmensfunktionen 2018-2021 .....	18
Abbildung 7	Geografische Abdeckung der angesiedelten Funktionen 2018- 2021.....	19
Abbildung 8	Neuansiedlungen und Entwicklung der Unternehmen 2009-2021 .....	24
Abbildung 9	Geschaffene Arbeitsstellen und deren Entwicklung 2009-2021	25
Abbildung 10	Anzahl geschaffener Arbeitsplätze bei Ansiedlung 2009-2021; aktive Unternehmen per Ende 2021.....	25
Abbildung 11	Modell eines durchschnittlichen in der GZA angesiedelten Unternehmens über 13 Jahre.....	29
Abbildung 12	Die drei wichtigsten Faktoren für einen Investitionsentscheid in einem anderen Land .....	31
Abbildung 13	Wichtigkeit der Standortfaktoren für Foreign Direct Investments (FDI) nach Herkunftsländ .....	32
Abbildung 14	Entwicklung der Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area (GZA) im Vergleich zur Entwicklung der Anzahl Projekte für Foreign Direct Investments (FDI) in der Schweiz 2018-2021 ....	34
Abbildung 15	Kumulierte Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area (GZA) 2018-2021 im Vergleich zu den Foreign Direct Investments (FDI) 2018-2021 nach Sektor/Branche .....	34
Abbildung 16	Kumulierte Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area (GZA) 2018-2021 im Vergleich zu den kumulierten Foreign Direct Investments (FDI) 2018-2021 nach Unternehmensfunktion .....	35
Abbildung 17	Entwicklung der relativen Bedeutung der Neuansiedlungskanäle 2009-2021.....	36

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Schätzung der Einkommens- und Vermögenssteuern 2018-2021 .....	21
Tabelle 2	Schätzung der Unternehmenssteuern 2018-2021.....	22
Tabelle 3	Schätzung der Steuerträge insgesamt 2018-2021 .....	22
Tabelle 4	Schätzung der Gesamtkosten der Standortpromotion 2018-2021 .....	23
Tabelle 5	Schätzung der Einkommens- und Vermögenssteuern 2009-2021 .....	27
Tabelle 6	Schätzung der Unternehmenssteuern 2009-2021.....	27
Tabelle 7	Schätzung der Steuererträge insgesamt 2009-2021 .....	28
Tabelle 8	Schätzung der Gesamtkosten der Standortpromotion 2009-2021 .....	28
Tabelle 9	Attraktivste Städte für ausländische Investitionen in den nächsten drei Jahren.....	33
Tabelle 10	Anwendung des Multiplikatoreffekts im Ökosystem auf die Unternehmen der Pharmabranche bzw. aller Branchen in der Greater Zurich Area.....	37

## 1. Einleitung

### 1.1. Aufgabenstellung

Die Stiftung „Greater Zurich Area Standortmarketing“ beauftragte EY mit der Durchführung einer Analyse und Kommentierung des Ansiedlungserfolgs der Standortmarketingorganisation Greater Zurich Area AG (GZA) in Zusammenarbeit mit ihren Partnern der Wirtschafts- bzw. Standortförderungsstellen der Kantone Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Solothurn, Schwyz, Tessin, Uri, Zug und Zürich sowie der Region Winterthur und der Stadt Zürich. Die Analyse umfasst die Entwicklung und Treiber des Ansiedlungserfolgs im Zeitraum 2018-2021, die dadurch entstandenen Arbeitsplätze, das dadurch geschaffene Steuersubstrat sowie weitere volkswirtschaftliche Wertbeiträge.

Bereits 2014 und 2018 erstellte EY ähnliche Analysen und Berichte. Es soll im vorliegenden Bericht analysiert und beurteilt werden, wie sich die angesiedelten Unternehmen in der laufenden Periode 2018-2021 (4 Jahre) entwickelt haben und wie der volkswirtschaftliche Beitrag der Ansiedlungsaktivitäten für den dreizehnjährigen Gesamtzeitraum 2009-2021 aussieht.

Die erweiterte Datenbasis erlaubte wiederum weiterführende statistische Untersuchungen, um den Ansiedlungserfolg im Gebiet der Greater Zurich Area noch besser beurteilen zu können, z.B. durch die statistische Ermittlung eines typologischen „Durchschnittsunternehmens“, welches in der Greater Zurich Area angesiedelt wird. Ebenfalls wieder durchgeführt wurden Analysen und Überlegungen zu Ökosystemen, zur interkantonalen Wertschöpfung und zur weiteren volkswirtschaftlichen Bedeutung der Ansiedlungsaktivitäten der GZA.

EY führte hierzu verschiedene Datenanalysen zu möglichen Einflussfaktoren und Trends in Bezug auf die Aktivitäten und den Ansiedlungserfolg der GZA und der entsprechenden Wirtschaftsförderungsstellen der Partnerkantone sowie der Region Winterthur und der Stadt Zürich durch.

### 1.2. Datengrundlage

Die im vorliegenden Bericht dokumentierten Analysen zum Ansiedlungserfolg der GZA basieren auf von den Standortkantonen mittels Fragebogen bei den betroffenen Unternehmen im Frühjahr 2022 erhobenen und von der GZA konsolidierten und bereinigten Umfrageergebnissen. Der Fragebogen wurde seit der letzten Befragung im Jahr 2018 erweitert, um zusätzliche Auswertungen zu ermöglichen.

Rund 67% der Angaben zu den geschaffenen Arbeitsstellen wurden von den Standortkantonen bei den angesiedelten Unternehmen für das Jahr 2021 direkt erhoben (persönliche Besuche sowie telefonische oder schriftliche Umfragen). Weitere 18% wurden von den Kantonen geschätzt oder durch diese basierend auf den Angaben der Unternehmen ergänzt. Die restlichen 15% basieren auf einer Einschätzung der GZA auf Grundlage von Gesprächen mit den Unternehmen zu Beginn ihrer Standortevaluation.

Folgende Änderungen sind beim Datenset aufgetreten: Seit 2019 gehört das Tessin zur Greater Zurich Area. Dadurch ist die mögliche Gesamtmenge grösser als in den vergangenen zwei Betrachtungsphasen.

Für weitergehende Auswertungen, insbesondere für Vergleiche mit gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen oder Trendberechnungen, sind Daten aus diversen weiteren Quellen zugezogen worden, die im Bericht entsprechend gekennzeichnet sind.

### 1.3. Einschränkungen

Die Umfrageergebnisse wurden von EY hinsichtlich statistischer Auffälligkeiten (z.B. starke Veränderung der gemeldeten Mitarbeitendenzahlen seit der letzten Erhebung per Ende 2017) und inhaltlicher Konsistenz plausibilisiert. Diese Plausibilisierung stellt jedoch keine Prüfung im technischen Sinne dar. Die Überprüfung der Richtigkeit und Vollständigkeit der von den kantonalen Wirtschaftsförderungsstellen erhobenen Rohdaten der Umfrage war nicht Teil des Auftrags. Der vorliegende Bericht basiert auf den mit der GZA vereinbarten Plausibilisierungen, Datenanalysen, Auswertungen und Kommentierungen und demnach nicht auf einem offiziellen Prüfungsstandard.

## 2. Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen in der Berichtsperiode 2018-2021 und Vergleich mit der Vorperiode

### 2.1. Angesiedelte Unternehmen

In den Jahren 2018-2021 wurden 445 Unternehmen in der Greater Zurich Area angesiedelt

Zwischen 2018 und 2021 liessen sich in der Greater Zurich Area 445<sup>1</sup> Unternehmen nieder. Trotz eines signifikanten Rückgangs der Anzahl neuangesiedelter Unternehmen im Jahr 2020, kam es in der aktuellen Berichtsperiode mit durchschnittlich knapp 111 Ansiedlungen jährlich zu einer erheblichen Zunahme im Vergleich zur Vorperiode (rund 92 Unternehmen pro Jahr).

Im Jahr 2020 gab es mit 88 Neuansiedlungen einen signifikanten Einbruch, welcher auf die Coronakrise zurückzuführen ist. 2021 war mit 125 Neuansiedlungen ein absolutes Rekordjahr.

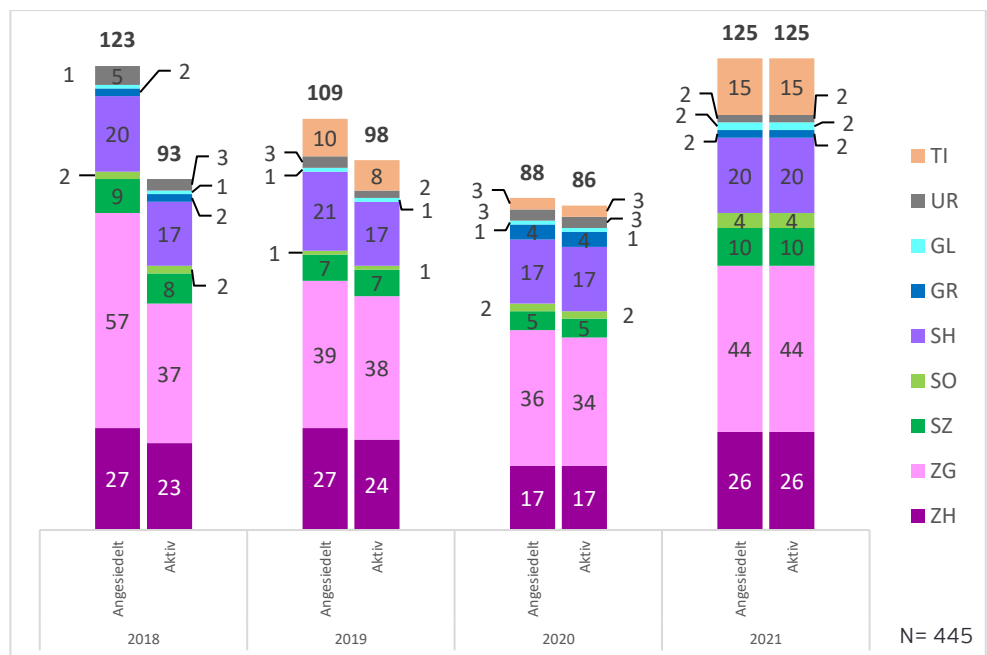


Abbildung 1 - Angesiedelte Unternehmen in der Periode 2018-2021; nach Kantonen

Per Ende 2021 waren 402 der 445 angesiedelten Unternehmen in der Greater Zurich Area aktiv. Während dieser Zeit haben 31 Unternehmen die Schweiz verlassen, sind liquidiert worden oder haben Konkurs angemeldet. 12 Unternehmen haben ihren Standort in einen anderen Kanton ausserhalb der Greater Zurich Area verlegt.

<sup>1</sup> Netto-Ansiedlungen, d.h. Neuansiedlungen minus Wegzüge, Liquidationen und Konkurse

90% der in der Betrachtungsperiode angesiedelten Unternehmen sind noch aktiv

Per Ende 2021 waren noch knapp 90% der während der Betrachtungsperiode (2018-2021) angesiedelten Unternehmen in der Greater Zurich Area aktiv. Gegenüber der Vorperiode (2014-2017) mit 93% ist das ein leichter Rückgang. Die Überlebensrate ist aber immer noch deutlich höher als der Durchschnitt aller in der Schweiz gegründeten Unternehmen. Diese liegt bereits zwei Jahre nach Unternehmensgründung nur noch bei 70% und nach fünf Jahren bei 60%. Das Ansiedlungsergebnis kann deshalb als sehr nachhaltig bezeichnet werden.

## 2.2. Geschaffene Arbeitsstellen

Die aktiven Unternehmen schufen 2018-2021 netto 2'014 Arbeitsstellen

Im Zeitraum 2018-2021 schufen die insgesamt 402 neu angesiedelten Unternehmen, welche am Ende dieses Zeitraums aktiv waren, netto 2'014 Arbeitsstellen in der Greater Zurich Area (gemeldeter Stand per Ende 2021). Dabei nicht eingerechnet ist das indirekte Stellenwachstum, welches sich dadurch ergibt, dass neu angesiedelte Unternehmen in ihrem Ökosystem mit der Beschäftigung von Zulieferern, Partnern und Kunden helfen, weitere Stellen zu schaffen. Siehe dazu die Ausführungen in Kapitel 5.1.

In den Kantonen Zürich, Zug und Schaffhausen wurden am meisten Arbeitsstellen geschaffen. Während bei den Neuansiedlungen Zug vor Zürich liegt, zeigt sich bei den geschaffenen Arbeitsstellen das umgekehrte Bild. Hier liegt der Kanton Zürich mit 798 geschaffenen Arbeitsstellen klar vor dem Kanton Zug mit 630 geschaffenen Arbeitsstellen im vorliegenden Betrachtungszeitraum.

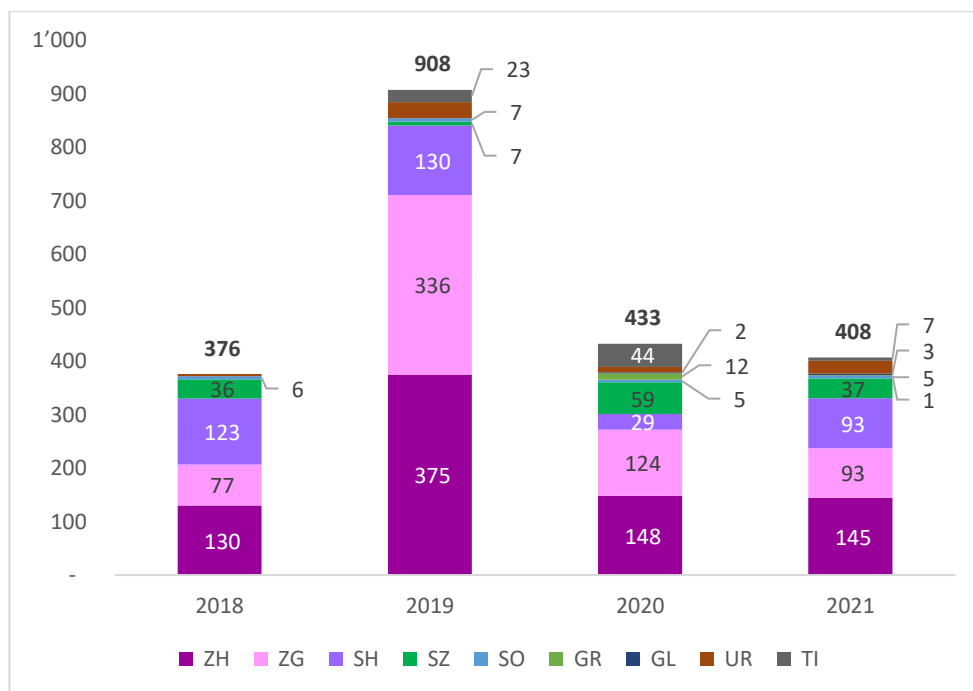


Abbildung 2 - Anzahl geschaffener Arbeitsplätze bei Ansiedlung 2018-2021; nach Kantonen, aktive Unternehmen per Ende 2021

## 2.3. Fokussierte Strategie der GZA

### 2.3.1. Allgemeines

Im Rahmen ihrer aktuellen Strategie fokussiert die GZA ihre Positionierung, Marktbearbeitung und Kommunikation noch stärker auf die im Wirtschaftsraum vorhandenen technologischen Kompetenzen. Der Technologie-Fokus wurde geschärft und weiterentwickelt. Treiber des aus diesem Fokus resultierenden Wachstums sind die hier vorhandenen Ökosysteme, in welchen Wissenschaft, Unternehmen, öffentliche Verwaltungen, Zulieferer und Kunden in den innovativsten Technologiefeldern interagieren. Das strategische Standortmarketing der GZA sucht gezielt nach Akteuren, die diese Ökosysteme ergänzen können, damit die Greater Zurich Area ihre Rolle als führender Technologiehub weiter festigen kann.

Weiterhin gilt, dass die Metropolitanregionen untereinander im internationalen Standortwettbewerb stehen für Unternehmensansiedlungen und ausländische Direktinvestitionen (FDI - Foreign Direct Investments). Die GZA legt auch hier in ihren proaktiven Ansiedlungsbemühungen unverändert einen entsprechenden Fokus.

### 2.3.2. Geographische Zielmärkte

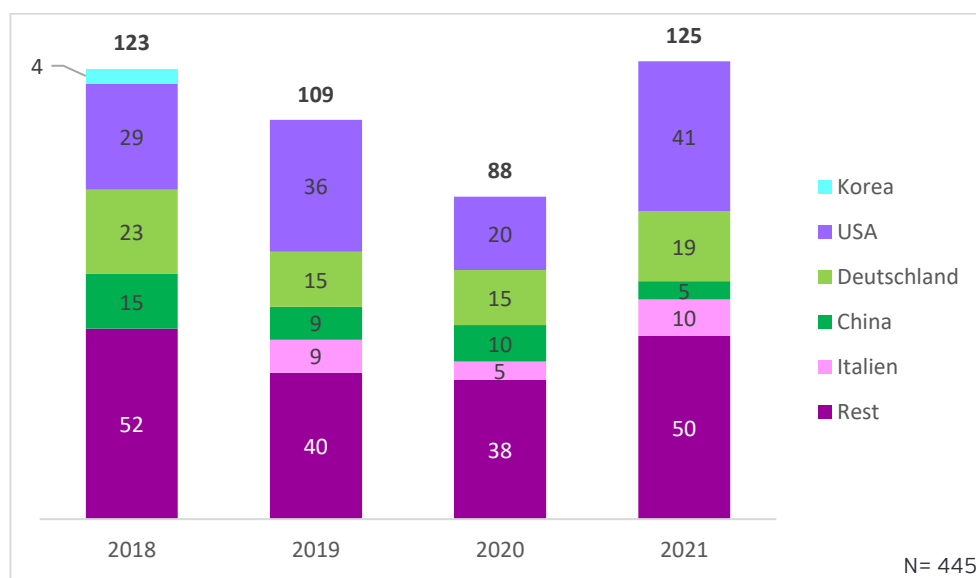


Abbildung 3 - Ansiedlungsverlauf nach Zielmärkten 2018-2021

Bereits im letzten Betrachtungszeitraum fokussierte sich die GZA darauf, ihre Ansiedlungsbemühungen auf die Schwerpunktländer USA, China, Deutschland, Italien sowie Korea zu legen. Wie in Abbildung 3 ersichtlich ist, stammt über die Hälfte der Ansiedlungen der aktuellen Betrachtungsperiode aus den



In den Jahren 2018-2021 wurden 200 Unternehmen aus Europa und 126 Unternehmen aus den USA angesiedelt

obengenannten Märkten und belegt daher die Wirkung der gewählten geographischen Fokus-Strategie.

Aus Europa sind über alle vier Jahre betrachtet mit 200 Neuansiedlungen am meisten Zuzüge zu verzeichnen. Die USA weist mit 126 Ansiedlungen den zweithöchsten Wert aus. Im Vergleich zum letzten Betrachtungszeitraum hat der Anteil von Ansiedlungen aus Europa und den USA zugenommen und beträgt zusammen 72%.

Vergleicht man die Entwicklungen auf Länderebene, entschieden sich insbesondere Unternehmen aus der USA für einen Standort in der Greater Zurich Area. 28% aller Neuansiedlungen stammen aus dem definierten Zielmarkt USA.

Die Top 5 Herkunftsländer machen gemeinsam 63% aller angesiedelten Unternehmen aus.

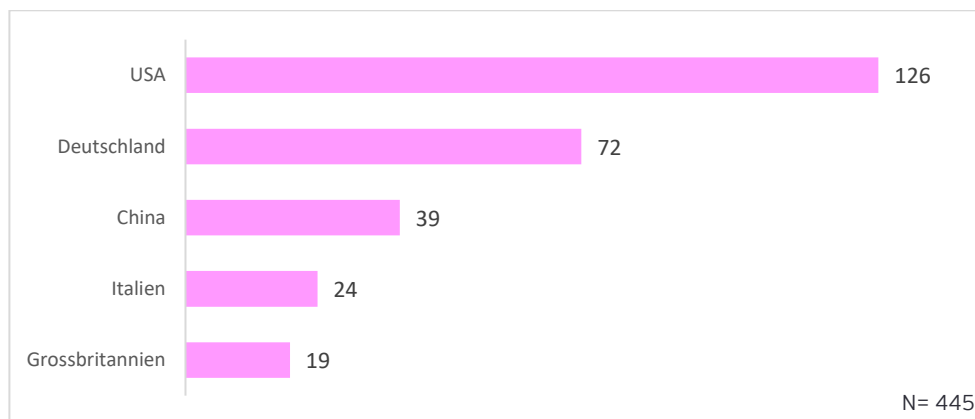


Abbildung 4 - Top 5 Herkunftsländer für Neuansiedlungen 2018-2021

### 2.3.3. Technologie

Die Ansiedlung von Unternehmen, welche Technologien mit hoher Innovationskraft und Wertschöpfung mitbringen, ist Kern der Strategie der GZA. Die wichtigsten Branchen sind IT-/Telekommunikationstechnologien (IKT) und Life Science. Dazu kommen Robotik und autonome Systeme, Fintech, Blockchain und Advanced Manufacturing. Ziel ist es, in den geographischen Fokus-Märkten die ausgewählten Technologiefelder und Branchen weiter systematisch zu bearbeiten.

69% der angesiedelten Unternehmen stammen aus einer Fokusbranche

Von den 445 Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area zwischen 2018-2021 stammen 306 Unternehmen, beziehungsweise rund 69%, aus den definierten Fokusbranchen. Im Vergleich zur letzten Betrachtungsperiode nahm die Anzahl der Neuansiedlungen in den Fokusbranchen um rund 9%-Punkte zu, was auf eine erfolgreiche Umsetzung der festgelegten Strategie der GZA hindeutet.

Die IT-/Telekommunikations- sowie die Biotechnologie-/Pharmabranche weisen mit 190 Unternehmen bzw. rund 43% den grössten Teil aller Fokusbranchen auf.

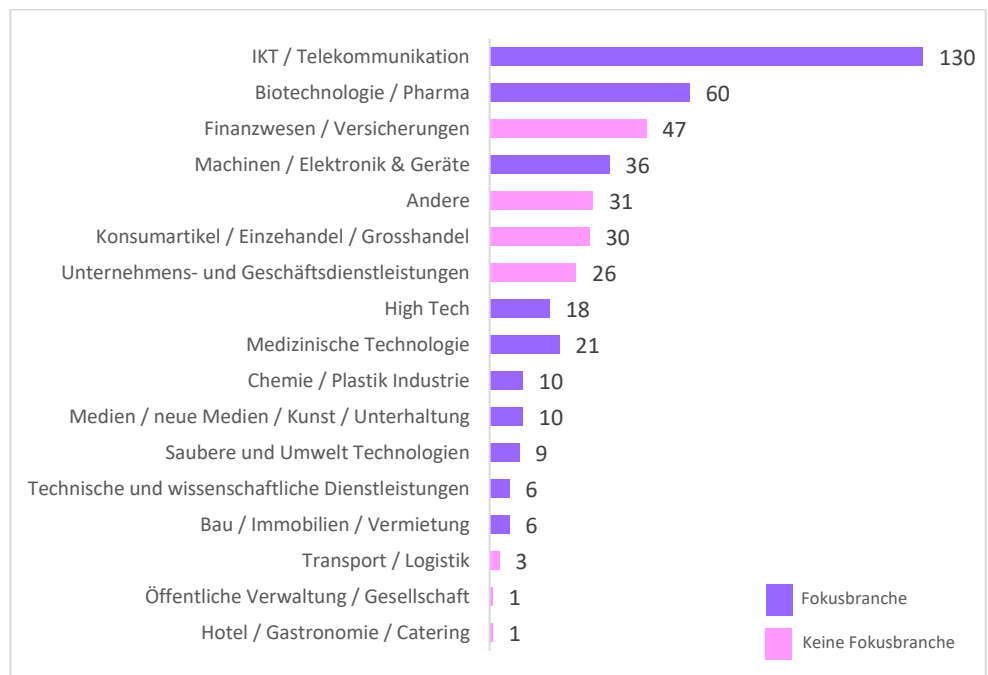


Abbildung 5 - Anzahl Ansiedlungen nach Fokusbranchen 2018-2021

## 2.4. Unternehmensfunktion und Internationalität

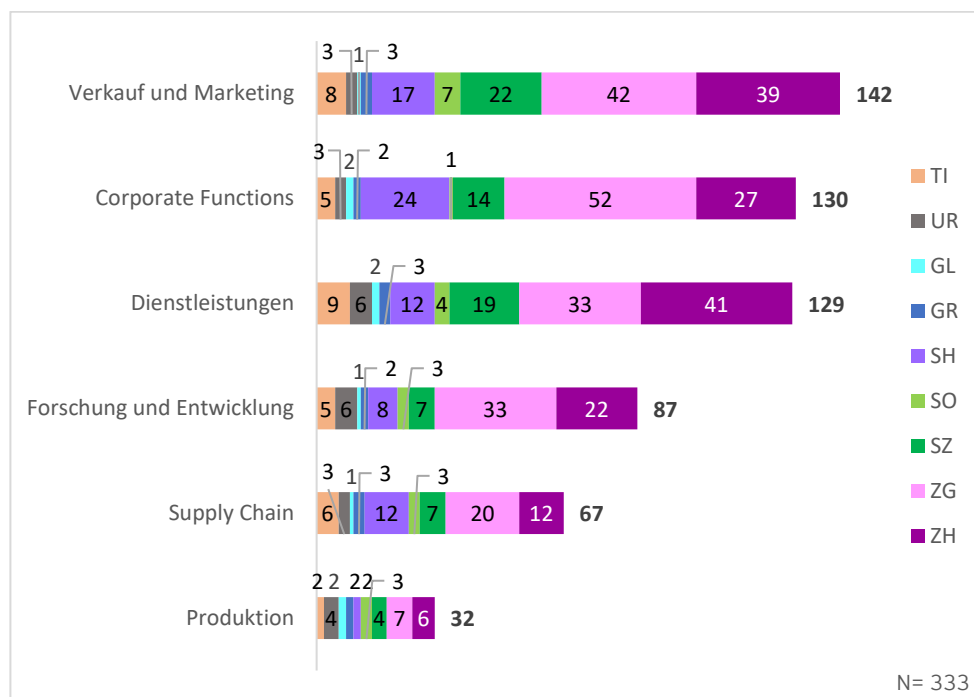


Abbildung 6 - Angesiedelte Unternehmensfunktionen 2018-2021 (Mehrfachnennungen möglich)

Verkauf und Marketing war die am häufigsten angesiedelte Unternehmensfunktion

In Abbildung 6 wird ersichtlich, dass die angesiedelten Unternehmensfunktionen per Ende 2021 insbesondere im Verkauf und Marketing dominieren (142 bzw. 42% aller Unternehmen), wobei kurz danach Corporate Functions mit 130 respektive 39% und Dienstleistungen mit 129 respektive rund 39%, fast gleich oft genannt wurden (Mehrfachnennungen waren möglich).

Der Ansiedlungsfokus auf die genannten Unternehmensfunktionen wird gestützt durch eine Studie von EY zu den ausländischen Direktinvestitionen in der Schweiz<sup>2</sup>. Aus dieser geht ebenfalls hervor, dass Verkauf und Marketing die am meisten angesiedelte Unternehmensfunktion ist.

<sup>2</sup> EY Europe Attractiveness Survey 2022

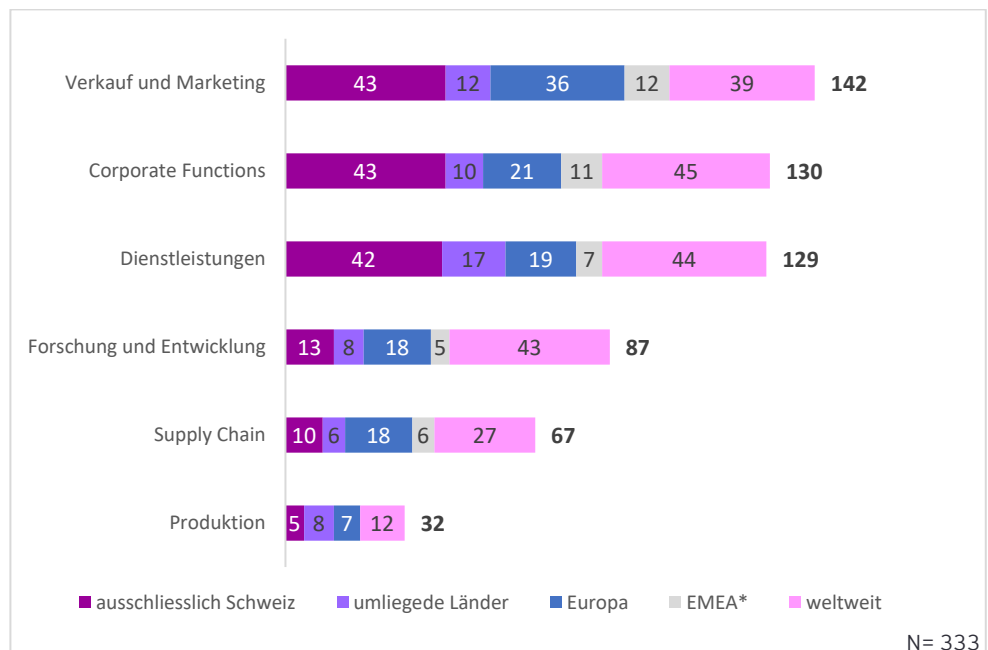


Abbildung 7 - Geografische Abdeckung der angesiedelten Funktionen 2018-2021 (Mehrfachnennungen möglich)

\*EMEA: Europa, Naher Osten und Afrika

73% der angesiedelten Unternehmensfunktionen haben ein Aktivitätsspektrum über die Schweiz hinaus

73% Prozent der zwischen 2018-2021 angesiedelten Unternehmensfunktionen haben ein Aktivitätsspektrum, das über die Schweiz hinausgeht. Das ist ein leichter Rückgang gegenüber den 80% in der Vorperiode (2014-2017). In 63% der Fälle gehen die Unternehmensaktivitäten sogar über Europa hinaus (z.B. globales Hauptquartier einer Unternehmenssparte). In der aktuellen Beobachtungsperiode weisen Forschung und Entwicklung sowie Supply Chain beide mit 85% die grössten Anteile an weltweitem und europäischem Aktivitätsspektrum, dicht gefolgt von Produktion mit 84%. Im Vergleich zur letzten Berichtsperiode 2014-2017 wurde bei Corporate Functions (33%) sowie Verkauf und Marketing (30%) das Aktivitätsspektrum vermehrt in die Schweiz verschoben (Mehrfachnennungen waren möglich).

Nach Einschätzung von EY kann davon ausgegangen werden, dass durch die Neuansiedlung von Unternehmensfunktionen mit internationaler Reichweite wirklich zusätzliche Arbeitsplätze in der Greater Zurich Area geschaffen werden und nicht nur eine Verschiebung von Arbeitsplätzen stattfindet.

Die internationale Ausrichtung der durch die GZA angesiedelten Unternehmen wirkt sich positiv auf die volkswirtschaftliche Wertschöpfung aus

EY geht zudem davon aus, dass in der Regel die Mitarbeitenden in Unternehmensfunktionen mit internationaler Reichweite eine höhere Qualifikation ausweisen. Damit verbunden ist ein höheres Lohnniveau und entsprechend höheres Steuersubstrat. Im Vergleich zu Unternehmen mit stark binnenwirtschaftlichem Fokus wirkt sich die starke Internationalität der durch die GZA angesiedelten Unternehmen positiv auf ihre Wertschöpfung aus.

Die in der Greater Zurich Area neu angesiedelten Unternehmen schöpfen damit einen bedeutenden volkswirtschaftlichen Beitrag für die Metropolitanregion Greater Zurich Area von ausserhalb der Schweiz. Durch ihre Vernetzung erhöhen sie auch die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Greater Zurich Area.

## 2.5. Headquarters

Globale oder regionale Hauptsitze von international tätigen Unternehmen oder Unternehmenseinheiten (Divisionen) werden auch Headquarters (Unternehmen mit Hauptsitzfunktion) genannt und sind eine besondere Form von angesiedelten Unternehmen mit starker Internationalität.

Geschäftsprozesse werden aufgrund von Globalisierung, zunehmender Mobilität und entsprechenden Technologien aufgespalten und geographisch an Orten angesiedelt, an denen sie aus betriebswirtschaftlicher Sicht ideal ausgeführt werden können.

So werden weniger anspruchsvolle Aktivitäten, die sich nicht automatisieren lassen, wie zum Beispiel die repetitive Verarbeitung von Rechnungen, an Standorten und in Ländern ausgeübt, in denen die Lohnkosten tiefgehalten werden können. Klassische Headquarter-Funktionen hingegen werden aus diesem Grund auch oft geographisch verteilt. Gleichzeitig werden anspruchsvolle Aktivitäten, die eine hohe Wertschöpfung mit sich bringen, wie zum Beispiel Forschung & Entwicklung oder Unternehmensführung (HR, Finance), an Orten ausgeführt, die die notwendigen Kompetenzen und Ressourcen ausweisen. Für solche Tätigkeiten ist die Greater Zurich Area ein nachgewiesener attraktiver Standort.

22% aller Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area waren sogenannte Headquarters

Über alle Branchen hinweg wurden im Zeitraum 2018-2021 von den total 445 Neuansiedlungen insgesamt 98 Headquarters in der Greater Zurich Area etabliert, was rund 22% aller Neuansiedlungen sind.

Dieses Resultat bestätigt, dass die Greater Zurich Area für Headquarters attraktiv ist. Aus einer Substanzbetrachtung ist dies positiv zu bewerten, weil Headquarters oft die Verlagerung weiterer Unternehmensfunktionen an den Standort in der Greater Zurich Area mit sich bringen und damit zusätzliche Substanz in Form von Direktinvestitionen und Arbeitsplätzen schaffen. Per Ende 2021 beträgt die durchschnittliche Anzahl Beschäftigter bei den Unternehmen mit Hauptsitzfunktion denn auch 5.8 FTE gegenüber 4.5 FTE im Durchschnitt aller im Zeitraum 2018-2021 angesiedelten Unternehmen.

## 2.6. Nachhaltigkeit

Das Thema Nachhaltigkeit bzw. ESG (Environment, Social, Governance) hat für Unternehmen generell eine grosse Bedeutung erlangt. Im Rahmen ihrer auf Qualität ausgerichteten Ansiedlungspolitik berücksichtigt die GZA deshalb ESG-Kriterien bei der gezielten Ansprache von Unternehmen. In der aktuellen Berichtsperiode haben wir ermittelt, ob die Unternehmen spezifisch messbare Nachhaltigkeitsziele in Bezug auf die CO<sub>2</sub>-Reduktion verfolgen und wie hoch der Prozentsatz der geplanten Emissionsreduzierung ist. 23% der befragten Unternehmen (mit insgesamt rund 4'700 Beschäftigten) hat bereits ein Nachhaltigkeitsziel. Knapp 23% gaben an, eine CO<sub>2</sub>-Emissionsreduktion von über 50% bis 2030 erreichen zu wollen.

Aufgrund der beschränkten Anzahl Antworten sind diese Zahlen nicht repräsentativ, geben aber eine erste Statusinformation zum Thema Nachhaltigkeit. Bei zukünftigen Befragungen und Auswertungen können hierauf basierend Trends abgeleitet und analysiert werden.

## 2.7. Steuereinnahmen und Verhältnis zu den Kosten des Standortmarketings

EY hat verschiedene Schätzungen und Modellrechnungen durchgeführt, um das Verhältnis von zurechenbaren Steuererträgen und direkten Kosten des Standortmarketings zu bestimmen.

Für die Individualsteuern der natürlichen Personen (Einkommens- und Vermögenssteuern) und für die Unternehmenssteuern wurden dasselbe Modell wie im letzten Bericht verwendet und folgende Annahmen getroffen, die EY überprüft und als angemessen beurteilt. Im Vergleich zu den ersten beiden Berichten haben wir die Annahme der durchschnittlichen Steuereinnahmen leicht reduziert.

Als Berechnungsgrundlage für die Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmenden wurden CHF 7'000 Steuerertrag für eine verheiratete, konfessionslose Person mit einem steuerbaren Einkommen von CHF 80'000, ohne Kinder und ohne Vermögen, wohnhaft im Kantonshauptort, angenommen. Dabei wurde auf dem Durchschnitt der Kantone Zürich, Zug und Schaffhausen abgestellt. Bundessteuern wurden nicht berücksichtigt.

Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmenden (in CHF)					
Jahr	#Angestellte Netto-Zugang*	Aus Vorjahr	Total kumuliert	Durchschnittliche Steuererträge	Total Steuererträge
2018	356	-	356	7'000	2'490'180
2019	584	356	940	7'000	6'581'097
2020	537	940	1'477	7'000	10'341'858
2021	536	1'477	2'014	7'000	14'096'250
<b>Total</b>					<b>33'509'385</b>

Tabelle 1 - Schätzung der Einkommens- und Vermögenssteuern 2018-2021

\*Netto-Zugang = Differenz aus Bruttozugang und Abgängen aus der vierjährigen Betrachtungsperiode

Das steuerbare Einkommen von CHF 80'000 entspricht einem vorsichtigen Wert, wenn man die Internationalität der Unternehmen sowie die angesiedelten Unternehmensfunktionen und das damit verbundene Anforderungsniveau an die Mitarbeitenden berücksichtigt. Eine Indexierung des Einkommens zur Angleichung an die Entwicklung des durchschnittlichen Lohnniveaus hat EY überprüft und ist zum Ergebnis gekommen, dass dieses im Betrachtungszeitraum keinen signifikanten Einfluss auf die Berechnungen hat.

Bei den juristischen Personen wurde der durchschnittliche Steuerertrag der aktuellen Berichtsperiode im Vergleich zu letztem Jahr auf CHF 28'000 (exkl. Bundessteuern) reduziert und aus dem Durchschnitt der Kantone Zürich, Schaffhausen und der Stadt Zürich ermittelt.

Unternehmenssteuern (in CHF)					
Jahr	Unternehmen Netto-Zugang*	Aus Vorjahr	Total kumuliert	Durchschnittliche Steuererträge	Total Steuererträge
2018	123	-	123	28'000	3'444'000
2019	99	123	222	28'000	6'216'000
2020	73	222	295	28'000	8'260'000
2021	107	295	402	28'000	11'256'000
<b>Total</b>					<b>29'176'000</b>

Tabelle 2 - Schätzung der Unternehmenssteuern 2018-2021

\*Netto-Zugang = Differenz aus Bruttozugang und Abgängen aus der vierjährigen Betrachtungsperiode

Steuererträge Insgesamt (in CHF)	
Einkommens- und Vermögenssteuern (a)	33'509'385
Unternehmenssteuern (b)	29'176'000
Total Steuererträge (brutto)	62'685'385
Abschlag 17% negativer Spill-Over Effekt auf (a)*	5'696'595
<b>Total Steuererträge (netto)</b>	<b>56'988'790</b>

Tabelle 3 - Schätzung der Steuererträge insgesamt 2018-2021

\* zur Berücksichtigung von Mitarbeitenden mit Wohnsitz ausserhalb der Greater Zurich Area; siehe Kapitel 6.1 des Berichts vom 1. Dezember 2018 für weitere Erläuterungen hierzu

Im Zeitraum 2018-2021 wurde ein Steuerertrag von CHF 57 Millionen erzeugt

Im Zeitraum zwischen 2018-2021 haben sich 445 Unternehmen (aktiv per Ende 2021: 402) mit 2'014 Mitarbeitenden in den Kantonen der Greater Zurich Area angesiedelt und einen Steuerertrag von rund CHF 57 Mio. erzeugt.

Durchschnittlich hat somit jede einzelne Ansiedlung in der aktuellen Untersuchungsperiode Steuereinnahmen von rund CHF 128'000 erbracht. Dieser Beitrag liegt leicht unter demjenigen der letzten Beobachtungsperiode (CHF 150'000) und ist mehrheitlich durch die angepassten Annahmen gesunken.

Die Rendite der Ansiedlungsaktivitäten der GZA wurde von EY auf der Basis von Kosteninformationen analysiert, welche von der GZA zusammengestellt wurden. Dabei wurden die Steuererträge den investierten Geldern der Kantone der Greater Zurich Area, der Stadt Zürich und der Region Winterthur gegenübergestellt. Dabei teilen sich die Kosten in jährliche Beiträge der Kantone an die GZA-Organisation sowie eigene Personal- und sonstige Kosten für die Standortförderung auf.

Gesamtkosten der Standortpromotion				
Jahr	Beitrag öffentliche Hand an GZA	Eigene Kosten der öffentlichen Hand		Anrechenbare Gesamtkosten
		Personalkosten*	Sonstige Kosten**	
2018	2'812'635	3'040'000	1'233'575	7'086'210
2019	2'991'514	3'210'000	1'318'311	7'519'825
2020	3'257'185	3'150'000	1'342'996	7'750'181
2021	3'520'678	3'200'000	1'249'495	7'970'173
<b>Total</b>				<b>30'326'389</b>

Tabelle 4 - Schätzung der Gesamtkosten der Standortpromotion 2018-2021

\*auf Basis folgender Stellenprozente (von den Kantonen an GZA gemeldet) à CHF 200'000: 15.2 FTE (2018), 16.05 FTE (2019), 15.75 FTE (2020) und 16 FTE (2021)

\*\*von den Kantonen gemeldete sonstige Kosten

Die Berechnung in Tabelle 4 wurde mit konservativen Annahmen durchgeführt, wobei das durchschnittliche Jahressalär inklusive aller Nebenkosten auf CHF 200'000 pro Mitarbeitenden für die Tätigkeiten rund um die Standortpromotion für die Geater Zurich Area festgelegt wurde.

Die Gesamtkosten der öffentlichen Hand betragen für den Betrachtungszeitraum 2018-2021 rund CHF 30 Mio., leicht höher als in der Vorperiode (CHF 28 Mio.). Einer der Haupttreiber für die höheren Kosten war der Beitritt des Kantons Tessin zur GZA.

Für jeden investierten Franken wurden 2018-2021 1.9 Franken Steuerertrag generiert

Bei der Gegenüberstellung der Steuererträge und den anrechenbaren Kosten ergibt sich ein Verhältnis von 1.9 : 1. Im aktuellen Betrachtungszeitraum wurde für jeden Franken, den die öffentliche Hand in die Standortförderung investierte, also rund 1.9 Franken an Steuererträgen für den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area generiert. In der Vorperiode 2014-2017 wurden für jeden investierten Franken der öffentlichen Hand rund 2.0 Franken erwirtschaftet.

Die Beiträge der Privatwirtschaft zur Standortpromotion betragen im aktuellen Betrachtungszeitraum rund CHF 4.4 Mio. Das Verhältnis von Steuererträgen zu Gesamtkosten (Kosten der öffentlichen Hand plus Beiträge der privaten Partner) beträgt unter Berücksichtigung dieser zusätzlichen Kosten 1.6 : 1, d.h. es wurden rund 1.6 Franken Steuererträge pro investierten Franken generiert.



### 3. Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen in der Gesamtperiode 2009-2021

#### 3.1. Neuansiedlungen und Entwicklung der Unternehmen

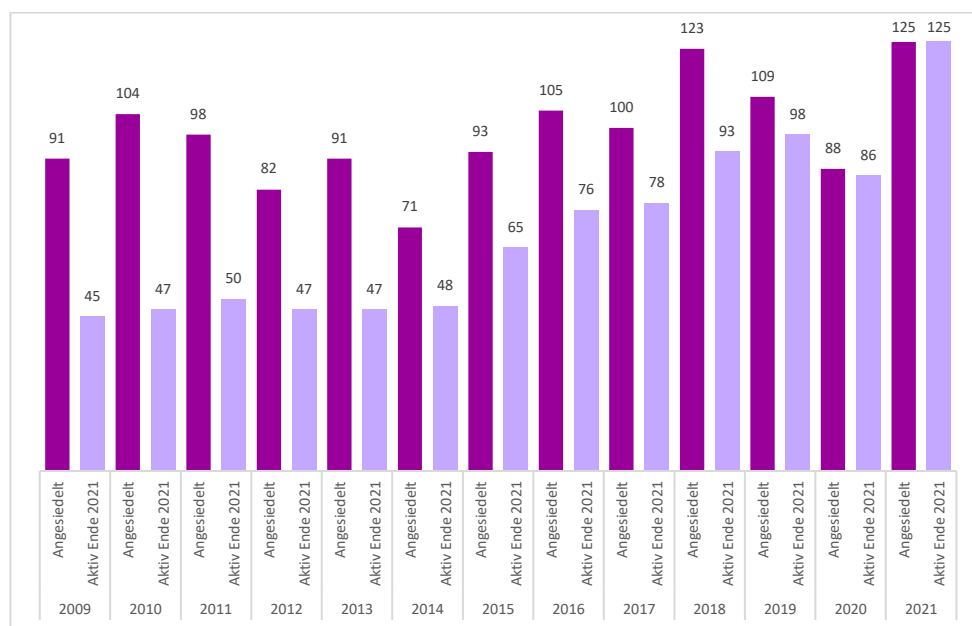


Abbildung 8 - Neuansiedlungen und Entwicklung der Unternehmen 2009-2021

Durch die Datenbasis, die Beobachtungen über 13 Jahre beinhaltet, ist es möglich, auch mittelfristige Aussagen und statistische Trends robust abzuleiten.

Im Gesamtzeitraum zwischen 2009-2021 wurden 1'280 Unternehmen in der Greater Zurich Area angesiedelt. Dies entspricht einem jährlichen Durchschnitt von 98.5 Unternehmen, mit ansteigender Trendkurve.

Die Überlebensrate neu angesiedelter Unternehmen ist höher als bei neugegründeten Unternehmen in der Schweiz

Per Ende 2021 waren 905 Unternehmen, bzw. 71% der insgesamt angesiedelten Unternehmen als aktiv gemeldet worden. Die Überlebensrate, der in der Greater Zurich Area neu angesiedelten Unternehmen liegt damit klar über derjenigen von in der Schweiz neu gegründeten Unternehmen, wo die Überlebensrate bereits nach zwei Jahren nur bei 70% und nach fünf Jahren bei 60% liegt.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Quelle: SECO, Statistische Grundlagen zu Neugründungen und wachstumsstarken Unternehmen, 2016

### 3.2. Geschaffene Arbeitsplätze und deren Entwicklung

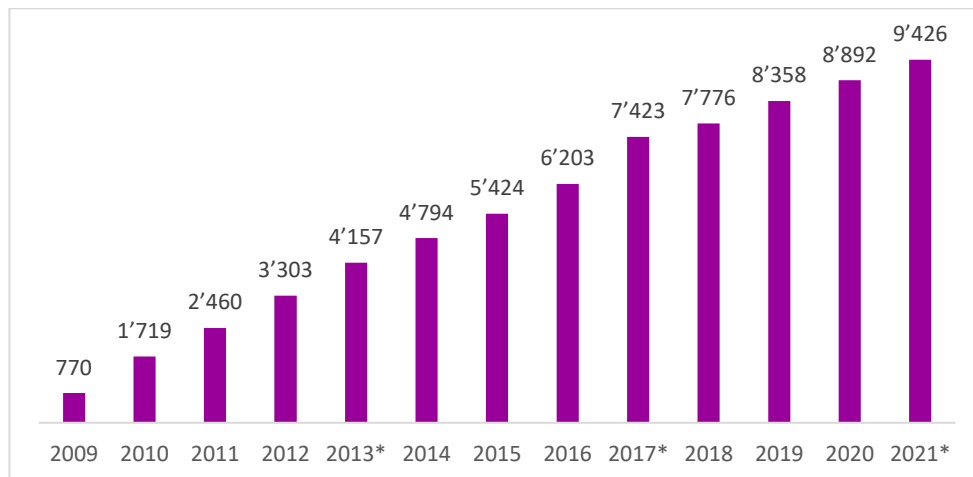


Abbildung 9 - Geschaffene Arbeitsstellen und deren Entwicklung 2009-2021

\*Gemäss Erhebung (andere Jahre intrapoliert)

Abbildung 9 zeigt eine von EY durch Interpolation ermittelte Entwicklung der kumulierten Vollzeitstellen über den Betrachtungszeitraum 2009-2021. Die Datenpunkte per Ende 2013, 2017 sowie 2021 stammen aus den Unternehmensbefragungen. Per Ende 2021 wurden netto 9'426 Vollzeitstellen gemeldet. Dies entspricht einem Durchschnitt von 10.4 Vollzeitstellen pro Unternehmen.

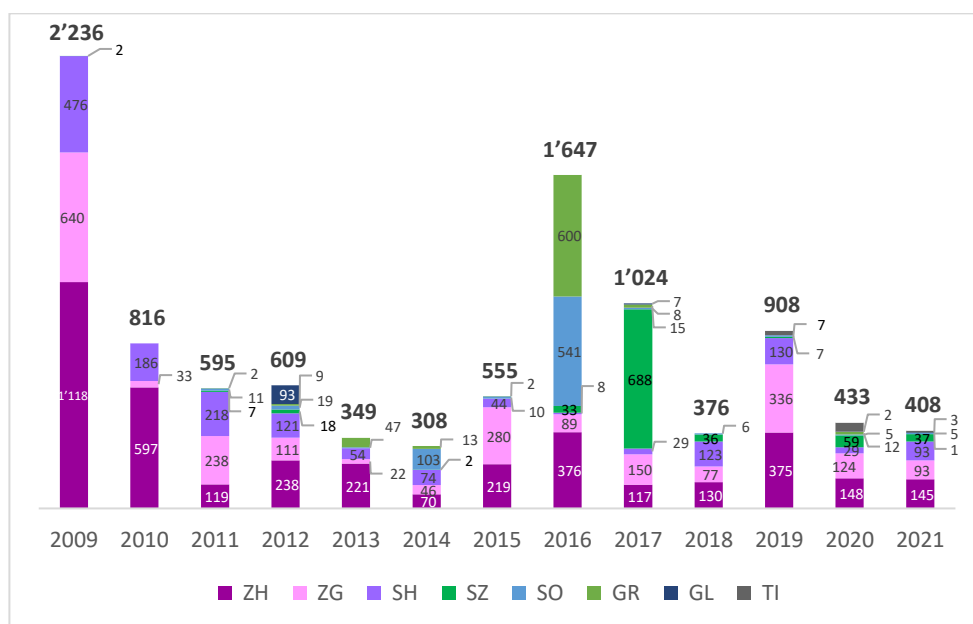


Abbildung 10 - Anzahl geschaffener Arbeitsplätze bei Ansiedlung 2009-2021; nach Kantonen, aktive Unternehmen per Ende 2021

In Abbildung 10 ist ersichtlich, dass über den gesamten Betrachtungszeitraum zwischen 2009 und 2021 der Kanton Zürich Spitzenreiter in der Schaffung neuer Arbeitsplätze ist. Im Kanton Zürich wurden 3'873 Arbeitsstellen geschaffen, im Kanton Zug deren 2'239 und im Kanton Schaffhausen deren 1'585. Damit wurden im Betrachtungszeitraum 41% der Arbeitsstellen im Kanton Zürich geschaffen.

### 3.3. Steuereinnahmen und Verhältnis zu den Kosten des Standortmarketings

Für jeden investierten Franken wurden 2009-2021 7.3 Franken Steuerertrag generiert

Im Zeitraum zwischen 2009-2021 haben die insgesamt 1'280 angesiedelten Unternehmen mit ihren 9'426 Arbeitnehmenden (auf Vollzeitstellen umgerechnet) für die Standortkantone der Greater Zurich Area Steuereinnahmen von über CHF 647 Mio. eingebracht. Dabei liegt das Verhältnis zwischen den anrechenbaren Gesamtkosten der GZA und der der Standortkantone von rund CHF 89 Mio. bei 7.3 : 1. Für jeden investierten Franken wurden somit in der Betrachtungsperiode rund 7.3 Franken an Steuereinnahmen für den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area generiert.

Berücksichtigt man die Beiträge der Privatwirtschaft von rund CHF 12.2 Mio. bei den Gesamtkosten, beträgt das Ertrags-/Kostenverhältnis immer noch 6.4 : 1, d.h. jeder in das Standortmarketing investierte Franken generierte rund 6.4 Franken an Steuereinnahmen.

Trotz der COVID-19 Krise ist dank der nachhaltig erfolgten Ansiedlungen das Ertrags-/Kostenverhältnis angestiegen. Es ist zu erwarten, dass die Ansiedlungen zu einer stetigen Zunahme führen, insbesondere im Angesicht der stetigen Verlängerung der zugrundeliegenden Betrachtungsperiode. Dies, da die Ansiedlungskosten nur einmal (im Jahr der Ansiedlung) anfallen, während das Steuersubstrat Jahr für Jahr weiterbestehen bleibt und dank der wachsenden durchschnittlichen Mitarbeiteranzahl pro Unternehmen weiter ansteigt. Die über die Jahre erfolgten Unternehmens- bzw. Arbeitsplatzabgänge konnten durch das Wachstum der aktiven Unternehmen mehr als kompensiert werden.

Die folgenden Tabellen zeigen die Detailabrechnungen zu den Steuereinnahmen sowie anrechenbaren Gesamtkosten der Standortpromotion 2009-2021. Die Entwicklung der Anzahl Unternehmen und Angestellten entspricht in der Berechnung dem Modell wie in Abschnitt 3.1 und 3.2 dargestellt.

Die Annahmen zu den durchschnittlichen Steuererträgen wurden für die verschiedenen Betrachtungsperioden jeweils aktualisiert. Auch diese Periode rechnet mit einem aktualisierten Wert der durchschnittlichen Steuererträgen, wobei die Angaben zu den anrechenbaren Gesamtkosten der GZA und der Standortkantone von der GZA bzw. den entsprechenden Standortkantonen gemeldet wurden.

Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmenden (in CHF)					
Jahr	#Angestellte Netto-Zugang	Aus Vorjahr	Total kumuliert	Durchschnittliche Steuererträge	Total Steuererträge
2009	770		770	8'400	6'468'000
2010	949	770	1'719	8'400	14'441'028
2011	741	1'719	2'460	8'400	20'667'192
2012	843	2'460	3'303	8'400	27'746'964
2013	854	3'303	4'157	8'400	34'918'800
2014	637	4'157	4'794	8'000	38'351'600
2015	630	4'794	5'424	8'000	43'394'773
2016	779	5'424	6'203	8'000	49'624'747
2017	1'220	6'203	7'423	8'000	59'384'000
2018	353	7'423	7'776	7'000	54'432'105
2019	582	7'776	8'358	7'000	58'503'947
2020	535	8'358	8'892	7'000	62'245'633
2021	534	8'892	9'426	7'000	65'980'950
<b>Total</b>					<b>536'159'739</b>

Tabelle 5 - Schätzung der Einkommens- und Vermögenssteuern 2009-2021

Unternehmenssteuern (in CHF)					
Jahr	#Unternehmen Netto-Zugang*	Aus Vorjahr	Total kumuliert	Durchschnittliche Steuererträge	Total Steuererträge
2009	91		91	34'000	3'094'000
2010	100	91	191	34'000	6'494'000
2011	86	191	277	34'000	9'418'000
2012	65	277	342	34'000	11'628'000
2013	66	342	408	34'000	13'872'000
2014	46	408	454	30'000	13'620'000
2015	64	454	518	30'000	15'540'000
2016	72	518	590	30'000	17'700'000
2017	58	590	648	30'000	19'440'000
2018	87	648	735	28'000	20'580'000
2019	63	735	798	28'000	22'344'000
2020	36	798	834	28'000	23'352'000
2021	71	834	905	28'000	25'340'000
<b>Total</b>					<b>202'422'000</b>

Tabelle 6 - Schätzung der Unternehmenssteuern 2009-2021

\* Netto-Zugang = Differenz aus Bruttozugang und Abgängen aus der dreizehnjährigen Betrachtungsperiode

Steuererträge insgesamt (in CHF)	
Einkommens- und Vermögenssteuern (a)	536'159'739
Unternehmenssteuern (b)	202'422'000
Total Steuererträge (brutto)	738'581'739
Abschlag 17% negativer Spill-Over Effekt auf (a)*	91'147'156
Total Steuererträge (netto)	647'434'583

Tabelle 7 - Schätzung der Steuererträge insgesamt 2009-2021

\* zur Berücksichtigung von Mitarbeitenden mit Wohnsitz ausserhalb der Greater Zurich Area; siehe Kapitel 6.1 des Berichts vom 1. Dezember 2018 für weitere Erläuterungen hierzu

Gesamtkosten der Standortpromotion				
Jahr	Beitrag öffentliche Hand an GZA	Eigene Kosten der öffentlichen Hand		Anrechenbare Gesamtkosten
		Personalkosten	Sonstige Kosten	
2009	3'316'051	2'550'000	695'900	6'561'951
2010	2'981'797	2'550'000	695'900	6'227'697
2011	2'625'910	2'550'000	695'900	5'871'810
2012	2'807'642	2'550'000	695'900	6'053'542
2013	2'808'670	2'550'000	695'900	6'054'570
2014	2'810'230	2'966'900	1'078'568	6'855'698
2015	2'811'134	2'966'900	1'078'568	6'856'602
2016	2'974'583	3'086'900	1'193'701	7'255'184
2017	2'870'645	3'086'900	1'193'701	7'151'246
2018	2'812'635	3'040'000	1'233'575	7'086'210
2019	2'991'514	3'210'000	1'318'311	7'519'825
2020	3'257'185	3'150'000	1'342'996	7'750'181
2021	3'520'678	3'200'000	1'249'495	7'970'173
<b>Total</b>				<b>89'214'689</b>

Tabelle 8 - Schätzung der Gesamtkosten der Standortpromotion 2009-2021

### 3.4. Aktualisiertes typologisches Modell eines durchschnittlichen in der Greater Zurich Area angesiedelten Unternehmens

Auf Basis der verfügbaren Daten hat EY ein typologisches Modell für ein durchschnittliches in der Greater Zurich Area angesiedeltes Unternehmen für alle Betrachtungsperioden zwischen 2009-2021 erstellt.

Das durchschnittliche angesiedelte Unternehmen weist am Ende des Ansiedlungsjahrs 6.3 Vollzeitstellen aus, am Ende des 13. Jahres 13.5 Vollzeitstellen. Es wächst pro Jahr um rund 0.6 Vollzeitstellen.

Die anrechenbaren Gesamtkosten der GZA und des Standortkantons für das Standortmarketing bzw. die Ansiedlung betragen für das Durchschnittsunternehmen rund CHF 63'700. Sie sind seit dem letzten Bericht um rund CHF 7'800 gesunken.

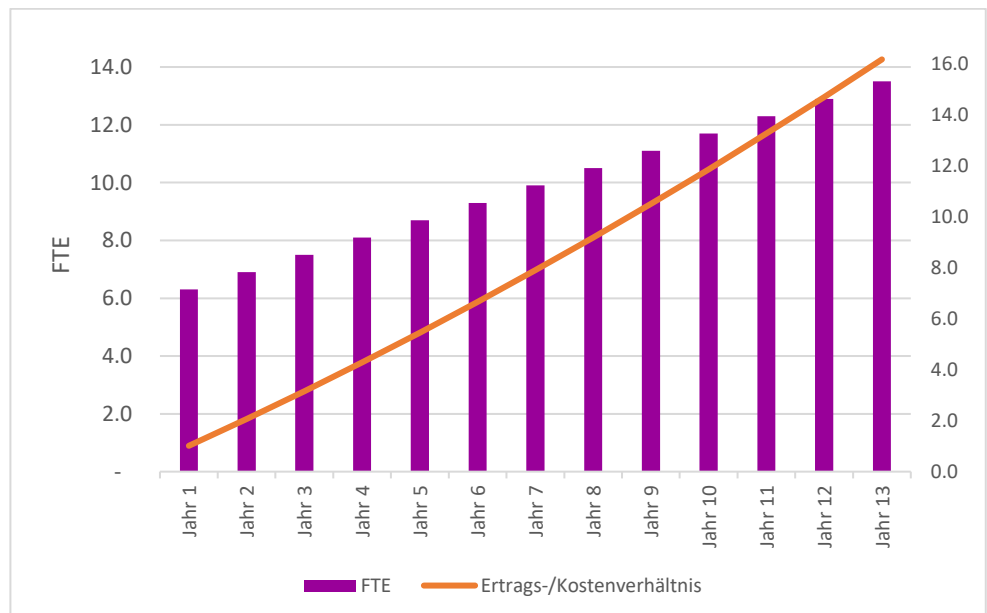


Abbildung 11 - Modell eines durchschnittlichen in der GZA angesiedelten Unternehmens über 13 Jahre

Die Payback Periode für die Investitionen in das Standortmarketing beträgt rund ein Jahr

Durch das geschaffene Steuersubstrat und entsprechende Steuereinnahmen von rund CHF 71'800 im ersten Jahr werden diese Kosten bereits voll gedeckt. Die sogenannte Payback-Periode für die Investitionen in das Standortmarketing beträgt also rund ein Jahr. Jedes weitere Jahr verbessert das Verhältnis zwischen den Steuereinnahmen und den anrechenbaren Gesamtkosten signifikant, wie die folgende Grafik zeigt.

So weist das Durchschnittsunternehmen beispielsweise nach 5 Jahren ein Ertrags-/ Kostenverhältnis von 5.5 : 1, nach 13 Jahren sogar von 16.2 : 1 aus.

## 4. Treiber für den Ansiedlungserfolg

### 4.1. Kriterien für Standortwahl

Der Metropolitanraum Greater Zurich Area steht in Konkurrenz mit anderen europäischen Metropolitanräumen. Es gibt verschiedene Faktoren, die den Entscheid, in einem Land zu investieren, beeinflussen. Gemäss einer aktuellen Untersuchung von EY<sup>4</sup> sind folgende drei Faktoren aktuell am wichtigsten: 1. Grad der Umsetzung von neuen Technologien durch Konsumenten, Bürger und öffentliche Verwaltung 2. Politischer Umgang mit Klimawandel und Nachhaltigkeit und 3. Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte.

Beim ersten Kriterium kann die Schweiz mithalten, gehört aber international nicht zu den Spitzenreitern. Es gibt Länder wie zum Beispiel Estland, die viel weiter sind in der Digitalisierung.

Zum zweiten Kriterium kann erwähnt werden, dass die Schweiz im globalen Nachhaltigkeits-Ranking einen Spitzenplatz belegt. Eine Studie der UBS<sup>5</sup> aus dem Jahr 2021 bei 2'502 Schweizer Unternehmen hat bestätigt, dass die Unternehmen diesem Thema eine grosse Beachtung schenken. Allerdings sind die rechtlichen Rahmenbedingungen noch offen, da beispielsweise das CO2-Gesetz an der Urne nicht angenommen wurde.

Beim dritten Kriterium, dem Zugang zu qualifizierten Arbeitskräften, belegt die Schweiz einen Spitzenplatz im World Talent Ranking<sup>6</sup> des IMD Competitiveness Center, allerdings befindet sich die Schweiz in einem starken internationalen Konkurrenzumfeld.

Auch bei den nachfolgenden vier Kriterien 4. Liquidität der Finanzmärkte und verfügbares Kapital 5. politische Stabilität 6. Lebensqualität und 7. Infrastruktur schneidet die Schweiz gut ab. Unsere Finanzmärkte sind intakt, die politische Situation ist dank unserem demokratischen System stabil. Die Lebensqualität in der Schweiz gilt allgemein als sehr hoch und unsere Infrastruktur (Transport, Telekommunikation und Energie) ist gut ausgebaut und verlässlich.

---

<sup>4</sup> EY Europe Attractiveness Survey 2022

<sup>5</sup> UBS Outlook Schweiz, April 2021 (intervista.ch)

<sup>6</sup> World Talent Competitiveness Rankings - IMD

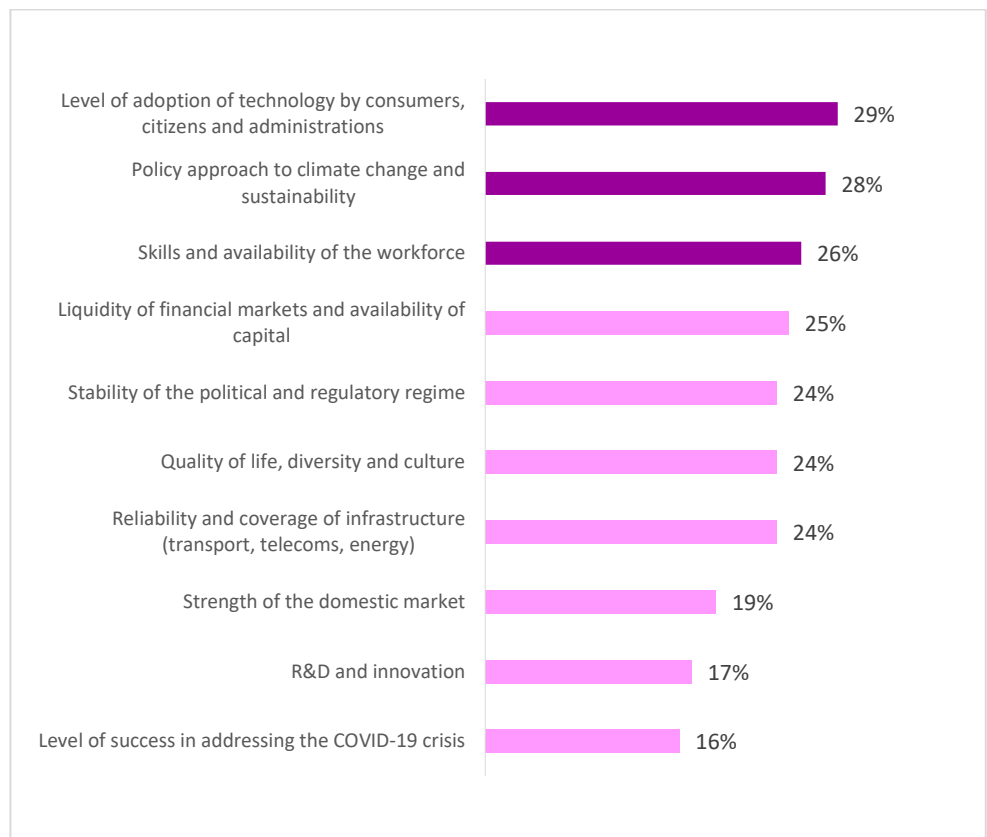


Abbildung 12 - Die drei wichtigsten Faktoren für einen Investitionsentscheid in einem anderen Land (Quelle: European Attractiveness Survey von EY 2022)

Vergleicht man die Wichtigkeit der Kriterien nach Ursprungsland der Unternehmen fallen einige Unterschiede auf. Für chinesische Unternehmen beispielsweise ist der Grad der Umsetzung von neuen Technologien wichtiger als im globalen Vergleich. Dasselbe gilt für Forschung und Entwicklung.



Die folgende Grafik zeigt, wie sich die Wichtigkeit der einzelnen Kriterien für die Standortwahl nach Herkunftsland unterscheidet.

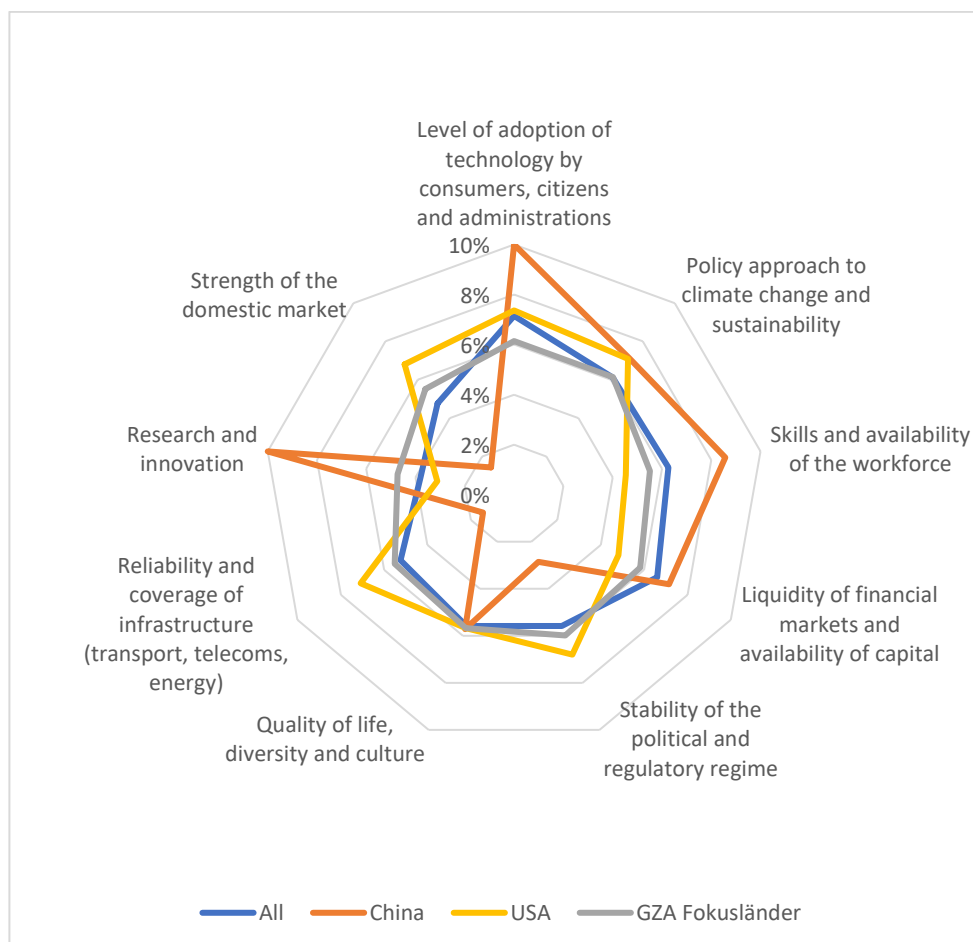


Abbildung 13 - Wichtigkeit der Standortfaktoren für Foreign Direct Investments (FDI) nach Herkunftsland

Tabelle 9 unten zeigt das aus der EY-Umfrage ermittelte Ranking der attraktivsten Städte für Foreign Direct Investments (FDI) in den nächsten drei Jahren. Es wurden Städte, nicht Metropolitanregionen abgefragt.

Attraktivste Städte für ausländische Investitionen				
	alle Ursprungsländer	Headquarter China	Headquarter USA	Headquarter Fokusländer*
London	1	2	1	1
Paris	2		2	2
Frankfurt	3		3	3
Stockholm	4			
Brüssel	5	1	6	9
Amsterdam	6	3	9	10
Dublin	7	4		5
Berlin	8			
Rom	9		4	4
Barcelona	10		5	6
Lissabon		5		
Manchester		6		8
Stockholm		7		
Kopenhagen		8		
Hamburg		9	7	
Helsinki		10		
Madrid			8	7
Prag			10	

Tabelle 9 - Attraktivste Städte für ausländische Investitionen in den nächsten drei Jahren; Top 10 Ranking nach verschiedenen Ursprungsländern (Quelle: EY Europe Attractiveness Survey 2022)

\*China, Deutschland, Italien, Südkorea, USA

Trotz der für die Schweiz insgesamt positiv bewerteten Standortattraktivitätsfaktoren erscheint Zürich in dieser Umfrage nicht in der Liste der Top 10 Destinationen für ausländische Direktinvestitionen. Je nach untersuchtem Szenario (alle Ursprungsländer, Headquarter China, Headquarter USA und Headquarter Fokusländer) belegt Zürich die Plätze 12 bis 15.

Dies zeigt deutlich, wie hart das internationale Konkurrenzumfeld für ausländische Direktinvestitionen, aber auch Neuansiedlungen von Unternehmen ist.

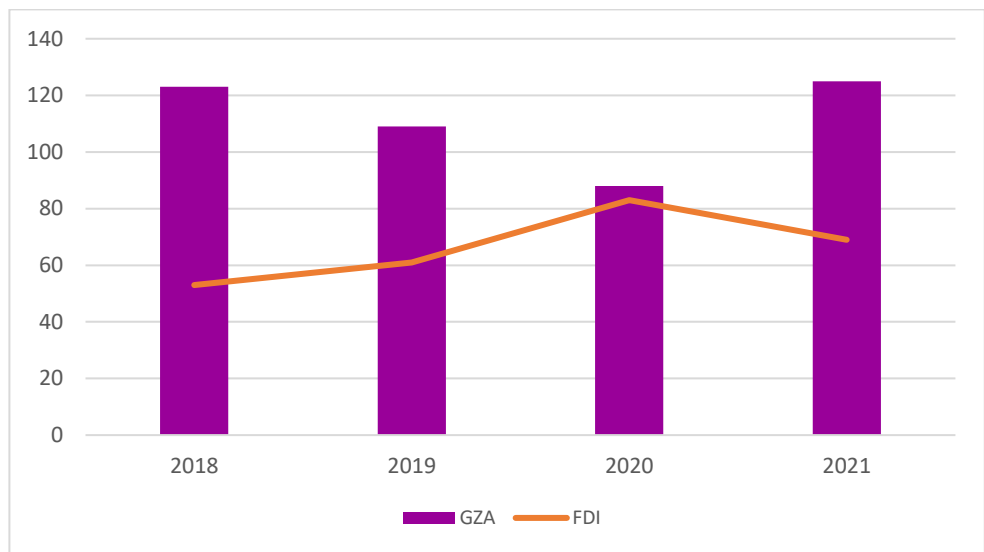


Abbildung 14 - Entwicklung der Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area (GZA) im Vergleich zur Entwicklung der Anzahl Projekte für Foreign Direct Investments (FDI) in der Schweiz 2018-2021 (Quelle: EY Europe Attractiveness Survey 2022)

Die Entwicklung der Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area scheint nicht mit der Entwicklung der FDIs in der Schweiz zu korrelieren. Materielle Gründe erschliessen sich auf den ersten Blick keine. Aufgrund der kleinen Zahl von Projekten pro Jahr können leichte Verschiebungen zwischen Regionen (Greater Zurich Area gegenüber anderen Schweizer Regionen) oder zeitliche Verschiebungen in der statistischen Erhebung von Ansiedlungen gegenüber FDI die Trendkurve aber statistisch signifikant beeinflussen.

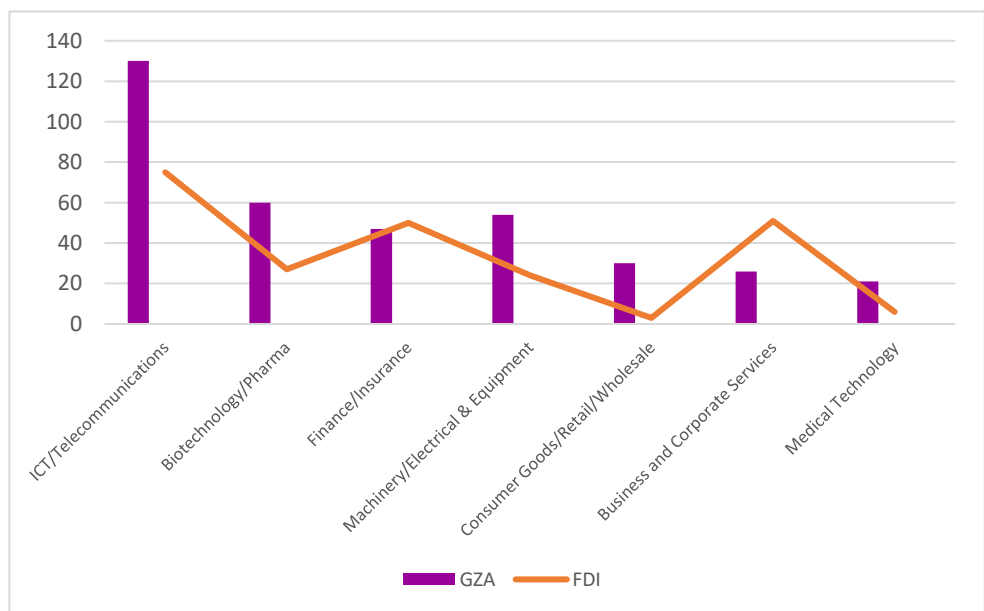


Abbildung 15 - Kumulierte Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area (GZA) 2018-2021 im Vergleich zu den Foreign Direct Investments (FDI) 2018-2021 nach Sektor/Branche (Quelle: EY Europe Attractiveness Survey 2022)

Bei der Trendanalyse nach Sektor/Branchen stechen Unterschiede zwischen den beiden Trendentwicklungen ins Auge. Insbesondere bei Biotechnology/Pharma und bei Business and Corporate Services ist die Differenz zugunsten der Greater Zurich Area relativ gross. Hier scheint sich eine direkte positive Auswirkung der Fokusstrategie der GZA zu zeigen.

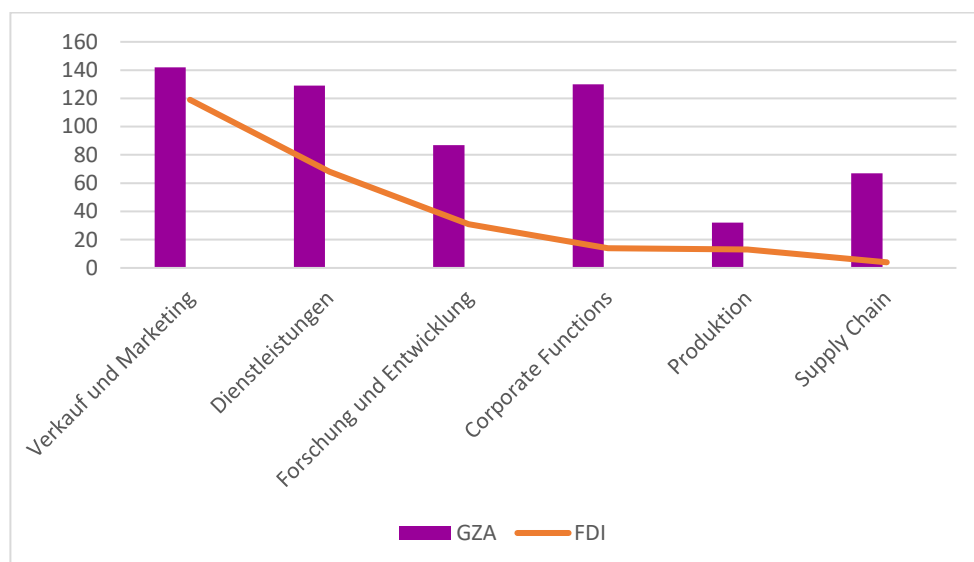


Abbildung 16 - Kumulierte Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area (GZA) 2018-2021 im Vergleich zu den kumulierten Foreign Direct Investments (FDI) 2018-2021 nach Unternehmensfunktion (Quelle: EY Europe Attractiveness Survey 2022)

Bei der Analyse nach Unternehmensfunktionen fällt der Unterschied bei den Corporate Functions, bei Supply Chain und bei R&D auf. Offenbar gelingt es der Standortpromotion in der Greater Zurich Area, einen deutlich grösseren relativen Anteil an solchen Unternehmensfunktionen anzusiedeln als das schweizweit über die FDI der Fall ist. Diese Funktionen haben im internationalen Kontext das Potenzial nachhaltig im Sinne von langlebig zu sein.

## 4.2. Neuansiedlungskanäle

Zur Analyse des Ansiedlungserfolgs erfasst die GZA, wie ausländische Unternehmen auf die GZA bzw. die Greater Zurich Area aufmerksam wurden. Differenziert werden dabei proaktive Ansiedlungen (z.B. über direkte Akquisition oder Empfehlung durch das aktiv aufgebaute Netzwerk und Multiplikatoren) und reaktive Ansiedlungen (z.B. über Firmenanfragen)

Die direkte Akquisition ist seit 2014 die wichtigste Ansiedlungsquelle und gewinnt weiter an Bedeutung

Die Anzahl Unternehmensansiedlungen aus definierten Zielmärkten, Fokus-Technologien und -Branchen über eine aktive Marketingstrategie hat im Zeitraum 2009-2021 kontinuierlich zugenommen. Der gleitende Dreijahres-Durchschnitt der Anzahl Direktakquisitionen hat sich zwischen 2009 und 2021 fast versechsfacht; derjenige der Empfehlungen im gleichen Zeitraum vervierfacht.

Gleichzeitig reduzierte sich der relative Anteil neu angesiedelter Unternehmen über Firmenanfragen. Während die absolute Anzahl Firmenanfragen bis 2012 noch anstieg, hat sich diese seither verringert, ist im Jahr 2021 jedoch wieder leicht angestiegen.

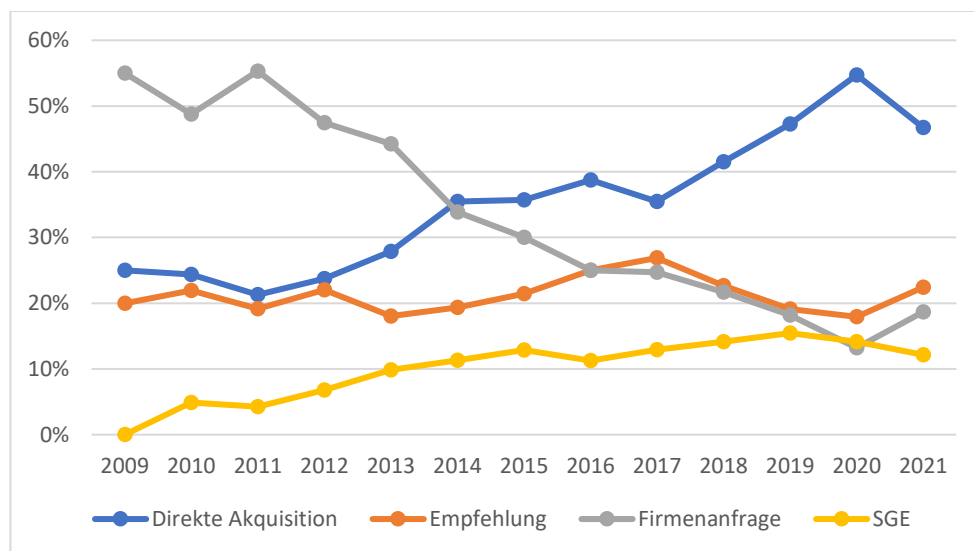


Abbildung 17 - Entwicklung der relativen Bedeutung der Neuansiedlungskanäle 2009-2021

Die vorliegenden Analysen belegen sowohl die Effektivität als auch die Effizienz der von der GZA gewählten proaktiven Ansiedlungsstrategie, die 2011 definiert wurde und in den letzten zehn Jahren signifikant positive Resultate zeigte. Sie ist auch ein starkes Indiz dafür, dass viele der angesiedelten Unternehmen ohne das Standortmarketing der GZA nicht in die Greater Zurich Area gezogen wären.

## 5. Weitere volkswirtschaftliche Wertbeiträge

### 5.1. Wertbeiträge in Ökosystemen

Unterschiedliche Akteure in einem Netzwerk bilden ein Ökosystem. In der branchenübergreifenden Zusammenarbeit entwickeln und setzen sie marktgestaltende Kunden- und Konsumentenlösungen um. Ökosysteme sind besonders resilient. Eine EY-Studie<sup>7</sup> hat gezeigt, dass Unternehmen während des Pandemiejahres 2020 von ihren Partnerschaften entsprechend profitiert haben.

Unter Ökosystem versteht man sich dynamisch entwickelnde Gemeinschaften verschiedener Akteure (z.B. Unternehmen, Konsumenten oder Institutionen), welche durch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen (z.B. über eine Plattform) und durch Einhaltung gemeinsam vereinbarter Werte Märkte bilden und in einem gemeinsamen Geschäftsmodell Mehrwert schaffen. Vorhandene Ökosysteme sind Treiber von Wachstum und Wohlstand, in denen Wissenschaft, Unternehmen, öffentliche Verwaltung, Zulieferer und Kunden in den innovativsten Technologiefeldern interagieren.

Organisationen nutzen vermehrt Ökosysteme, um innovativer zu sein, ihren Betrieb und Prozesse umzugestalten, Sektorengrenzen zu hinterfragen und damit ihren Kunden und Stakeholdern besser zu dienen. Die Orchestrierung von Daten, Technologie und Beziehungen kann die transformative Kraft von Ökosystemen nutzbar machen.

Für jeden Arbeitsplatz im Unternehmen entstehen 5.4 weitere Arbeitsplätze im Ökosystem

Eine Studie<sup>8</sup> der BAK Economics AG (BAK) im Auftrag der Interpharma aus dem Jahr 2019 berechnete die indirekte Wertschöpfung der Pharmaindustrie in andere Schweizer Branchen. Bei der Beschäftigung ermittelte die Studie einen Multiplikator von 5.4, d.h. für jeden Arbeitsplatz in einem Pharmaunternehmen werden 5.4 weitere Arbeitsplätze in dessen Ökosystem geschaffen.

Multiplikatoreffekt im Ökosystem (Beispiel Pharmabranche)				
	Anzahl Firmen	Anzahl Arbeitsplätze	Multiplikator	Anzahl Arbeitsplätze im Ökosystem
Unternehmen der Pharmabranche in der Greater Zurich Area*	178	3'541	5.4	19'119
Alle Unternehmen Greater Zurich Area	905	9'426	5.4	50'900

Tabelle 10 - Anwendung des Multiplikatoreffekts im Ökosystem auf die Unternehmen der Pharmabranche bzw. aller Branchen in der Greater Zurich Area (alle Unternehmen 2009-2021, die per Ende 2021 aktiv sind)

\* davon per Ende 2021 126 aktive Pharmaunternehmen und 52 aktive Medical Technology Unternehmen, total 178 Unternehmen

Im Metropolitanraum der Greater Zurich Area sind per Ende 2021 178 angesiedelte Unternehmen aus der Pharmabranche<sup>9</sup> tätig, welche insgesamt

<sup>7</sup> The CEO Imperative: How mastering ecosystems transforms performance, EY Global (2022)

<sup>8</sup> BAK Economics AG (BAK): Volkswirtschaftliche Bedeutung der Pharmaindustrie (2019)

<sup>9</sup> davon per Ende 2021 126 aktive Pharmaunternehmen und 52 aktive Medical Technology Unternehmen, total 178 Unternehmen

Mehrere 10'000  
zusätzlich generierte  
Arbeitsplätze im  
Ökosystem 2009-2021

3'541 Arbeitsplätze anbieten. Wenden wir die Studienergebnisse auf diese Zahl an, bedeutet dies, dass im Ökosystem dieser Unternehmen 19'119 zusätzliche Arbeitsstellen geschaffen wurden. Bei einer hypothetischen Anwendung des Multiplikatoreffekts auf die Population aller im Zeitraum 2009-2021 neu angesiedelten Unternehmen in der Greater Zurich Area sprechen wir sogar von mehreren 10'000 zusätzlich generierten Arbeitsstellen.

Dies illustriert den bedeutenden direkten und indirekten volkswirtschaftlichen Nutzen, welcher durch die Neuansiedlung ausländischer Unternehmen in der Greater Zurich Area erzeugt wird.

## 5.2. Innovation als wichtiger Treiber für Standortattraktivität

Aus der EY Europe Attractiveness Survey 2022, einer Umfrage, welche die Attraktivität eines Standorts für FDIs bewertet, geht hervor, dass Unternehmen Europa weiterhin als attraktiven Investitionsstandort sehen. Innovation und die Investition in die Digitalisierung sind dabei einer der fünf wichtigsten Prioritäten, welche diese Bewertung beeinflussen. Viele Unternehmen haben während der Pandemie stark in die Digitalisierung investiert und brauchen aus diesem Grund Arbeitskräfte mit den entsprechenden Kompetenzen.

In der Schweiz mit wenigen natürlichen Rohstoffen und kleinem Heimmarkt sind innovative Ideen und kluge Köpfe umso wichtiger. Wir brauchen technologischen Fortschritt, um globale Herausforderungen wie Armut, demografische Entwicklung und Klimawandel zu meistern.

Innovationskraft hängt  
von Forschung,  
Humankapital,  
Unternehmertum und  
staatlichen  
Rahmenbedingungen  
ab

Die Innovationskraft des Standortes Zürich ist hoch. Dies hat eine Studie<sup>10</sup> des Amtes für Wirtschaft des Kantons Zürich bestätigt. Innovationsoutput ist von verschiedenen Einflussfaktoren<sup>11</sup> abhängig wie Forschung, Humankapital, Unternehmertum und staatliche Rahmenbedingungen. Je höher Forschungsausgaben sind, desto höher ist tendenziell der Innovationsoutput. Die Untersuchung des Kantons Zürich zeigt, dass mit den getätigten Forschungsausgaben weniger herausgeholt wird in Zürich wie in anderen Regionen (z.B. München).

Damit Innovation entstehen kann, braucht es gut ausgebildete Arbeitskräfte. Das Bildungssystem ist ein sehr wichtiger Aspekt, hier schneidet Zürich vor allem im Bereich Hochschulen und universitäre Forschung sehr gut ab. Im Bereich Humankapital erreicht Zürich Höchstwerte, die gesamte Schweiz ist nach wie vor eines der attraktivsten Länder für ausländische Arbeitskräfte. Bei der Umsetzung von neuen Produkten und Prozessen kommt den Start-ups eine wichtige Rolle zu, da sie für einen grossen Teil der Innovation zuständig sind. Der Standort Zürich liegt im europäischen Vergleich in den Top 10 Prozent in diesem Bereich. Im Bereich Venture Capital, die Finanzierung von riskant geltenden Unternehmen liegt Zürich in der Frühphase eines Unternehmens in der Spitzengruppe, in der Spätphase (Later Stage) fällt der Standort Zürich deutlich zurück. Bei der Vernetzung zwischen innovativen KMUs besteht Potenzial. Andere

<sup>10</sup> Wirtschaftsmonitoring Mai 2022 | Kanton Zürich (zh.ch)

<sup>11</sup> The Global Innovation Index Conceptual Framework (2017)

Metropolitanregionen schneiden hier besser ab. In der Infrastruktur (physische und digital) schneidet die Greater Zurich Area gut ab. Viel Luft nach oben gibt es im Bereich E-Government. Der Reifegrad digitaler Behördendienste ist in der Schweiz gemäss einer Untersuchung der EU unterdurchschnittlich.

## 6. Würdigung des Nutzens des Standortmarketings der GZA und Ausblick

Die Strategie der GZA zielt darauf ab, im Standort Greater Zurich Area einen wirtschaftlichen Strukturwandel durch die nachhaltige Ansiedlung innovativer Unternehmen in der Region zu begünstigen. Dies geschieht besonders mit dem strategischen Fokus auf Technologie und bestimmte Zielmärkte. Die gezielte Förderung von Ökosystemen, in denen Wissenschaft, Unternehmen, öffentliche Verwaltungen, Zulieferer und Kunden in den innovativsten Technologiefeldern interagieren, trägt zur Festigung der Region als führender Technologiehub bei.

Der direkt messbare volkswirtschaftliche Nutzen des Standortmarketings bemisst sich an der Nachhaltigkeit generierter Arbeitsplätze und am erbrachten Steuersubstrat. Die von der GZA durchgeführten Standortmarketingaktivitäten in den vergangenen Jahren haben sowohl im Betrachtungszeitraum 2018-2021 als auch im gesamten Zeitraum 2009-2021 positiv zur qualitativen und nachhaltigen Entwicklung der Greater Zurich Area beigetragen.

Per Ende des Betrachtungszeitraums 2018-2021 waren 402 der 445 angesiedelten Unternehmen, also über 90%, in der Greater Zurich Area aktiv. Die insgesamt 402 neu angesiedelten Unternehmen, welche aktiv waren, schufen netto 2'014 Arbeitsstellen (gemeldeter Stand per Ende 2021), am meisten davon im Kanton Zürich (798 Arbeitsstellen).

Im gesamten Zeitraum zwischen 2009-2021 haben die insgesamt 1'280 angesiedelten Unternehmen mit ihren 9'419 Arbeitnehmenden (auf Vollzeitstellen umgerechnet) für die Standortkantone der Greater Zurich Area Steuereinnahmen von über CHF 647 Mio. eingebracht.

Staatliche Rahmenbedingungen in der Schweiz sind gut, Steuerattraktivität erodiert aber zunehmend

Wirtschaftspolitische Entwicklungen setzen das Standortmarketing und die Ansiedlung neuer Unternehmen weiter unter Druck. Allgemein gesehen sind die staatlichen Rahmenbedingungen in der Schweiz, insbesondere was die Infrastruktur angeht, laut einer Studie des Amts für Wirtschaft des Kanton Zürich zwar als gut zu bezeichnen. Bei der steuerlichen Belastung steht die Schweiz mittlerweile aber nur noch im Mittelfeld und auch in Zukunft könnten steigende Regulierungskosten die Schweiz als Unternehmensstandorts weiter unter Druck setzen.

Die OECD und G20 streben zudem mit dem Projekt zur Verhinderung der Gewinnverkürzung und Gewinnverlagerung, auch bekannt als BEPS 2.0, eine weitgehende Reform des internationalen Steuersystems an und wollen die Steuergerechtigkeit zwischen traditionellen und digitalen Unternehmen sichern. Von diesen Entwicklungen werden Unternehmen aller Branchen betroffen sein. Die



genaue Umsetzung dieser neuen Standards in der Schweiz wird entscheidend für die Standortattraktivität sein, insbesondere für grosse Unternehmen.

Die Coronakrise hat die zweite Hälfte der Betrachtungsperiode 2018-2021 massgeblich geprägt. Dank Rettungspaketen des Bundes sowie einer hohen Resilienz der Unternehmen hat die Schweizer Wirtschaft diese Krise relativ unbeschadet überstanden. Die Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area waren über die gesamte Betrachtungsperiode gesehen erfreulicherweise stabil.

Wie sich der Krieg in der Ukraine sowie weitere geopolitische Risiken, Unterbrüche globaler Lieferketten, Rohstoffknappheit und die damit zusammenhängende Energiekrise und rekordhohe Inflation auf künftige Standortentscheide internationaler Unternehmen auswirken, muss sich noch zeigen.

Der Abbruch der Verhandlungen über ein mögliches Rahmenabkommen der Schweiz mit der EU hat bereits erste negative Auswirkungen gezeigt. Beispielsweise bleibt Schweizer Unternehmen der Zugang zu bestimmten Förderprogrammen der EU (z.B. Horizon Europe) verwehrt. Das damit verbundene, aktuell grösste Risiko ist die verminderte Attraktivität der Schweizer Hochschulen insbesondere für Top-Forscher und die daraus folgende Erosion der Schweizer Forschungs- und Innovationskraft. Die Schweizer Regierung versucht mit eigenen Förderprogrammen die Auswirkungen abzufedern. Eine abschliessende Einschätzung der Auswirkungen auf die Neuansiedlung von ausländischen Unternehmen ist auch hier noch nicht möglich.

Politische und wirtschaftliche Unsicherheiten nehmen zu

Allerdings lässt sich sagen, dass internationale Firmen in politisch und wirtschaftlich unsicheren Zeiten strategische Anpassungen vornehmen. Dieser Anpassungsbedarf ist auch eine Chance für den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area. Firmen tendieren dazu, Schlüsselfunktionen in stabilen und sicheren Standorten zu stärken. Dies führt zu einem deutlich höheren Erklärungsbedarf bei potenziellen ausländischen Investoren führen. Um diese von der Standortwahl in der Greater Zurich Area zu überzeugen, sind zukünftig voraussichtlich noch grössere Anstrengungen in der Kommunikation und Direktansprache der Unternehmen nötig. Um zu überzeugen, braucht es für jedes Zielunternehmen spezifische und komplexe Argumente, die auf die individuelle Situation zugeschnitten sind.

Proaktives Standortmarketing wichtig für einen nachhaltigen Ansiedlungserfolg

Die proaktive und strategisch fokussierte Standortstrategie der GZA schätzen wir als sehr wertvoll und wichtig ein. Dadurch kann im Direktkontakt Erklärungsbedarf befriedigt und auch zukünftig ein nachhaltiger Ansiedlungserfolg innerhalb der Greater Zurich Area sichergestellt werden.



**Autoren**

**Markus T. Schweizer**

Partner

markus.schweizer@ch.ey.com

+41 58 286 47 16

**Jennifer Abderhalden**

Director

jennifer.abderhalden@ch.ey.com

+41 58 286 47 75

**Ernst & Young AG**

Maagplatz 1

8005 Zürich

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Kunden. Informationen dazu, wie EY personenbezogene Daten erhebt und verwendet, sowie eine Beschreibung der Rechte, die Personen gemäss dem Datenschutzgesetz haben, sind über [ey.com/privacy](https://ey.com/privacy) verfügbar. Weitere Informationen zu unserer Organisation finden Sie unter [ey.com](https://ey.com).

Die EY-Organisation ist in der Schweiz durch die Ernst & Young AG, Basel, an zehn Standorten sowie in Liechtenstein durch die Ernst & Young AG, Vaduz, vertreten. «EY» und «wir» beziehen sich in dieser Publikation auf die Ernst & Young AG, Basel, ein Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

© 2022 Ernst & Young AG

All Rights Reserved.

[ey.com/ch](https://ey.com/ch)