Greater Zurich Area
Expanding business horizons

2009

auf einen Blick

Gute Ansiedlungszahlen trotz schwierigen Rahmenbedingungen

Verwaltungsratspräsident Balz Hösly und Geschäftsführerin Sonja Wollkopf Walt im Gespräch über das Geschäftsjahr 2016

Welche Ereignisse prägten 2016 die Greater Zurich Area AG (GZA)?

Sonja Wollkopf Walt: Wir freuen uns über 101 Ansiedlungen – das ist nicht selbstverständlich angesichts des starken Frankens, der Unsicherheit um die Unternehmenssteuerreform, der Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative oder des Brexit. Das nach wie vor hohe Interesse am Wirtschaftsraum Greater Zurich Area bei Unternehmen aus unseren Fokusmärkten USA und China ist ebenfalls höchst erfreulich. Herausheben möchte ich auch die sehr guten Team-Leistungen in allen Märkten und die Zusammenarbeit mit den Kollegen der Wirtschaftsförderungen und den privaten Partnern.

Balz Hösly: Der Gewinn von ETH Zürich, Empa und Eawag als Mitglieder der Stiftung und als wissenschaftliche Partner ist ein Meilenstein und eine einzigartige Bereicherung für die GZA. Mich freute zudem die positive Grundstimmung in der Debatte um den GZA-Finanzierungsbeitrag im Zürcher Gemeinderat. Ich schliesse daraus, dass die Art und Weise, wie wir die GZA auf der Basis einer Public-Private-Partnership entwickeln, von der Wirtschaft und der Politik anerkannt wird.

Wie hat sich über die letzten Jahre die Wahrnehmung der GZA in der Region verändert?

Hösly: Einerseits wurde in einer breiten Öffentlichkeit und in der Politik das Bewusstsein dafür gestärkt, dass auch eine erfolgreiche Wirtschaftsregion wie Zürich in einer globalisierten Wirtschaft ein professionelles Standortmarketing braucht. Wer vorne mithalten will, muss sich anstrengen. Anderseits hat sich in weiten Kreisen das Verständnis durchgesetzt, dass Standortmarketing kein Nullsummenspiel ist. Keine andere Region der Welt «verliert» durch eine Ansiedlung eines Unternehmens bei uns. Firmen, die sich in der Greater Zurich Area ansiedeln, brechen anderswo ihre Zelte nicht ab, sondern tun dies, um in Europa zu expandieren.

Wollkopf Walt: Wir konnten das Verständnis für ein aktives Standortmarketing weiter ausbauen und mit unseren faktenbasierten Stellungnahmen überzeugen. In der Marktbearbeitung im Ausland gewinnen wir Vertrauen mit auf die Bedürfnisse der jeweiligen Unternehmen zugeschnittenen Informationen. Die Metropolitanregion Zürich bei international tätigen Unternehmen auf den «Radar» zu bringen, bleibt dabei eine Herausforderung.

Wie ist denn die Wahrnehmung in den Märkten?

Wollkopf Walt: Die Schweiz trägt politische und mitunter standortrelevante Entscheidungen von grosser Tragweite öffentlich aus. Das wirkt sich – wie der starke Schweizer Franken auch – auf das Bild aus, das man sich von uns im Ausland macht. Die Unsicherheit über die Beständigkeit der regulatorischen Rahmenbedingungen in der Schweiz werfen bei Investoren Fragen auf. Um Investitionsentscheide zu fällen, benötigen Unternehmen eine grösstmögliche Planungssicherheit. Nach der Ablehnung der USR III bleibt im Bereich der Steuern die Unsicherheit bestehen. Das ist bedauerlich.

Hösly: Wir haben leider die Chance verpasst, uns steuerlich einen Vorsprung gegenüber Mitbewerbern wie Irland oder den Metropolitanräumen London und Amsterdam zu schaffen. Auch diese werden ihre Steuersysteme überarbeiten müssen – können aber im Gegensatz zur Schweiz nicht auf eine fiskalische Grundstabilität bauen.

Was bedeutet die im Dezember vom Parlament beschlossene Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative?
Wollkopf Walt: Sie ist standortpolitisch zu begrüssen. Ein gewisser Schaden ist allerdings durch die Abstimmung und die politische Diskussion, die stattgefunden haben, bereits angerichtet. Zudem ist die Frage der Drittstaatenkontingente aus Sicht des Standortmarketings ebenso relevant wie die Personenfreizügigkeit mit der EU: eine strategischere Herangehensweise an die ganze Frage der Arbeitsmarktregulierung wäre sehr wünschenswert.

Wie wirken sich geopolitische Umbrüche (Brexit, neue US-Regierung) oder Entwicklungen (unsanierte Haushalte vieler EU-Staaten, Aufschwung nationalistischer Kräfte) auf die GZA aus?
Hösly: Das lässt sich pauschal nicht beantworten. Als Standort müssen wir auf das fokussieren, was wir beeinflussen können, nämlich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die Lebensqualität. Als Standortmarketing-Organisation zeigen wir Unternehmen auf, wie sie die Standortvorteile der Greater Zurich Area für die eigene Entwicklung nutzen können. Der Wirtschaftsraum Zürich ist ein hervorragendes Sprungbrett in den Markt Europa.

«Wir müssen als Standort aktiv an wirtschaftlich attraktiven Rahmenbedingungen arbeiten.»

Balz Hösly, Verwaltungsratspräsident der GZA

«Das hohe Interesse am Wirtschaftsraum Zürich in unseren Fokusmärkten ist erfreulich.»

Sonja Wollkopf Walt, Geschäftsführerin der GZA

Wie entwickelte sich der wichtige Markt Europa aus Sicht der GZA?
Wollkopf Walt: Nach wie vor kommen die meisten Ansiedlungen aus Europa. Ansiedlungen aus Deutschland sind allerdings weniger geworden. Das ist auch auf die gute wirtschaftliche Situation in Deutschland zurückzuführen. Im Markt Italien spüren wir einen gewissen positiven «Gotthard-Effekt». Die Metropolitanregion Mailand und die Greater Zurich Area sind etwas näher zusammengerückt, was für Unternehmen im Norden und im Süden interessant sein kann.

Hösly: Gute Konkurrenz nahe zu wissen, fordert uns auch. Wir müssen unsere wirtschaftlichen Rahmenbedingungen (Steuern, Arbeitsmarkt, Regulierung etc.) deshalb so attraktiv wie möglich gestalten.

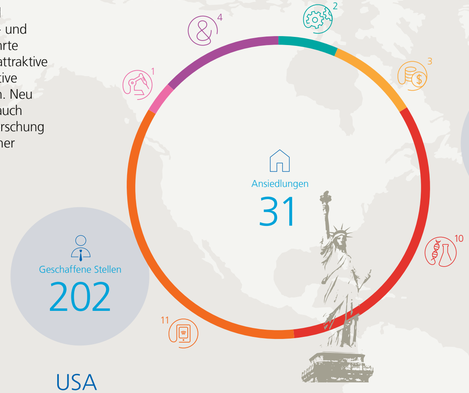
Wie entwickelte die GZA 2016 ihre Strategie weiter?
Hösly: Wir vertiefen unseren Fokus von der Ebene der Länder noch mehr auf die Metropolitanregionen und verfeinern unser Zielsegment Hightech-Branchen laufend. Neben Pharma-, Biotech- und Medtech-Firmen finden auch Unternehmen in den Bereichen Fintech, Robotik, Drohnen, Internet of Things oder Data Center ein attraktives Umfeld in der Greater Zurich Area.

Die Greater Zurich Area AG (GZA) und ihre kantonalen und städtischen Partner blicken auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2016 zurück. Die Zahl der Ansiedlungen ausländischer Unternehmen erhöhte sich gegenüber 2015 um 9 % auf 101. Die Pipeline – insbesondere aus den Fokusmärkten USA und China – ist gut mit neuen Projekten gefüllt.

In einem weiterhin anspruchsvollen und dynamischen Wettbewerbsumfeld im In- und Ausland entwickelte die GZA ihre bewährte Strategie weiter: starke Fokussierung auf attraktive Metropolitanregionen sowie auf innovative Branchen und Technologie-Unternehmen. Neu werden mit interessierten Unternehmen auch Kooperationsmöglichkeiten im Bereich Forschung und Entwicklung als erster Schritt zu einer Ansiedlung thematisiert.

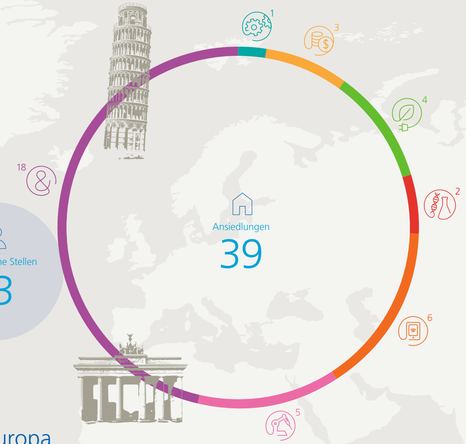
- Maschinenindustrie
- Finanzdienstleistungen
- Cleantech
- Biotechnologie/Pharma
- Informations- und Kommunikationstechnologie
- Medizinaltechnik
- Andere

*Abweichungen im Vergleich zum Jahresbericht 2015 aufgrund von Nachmeldungen angesiedelter Unternehmen



USA

Die 31 Ansiedlungen aus Nordamerika stellen gegenüber dem Vorjahr (27*) eine Steigerung um fast 15 % dar. Über das ganze Jahr hinweg gewann die amerikanische Wirtschaft an Dynamik, amerikanische Direktinvestitionen in Europa erreichten den höchsten Stand seit 2011. Die fokussierte Marktbearbeitung schlug sich auch branchenmässig im Ansiedlungserfolg nieder: 27 (oder 87 %) der angesiedelten Unternehmen stammen aus den GZA-Fokusbranchen mit hoher Innovationskraft und Wertschöpfung (siehe Legende links).



Europa

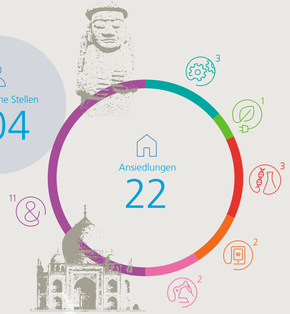
Europa war mit 39 angesiedelten Unternehmen auch 2016 der zahlenmässig bedeutendste Markt, obschon die Anzahl Ansiedlungen gegenüber dem Vorjahr (46) leicht zurückging. Unternehmen aus Deutschland blieben mit grösseren Ansiedlungsprojekten (z.B. Produktionsstätten) zurückhaltend. Sowohl deutsche wie italienische Technologieunternehmen interessieren sich für F&E-Kooperationen mit Schweizer Forschungsinstitutionen – ein positives Indiz für mögliche spätere Ansiedlungen.

China

Aus China konnten 9 Unternehmen angesiedelt werden, gleich viele wie im Vorjahr*. Diese Ansiedlungen zeigen die «Going Global»-Politik Chinas deutlich. Die GZA evaluiert weiterhin private Technologieführer in den Regionen des Yangtze River und des Pearl River Deltas mit dem Ziel, sie von den Entwicklungsmöglichkeiten mit einem Standort im Wirtschaftsraum Zürich zu überzeugen.

Neue Märkte

Die hohe Zahl von 22 Ansiedlungen (Vorjahr: 11*) aus Regionen ausserhalb der GZA-Fokusmärkte belegt die starke internationale Ausstrahlung der Greater Zurich Area als Wirtschaftszentrum der Schweiz. Gespräche mit indischen und koreanischen Unternehmen drehen sich immer stärker um Technologie- und Innovationsthemen. In Korea stiess ein GZA-Willkommenspaket mit Spezialisten für Zulassungsfragen auf grossen Anklang bei Biotech- und Medtech-Firmen.



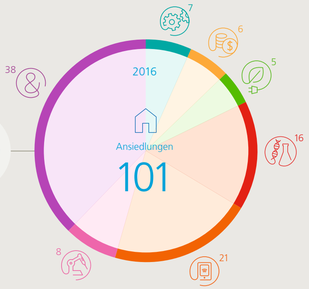
101 Ansiedlungen bestätigen Strategie

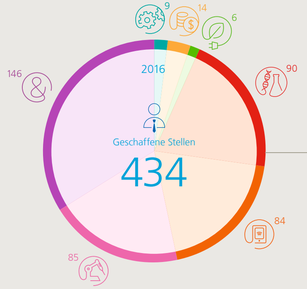
Die GZA siedelte im Jahr 2016 zusammen mit ihren Partnern 101 ausländische Unternehmen an (Vorjahr: 93*). Letztmals wurden 2010 mehr als hundert Firmen angesiedelt. 79 (oder 78 %) der angesiedelten Unternehmen kommen aus den geografischen GZA-Schwerpunktmärkten Europa, USA und China.

Die fokussierte, aktive Marktbearbeitung erwies sich auch bezüglich der Branchen als zielführend. 63 (oder 62 %) der Unternehmen stammen aus den Fokusbranchen der GZA, die sich durch eine hohe Wertschöpfung und Innovationskraft auszeichnen (siehe Grafik oben).

Die neu angesiedelten Unternehmen schufen im Berichtsjahr 434 neue Arbeitsplätze. Sie planen, in den nächsten fünf Jahren 1541 neue Arbeitsplätze zu schaffen (siehe Grafik unten).

Ansiedlungen	Ansiedlungen	Ansiedlungen	Ansiedlungen
91	71	93*	101
2013	2014	2015	2016





1541
geplante Stellen in den nächsten fünf Jahren

Highlights des Jahres

Januar
Neue Mitglieder
Der Kanton Uri (Januar) sowie ETH Zürich, Empa und Eawag (März) treten der GZA bei.

400 Arbeitsplätze
Biogen beginnt mit dem Bau einer Produktionsanlage für Medikamente in Luterbach SO.

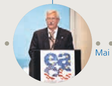
Februar
Führungskräfte vernetzen
Eventserie des von der GZA lancierten Chinese Business Networks

Renminbi-Hub
Eröffnung der China Construction Bank in Zürich

März
Neue Webinar-Serie
Erstes von sechs Web-Seminaren für amerikanische Unternehmen

April
Koreanische Hightech-Firmen im Visier
Memorandum of Understanding mit der Cluster-Organisation KCTECH

Mai
Unterwegs in Cincinnati
Promotions- und Akquisitionstour mit Botschafter Martin Dahinden



Juni
Mitgestalten
Frühstück der privaten GZA-Partner

Google stärkt Standort Zürich
Der Hightech-Gigant entscheidet sich für Zürich als Standort für sein erstes Forschungslabor für Künstliche Intelligenz und Maschinelles Lernen ausserhalb der USA. Zudem geht Google eine Partnerschaft mit dem Impact Hub Zürich zur Förderung von Start-ups ein.

Juli
Neuer globaler Hauptsitz
Die im IKEA-Konzern für alle investitionsbezogenen Tätigkeiten zuständige Interogo Holding AG verschiebt seinen Geschäftssitz von Luxembourg nach Pfäffikon SZ.

August
GZA Lake Side Talk
Wichtigster Schweizer Standortmarketing-Anlass mit rund 400 Gästen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft

Oktober
GZA-Mitgliedschaft bekräftigt
Der Gemeinderat der Stadt Zürich genehmigt den Beitrag an die GZA bis 2019. Auch Glarus, Graubünden und Schwyz bestätigen ihre Kantonsbeiträge.

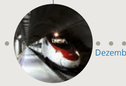
Innovationsweltmeister
Das sechste Jahr in Folge ist die Schweiz Spitzenreiterin im renommierten «Global Innovation Index».

November
Präzisionsindustrie im Fokus
Anlass für Unternehmen der Präzisionsgüter-Industrie mit Unindustria in Treviso, Italien

Startrampe für Start-ups
Das ESA Business Incubation Centre zur Förderung von Start-ups im Bereich Raumfahrt wird in Zürich eröffnet.

GZA Talks
Premiere der Innovations-Konferenz an der neu eröffneten Swiss Pier in San Francisco

Dezember
Noch besser erreichbar
Der Gotthard-Basistunnel nimmt den fahrplanmässigen Betrieb auf.



Stiftungsräte der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing

Carmen Walker Späh (Präsidentin)
Regierungsrätin Kanton Zürich

Daniel Previdoli (Vizepräsident)
Zürcher Kantonalbank

Bruno Aebischer
Volkswirtschaftsdirektion
Kanton Zürich

Urban Camenzind
Regierungsrat Kanton Uri

Daniel Ducrey
Steiner AG

Dr. Ivo Furrer
Swiss Life AG

Esther Gassler
Regierungsrätin Kanton Solothurn

Andreas Gerber
Credit Suisse (Schweiz) AG

Michael Künzle
Stadtpräsident Winterthur

Ernst Landolt
Regierungsrat Kanton Schaffhausen

Marianne Lienhard
Regierungsrätin Kanton Glarus
Daniele Lupini (bis 30.06.)
Swiss Engineering STV

Joachim Masur
Zürich Versicherungsgesellschaft AG

Corine Mauch
Stadtpräsidentin Zürich

Dr. Matthias Michel
Regierungsrat Kanton Zug

Guido Neuhaus
AMAG

Dr. Jon Domenic Parolini
Regierungsrat Kanton Graubünden

Dr. Regine Sauter
Zürcher Handelskammer

Dr. Thomas Ulrich
UBS

Martin Vogel
Schaffhauser Kantonalbank

Prof. Dr. Ulrich Weidmann (ab 01.07.)
ETH Zürich

Dr. Thomas Wellauer
Swiss Re

Kurt Zibung (bis 30.06.)
Andreas Barraud (ab 01.07.)
Regierungsrat Kanton Schwyz

Sekretariat der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing

Dr. Gian Schmid
Volkswirtschaftsdirektion
Kanton Zürich

Geschäftsleitung der Greater Zurich Area AG

Sonja Wollkopf Walt
Geschäftsführerin

Lukas Huber
stv. Geschäftsführer

Verwaltungsrat der Greater Zurich Area AG

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

Bruno Sauter (Vizepräsident)
Amtschef, Amt für Wirtschaft und
Arbeit, Kanton Zürich

Eugen Arpagaus
Leiter des Amts für Wirtschaft
und Tourismus, Kanton Graubünden

Dr. Ulf Berg
Ems-Chemie AG,
BLR & Partners AG

Marc P. Bernegger
Technologieunternehmer

Anna Schindler
Direktorin Stadtentwicklung,
Stadt Zürich

Unsere öffentlichen Stifter

Glarus · Graubünden · Schaffhausen · Schwyz · Solothurn · Uri · Zug · Zürich · Region Winterthur · Stadt Zürich

Unsere Partner aus Wirtschaft und Wissenschaft

Impressum
Herausgeberin: Greater Zurich Area AG
Konzept & Design: evoq communications AG
Druck: Andres Print-Medien GmbH, Spreitenbach
Auflage: 2000 Exemplare
©Greater Zurich Area AG, März 2017
Der Jahresbericht kann über unsere Website bezogen werden

Greater Zurich Area AG
Limmatquai 122
8001 Zürich (Schweiz)
Telefon +41 44 254 59 59
info@greaterzuricharea.com

www.greaterzuricharea.com