



Zürich, 27. August 2019

## **20-Jahr-Jubiläum der Greater Zurich Area: Seit zwei Jahrzehnten Mehrwert für den Wirtschaftsraum Zürich**

**Die als öffentlich-private Partnerschaft organisierte Standortmarketing-Organisation des Wirtschaftsraums Zürich feiert ihr 20-jähriges Bestehen. Durch die Ansiedlung zukunftsweisender Unternehmen aus dem Ausland schafft die GZA seit zwei Jahrzehnten Mehrwert für den Wirtschaftsraum Zürich und die Schweiz in Form von Innovationskraft, Arbeitsplätzen und Steuereinnahmen. Ansiedlungen wirken sich zudem positiv auf die internationale Vernetzung des Standorts und damit auf seine Wettbewerbsfähigkeit aus. Die GZA nimmt dieses Jubiläum zum Anlass, nicht nur zurück-, sondern vor allem auch in die Zukunft zu blicken. «Standortmarketing 2039: Die nächsten 20 Jahre» ist der Titel des heute auf dem ETH-Campus Hönggerberg stattfindenden Jubiläumsanlasses mit rund 600 Gästen.**

Als Antwort auf die Wirtschaftskrise der 1990er Jahre wurde 1998 auf Initiative des Kantons Zürich die Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing gegründet – «im Interesse der Allgemeinheit» und für die «Steigerung der Attraktivität des Wirtschaftsraums Zürich im europäischen und globalen Umfeld», wie es in der Stiftungsurkunde heisst. Im Jahr darauf nahm die operativ tätige Greater Zurich Area AG (GZA) – damals noch unter dem Namen "The Zurich Network" – ihren Betrieb auf. Der Mission eines gemeinsamen Standortmarketings im Ausland schlossen sich nach und nach weitere öffentliche Stiftungsmitglieder an: Zum Kanton Zürich und den Städten Zürich und Winterthur (1999) kamen schon ein Jahr später die Kantone Glarus, Graubünden und Schaffhausen hinzu (2000). Später folgten Solothurn (2002), Schwyz (2003), Aargau (2005-2010), Zug (2009), Uri (2015) und Tessin (2019).

### **Erfolgsmodell «Public Private Partnership»**

Das Standortmarketing wurde von Anfang an als gemeinsame Aufgabe von Staat und Wirtschaft betrachtet. Es wird deshalb von einer Stiftung getragen, die als öffentlich-private Partnerschaft (Public Private Partnership) aufgebaut ist. Neben den elf öffentlichen Stiftungsmitgliedern unterstützen bereits über dreissig Mitglieder aus Privatwirtschaft und Wissenschaft die GZA. (Übersicht: [www.greaterzuricharea.com/de/public-private-partnership](http://www.greaterzuricharea.com/de/public-private-partnership))

Für die Zürcher Regierungspräsidentin Carmen Walker Späh, Stiftungsratspräsidentin der GZA, ist das Modell eine Erfolgsgeschichte: *«Die öffentlich-private Partnerschaft erhöht die Glaubwürdigkeit und die Qualität des gemeinsamen Standortmarketings. Ich bin stolz, dass Unternehmen und Hochschulen von Weltruf die GZA seit 20 Jahren unterstützen und damit den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area stärken.»*

### **Technologie-Kompetenz im Zentrum der GZA-Strategie**

Der Tätigkeitsschwerpunkt der GZA hat sich im Lauf der Zeit gewandelt. Einen eigentlichen Paradigmenwechsel vollzog die Organisation ab dem Jahr 2010. Davor drehte sich alles um die Frage, was die Region tun kann, um Unternehmen anzuziehen. Neu ist entscheidend, welche Unternehmen zum Wirtschaftsraum passen und welchen Mehrwert sie hier schaffen. Die GZA gab sich eine neue Strategie mit klarem Fokus punkto



geografischen Märkten und Branchen mit hoher Wertschöpfung. *«Diese erfolgreiche Fokusstrategie haben wir in den letzten Jahren ständig geschärft und weiter entwickelt»,* erklärt Balz Hösly, Verwaltungsratspräsident der GZA. *«Statt auf Länder zielen wir heute auf Metropolitanregionen, statt auf Branchen schauen wir auf die zugrunde liegenden Technologien und Ökosysteme, die sich aus Unternehmen, Hochschulen, Talenten, Behörden und Verbänden zusammensetzen.»* Statt eine Vielzahl an Standortfaktoren zu bewerben, fokussiere die GZA bei der Promotion und Akquisition auf die im Wirtschaftsraum Zürich vorhandene geballte Technologie-Kompetenz und das verlässliche Umfeld, so Hösly.

### **Mehrwert durch Innovationskraft, Arbeitsplätze und Steuern**

Dass das Standortmarketing Mehrwert für den Wirtschaftsraum Zürich schafft, bestätigte jüngst ein Bericht des Beratungsunternehmens EY, der den Ansiedlungserfolg der GZA von 2009–2017 analysierte. Die GZA und die Wirtschaftsförderungen der Mitgliedskantone siedelten in diesem Zeitraum zusammen 835 ausländische Unternehmen an, die 7'423 Vollzeitstellen schufen. Nicht eingerechnet dabei ist das durch die Ansiedlungen ausgelöste indirekte Stellenwachstum bei Zulieferern, Kunden oder Forschungspartnern. Die durch das Standortmarketing generierten Neuansiedlungen brachten dem Wirtschaftsraum vorsichtig geschätzte zusätzliche Steuereinnahmen von rund 360 Millionen Franken. Sonja Wollkopf Walt, Geschäftsführerin der GZA, erläutert: *«Aus jedem für das Standortmarketing ausgegebenen Steuerfranken resultieren deshalb mittelfristig rund 6 Franken an neuen Steuererträgen.»* Die Ansiedlungen wirkten sich zudem positiv auf die technologische Entwicklung und die Internationalität des Standorts und damit auf seine Wettbewerbsfähigkeit aus, so Wollkopf Walt.

Der EY-Bericht geht zudem von beachtlichen interkantonalen Wertschöpfungseffekten (Spill-over-Effekten) des Standortmarketings aus. Der volkswirtschaftliche Mehrwert einer Ansiedlung wird nicht nur am Standort des Unternehmens generiert, sondern vor allem auch regional, wie z.B. am Wohnsitz der Mitarbeitenden oder bei Zulieferunternehmen. Letztlich profitiert also der gesamte Wirtschaftsraum Greater Zurich Area wie auch die restliche Schweiz von der Ansiedlung internationaler Unternehmen. ([Bericht herunterladen](#))

### **Zukunftsgerichteter Jubiläumsanlass**

Die GZA nimmt das 20-Jahr-Jubiläum zum Anlass, nicht nur zurück-, sondern vor allem auch in die Zukunft zu blicken. Unter dem Titel *«Standortmarketing 2039: Die nächsten 20 Jahre»* führen Persönlichkeiten aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft Gespräche zur Zukunft des Wirtschafts- und Technologiestandorts Greater Zurich Area. Unter den Gesprächsteilnehmern fungieren unter anderem Regierungspräsidentin Carmen Walker Späh, Stadtpräsidentin Corine Mauch, Regierungsrat Christian Vitta (Kanton Tessin), Christian Jott Jenny (u.a. Gemeindepräsident St. Moritz), Staatssekretärin Martina Hirayama, ETH-Präsident Joël Mesot, Ursula Oesterle (u.a. Verwaltungsrätin Kistler Gruppe) und Philosoph Ludwig Hasler. Die GZA zeichnet zudem zehn Persönlichkeiten für ihre Verdienste um den Wirtschaftsraum Zürich zu Ehrenbotschafterinnen und Ehrenbotschaftern der Greater Zurich Area aus. (Porträts: <https://events.greaterzuricharea.com/20-jahre/ehrenbotschafter>)



**Greater Zurich Area**  
Expanding business horizons

Der Anlass findet heute um 16.30 Uhr auf dem ETH-Campus Höggerberg statt.

**Programm und Anmeldung:** <https://events.greaterzuricharea.com/20-jahre>

**Bilder (ab morgen Mittwoch) und Dokumente:** [www.greaterzuricharea.com/de/20-jahre](http://www.greaterzuricharea.com/de/20-jahre)

### **Kontakt**

Greater Zurich Area AG (GZA)

Reto Sidler, Leiter Kommunikation und Marketing

Tel.: 079 201 83 08

[reto.sidler@greaterzuricharea.com](mailto:reto.sidler@greaterzuricharea.com)

Die GZA bedankt sich für die Unterstützung des Jubiläumsanlasses bei:

#### Gold-Sponsorin



#### Silber-Sponsoren

**ETH** zürich

