



Greater Zurich Area  
Expanding business horizons

# Jahresbericht 2015

# 2015

Nach einem anforderungsreichen Jahr 2015 zeigt die Bilanz der Greater Zurich Area AG (GZA): Die Strategie und die Organisation sind so gefestigt und eingespielt, dass auch unter schwieriger werdenden Rahmenbedingungen gute Ansiedlungszahlen möglich sind.

Zusammen mit ihren kantonalen, regionalen und städtischen Partnern begleitete die GZA im letzten, teilweise unberechenbaren Jahr innovative Unternehmen bei ihrer Ansiedlung in der Greater Zurich Area. Ein Grossteil dieser Firmen stammt aus den Fokusindustrien der GZA: Besonders für Unternehmen aus den Bereichen Life Sciences (Biotechnologie, Pharma und Medizinaltechnik) sowie der Informations- und Telekommunikationstechnologie (ICT) ist die Greater Zurich Area ein attraktiver Standort. Hier zählen sich Erfahrung und gute Vernetzung aus: Der Erfolg ist in erster Linie der hervorragend eingespielten Zusammenarbeit zuzuschreiben, welche Kantone, Regionen, Städte und private Partner mit dem GZA-Team pflegen.

Trotz Aufhebung der Euroungrenze, trotz Negativzinsen und einer volatilen Wirtschaftslage bewies sich der Wirtschaftsraum Zürich im internationalen Vergleich mit nachhaltiger Solidität und einer gewissen Resistenz. Die Greater Zurich Area verfügt nach wie vor über den guten Mix jener Standortkriterien, welche für internationale Unternehmen entscheidend sind. Mit der Mischung aus vergleichsweise tiefen Steuern, guter Rechtssicherheit, bester Erreichbarkeit mitten in Europa, verfügbaren Fachkräften in der Region und der generell hohen Attraktivität des Lebensraumes kann die Greater Zurich Area eine internationale Spitzenposition halten.

# Inhalt

- 04 VORWORT
- 11 UNSERE TÄTIGKEIT IM JAHR 2015
- 15 WIRTSCHAFTSRAUM ZÜRICH
- 19 ZAHLEN UND FAKTEN: GZA 2015
- 27 FOKUSMÄRKTE
- 37 UNSERE TRÄGERSCHAFT

# Vorwort

Sehr geehrte Freunde der GZA  
Sehr geehrte Damen und Herren

Die Greater Zurich Area AG (GZA) hatte 2015, als die Standortmarketingorganisation des führenden Wirtschaftsraums der Schweiz, nicht nur eine zentrale Position zu verteidigen – sie wurde auf dem Hintergrund nationaler wie internationaler Herausforderungen als der faktische «Aussendienst» der eigentlichen Standortvermarktung ihrer Metropolitanregion auch zu einer Wegweiserin. Obschon die Kernaufgabe der GZA das Standortmarketing für den Grossraum Zürich ist, gaben uns verschiedene Konstellationen 2015 die Gelegenheit, sich in der Schweiz entwickelnde Rahmenbedingungen im Ausland zu erläutern und verständlich zu machen. Auch ist es uns im Jahr 2015 dank der klaren strategischen Positionierung der GZA sehr gut gelungen, auf nationaler und kantonalen Ebene die Notwendigkeit von Standortmarketing und Firmenansiedlungen sowie unsere Aktivitäten grundsätzlich darzulegen. Zur Informationsvermittlung haben wir an Hearings teilgenommen. Wir konnten so erfolgreich aufzeigen, wie wichtig heute professionelles Standortmarketing für die Positionierung einer Metropolitanregion ist – und welcher Beitrag hierzu die GZA seit über 15 Jahren leistet.

Strategisch von nicht zu unterschätzender Bedeutung ist der Beitritt des Kantons Uri zur Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing AG per Anfang 2016. Dieser Zuwachs freut uns enorm. Gerne wage ich die Prognose: Dass Uri sein Standortmarketing in Zukunft gemeinsam mit der GZA abwickeln wird, ist viel bedeutsamer als auf den ersten Blick erkennbar. Der Grossraum Zürich und der Kanton Uri konnten «die Achse nach Süden» öffnen und kommunizieren – und so gleich den Blick

möglicher Investoren und Unternehmen über den führenden Schweizer Wirtschaftsraum weiter nach Italien richten. Es ist für die Greater Zurich Area von zentraler Bedeutung, gegenüber Kunden ausweisen zu können, dass quasi entlang der Gotthardlinie der Perimeter einer zwar kleinen, aber potenten Region liegt. Führende Produktionsbetriebe und ein engmaschiges Netzwerk zugkräftiger KMUs, gekoppelt mit einer höchst agilen Verwaltung: Das sind zusätzlich zu der zentralen Lage, der Nähe zu Zürich und den fairen Steuerbedingungen sehr interessante Standortfaktoren, die den Wert der gesamten GZA heben.

## Die Fitness der Unternehmen im (Stress-)Test

Allerdings erwuchs der GZA 2015 – wie der gesamten Schweizer Wirtschaft – eine zusätzliche Herausforderung und Hürde. Die Aufhebung der Eurountergrenze katapultierte den gesamten Grossraum Zürich über Nacht in eine neue Ausgangslage. Die faktische Verteuerung von Produkten und Dienstleistungen um rund 20 Prozent löste denn auch eine Kaskade wirtschaftlich unmittelbar messbarer und bis heute nachwirkender Folgen aus – denen wir uns nicht entziehen, sondern aktiv stellen mussten und müssen. Auch rund ein Jahr nach dem folgenschweren Entscheid können wir noch nicht mit letzter Konsequenz abschätzen, inwiefern sich die wirtschaftliche Zukunft des Standorts Schweiz und von Zürich nach dieser Roskur entwickeln wird. Die Fitness der ansässigen Unternehmen

04



wurde mit dem Entscheid einem herausfordernden Stresstest unterzogen. Dieser mag sowohl Gewinner als auch Verlierer zeitigen. Sicher ist: Liess sich bereits nach der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative sagen, dass Standortmarketing wichtiger wird denn je, müssen wir dies seit der Aufgabe des Euromindestkurses erst recht betonen.

Zumal es auch aus anderen Gründen noch keine Garantie dafür gibt, dass die für internationale Unternehmen so wichtige Rechtssicherheit und die Verbindlichkeit von Schweizer Prinzipien so rasch wieder stabilisiert sein werden. International eingeforderte Anpassungen unseres Steuerregimes, welche in die Unternehmenssteuerreform III (USR III) münden, sowie die seitens des Schweizer Souveräns geforderte Beschränkung der Zuwanderung blieben 2015 für die GZA nicht nur im kommunikativen Bereich Herausforderungen, die uns 2016 weiter beschäftigen werden. Die Frage etwa, wie gut qualifizierte Arbeitskräfte für in der Schweiz tätige Unternehmen verfügbar sind, bleibt zentral. Gerade im Grossraum Zürich mit seinem Netzwerk aus zahlreichen Schweizer KMUs sowie international tätigen Firmen zeigt sich, dass einerseits der Pool von Schweizer Arbeitskräften und solchen aus dem EU-Raum, andererseits aber auch jene Spezialisten, welche den bereits kontingentierten Drittstaatenbewilligungen unterliegen, gleichermassen verfügbar und in genügender Zahl und Qualität zugänglich sein müssen: Gerade Letztere sind für IT-Unternehmen, Präzisionsgüterindustrie, Pharma und sämtliche in der Forschung tätigen und die Innovation treibenden Firmen grundlegend. Umso wichtiger ist es, dass die Politik die Unternehmenssteuerreform III einem praktikablen Konzept zuführt. Dabei muss der Unternehmensstandort Schweiz

und sein wirtschaftliches Zentrum rund um Zürich als höchst wettbewerbsfähiger und mit internationalem Steuerrecht kompatibler Standort hervorgehen – sonst wäre die USR III als gescheitert zu betrachten. Die Nachhaltigkeit der neuen Steuerregeln hängt nämlich von der internationalen Entwicklung ab; umso wichtiger ist es, dass die Schweiz rasch auf ein mindestens mittelfristig tragfähiges Konzept setzt.

## Standortmarketing: klare Rollenteilung aufgezeigt

Hinzu kam 2015 die intensive Auseinandersetzung mit der Tätigkeit des Standortmarketings selbst sowie den dafür erforderlichen Grundlagen und Mitteln. Wir durften als GZA bereits 2015 darlegen, wie aus Sicht der führenden Standortmarketingorganisation der Schweizer Metropolitanregionen das Zusammenspiel und der Wettbewerb mit der nationalen Organisation Switzerland Global Enterprise (S-GE) und den Organisationen der Regionen aussehen müsste: Die Kompetenzen von S-GE und den Metropolitanregionen sollen in Zukunft besser und sinnvoller aufeinander abgestimmt werden. Gegenüber dem Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), in den Hearings mit der vorbereitenden Kommission des nationalen Parlaments und gegenüber der Volkswirtschaftsdirektorenkonferenz (VDK) konnte die GZA erläutern, welche Aufteilung am meisten Mehrwert bringen dürfte: Die zentrale Aufgabe der Standortmarketingorganisation S-GE soll die Darstellung der Schweizer Verhältnisse in den relevanten Märkten sein. Sie soll ihre Mittel und Ressourcen für die direkte Kommunikation bei den wirtschaftsrelevanten Netzwerken vor Ort im Ausland einsetzen. Das S-GE-Beziehungsnetz ist prädestiniert dafür, den wachsenden Informationsbedarf der internationalen Unternehmenskunden permanent vor Ort zu befriedigen. Wir von der GZA hingegen, als Repräsentanten



des führenden Schweizer Wirtschaftsraumes, sollen verstärkt dort tätig sein, wo es gilt, potenzielle Kunden und einen Standort evaluierende ausländische Firmen in engerem Kontakt von den Qualitäten und Vorzügen des Wirtschaftsraums Zürich zu überzeugen. Das ist unsere Kernkompetenz. Dass wir sie gut und nachhaltig ausspielen, haben wir in einem schwierigen Jahr 2015 erneut beweisen können.

Letzteres gilt im Besonderen auch für unsere wachsenden Aufgaben im Informationsvermittlungs- und Kommunikationsbereich. Denn von aussen ist nur schwer verständlich, wie sich die Schweiz durch teilweise hausgemachte Veränderungen selbst bremst und dabei ausgerechnet jene Regulierungen verschärft, welche sie im Interesse ihres eigenen Wohlstandes möglichst reduziert halten sollte. Hier konnten wir viel Aufklärungsarbeit leisten – und werden dies weiter tun müssen: Täglich erfährt die GZA, wie wichtig es für internationale Unternehmen ist, niederschwellig in einen Markt eintreten zu können.

Dass die GZA in einem weiteren als anforderungsreich und teilweise unberechenbar zu bezeichnendem Jahr ein gutes Ergebnis erzielen konnte, zeugt wohl von der Richtigkeit unserer Strategie. Der gute Ansiedlungserfolg 2015 beweist aber vor allem, welch eingespieltes Team in der mit Ressourcen nicht üppig ausgestatteten GZA am Werk ist. Darauf bin ich stolz.

Mit Blick auf 2016 scheint auch unser kalkuliertes Vortasten in einen neuen Markt erfolgversprechend: Nach ersten Kontakten und Testläufen im Jahr 2014 konnten wir 2015 in Korea mögliche Marktverbindungen und Beziehungen stärken. Wir stufen Korea als einen neuen, vielversprechenden Markt ein, der die Märkte China, USA und Europa ergänzen könnte.

Wir gehen motiviert ins nächste Jahr: Strategisch wie operativ soll dieser neue Hafen nicht der einzige bleiben, den die GZA 2016 ansteuert.



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'B. Höslly', written in a cursive style.

Dr. Balz Höslly  
Präsident des Verwaltungsrates der Greater Zurich Area AG



Von links: Lukas Sieber (Director), Marc Rudolf (Director Rest of World),  
Sonja Wollkopf Walt (Managing Director), Lukas Huber (Director Asia), Rolf Bühler (Director Europe)

# Ansiedlungen von Fokusindustrien

2015 wurden 83 Unternehmen angesiedelt, welche 388 Stellen geschaffen haben. Davon sind 60 % der Ansiedlungen und 70 % der geschaffenen Stellen in GZA-Fokusindustrien.



Cleantech  
+3



Finanzdienstleistungen  
+6



Medizinaltechnik  
+7



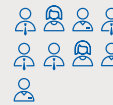
Maschinenindustrie  
+8



Stellen  
**+12**



Stellen  
**+54**



Stellen  
**+9**



Stellen  
**+28**

Stellen  
**+388**



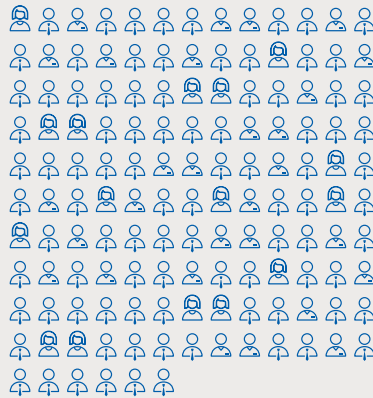
Informations- und  
Kommunikationstechnologien  
+12



Stellen  
**+34**



Biotechnologie/Pharma  
+13



Stellen  
**+136**



Andere  
+34



Stellen  
**+115**





Unsere Tätigkeit  
im Jahr 2015

# Unsere Tätigkeit im Jahr 2015

Für die GZA war das Jahr 2015 ein Jahr der Grundsatzentscheide: Welche Anpassungen müssen wir auch auf operativer Ebene vornehmen, um sich verändernden Rahmenbedingungen gerecht zu werden? Benötigen wir, bei bisher schon beschränkten Ressourcen, mehr Mittel – oder müssen wir künftig mit weniger Mitteln mehr tun? Verfügen wir über die nötigen und passenden Instrumente und Vorgehensweisen, um sich verändernden Märkten und in der Schweiz hinziehenden Regulierungsdiskussionen entsprechen zu können? Wie wird die Finanzierung der GZA in Zukunft aussehen? Welche Rolle kann und soll die GZA effektiv spielen?

Rückblickend auf dieses Jahr, welches für viele Institutionen sehr viele grundlegende Fragen und Unsicherheiten mit sich brachte, dürfen wir heute feststellen: Es ist uns gelungen, das operative Geschäft und die tägliche Arbeit so voranzutreiben, dass wir auch ohne verbindliche und rechtssichernde Antworten gute Resultate erzielen konnten. Das GZA-Team hat gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen der Kantone, Regionen und Städte in einem schwierigen Jahr beharrlich, erfolgreich und nachhaltig gearbeitet.

## Mit viel Teamspirit in neue Märkte

Unser Team hat das Standortmarketing für den führenden Wirtschaftsraum der Schweiz 2015 im Wissen vorangetrieben, dass weder die Finanzierung unserer eigenen Organisation noch die für unsere Kunden so wichtige Rechtssicherheit und Verbindlichkeit gewährleistet sind. Deshalb ist dieses Resultat, welches die GZA 2015 hat verzeichnen können, so bedeutsam.

Die laufenden Diskussionen über die erforderliche Beschränkung der Zuwanderung, die Notwendigkeit, unsere Steuerregimes internationalen Standards anzupassen, die Aufgabe der Euroungergrenze durch die Nationalbank und der Entscheid des Kantons Zürich über die künftige Finanzierung der GZA waren eigentliche Triebfedern unserer Tätigkeit. Wir haben in der Überzeugung gearbeitet, dass Standortmarketing nötiger ist denn je, will der Wirtschaftsraum Greater Zurich Area seine Kraft erhalten will. Das hat uns angespornt.

Es ist uns im Jahr 2015 gelungen, ein sehr gutes Ergebnis zu erzielen: 83 angesiedelte Unternehmen haben im vergangenen Jahr 388 Arbeitsstellen geschaffen. Der Erfolg ist das Ergebnis der hervorragend eingespielten Zusammenarbeit unserer Kantone, Regionen, Städte und privaten Partnern und des GZA-Teams.

Unsere klar definierte Strategie zahlt sich dabei aus: Es zeigt sich zum Beispiel, dass die fokussierte Vorgehensweise im Markt China nachhaltig zu greifen beginnt. Die Beziehungen in einem Netz relevanter Partner sind zwischen der GZA und China hervorragend gewachsen. Davon zeugen nicht nur die steigenden Ansiedlungszahlen, sondern auch die vielsprechende Zusammenarbeit mit chinesischen Handelskammern und Verbänden sowie die guten Kontakte zu Firmen vor Ort. Das Team in den USA haben wir verstärkt und konnten dank frischer Zugkraft mit einem prominent besuchten Anlass im Silicon Valley zu Data Security & Big Data als innovative und zukunftsfähige Region punkten.

## Enge Zusammenarbeit mit den Kantonen, Regionen und Städten

Besonders hervorzuheben ist für 2015 auch, wie gut sich die tragende Zusammenarbeit mit unseren kantonalen und städtischen Partnern entwickelt und etabliert hat. Die klare Definition der Art und Weise, wie wir im Partnernetz zusammenarbeiten, und das gute Zusammenspiel bei der Übergabe von Projekten und Kontakten ermöglichen die konstante Weiterentwicklung unserer Dienstleistung zugunsten der ansiedlungsinteressierten Unternehmen, unserer Kunden. Dank unseren Partnern konnten wir beispielsweise Kontakte in Italien stärken und gemeinsame Projekte in diesem bedeutungsvollen europäischen Markt angehen.



## GZA als anerkannter Informationsvermittler

Die Herausforderungen im politisch-gesellschaftlichen Umfeld und grosse, standortrelevante Entscheidungen haben sicherlich viel dazu beigetragen, dass die GZA im Jahr 2015 zahlreiche Chancen und Gelegenheiten erhielt, Fachwissen und Erfahrungen einem breiten Publikum darzulegen. Wir konnten einen signifikanten Anstieg von Anfragen verzeichnen, über Standort und Standortmarketing zu referieren. Mit diesen Auftritten vor verschiedensten Gremien konnten wir erläutern, was Standortmarketing ausmacht und welche zentrale Rolle es in der heutigen Zeit spielt. Viele Medienanfragen gaben uns Gelegenheit, Zusammenhänge unserer Arbeit mit übergeordneten Fragen aufzuzeigen. Die gezielte Informationsvermittlung gelingt uns auch dank klar strukturierter Onlinekommunikation, der Bewirtschaftung der klassischen Kommunikationskanäle sowie der spezifischen Pflege unserer Beziehungen zum nationalen Parlament. An unserem traditionellen Sessionsanlass im Juni in Bern zeigten wir interessierten nationalen Parlamentarierinnen und Parlamentariern auf, was Standortmarketing beitragen kann, um der Schweiz und dem Wirtschaftsraum Zürich entsprechenden Nutzen zu bringen.

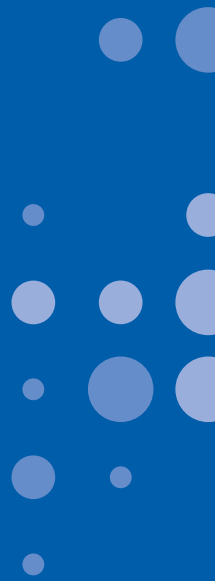
Ein Highlight des Jahres 2015 war der GZA Lake Side Talk im August. Dr. Thomas Held thematisierte die Wechselwirkungen von Standortmarketing, Innovation und Innovationsförderung. Der Strategieberater und ehemalige Direktor von Avenir Suisse erläuterte, wie und wo Innovationen am besten stattfinden können und inwiefern sie gefördert werden sollen. Held betonte, wie wichtig heute eine Rückbesinnung auf so wenig Regulierung wie möglich sei, um die Innovationskraft der Unternehmen nicht abzuwürgen und den Unternehmen möglichst viel Freiraum für Forschung und Entwicklung innovativer Lösungsansätze zu bieten. Nach der erstmaligen Thematisierung der Innovationsfähigkeit unserer Region im Jahr 2014, haben wir mit diesem Anlass erneut einen entscheidenden Beitrag zur wichtigen Diskussion geleistet, wie bedeutend Innovation ist, damit der Wirtschaftsraum Zürich seinen internationalen Spitzenplatz als führenden Wirtschaftsstandort halten kann.

Das Jahr 2016 soll ein Jahr werden, in dem wir neue Kontakte in bestehenden und bewährten Märkten konsolidieren und vor allem auch unsere Testläufe der letzten zwei Jahre in neuen Märkten zu erfolgreichen Vorgehensweisen ausbauen.

Ich bin zuversichtlich, dass unser auf Effizienz und Fokus basierendes Modell auch im kommenden Jahr Erfolg zeitigen wird. Wir sind zum versierten Informations- und Beziehungsvermittler geworden – und können dabei in schwierigen Zeiten konstante Ansiedlungszahlen ausweisen. Der Auftrag, für den Wirtschaftsraum Zürich bleibenden Mehrwert zu schaffen, wird uns auch im kommenden Jahr leiten.



Sonja Wollkopf Walt  
Geschäftsführerin Greater Zurich Area AG





Wirtschaftsraum Zürich

Der Wirtschaftsraum Zürich sah sich 2015, wie die gesamte Schweiz, mit wirtschaftspolitischen Veränderungen konfrontiert. Die Aufhebung der Euroungrenze, die Wirtschaftslage in den Euroländern und die Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative waren auch für das Wirtschaftszentrum der Schweiz zentrale Themen.

Die per Ende 2015 messbaren wirtschaftlichen Auswirkungen im Wirtschaftsraum Zürich, konnte auch dank dessen breit gefächerten Unternehmensstrukturen im Finanzdienstleistungs-, Präzisionsgüter- und Technologiebereich in Grenzen gehalten werden. Allerdings traf die Aufhebung des Euro-mindestkurses gekoppelt mit dem Inkraftsetzen von Negativzinsen den Wirtschaftsraum Zürich ebenfalls empfindlich.

Die Konjunkturforscher der BAK Basel Economics attestieren dem Wirtschaftsraum Zürich dennoch eine hohe Robustheit. Das ist darauf zurückzuführen, dass dieser im internationalen Vergleich nach wie vor über einen guten Mix jener Standortkriterien verfügt, welche für internationale Unternehmen entscheidend sind. Mit der Mischung aus vergleichsweise tiefen Steuern, guter Rechtssicherheit, bester Erreichbarkeit mitten in Europa, verfügbaren Fachkräften in der Region und der generell hohen Attraktivität des Lebensraumes, weist die Greater Zurich Area eine nachhaltige Solidität und damit eine gewisse Krisenresistenz aus.

## Robust im Qualitätswettbewerb

Mit ein Grund für diese relative Stabilität mag sein, dass die Region sich in einem permanenten Qualitätswettbewerb bewiesen hat und beweisen muss. Im Bereich des Wettbewerbs um tiefe Kosten etwa, kann der Wirtschaftsraum Zürich keinen Spitzenplatz erringen, gerade auf dem Hintergrund der Entwicklungen im Jahr 2015.

Die Verfügbarkeit von hoch qualifizierten Arbeitskräften ist weiterhin eines der zentralen Kriterien für internationale Firmen. Unternehmen können nur wachsen, wenn sie dafür die besten Kräfte weltweit rekrutieren können. So sind sie in der Lage, für unmittelbaren Wohlstand und für eine hohe Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsraums zu sorgen. Die Personenfreizügigkeit ermöglicht es den Unternehmen, hochqualifizierte Personen aus der EU problemlos als Arbeitskräfte einzustellen. Die bereits starke Kontingentierung in die Drittstaatenkontingente (etwa: USA, China, Japan, Indien) macht es internationalen Unternehmen aber fallweise schon schwer, gewisse offene Stellen in der Schweiz zu besetzen. Dies schwächt die internationale Wettbewerbsfähigkeit unseres Wirtschaftsraums unnötig. Wenn wir weiterhin die besten Unternehmen aus aller Welt gewinnen wollen, müssen die hier herrschenden Rahmenbedingungen intakt bleiben.

Bei der Definition eines neuen Zuwanderungsregimes darf im Weiteren nicht unterschätzt werden, dass gemäss Berechnung von BAK Basel Economics 7 % des Schweizer BIP bis 2035 auf dem Spiel steht. Ein solcher Rückgang würde die Greater Zurich Area massgeblich treffen.

## Eurozone prägt unsere Wirtschaft

Die Annahme, dass die Schweizer Wirtschaft 2016 wieder um rund 1,5 Prozent wachsen wird, kann auf dem Hintergrund eines sich unet gebärdenden Welthandels nicht beruhigen – zumal die EU, unser wichtigster Handelspartner, nach wie vor schwächelt. Die Konjunktur in den Euroländern prägt die Schweiz. Scharfe Sparprogramme im EU-Raum bremsen die Schweizer Exporte und hemmen umgekehrt internationale Investitionen.

Im Wirtschaftsraum Zürich und damit in der Schweiz ist die zentrale Frage international tätiger Unternehmen: Können wir auch in Zukunft genügend Fachkräfte – wenn nötig aus dem Ausland – rekrutieren? Und gleich anschliessend folgt das Thema: Wie regelt die Schweiz ihr Verhältnis mit der EU?

Wird in diesen Fragen 2016 ein Fortschritt erzielt – abgesehen von Währungsfragen und der zu definierenden Basis der Unternehmenssteuerreform III –, wird die Greater Zurich Area im laufenden Jahr eine gute Entwicklung erleben. Global gesehen bleiben jedoch die volatile Konjunktur, weltweite Probleme ganzer Sektoren und vor allem auch die von China ausgehende Verunsicherung in den nächsten Monaten eine grosse Herausforderung für Investoren. Veränderungen der Weltwirtschaftslage spürt der Wirtschaftsraum Zürich auch bezüglich Ansiedlungen – da sich dann auch der Investitionswille internationaler Firmen entsprechend verändert.

Eine stimulierende Wirkung könnte dafür die seitens der Schweiz verstärkten Bemühungen um ein Freihandelsabkommen mit Indien haben. Dieses würde analog zum Freihandelsabkommen mit China die wirtschaftlichen Beziehungen zu einem riesigen Markt verbessern und erleichtern.







# Zahlen und Fakten: GZA 2015

# Zahlen und Fakten: GZA 2015

Gemeinsam mit ihren kantonalen, regionalen und städtischen Partnern siedelte die GZA im Jahr 2015 insgesamt 83 Unternehmen an, welche 388 Stellen geschaffen haben. 55 % der Ansiedlungen erfolgen aus Europa, 25 % aus den USA und je 10 % aus China und aus der Übrigen Welt.

## Durch gemeinsame Ansiedlung geschaffene Stellen

Arbeitsplätze	2015	2014	2013	2012	2011
Aktuell*	388	485	365	435	533
Geplant*	898	1472	1083	1269	1352

## Ansiedlungen der GZA und von Partnern im Zeitvergleich

	2015	2014	2013	2012	2011
Ansiedlungen im GZA-Raum	83	71	91	82	98

\* Zum Zeitpunkt der Ansiedlung von den Unternehmen angegeben.

Nachträge: Zwischen dem Eintrag einer Firma in das Handelsregister und den Projektarbeiten der GZA und ihren Partnern für diese Firma können mehrere Wochen oder Monate liegen. Dadurch können einige Ansiedlungen erst im jeweils folgenden Kalenderjahr von der GZA registriert werden. Die oben genannten Zahlen entsprechen den effektiven Ansiedlungen in den genannten Jahren inkl. der nachgemeldeten Ansiedlungen.

## 2015 im Zeichen von Life Sciences und ICT

Im vergangenen Jahr siedelten sich mit Unternehmen aus dem Bereich Biotechnologie/Pharma (13) und Medizinaltechnologie (7) knapp ein Viertel der Ansiedlungen aus dem wertschöpfungsintensiven Life-Sciences-Bereich an. Auch der Fokusbereich Informations- und Telekommunikationstechnologie verzeichnete 12 Ansiedlungen. Weitere Ansiedlungen wurden in den Bereichen Consumer Goods (12), Business und Corporate Services (10), Maschinenindustrie und Elektrotechnik (8), Finance (6), Cleantech (3) und weiteren Industrien aus dem Dienstleistungssektor (12) vollzogen. Somit stammen knapp 60% aller Ansiedlungen (49) aus den Fokusindustrien der GZA.

## Unternehmen planen zurückhaltender

Die angesiedelten Unternehmen kommen aus Europa (46), den USA (22), China (8) und aus der Übrigen Welt (7). Während im Jahr 2015 ähnlich viele Arbeitsstellen geschaffen wurden wie bereits in vorhergehenden Jahren, planen die angesiedelten Unternehmen in diesem Jahr viel zurückhaltender. Es werden deutlich weniger Stellen geplant als in den Jahren zuvor. Dies lässt sich neben unternehmenseigenen Gründen auch auf geopolitische Unsicherheiten, Verunsicherung betreffend der Schweizer Rahmenbedingungen sowie auf die Frankenstärke zurückführen.

## Akquisition und Promotion

Die Akquisition von Unternehmen, welche Mehrwert für den Wirtschaftsraum Zürich schaffen, ist komplexer und anspruchsvoller geworden – sowohl im Bereich der eigentlichen Akquisition wie in der Informationsarbeit über den Standort. Umso mehr fungiert die GZA für ihre Kunden jederzeit als unkomplizierte, kompetente und rasch handelnde Kontaktstelle. So werden interessierten Unternehmen alle Möglichkeiten des Wirtschaftsraums Greater Zurich Area aufgezeigt – sei dies durch das Erläutern der ansässigen Firmennetze, das Aufzeigen von Kooperationsmöglichkeiten mit Bildungs- und Forschungsinstituten oder durch das Vermitteln von Kontakten zu privaten Dienstleistern und den kantonalen Behörden. Hier hat sich das Ressourcen-Pooling der GZA mit ihren Partnern bewährt. Bei einem konkreten Ansiedlungsinteresse ist die nahtlose Zusammenarbeit des Kunden mit den kantonalen und städtischen Wirtschaftsförderungen garantiert. Sobald Unternehmen ihr Interesse am Wirtschaftsraum Zürich konkretisieren, bringt sie die GZA mit den Wirtschaftsförderungen der Kantone, Regionen und Städte zusammen. Dies ist eine wichtige Phase im Standort-Evaluationsprozess: Wenn die Verantwortlichen des Unternehmens dort erfahren können, wie die öffentliche Hand sie willkommen heisst und ihnen Kooperation zusichert, sehen die internationalen Kunden diesen Kooperationswillen als weiteren matchentscheidenden Standortvorteil des Wirtschaftsraums Zürich.

Ebenso wichtig wie die Zusammenarbeit innerhalb der GZA bleibt die Art und Weise der Zusammenarbeit zwischen der nationalen und der regionalen/kantonalen Ebene sein. Die Auslandaktivitäten von S-GE (Switzerland Global Enterprise) und diejenigen der regionalen Vertreter wie der GZA sollen immer besser aufeinander abgestimmt werden. Aus Sicht der GZA ist die Stärke und damit die zentrale Aufgabe der S-GE, die allgemeine Standortpromotion des Wirtschaftsstandorts Schweiz, sowie die Darstellung und Erklärung der Schweizer Verhältnisse in relevanten Wirtschafts- und Branchenverbänden in den Zielmärkten. Die Stärken der Standortmarketing-Organisationen wie der GZA hingegen liegen primär im Akquisitionsprozess und in der direkten Betreuung ansiedlungsinteressierter Unternehmen.

Die Bilanz der Kooperation ist solide: 85 Anlässe wurden von Drittpartnern (strategischen Partnern und Organisationen) organisiert und bei 23 Aktivitäten von Switzerland Global Enterprise (S-GE) nahm ein Vertreter der GZA teil. 24 Anlässe organisierte die GZA selber. Der hohe Anteil an Einbindungen der GZA im Rahmen von Aktivitäten von Dritten zeigt, wie wichtig das internationale Netzwerk für die GZA ist.





## Integrierter Kommunikationsansatz der GZA greift

Die internationale Positionierung der Greater Zurich Area, die Kommunikation innerhalb der Schweiz gegenüber Medien, Politik und Öffentlichkeit sowie das laufende Abstimmen der internen und der externen Kommunikation waren 2015 die Schwerpunkte für die Kommunikationsabteilung der GZA. Als Querschnittsstelle koordinierte und entwickelte das Kommunikationsteam Marketinginstrumente sowohl für die Fokushmärkte als auch die GZA-Partner. Für China, Korea und die USA wurden spezifische Kommunikationsmittel erstellt und über eigene Kanäle sowie solche von Dritten verbreitet.

Die Website als zentrale Plattform für ansiedlungsinteressierte Unternehmen wurde im letzten Jahr technisch aufgerüstet und inhaltlich ausgebaut. Mit Koreanisch ist die Website nun in insgesamt sechs Sprachen verfügbar (zusätzlich zu Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch und Chinesisch). Zudem wurden die Inhalte gezielt für Suchmaschinen optimiert, was den Zugriff über die organische Suche deutlich erhöhte. Neu lanciert wurde der GZA Blog, auf welchem Beiträge der GZA sowie unserer kantonalen, regionalen und städtischen Partner zu lesen sind. Der GZA Blog bietet den Partnern die Möglichkeit, eigene Inhalte mit der GZA Community zu teilen und so die eigenen Tätigkeiten und regionalen Vorzüge besser zu kommunizieren. Gleichzeitig kann die GZA Community auf den Social-Media-Kanälen LinkedIn, Twitter, Facebook und Google+ gepflegt und erweitert werden.

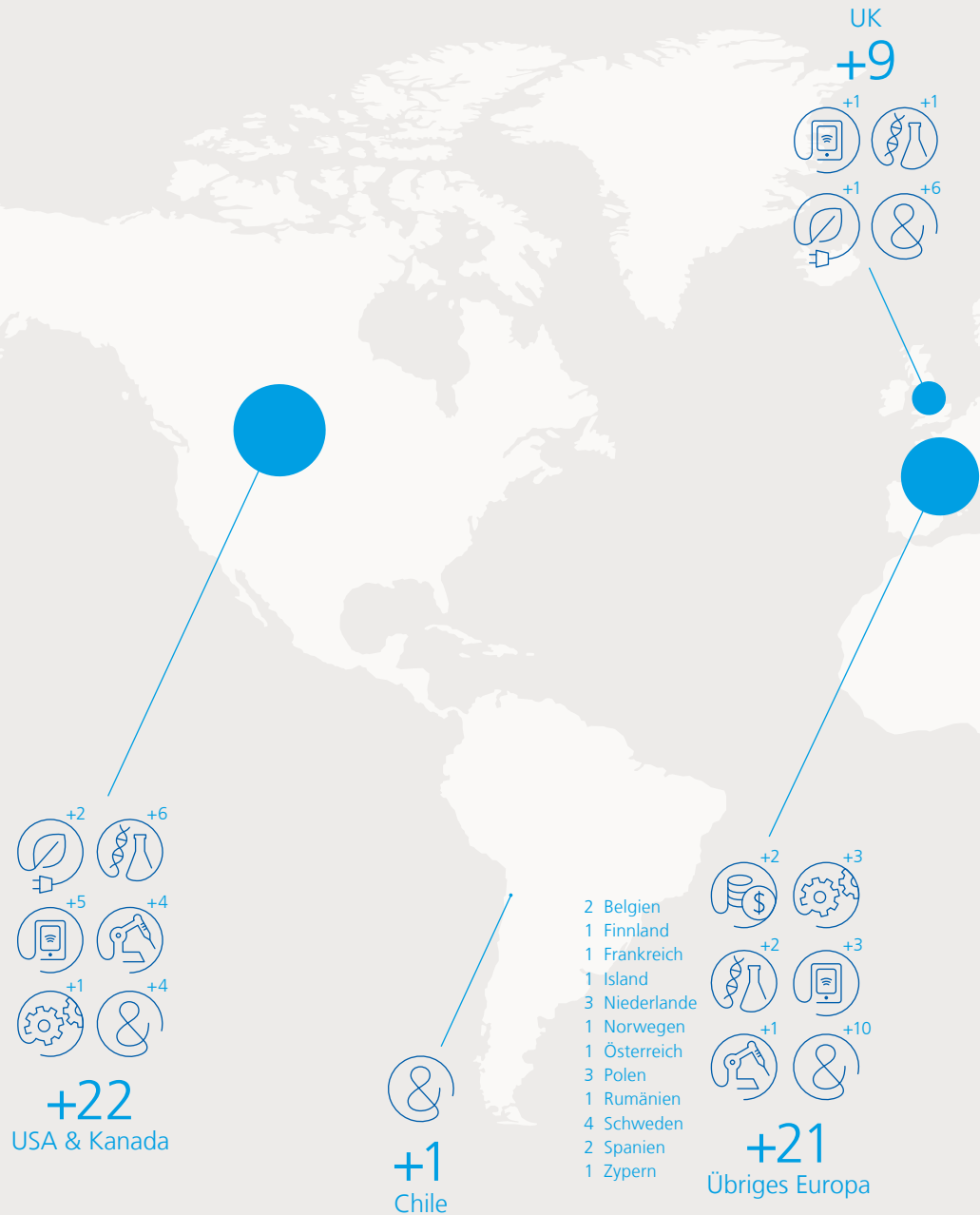
Die Frage nach der Wichtigkeit von Standortmarketing für unseren Wirtschaftsraum, besonders im internationalen Vergleich, beschäftigte 2015 stark: Einerseits nahm das Medieninteresse nach der Aufhebung des Euromindestkurses markant zu, andererseits wurden in mehreren Mitgliedskantonen der GZA Finanzierungsentscheide gefällt. Geschäftsführerin Sonja Wollkopf Walt und Dr. Balz Hösly, Präsident des Verwaltungsrats der GZA, konnten in kantonalen und nationalen Hearings die Positionierung der GZA erläutern. Überdies festigten sie 2015 ihre Rolle als versierte Ansprechpersonen für Medienanfragen, Podiumsdiskussionen und Tagungsreferate.

Am traditionellen GZA-Sessionsanlass in Bern diskutierte die GZA im Juni mit nationalen Parlamentariern, wie ein zukunfts-taugliches Standortmarketing ausgestaltet werden muss, um der Schweiz und dem Wirtschaftsraum Zürich entsprechenden Nutzen zu bringen.

Im August 2015 thematisierte der 5. GZA Lake Side Talk dann die Wechselwirkungen von Standortmarketing, Innovation und Innovationsförderung. Mit Referaten von Dr. Thomas Held, Dr. Balz Hösly und der Zürcher Regierungsrätin und Präsidentin der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing Carmen Walker Späh sowie dank des hochkarätig besetzten Panels konnte den über 370 Gästen aufgezeigt werden, wie die Innovationskraft der Region gewahrt werden kann.



# Herkunftsländer und Branchen der im Jahr 2015 angesiedelten Firmen



Deutschland

+11



Russland

+3

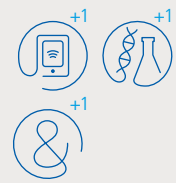


China

+8



+5  
Italien



+3  
Indien

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





Fokusmärkte

## USA – neuer Schwung für die Wirtschaft

2015 hat die US-Wirtschaft an Fahrt zugelegt. Das Bruttoinlandsprodukt wuchs in allen Quartalen, wobei das Wachstum in den drei letzten Quartalen sogar weit über den Prognosen lag. Insbesondere der Arbeitsmarkt hat sich gesund entwickelt: Die Arbeitslosenrate ist auf 5% gefallen. Gegen Ende 2015 vermeldet die US-Wirtschaft zum ersten Mal seit der Wirtschaftskrise wieder mehr Stellen als vor der Krise. Am stärksten zum Wachstum von 2015 beigetragen haben dabei die privaten Konsumausgaben. Allenfalls könnten die hohen Lagerbestände von US-Unternehmen das Wirtschaftswachstum etwas bremsen, denn zum Jahresende hielten die Unternehmen in den USA Waren im Wert von knapp 100 Milliarden Dollar. Diese Güter sind bereits in das Bruttoinlandsprodukt eingeflossen.

Das robuste Wirtschaftswachstum veranlasste schliesslich die US-Notenbank Federal Reserve (Fed) dazu, den Leitzins erstmals seit Jahren leicht zu erhöhen. Diese Zinswende darf als historisch angesehen werden, wurden doch die Zinsen zuletzt im Jahr 2006 angehoben. Diese Bewegung war auch ein Signal für die internationalen Märkte, doch kann der Fed-Entscheid alleine die Weltwirtschaft nicht ankurbeln.

Die erstarkte US-Wirtschaft führte auch 2015 relativ rasch zu einem erstarkten Expansionswillen von US-Firmen. Für die GZA bedeutet dies nicht nur eine Zunahme der direkten Anfragen evaluierender Firmen, sondern tatsächlich auch etliche Expansionen in den Wirtschaftsraum Zürich.

Als Reaktion auf die Initiative der OECD Base Erosion and Profit Shifting (Beps), die Gewinnkürzungen und Gewinnverlagerungen bei der Besteuerung international tätiger Unternehmen vermeiden möchte, überprüfen viele amerikanische internationale Unternehmen ihre Strukturen und stellen sich für die Zukunft neu auf. Dies hat zu einer weiteren Intensivierung des Konkurrenzkampfes der Standorte geführt. In diesem schwierigen Umfeld konnte die GZA in den USA mit vergleichsweise bescheidenen Ressourcen auch 2015 aufzeigen, wie attraktiv die Greater Zurich Area ist. So erhielt der Kanton Solothurn nach intensiver und koordinierter Vorarbeit des GZA-Teams und Switzerland Global Enterprise den Zuschlag

von Biogen, einem der grössten Biotechunternehmen der Welt. Das amerikanische Unternehmen plant mit dem Bau einer weltweit einzigartigen Produktionsanlage rund 400 Stellen für hochqualifizierten Arbeitnehmer zu schaffen. Auch im Bereich Fintech überzeugte das GZA-Team das Management eines Global Players: Mitte 2015 verlegte der grösste Anbieter zur Speicherung von virtuellen Währungen, Xapo, den Hauptsitz vom Silicon Valley in den Wirtschaftsraum Zürich.

Zu den wichtigsten Marketingmassnahmen zählten auch 2015 die Teilnahme an Panels und die Durchführung eigener Konferenzen: Die GZA organisierte 2015 erfolgreich einen Informationsanlass im Silicon Valley und zeigte dort auf, was die Greater Zurich Area innovativen Firmen zu bieten hat. Weiter kamen Roundtables und Debatten zu Steuerbelangen, Arbeitsrecht und dem Zugang zu Talenten eine wichtige Rolle zu. Für 2016 sind weitere Seminare, Webinars sowie gezielte Teilnahmen an Tradeshows geplant.

«Dank Effizienz und Fokus gelingt es uns, die Greater Zurich Area weiterhin als europäische Top-Destination für innovationsgetriebene amerikanische Unternehmen zu positionieren.»

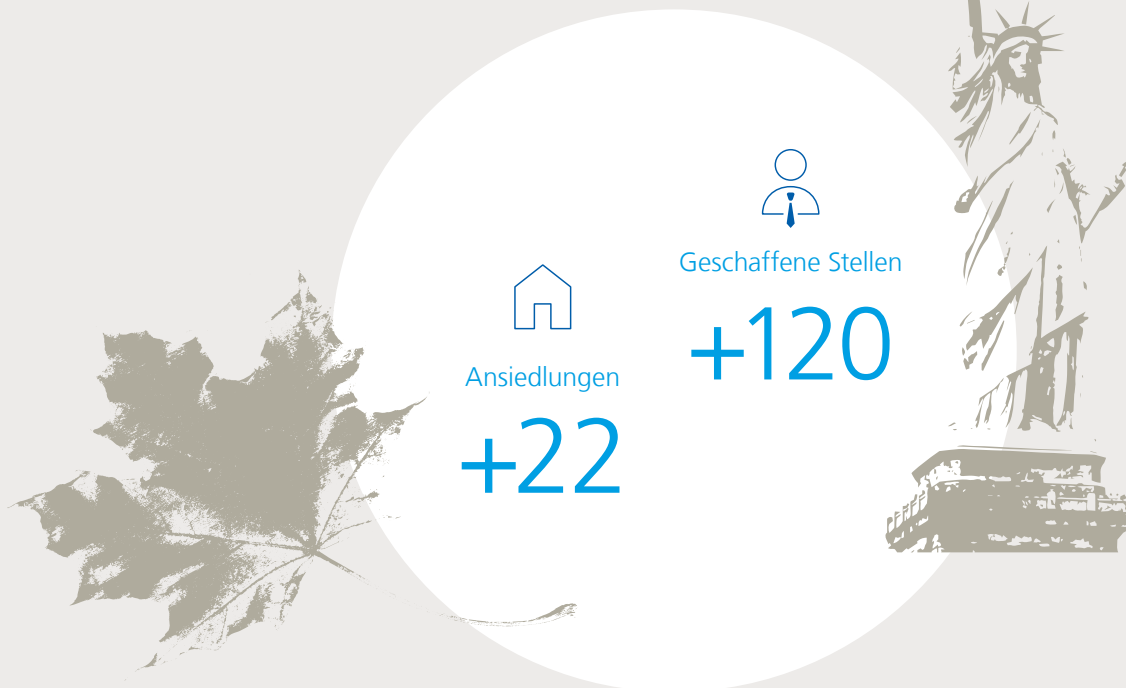
Douglas Ebert, Executive Director USA



Team USA (von links):  
Jillian Ochs, Barbara Phalen, Douglas Ebert, Lukas Sieber

# USA & Kanada

Gemeinsame Ansiedlungen der GZA und ihrer kantonalen und städtischen Partner aus den USA & Kanada:



Medizinaltechnik

Ansiedlungen  
+4



Cleantech

Ansiedlungen  
+2



Informations- und  
Kommunikationstechnologie

Ansiedlungen  
+5



Maschinenindustrie

Ansiedlung  
+1



Biotechnologie/Pharma

Ansiedlungen  
+6



Andere

Ansiedlungen  
+4

## China: konsolidiertes Wachstum, volatile Form

Der Strukturwandel in der chinesischen Wirtschaft hin zu einem intensiven Wachstum durch technischen Fortschritt ist in vollem Gang. Allerdings bleibt die chinesische Wirtschaft volatil, Prognosen bleiben schwierig. Für die GZA ist relevant, dass Chinas Auslandsinvestitionen weiter im zweistelligen Bereich zulegen: Seit 2015 investiert China mehr im Ausland, als ausländische Investoren dies in China tun. Zudem investieren chinesische Firmen viel stärker als noch vor ein paar Jahren in technologieintensive Sektoren und hoch entwickelte Länder (Standorte). Dies macht Standorte, welche Technologie und internationale Kompetenz anbieten können wie die Schweiz, und insbesondere die Greater Zurich Area, immer attraktiver. Erfolge 2015 zeugen davon: Zum Aufbau und Launch des Chinese Business Network sowie zur Ansiedlungen der China Construction Bank und des Milliardenunternehmens Fosun konnte die GZA mit ihren kantonalen und städtischen Partnern wesentlich beitragen.

Im Sommer jährte sich die Inkraftsetzung des Freihandelsabkommens mit China zum ersten Mal. Die GZA hat die Wichtigkeit dieses Vertrages immer betont. Und die ersten Zahlen belegen: Dieser Meilenstein in der Schweizer Aussenwirtschaftspolitik stösst auf reges, gegenseitiges Interesse. Seit dem Inkrafttreten ist denn auch der Aussenhandel der Schweiz mit China deutlich stärker gewachsen als derjenige mit dem Rest der Welt.

Die GZA-Arbeit umfasste auch 2015 mehrere Bereiche: Die Repräsentanten vor Ort ermöglichten den wichtigen Beziehungsaufbau mit den Zielfirmen. Dadurch konnte die Anzahl der Roadshows auf jährlich sechs einwöchige Veranstaltungen inklusive intensiver Firmenmeetings ausgebaut werden. Die Zusammenarbeit mit Switzerland Global Enterprise (S-GE) und den Swiss Business Hubs in China ermöglichte eine weitere Ausdehnung und Festigung des GZA-Netzwerks. Die Roadshows sind ausgezeichnete Plattformen für die Beziehungspflege und oftmals Türöffner zu den Entscheidungsträgern bei den relevanten Zielfirmen. Gemeinsam mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaft (ZHAW) wurden ausserdem

verschiedene Promotions- und Akquisitionstätigkeiten in den Zielregionen durchgeführt. Dabei stehen jeweils Firmen aus führenden Technologieparks in China im Vordergrund. Durch die neu initiierte Zusammenarbeit mit CEIBS/Lorange ergeben sich hochwertige Kontakte zu deren Alumni. Die führende Business School in China hat ihre Präsenz in Europa mit ihrem Campus in Horgen gestärkt.

Zielbranchen bleiben Bereiche des Mechanical and Electrical Engineering, der Electronic Goods Manufacturers, der Finanzindustrie und der Life Sciences. Hinzu kamen 2015 vermehrt Kontakte zu Private-Equity-Firmen in China, welche Expansionsprojekte und Investitionen ihrer Portfoliofirmen in der Schweiz und Europa evaluieren und finanzieren. Generell zeichnet sich also eine erfreuliche Entwicklung ab: Ansiedlungen und Investitionen chinesischer Investoren und Unternehmen in der Schweiz nehmen kontinuierlich zu.

«Die erfreuliche Entwicklung der Ansiedlungen und Investitionen chinesischer Unternehmen ist das Ergebnis kontinuierlicher Beziehungspflege der GZA zusammen mit ihren kantonalen und städtischen Partnern in China.»

Lukas Huber, Director Asia

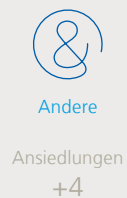


Team China (von links):

Lan Qin, Wei Wang, Lukas Huber, Sonja Wollkopf Walt, Jianping Gao

# China

Gemeinsame Ansiedlungen der GZA und ihrer kantonalen und städtischen Partner aus China:



## Europa: Netzwerke ausbauen

Auch im vergangenen Jahr setzte die GZA für den europäischen Raum auf eine bewährte Strategie: Während internationale Firmen in den USA und China mit Repräsentanten vor Ort angesprochen werden, bearbeitet die GZA die umliegenden Märkte gemeinsam mit den Wirtschaftsförderern der Kantone und Städte. Daneben werden auch weiterhin Projekte mit Switzerland Global Enterprises (S-GE) sowie weiteren Partnerorganisationen wie den Wirtschaftsprüfern E&Y, KPMG, Deloitte und PricewaterhouseCoopers vorangetrieben.

Die Marktbearbeitung in den verschiedenen Ländern war 2015 geprägt von vielfältigen Aktivitäten. In Deutschland sind die Messeauftritte weiterhin ein bewährtes Mittel. Erfolgreiche Beispiele hierfür sind die Besuche an der SPS IPC Drives, der CEBIT und an der Embedded World. Auf immer grössere Resonanz stossen Multiplikatorenanlässe wie beispielsweise das Business Dinner mit dem General- und Honorarkonsul in Nürnberg, zu dem die GZA zahlreiche Vertreter der Wirtschaft begrüßen durfte. In Italien schliesslich waren die Roadshows mit direkten Firmenbesuchen – unter anderen der NBC Elettronica Group im Veltlin – jeweils ein grosser Erfolg. Diese sich intensivierenden Kontakte nach Süden schätzt die GZA als vielversprechend ein.

2015 konnte der Euroraum die konjunkturelle Erholung der ersten Monate auch in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen. Insgesamt darf für 2016 mit einem leichten Wirtschaftswachstum gerechnet werden. Diese ersten positiven Aussichten haben aber auch einen direkten Einfluss auf die Arbeit der GZA: Die deutschen Unternehmer sind mit ihrem eigenen Standort wesentlich zufriedener als in den letzten zehn Jahren. Ihr Geschäft läuft gut und der Druck, alternative Standorte im Ausland zu evaluieren, hat merklich nachgelassen. In Italien hingegen besteht vielerorts ein grosser Wille zur Internationalisierung – dies wirkt sich wiederum positiv auf die Nachfrage nach unseren Standorten im Wirtschaftsraum Zürich aus.

«Besonders von Unternehmen aus Italien spüren wir einen grossen Willen zur Internationalisierung.»

Rolf Bühler, Director Europe



# Europa

Gemeinsame Ansiedlungen der GZA und ihrer kantonalen und städtischen Partner aus Europa:



Ansiedlungen

**+46**



Geschaffene Stellen

**+170**



Medizinaltechnik

Ansiedlungen  
+3



Cleantech

Ansiedlung  
+1



Informations- und  
Kommunikationstechnologie

Ansiedlungen  
+6



Maschinenindustrie

Ansiedlungen  
+7



Finanzdienstleistungen

Ansiedlungen  
+4



Biotechnologie/Pharma

Ansiedlungen  
+4



Andere

Ansiedlungen  
+21

## Korea: gefestigte Kontakte, erste Schritte

2015 stand Korea im Zeichen der Festigung der im Vorjahr geschlossenen Erstkontakte. Die allgemeine wirtschaftliche Baisse von China, Koreas wichtigstem Abnehmer von Exportgütern, wirkte sich zwar auch auf die koreanische Konjunktur aus. Die von der GZA angepeilten Zielgruppen sind jedoch durchgehend gut positioniert und meist auch gut finanziert. Diese Unternehmen betrachten internationale Expansion als Notwendigkeit, da der Binnenmarkt von Südkorea den Wachstumsplänen auf Dauer nicht genügt.

Im November führte die GZA eine Roadshow mit mehreren Meetings durch. Im Rahmen kleiner Clusterevents in den Bereichen Pharma, Biotech, Medtech und Fintech waren neben Firmen auch die jeweiligen Branchenorganisationen beteiligt. In Korea sind diese Verbände wichtige Türöffner zu Firmen. Zudem verfügen sie oft über grosszügige Mittel und fördern die internationale Expansion von Start-ups als Geldgeber.

An einem Anlass bei der Schweizer Botschaft in Seoul kam die GZA mit über 20 Unternehmen ins Gespräch. Mit einigen dieser Firmen wurden engere Kontakte etabliert, und es ergaben sich weiterführende Projekte. 2016 steht im Zeichen der Intensivierung und Erweiterung dieser Projektarbeit und der Zusammenarbeit mit relevanten Organisationen und Unternehmen.

## Indien: Warten auf Reformen, Warten auf Freihandel

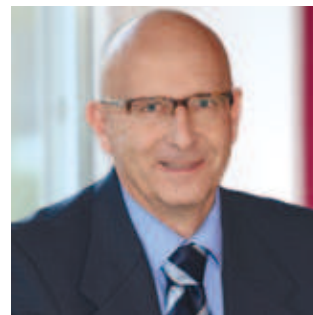
Kernaktivität im indischen Markt waren zwei Roadshows, an welchen die GZA Firmenverantwortliche in Mumbai, Delhi, Bangalore, Kochi und Pune traf. Im Rahmen dieser Treffen konnte die GZA das Netzwerk mit Firmen aus den Fokusbereichen Biotech, Food Ingredients, Industrial Hardware und ICT vertiefen. Diese Kontakte waren auch die Grundlage für eine erfolgreiche Ansiedlung aus dem Bereich Biotechnologie / Pharma: Mit Value Edge Research Services (aus Noida bei Delhi) hat sich eine erfolgreiche Firma für die Greater Zurich Area entschieden. Bereits arbeiten die ersten Spezialisten in Zug.

Generell ist bei den indischen Unternehmen 2015 eine gewisse Ernüchterung eingeleitet. Wegweisende Reformen stehen an, deren Entwicklung geht allerdings kaum voran. Der Enthusiasmus der ersten Monate ist weitgehend verfliegen, Unternehmer wollen von der neuen Regierung nun Resultate sehen: den Abbau von unnötigen Regulierungen sowie das klare Zurückbinden von Korruption und Bürokratie.

Indische Unternehmen sind in vielen Belangen schon seit je auf sich selbst gestellt und gewohnt, sich trotz widrigen Rahmenbedingungen zu behaupten. Seit ein paar Jahren suchen immer bessere indische Technologien vermehrt internationale Märkte. Europa ist deshalb für viele indische Unternehmen die dritte wichtige Priorität nach Asien und den USA. Und die Greater Zurich Area ist dafür mitten in Europa gut positioniert.

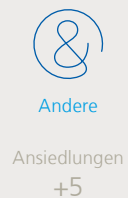
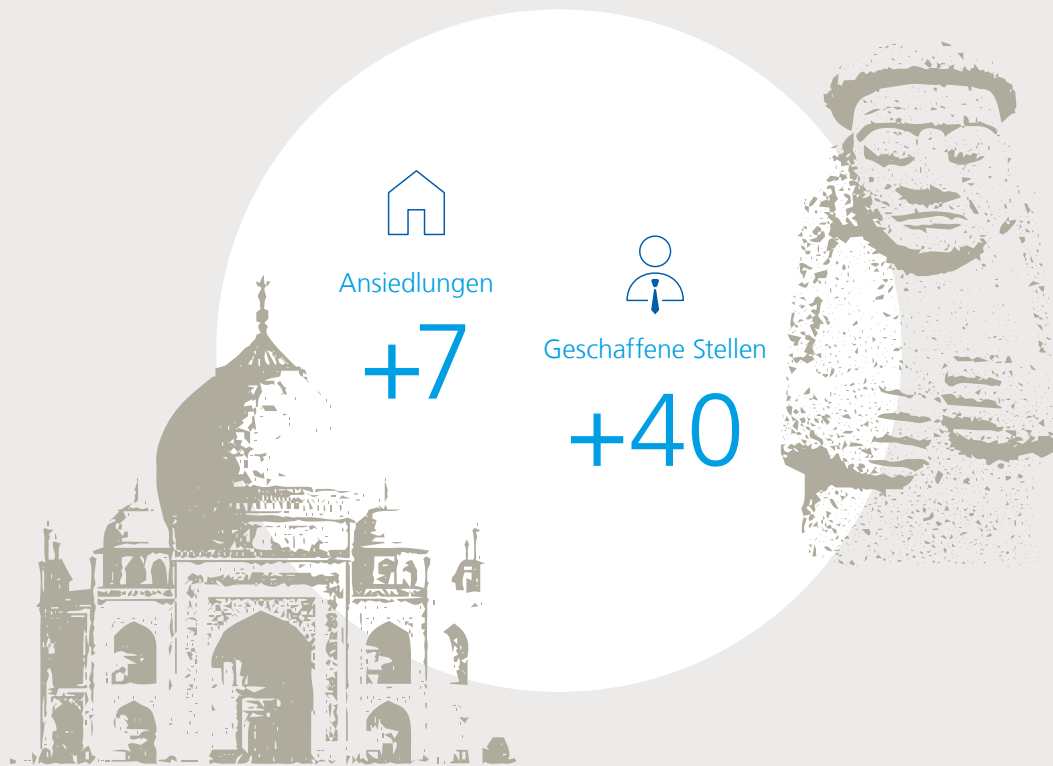
«In Korea und Indien sind wir daran, unser Netzwerk von relevanten Organisationen und Unternehmen in Projekte zu verwandeln.»

Marc Rudolf, Director Rest of World



# Übrige Welt

Gemeinsame Ansiedlungen der GZA und ihrer kantonalen und städtischen Partner aus Übriger Welt:







Unsere Trägerschaft

# Unsere Trägerschaft

Die Non-Profit-Organisation Greater Zurich Area AG ist die Standortmarketingorganisation des Wirtschaftsraums Zürich. Trägerin ist die Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing.

## Organe und Mitglieder der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing und Greater Zurich Area AG (per 31.12.2015)

### **Kantone**

Glarus  
Graubünden  
Schaffhausen  
Schwyz  
Solothurn  
Zug  
Zürich

### **Stadt**

Zürich

### **Region**

Winterthur

### **Unternehmen**

Alpine Finanz Immobilien AG  
AMAG Automobil und Motoren AG, Retail Zentralverwaltung  
Credit Suisse Group  
Flughafen Zürich AG  
Glerner Kantonalbank  
Graubündner Kantonalbank  
MLS Dr. Max Schnopp AG  
Rhenus Alpina AG  
Schaffhauser Kantonalbank  
Schwyzer Kantonalbank  
Steiner AG  
Swiss Engineering STV  
Swiss Life  
Swiss Prime Site  
Swiss Re  
UBS  
Vischer  
Zuger Kantonalbank  
Zürcher Handelskammer  
Zürcher Kantonalbank  
Zürich Versicherungsgesellschaft AG



## Stiftungsräte der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing (per 31.12.2015)

### **Carmen Walker Späh**

Regierungsrätin des Kantons Zürich  
Präsidentin

### **Daniel Ducrey**

CEO Steiner AG

### **Dr. Ivo Furrer**

Swiss Life AG

### **Esther Gassler**

Regierungsrätin Kanton Solothurn

### **Andreas Gerber**

Credit Suisse

### **Michael Künzle**

Stadtpräsident Winterthur

### **Ernst Landolt**

Regierungsrat Kanton Schaffhausen

### **Marianne Lienhard**

Regierungsrätin Kanton Glarus

### **Daniel Lupini**

Swiss Engineering STV

### **Joachim Masur**

CEO Zürich  
Versicherungsgesellschaft AG

### **Corine Mauch**

Stadtpräsidentin Zürich

### **Dr. Matthias Michel**

Regierungsrat Kanton Zug

### **Guido Neuhaus**

AMAG Retail

### **Dr. Jon Domenic Parolini**

Regierungsrat Kanton Graubünden

### **Daniel Previdoli**

Zürcher Kantonalbank

### **Dr. Regine Sauter**

Zürcher Handelskammer

### **Dr. Thomas Ulrich**

UBS

### **Martin Vogel**

Schaffhauser Kantonalbank

### **Dr. Thomas Wellauer**

Swiss Re

### **Peter Widmer**

Rhenus Alpina AG

### **Kurt Zibung**

Regierungsrat Kanton Schwyz

## Verwaltungsrat der Greater Zurich Area AG

### **Dr. Balz Hösly**

Rechtsanwalt/Partner,  
MME Partners | Tax | Compliance  
Zürich, Präsident

### **Dr. Bernhard Neidhart**

Leiter Amt für Wirtschaft und Arbeit,  
Kanton Zug, Vizepräsident

### **Eugen Arpagaus**

Leiter des Amts für Wirtschaft  
und Tourismus, Kanton Graubünden

### **Dr. Ulf Berg**

BLR & Partners AG

### **Marc P. Bernegger**

Technologiepionier

### **Bruno Sauter**

Amtschef, Amt für Wirtschaft und  
Arbeit, Kanton Zürich

### **Anna Schindler**

Direktorin Stadtentwicklung  
Stadt Zürich

## Geschäftsleitung der Greater Zurich Area AG

### **Sonja Wollkopf Walt**

Geschäftsleiterin

### **Lukas Huber**

stv. Geschäftsleiter



## Regierungsrätin Carmen Walker Späh, Präsidentin der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing

Das Jahr 2015 stand auch im Wirtschaftsraum Zürich ganz im Zeichen des starken Frankens und des schwachen Wachstums in den Hauptmärkten EU und China. Das Jahr brachte zwar keine Rezession, doch das Wirtschaftswachstum hat sich deutlich verlangsamt.

In diesem bewegten Umfeld hat die GZA 2015 ein erfreuliches Resultat erzielt. In enger Zusammenarbeit mit den kantonalen und städtischen Standortförderungen konnten 83 Unternehmen angesiedelt werden. Gegenüber dem Jahr 2014 sind dies 17 Prozent mehr Ansiedlungen. Die angesiedelten Unternehmen haben insgesamt 388 neue Stellen geschaffen. Das Ergebnis zeigt, dass der Wirtschaftsraum Zürich im internationalen Vergleich trotz Währungsungleichheiten nach wie vor gut positioniert ist und als ausserordentlich wettbewerbsfähig gilt. Und es zeigt, dass die Mitarbeitenden der GZA die Vorzüge unserer Region auch mit Überzeugung vermitteln konnten.

In meinem ersten Jahr als Stiftungsratspräsidentin der GZA konnten wir den Kanton Uri als neues GZA-Mitglied willkommen heissen. Das freut mich als geborene Urnerin natürlich ganz besonders, ist das «Tor zum Süden» doch bereits der achte Kanton, der im wachsenden GZA-Netzwerk mitmacht. Diesem Netzwerk beigetreten sind 2015 auch das auf Executive Search spezialisierte Rekrutierungsunternehmen MLS Dr. Max Schnopp AG und Swiss Engineering, der grösste Berufsverband von Ingenieuren und Architekten in der Schweiz.

Standortmarketing kennt keinen Selbstzweck. Mit Firmensiedlungen werden neue Arbeitsplätze geschaffen und Steuersubstrat generiert, das für andere Staatsaufgaben benötigt wird. Die Ansiedlungen schaffen auch neue Zusammenarbeits- und Absatzmöglichkeiten für das lokale Gewerbe und sichern damit bestehende Arbeitsplätze. Die Schweiz und die Greater Zurich Area benötigen den Input von aussen, um auch in Zukunft innovativ bleiben und damit unseren Wohlstand sichern zu können. Ich danke der GZA und allen öffentlichen und privaten Partnern herzlich für ihren wertvollen Beitrag hierzu.



Regierungsrätin Carmen Walker Späh,  
Präsidentin der Stiftung Greater Zurich Area  
Standortmarketing

## Unsere öffentlichen Stifter



Glarus



Graubünden



Schaffhausen



Schwyz



Solothurn



Zug



Zürich

...winterthur...  
stadt & region



Stadt Zürich

## Unsere privaten Partner

ALPINE FINANZ IMMOBILIEN AG

amag

CREDIT SUISSE

FLUGHAFEN ZÜRICH

Glarner  
Kantonalbank

Graubündner  
Kantonalbank

Schaffhauser  
Kantonalbank

RHENUS  
LOGISTICS

Schnopp & Partner  
MLS Dr. Max Schnopp AG

Schwyzer  
Kantonalbank

STEINER

SWISS  
ENGINEERING  
STV UTS ATS

SwissLife

SWISS PRIME SITE

Swiss Re

UBS

VISCHER  
SWISS LAW AND TAX

Zürcher Handelskammer  
Chambre de commerce de Zurich  
Zurich Chamber of Commerce

Zürcher  
Kantonalbank

Zuger  
Kantonalbank

ZURICH®

**Impressum**

Herausgeberin: Greater Zurich Area AG

Art Direction, Layout und Bildredaktion:

evoq communications AG

Druck: Andres Print-Medien GmbH, Spreitenbach

Auflage: 1300 Exemplare

© Greater Zurich Area AG, März 2016

Der Jahresbericht kann über unsere Website bezogen werden:

[www.greaterzuricharea.com](http://www.greaterzuricharea.com)



