



Standortmarketing für die Greater Zurich Area

WFU INSIDE, Uster

28. Oktober 2008

Willi Meier, CEO, Greater Zurich Area AG

Gliederung


1. Weshalb Standortmarketing?
2. Was hat der Wirtschaftsraum Greater Zurich Area zu bieten?
3. Die Standortmarketing-Organisation Greater Zurich Area AG



Weshalb Standortmarketing?

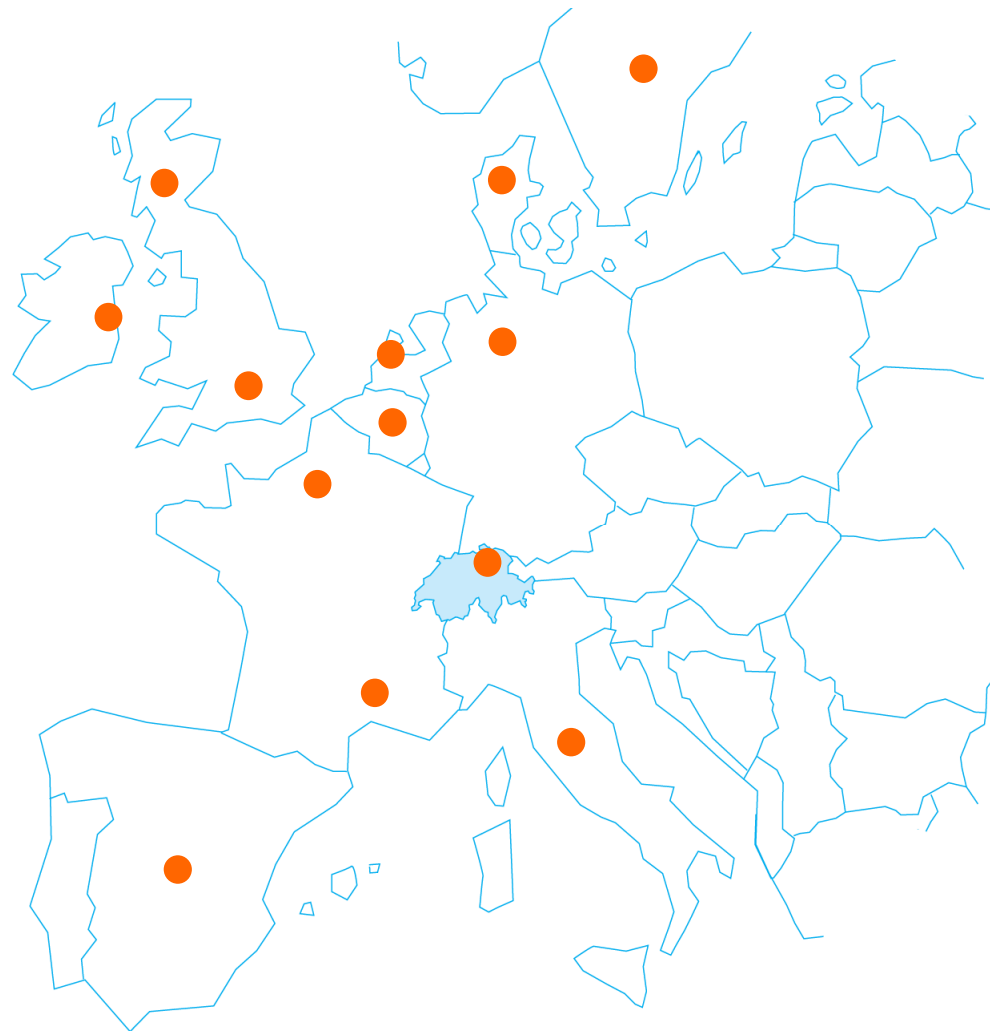
Globalisierung der Wirtschaft bewirkt
mehr Wettbewerb für

Unternehmen  und  Standorte  um  Talente

- 
- Mobilere Unternehmen & Arbeitskräfte
 - Weltweiter Wettbewerb der Standorte
 - Standorte versuchen ansässige Firmen zu halten und neue zu gewinnen
 - Internationale Rekrutierung

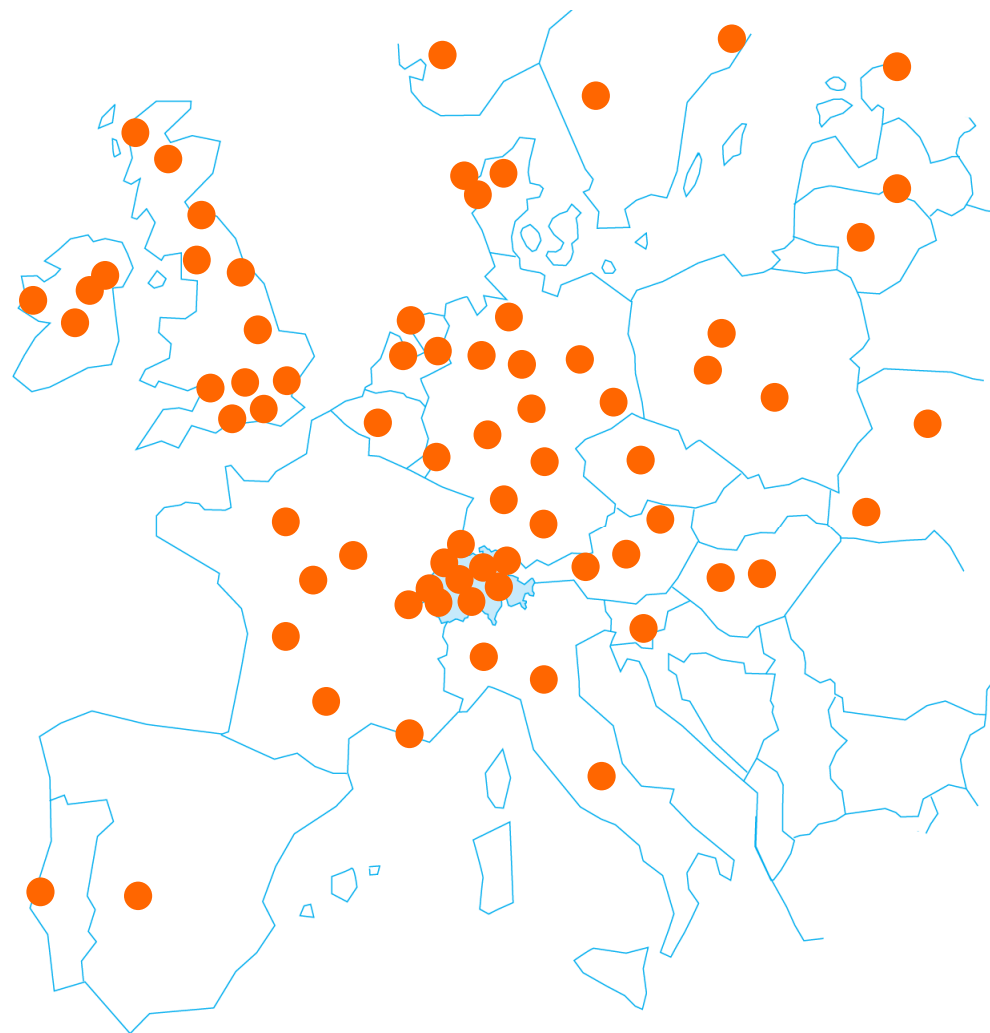


Standortmarketingorganisationen gestern...



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

Standortmarketingorganisationen heute...



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

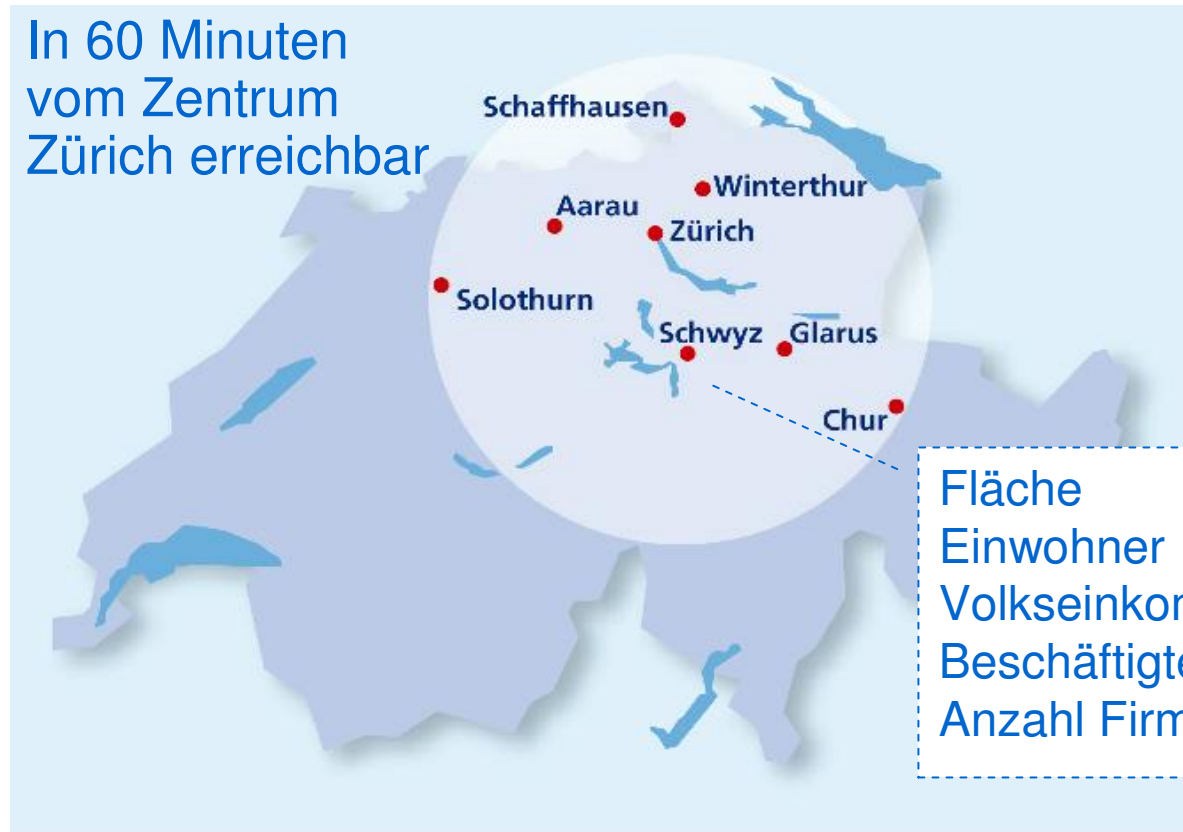
Gliederung

1. Weshalb Standortmarketing?
2. Was hat der Wirtschaftsraum Greater Zurich Area zu bieten?
3. Die Standortmarketing-Organisation Greater Zurich Area AG



Der Wirtschaftsraum Greater Zurich Area

In 60 Minuten
vom Zentrum
Zürich erreichbar



Fläche	15'000 km ²
Einwohner	3.6 Mio.
Volkseinkommen	CHF 225 Mrd.
Beschäftigte	1.6 Mio.
Anzahl Firmen	160'000



Greater Zurich Area

Ein Standort für Unternehmen mit Weitblick

- Globaler Finanzplatz
- Im Zentrum von Europa
- Niedrige Steuern
- Universitäres Umfeld
- Qualifizierte Arbeitskräfte
- Zuverlässige Verkehrsverbindungen
- Mehrsprachigkeit
- Einmalige Lebensqualität



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

Medizinal- und Biotechnologie

- Mehr als 500 ansässige Unternehmen in der GZA
- Exportanteil: 90 %
- Gemeinsame Initiative der Universität- und der ETH-Zürich mit Kompetenzzentren in den Bereichen
 - Neurowissenschaften
 - Functional Genomics
 - Pflanzenwissenschaften
- Spinoff- und Start-up Förderung



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

European Orthopaedics

High Tech Sektor

- Zahlreiche Zulieferer der Automobil-Industrie (Mechanische- und Kunststoffteile, Software)
- Grosses Entwicklungspotential in den Schlüsseltechnologien Optik, Sensorik, Nanotechnologie
- Höchste Anzahl Patentanmeldungen pro Kopf beim European Patent Office

unaxis

AVALON
PHOTONICS

Contraves | Space

SENSIRION
THE SENSOR COMPANY

EMS
EMS-GRIVORY

HEPTAGON

CEDES
More than you expect!

Omicron
NanoTechnology



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

ICT

- Mehr als 1500 ansässige Unternehmen Im Wirtschaftsraum Greater Zurich Area
- Weltweit drittbeste ICT-Infrastruktur
- Ausgeprägte Entwicklungsdynamik durch Zusammenwachsen der Sektoren IT, Telekommunikation und Neue Medien



ADINOVUM

Google™

SIEMENS



super computing systems



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

Hauptsitze / Service Centers



ESTÉE LAUDER



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

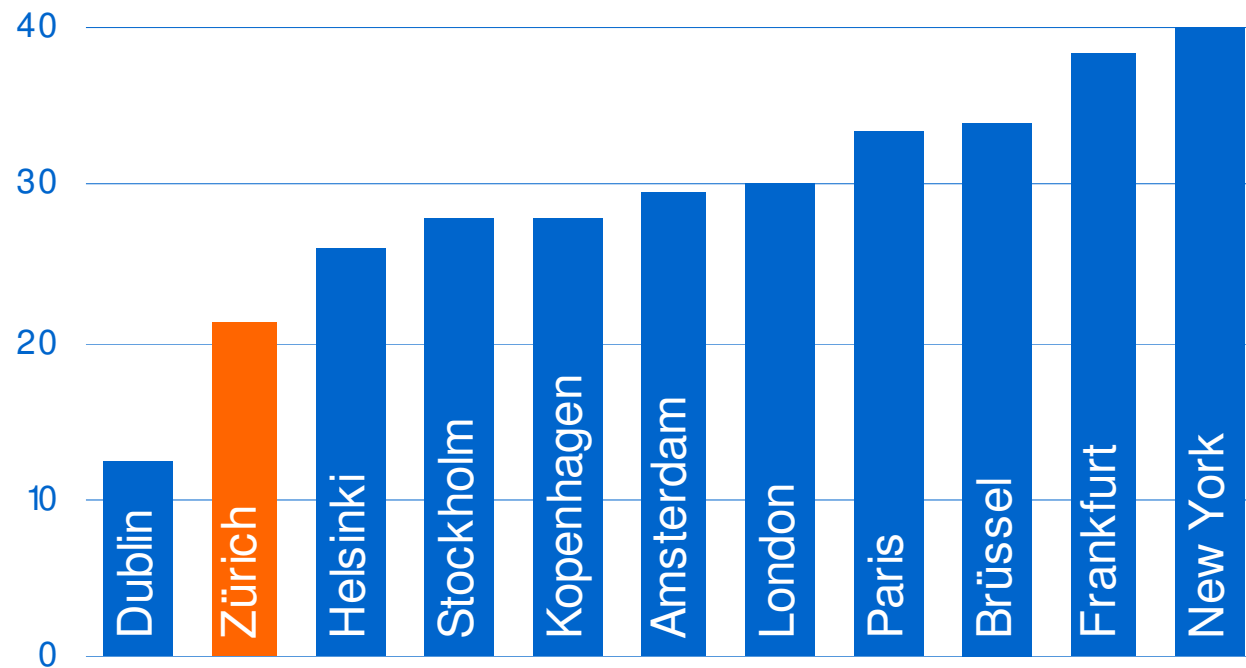
Universitäres Umfeld: Renommierete Ausbildungs- und Forschungsstätten

- Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETHZ)
- Universität Zürich und St. Gallen (HSG)
- 20 Fachhochschulen
- 15 Forschungs- und Technologiezentren (z.B. IBM Zurich Research Laboratory)
- Höhe der Forschungsausgaben pro Kopf weltweit Nr. 2
- 24 Internationale Schulen



Tiefe Steuern im internationalen Vergleich

Unternehmenssteuersätze in % der Gewinne von Kapitalgesellschaften



Quelle: KPMG's Corporate Tax Rates Survey 2006



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

Höchste Lebensqualität

- Nr.1 weltweit

Rang	Stadt	Punktezahl
1	Zürich	108
2	Wien	107.9
2	Genf	107.9
4	Vancouver	107.6
5	Auckland	107.3
6	Düsseldorf	107.2
7	München	107
7	Frankfurt	107
9	Bern	106.5
10	Sydney	106.3
11	Kopenhagen	106.2

Quelle: William M. Mercer, Survey 2008



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

Schwächen der Greater Zurich Area

Potential

- Relativ kleiner Wirtschaftsraum (beschränkte Ressourcen)
- Nach innen recht heterogen: Wirtschaftspolitik kantonal (= lokal) geprägt

Struktur

- Relativ tiefe Wertschöpfung
- Stark von Finanzdienstleistungen abhängig

Dynamik

- Schwache Unternehmensgründungs-Kultur und wenig ausgebauter Wissenstransfer Hochschule-Wirtschaft



Gliederung

1. Weshalb Standortmarketing?
2. Was hat der Wirtschaftsraum Greater Zurich Area zu bieten?
3. Die Standortmarketing-Organisation Greater Zurich Area AG



Greater Zurich Area AG

Unsere Ziele

- Internationale Vermarktung der Greater Zurich Area als Unternehmensstandort
- Identifikation, Akquisition und Unterstützung ausländischer Unternehmen während der Evaluationsphase und des Ansiedlungsprozesses



Greater Zurich Area AG

- Stiftungsmitglieder des öffentlichen Sektors

- Kanton Aargau
- Kanton Glarus
- Kanton Graubünden
- Kanton Schaffhausen
- Kanton Schwyz
- Kanton Solothurn
- Kanton Zürich
- Stadt Winterthur
- Stadt Zürich



Greater Zurich Area
Expanding business horizons

Greater Zurich Area AG

- Stiftungsmitglieder des privaten Sektors

- ABB (Schweiz) AG
- Alpine Finanz Immobilien AG
- Credit Suisse Group
- Graubündner Kantonalbank
- Implenja AG
- Karl Steiner AG
- Niederer Kraft & Frey, Rechtsanwälte
- Swiss Prime Site
- SwissRe Group
- Treuco Treuhand Gesellschaft
- UBS
- Walder Wyss & Partner, Rechtsanwälte
- Zürcher Kantonalbank



Unsere Strategie: Märkte & Branchen

Zielmärkte

- USA: West- & Ostküste
- Europa: Deutschland, United Kingdom, Belgien, Frankreich, Niederlande, Norwegen, Schweden, Dänemark
- Asien: Japan, China, Taiwan, Indien

Zielbranchen/Cluster

- Bio- und Medizinaltechnologie
- HighTech
- Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT)
- Firmenhauptsitze und Service Centers



Eckpfeiler des Marketingkonzeptes

1. Profilierung und Verankerung der Marke
«Greater Zurich Area»
2. Fokussierung der Marketingaktivitäten auf
Akquisition (Direktansprache)
3. Vertretungen in Schlüsselmärkten
4. Schaffung und Ausbau tragfähiger Multiplikatoren-
Netzwerke
5. Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen



Wir beantworten Fragen bezüglich:

- Greater Zurich Area als Wirtschaftsregion
- Wahl des Unternehmensstandorts
- Unternehmensgründung
- Steuern
- Immobilien
- Arbeitsbewilligungen und Personal
- Marktumfeld
- Finanzierung



Wir vermitteln Kontakte zu

- Behörden
- Privaten Dienstleistungsanbietern
- Wichtigen Gesprächspartnern

Durch den öffentlich-privaten Aufbau unserer Organisation sind wir Teil zahlreicher Netzwerke, die wir Ihnen gerne und kostenlos zur Verfügung stellen.

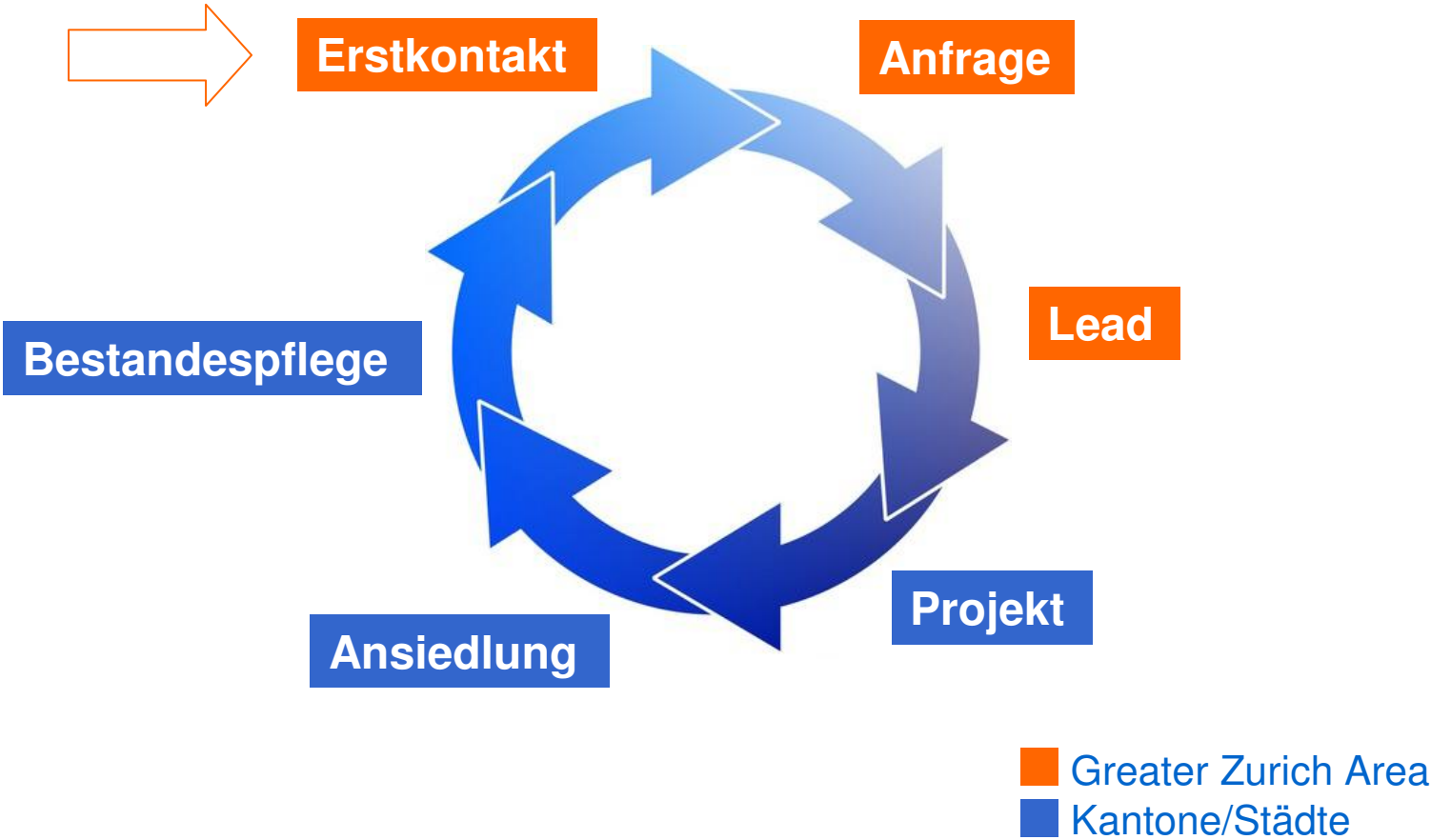


Arbeitsteilung der Standortförderungen

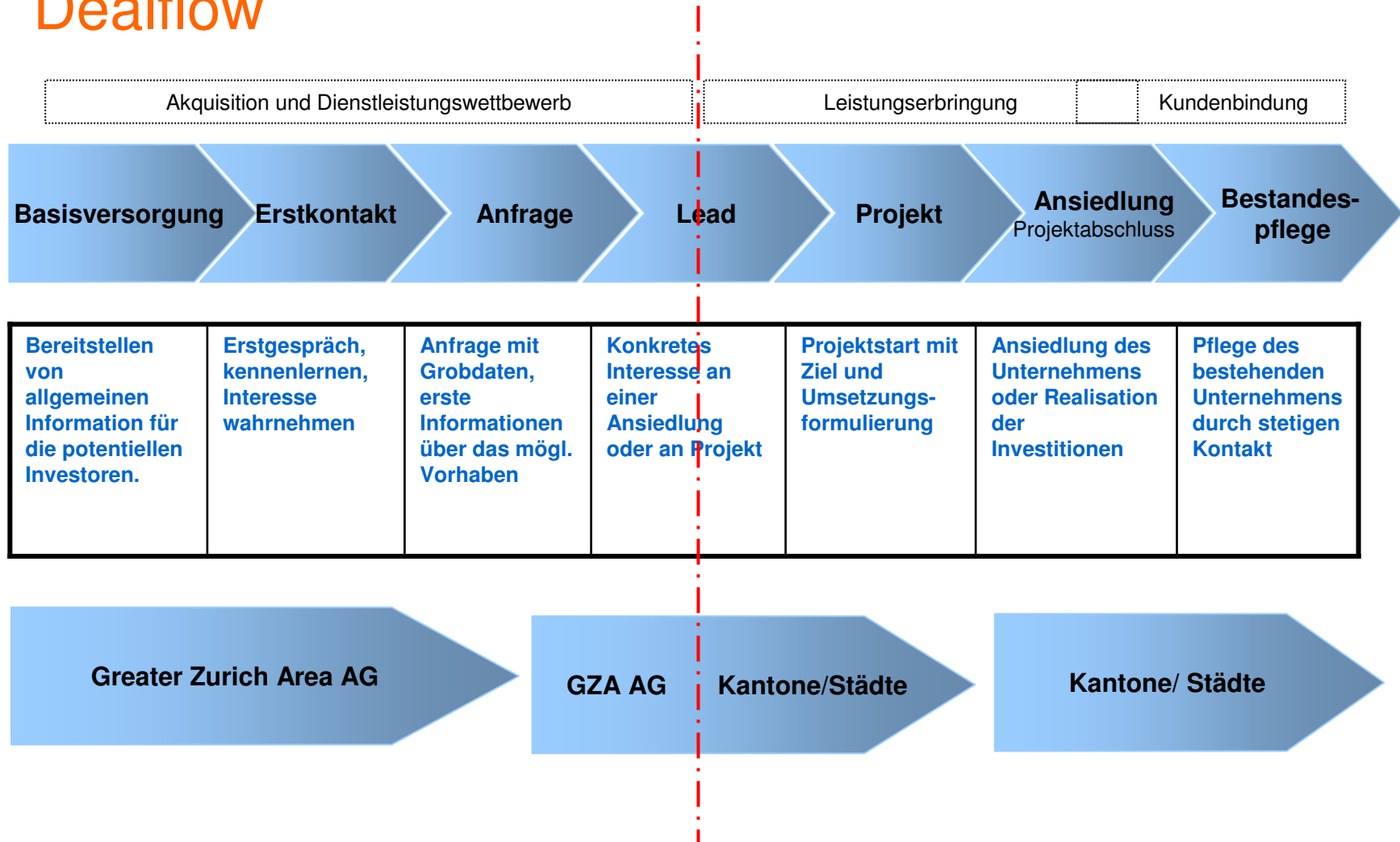
Osec/Location:Switzerland	<ul style="list-style-type: none">• Standortpromotion im Ausland für die Schweiz• Erhöhung Bekanntheitsgrad Schweiz• Zur Verfügung stellen von Plattformen
Greater Zurich Area AG	<ul style="list-style-type: none">• Standortpromotion im Ausland für die GZA• Erhöhung Bekanntheitsgrad WR GZA• Akquisition von Firmen zur Ansiedlung
Kantonale Wirtschaftsförderung	<ul style="list-style-type: none">• Standortmonitoring und -entwicklung• Cluster-Projekte• Bestandespflege ansässiger Unternehmen• Förderung von Jungunternehmen• Abwicklung von Ansiedlungen
Regionale und kommunale Wirtschaftsförderung	<ul style="list-style-type: none">• Standortpflege und -management• Stadt- und Regionalentwicklung• Einbettung von Ansiedlungen



Projektlauf



Dealflow

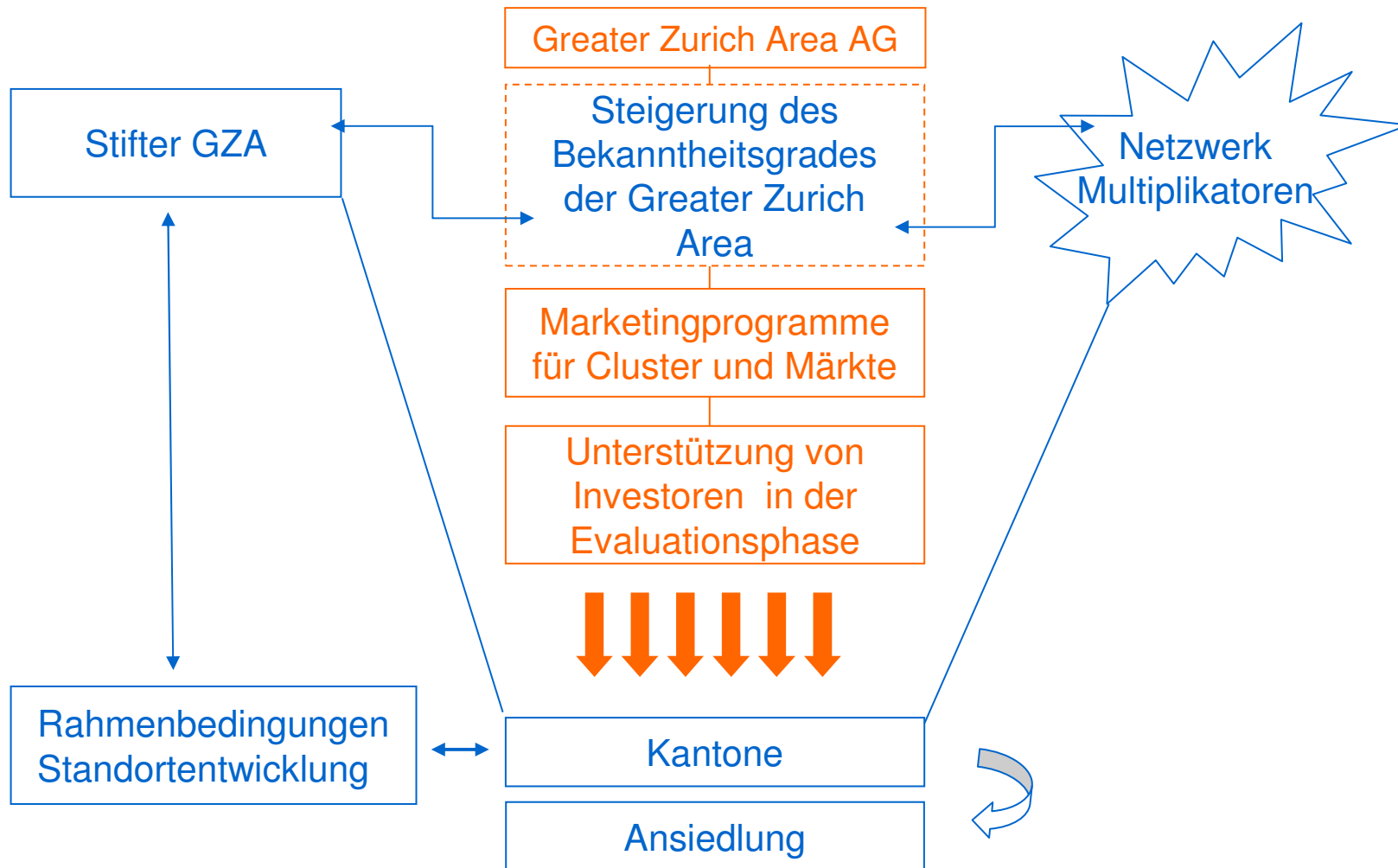


GZA Resultate 2003 - 2007

	2003	2004	2005	2006	2007	Total
Leads	55	60	71	68	81	335
Ansiedlungen	81	95	104	118	108	506
Arbeitsplätze kfr	600	330	350	880	680	2'840
Arbeitsplätze mfr	1'400	1'050	1'830	2'350	1'650	8'280

Anzahl Anlässe	95	110	130	131	126	
Webbesucher/Mt	9'000	11'000	11'000	13'000	15'000	



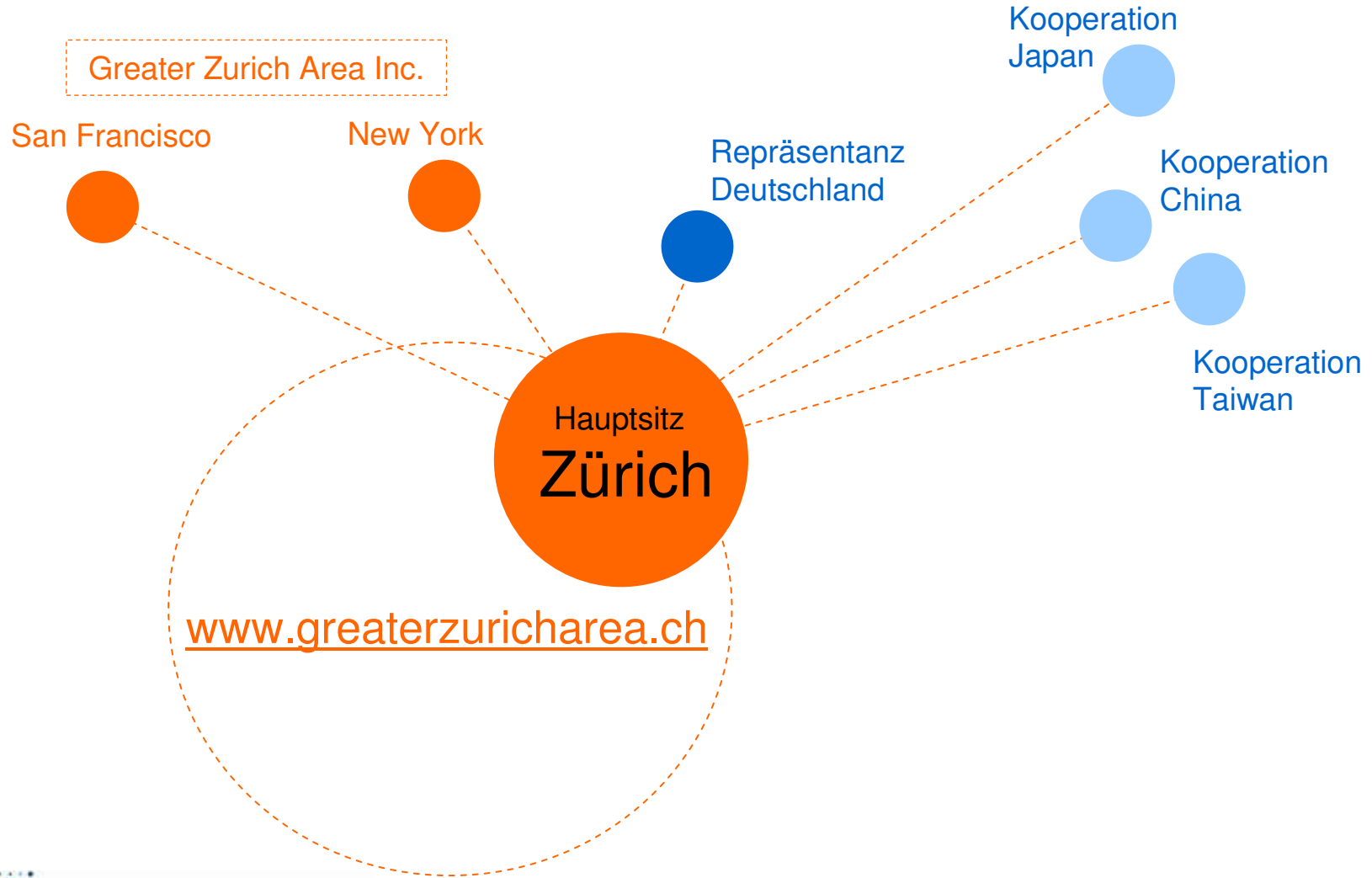


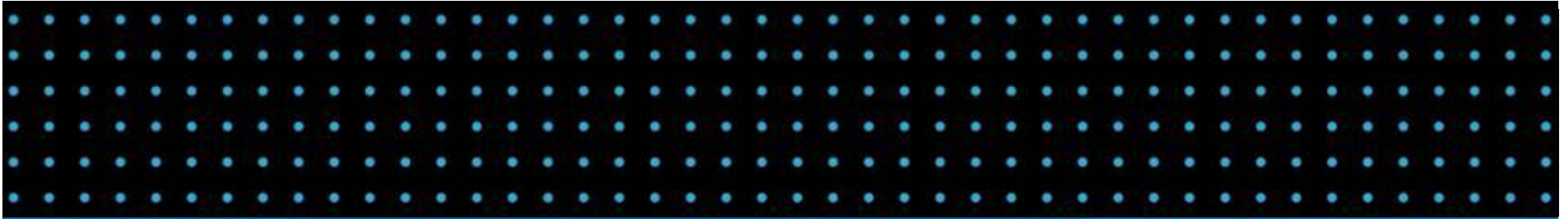
Unser Anliegen an Sie.....

- Die Greater Zurich Area braucht Botschafter!
- Helfen Sie mit, die attraktiven Bedingungen unseres Wirtschaftsraums international bekannt zu machen!
- Orientieren Sie uns, wenn wir auch Ihre ausländischen Kunden und Geschäftspartner im Prozess der Standortevaluation unterstützen können!



Unsere Geschäftsstellen





www.greaterzuricharea.ch