

Antrag des Regierungsrates vom 19. Juli 2006

4340

**Beschluss des Kantonsrates
über die Bewilligung von Beiträgen an die Stiftung
Greater Zurich Area Standortmarketing
für 2007 bis 2010**

(vom

Der Kantonsrat,

nach Einsichtnahme in den Antrag des Regierungsrates vom 19. Juli 2006,

beschliesst:

I. Für 2007 bis 2010 werden jährliche Beiträge von Fr. 1 880 000 an die Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing bewilligt.

II. Dieser Beschluss untersteht dem fakultativen Referendum.

III. Veröffentlichung im Amtsblatt.

IV. Mitteilung an den Regierungsrat.

Weisung

1. Ausgangslage

Zur wirtschaftspolitischen Zusammenarbeit im Wirtschaftsraum Zürich und zu dessen Vermarktung wurde 1998 die Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing (Stiftung) mit Sitz in Zürich gegründet. Mitglieder der Stiftung sind zurzeit die Kantone Aargau, Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Schwyz, Solothurn, Zürich, die Städte Winterthur und Zürich sowie elf international tätige Unternehmen aus dem Wirtschaftsraum Zürich. Mit weiteren Kantonen finden Verhandlungen über eine Mitgliedschaft statt. Die Stiftung bezweckt die Errichtung und den Betrieb einer Gesellschaft, die den Wirtschaftsraum Zürich im Ausland präsentiert, ansiedlungsinteressierte Unternehmen

unterstützt und weitere Massnahmen des Standortmarketings umsetzt. Zum Betrieb des operativen Geschäftes gründete die Stiftung 1998 die Greater Zurich Area AG (GZA).

Mit Beschluss vom 2. Juni 2003 hat der Kantonsrat für 2003 bis 2006 einen jährlichen Beitrag von 1,81 Mio. Franken bewilligt (Vorlage 4030). Der Betrag errechnet sich auf Grund eines Verteilschlüssels, demzufolge pro Kantonseinwohnerin oder -einwohner ein Beitrag von Fr. 1.50 pro Jahr bezahlt wird.

2. Zürich im Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte

Die Schweiz verfügt über vergleichsweise stabile politische Verhältnisse, die für Konstanz in der Rechtsordnung Gewähr bieten. Die rechtlichen Rahmenbedingungen für wirtschaftliche Aktivitäten sind hauptsächlich im Landesrecht geregelt: Privatrecht, Aussenhandel, Abgaben, Sozialversicherungen, Raumordnung usw. Verstärkt bringt sich der Bund auch in weiteren Gebieten ein, beispielsweise im Bildungsbereich. Auch auf kantonaler Stufe bieten sich zahlreiche Möglichkeiten zur Gestaltung attraktiver Rahmenbedingungen für die Wirtschaft. Wichtige Rechtsgebiete, wie das Recht der direkten Steuern oder das Baurecht, liegen zu grossen Teilen in kantonaler Hoheit. Weitere vorhandene Rahmenbedingungen wie die Berechenbarkeit der Politik, massvolle Steuern, eine verlässliche und effiziente Verwaltung, ein gutes Arbeitskräfteangebot, hervorragende Ausbildungsstätten, eine dichte Vernetzung von Wissenschaft und Wirtschaft, eine gute Verkehrsinfrastruktur, starke Finanzdienstleister, attraktive Wohnmöglichkeiten, gute Gesundheitseinrichtungen, interessante Kulturstätten, ein breites Unterhaltungsangebot, nahe und vielseitige Erholungs- und Freizeiträume sowie eine tiefe Verbrechensrate sind entscheidende Vorteile eines Wirtschaftsstandortes und bewirken ein gutes Klima für erfolgreiche wirtschaftliche Betätigung. Regelmässig nimmt denn auch der Wirtschaftsraum Zürich in internationalen Vergleichen Spitzenstellungen ein.

Alle diese Eigenschaften halten sich regelmässig nicht an politische Grenzen: Wirtschaftliche Aktivitäten machen an Kantonsgrenzen nicht Halt. Im Aargau wohnhafte Arbeitskräfte pendeln nach Zürich, Zürcher verbringen ihre Freizeit in den Glarner Wintersportgebieten. Die Bedeutung eines interkontinentalen Flughafens, verschiedener Hochschulen, einer synergetischen Ansammlung von Unternehmen derselben Branche (Cluster) oder berühmter Ferienorte wirken weit über die Grenzen eines Kantons hinaus. Ein Wirtschaftsgebiet von Solothurn bis Graubünden vereinigt in sich eine viel breitere und

schlagkräftigere Palette wirtschaftlicher Attraktionen, als dies in einem Kanton allein der Fall ist. Hier setzt die Idee der GZA an. Eine Vermarktungsorganisation für den gesamten Wirtschaftsstandort Zürich soll dessen mannigfache Vorzüge zur Geltung bringen.

3. Die Vermarktungsorganisation GZA

Der internationale Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Immer mehr Standorte investieren immer mehr Mittel in die Vermarktung ihres Standortes. Der Wirtschaftsraum Zürich muss hier mithalten können. Attraktive Rahmenbedingungen allein genügen nicht. Die GZA sorgt dafür, dass der Zürcher Wirtschaftsraum im weltweiten Standortwettbewerb von ausländischen Unternehmen beachtet und berücksichtigt wird.

Die GZA gestaltet die Rahmenbedingungen nicht selbst. Als Verkaufsorganisation des Wirtschaftsstandortes beeinflusst sie diese allenfalls mittelbar durch ihre Rückmeldungen von verbesserungsbedürftigen Bedingungen an die zuständigen Stellen – insbesondere auch durch Rückmeldungen von Misserfolgen.

4. Aktivitäten der GZA

Die GZA verfügt über einen Businessplan für 2003 bis 2006, der Ende 2005 für 2006 bis 2008 überarbeitet und erneuert wurde. Dieser verfolgt folgende Ziele:

- Markt: Akquisition ausländischer Unternehmen hauptsächlich über Direktansprache, Aufbau/Ausbau/Optimierung der Aussen- und Partnernetze in Schlüsselmärkten.
- Image: Steigerung des Bekanntheitsgrades des Wirtschaftsraumes Greater Zurich Area nach aussen und innen.
- Clusteraktivitäten: Information über Cluster und Standortentwicklung in den Bereichen Medizinal- und Biotechnologie, Hightech, IT/New Media und Headquarters.

Diese Aktivitäten werden in Zusammenarbeit mit den kantonalen und lokalen Standortförderungen wahrgenommen.

5. Bisheriger Geschäftserfolg der GZA

Der Geschäftserfolg der GZA ist schwierig zu messen. Er wird bewirkt durch das Angebot attraktiver Rahmenbedingungen, die Aktivitäten der eidgenössischen, kantonalen und lokalen Standortförderungen und das Geschick aller Akteure. Erfolgreiche Ansiedlungen können deshalb weder allein der GZA zugeschrieben werden, noch können ihr Misserfolge allein angelastet werden. Auch besagt die Anzahl Ansiedlungen nichts über die damit bewirkte Wertschöpfung, das erwartete und das tatsächliche Steuersubstrat von Unternehmen und Mitarbeitenden, den damit verbundenen Zuzug ausländischer Arbeitskräfte oder über aufzurechnende Wegzüge von Unternehmen usw. Ein unmittelbarer kausaler Zusammenhang zwischen der Aktivität der GZA und einer Ansiedlung lässt sich selten nachweisen. Unter Berücksichtigung dieser Bemerkungen gibt die folgende Aufstellung der GZA Aufschluss über ihre vielfältige und oft erfolgreiche Arbeit in einem äusserst harten Geschäft.

Jahr	Ansiedelungen Anzahl	neue Arbeitsplätze kurzfristig	neue Arbeitsplätze mittelfristig
2002	53	750	1500
2003	81	600	1400
2004	95	330	1050
2005	104	350	1830

(Quelle: Jahresberichte der GZA)

6. Blick in die Zukunft

Die GZA hat ihre Strategie für die Jahre 2006 bis 2008 überprüft und neu formuliert. Die Erkenntnisse daraus lauten zusammengefasst wie folgt:

Das Marktumfeld ist angesichts der anhaltenden Globalisierung und der Stagnation des Wirtschaftswachstums insbesondere in Europa unverändert anspruchsvoll, dies im Gegensatz zu den asiatischen Märkten. Verschiedene alte und neue EU-Mitgliedsstaaten haben ihr Steuerrecht deutlich attraktiver gestaltet oder betreiben eine konsequente Industriepolitik (z. B. verstärkte Förderung der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten). Konkurrierende Wirtschaftsstandorte haben ihre Organisation verstärkt und wenden sich vermehrt der Pflege der ansässigen Unternehmen zu (Ausbau der Geschäftsaktivitäten am bereits bestehenden Standort statt an einem neuen Standort).

Die Qualität der Wirtschaftsraumes GZA hat sich nicht nennenswert verändert. Das Produkt ist gesamthaft betrachtet (noch) wettbewerbsfähig. Der Vorsprung gegenüber anderen Standorten nimmt indessen ab. Die Konkurrenz ist zahlreicher, leistungsfähiger und aggressiver geworden und kann stetig verbesserte Produkte anbieten. Die GZA muss deshalb innovative Wege suchen, um im Wettbewerb um interessante Unternehmen in Zukunft erfolgreich zu sein. Dabei erwartet die GZA eine Nivellierung der so genannten harten Faktoren (wie Steuern, gesetzliche Rahmenbedingungen). Stattdessen würden die weichen Faktoren wie optimale Kundenorientierung und damit verbundene neue Dienstleistungen an Bedeutung gewinnen.

Die GZA will sich in den nächsten Jahren sowohl der Akquisition als auch der Imagebildung für der Wirtschaftsraum GZA widmen. Marktprioritäten bestehen in den USA, Deutschland, Grossbritannien, Skandinavien, Benelux, Frankreich und zunehmend auch in Asien (Japan, China, Taiwan, Indien). Als Akquisitionsmethoden vorgesehen sind hauptsächlich Direktansprachen, Teilnahme an Konferenzen, Durchführung von Events (Investorenseminare usw.), Weiterverfolgung des Clusteransatzes insbesondere in Wirtschaftszweigen mit hoher Wertschöpfung, wie dem Life-Science-Bereich und Eröffnung des neuen Geschäftsfeldes Business Opportunities. Damit sollen Unternehmen, die in Europa neue Gelegenheiten für Geschäfte suchen, aus denen später vielleicht eine Niederlassung oder ein Sitz hervorgeht, unterstützt werden.

7. Weitere Entwicklung

Seit der Konzipierung der Organisation von Stiftung und GZA ist praktisch ein Jahrzehnt verstrichen. Nach einer solchen Zeitspanne ist eine ganzheitliche Prüfung des Auftrages und der Organisation der interkantonalen und kantonalzürcherischen Standortförderung angezeigt. Eine solche Gesamtschau unter Berücksichtigung des heutigen Mitgliederbestandes und die Abstimmung mit Reformaktivitäten auf Bundesebene (z.B. im Bereich der Landeswerbung) bietet Gelegenheit zu einer klaren Formulierung des Auftrages und daraus folgend die Einrichtung einer zweckmässigen Organisation, um für künftige Herausforderungen gewappnet zu sein.

Grundsätzliche Fragen wie die kantonsübergreifende Beteiligung, die gemischtwirtschaftliche Trägerschaft, die rechtliche Konstruktion von Stiftung und GZA sollen überdacht und in Einklang mit der Zürcher Standortpolitik, wie sie im Rahmen der Beurteilung der Motion KR-Nr. 266/2004 betreffend ganzheitliche Politik für

Wirtschaft und Arbeit gegenwärtig formuliert wird, geregelt werden. Als Lösung sind alle Optionen möglich, von einer vollständigen Integration aller Aktivitäten der Wirtschaftsförderung in die öffentliche Verwaltung, über deren vollständige Ausgliederung aus der Verwaltung und Vergabe im Auftragsverhältnis an eine private Organisation bis hin zum Verzicht auf eine kantonale Wirtschaftsförderung.

8. Finanzierung

Gemäss unverändertem Verteilschlüssel zahlen die Mitgliederkantone der Stiftung grundsätzlich Fr. 1.50 pro Einwohnerin oder Einwohner. Ende 2004 wohnten im Kanton Zürich 1 255 645 Personen. Das ergibt einen jährlichen Beitrag von Fr. 1 880 000.

9. Antrag

Der Regierungsrat beantragt dem Kantonsrat, der Vorlage zuzustimmen.

Im Namen des Regierungsrates

Die Präsidentin:	Der Staatsschreiber:
Diener	Husi