

Sitzung vom 16. Mai 2001

691. Anfrage (Doppelspurigkeiten beim Standortmarketing)

Kantonsrätin Esther Guyer und Kantonsrat Daniel Vischer, Zürich, haben am 5. März 2001 folgende Anfrage eingereicht:

Ein Artikel in der «Neuen Zürcher Zeitung» vom Montag, 26. Februar 2001, zeigt die Abgrenzungsprobleme zwischen dem externen Standortmarketing «Greater Zurich Area / The Zurich Network» und dem Bereich Wirtschaftsförderung im Amt für Wirtschaft und Arbeit der Volkswirtschaftsdirektion auf. Beide Einheiten sind in den letzten Jahren unter Finanzierung aus Steuergeldern massiv personell ausgebaut worden. In diesem Zusammenhang fragen wir den Regierungsrat an:

1. Wie viel geben die Steuerzahlenden des Kantons Zürich jährlich für den Bereich Wirtschaftsförderung im Amt für Wirtschaft und die Stiftung Greater Zurich Area / The Zurich Network aus?
2. Welches ist der direkt messbare Erfolg des Bereiches Wirtschaftsförderung im Amt für Wirtschaft und der Stiftung Greater Zurich Area / The Zurich Network?
3. Warum sind die Verantwortlichkeiten, Kompetenzen und Aufgaben nicht klar zwischen dem Bereich Wirtschaftsförderung im Amt für Wirtschaft und die Stiftung Greater Zurich Area / The Zurich Network aufgeteilt?
4. Wie gedenkt der Regierungsrat die bestehenden Doppelspurigkeiten zu beseitigen?
5. Hält der Regierungsrat die Aufteilung zwischen interner und externer Wirtschaftsförderung nach wie vor für sinnvoll und betriebswirtschaftlich effizient?

Auf Antrag der Volkswirtschaftsdirektion

beschliesst der Regierungsrat:

I. Die Anfrage Esther Guyer und Daniel Vischer, Zürich, wird wie folgt beantwortet:

Unternehmungen sind heute weitgehend frei in ihrer Standortwahl. Eine Folge davon ist ein intensiver Wettbewerb unter den Wirtschaftsstandorten. Dies macht es unumgänglich, für den Wirtschaftsraum Zürich ein aktives Standortmarketing zu betreiben. Die Aufgabe, den Wirtschaftsraum Zürich über die Kantonsgrenzen hinaus funktional im Sinne eines europäischen Wirtschaftsraumes im Ausland zu präsentieren, ansiedlungswillige Unternehmungen zu unterstützen und weitere Massnahmen des Standortmarketings umzusetzen, ist der Stiftung Greater Zurich Area (GZA) übertragen worden. Die Ansiedlung neuer Unternehmen ist für die Volkswirtschaft bzw. die Wirtschaftsstruktur des Kantons unentbehrlich. Neue Unternehmen tragen zur Zukunftstauglichkeit und zur Erneuerung und Vermehrung der Arbeitsplätze bei. Sie fördern die Diversifizierung und vermindern einseitige Abhängigkeiten. Neuansiedlungen und die dadurch ausgelösten Aktivitäten stellen auch unerlässliche Impulse für die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) dar. Die GZA betreibt das Standortmarketing gemeinsam mit Nachbarkantonen und in Zusammenarbeit mit dem Bund («Standort Schweiz»). Von besonderer Bedeutung ist die Zusammenarbeit mit Unternehmungen der Privatwirtschaft, die in Form einer Public Private Partnership das Standortmarketing mit tragen. Der Kanton Zürich trägt an die Kosten des (an die Stiftung ausgelagerten) Standortmarketings 1,76 Mio. Franken jährlich bei. Die GZA befindet sich dabei seit zwei Jahren in der Aufbauphase.

Neben dem Standortmarketing hat die Entwicklung des Standortes einen wichtigen Stellenwert. Es ist Aufgabe des Staates, günstige Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln zu schaffen bzw. die bestehenden Grundlagen immer wieder zu überprüfen und wenn nötig anzupassen. Diese Anstrengungen sind insbesondere im Interesse der rund 70000 im Kanton ansässigen Betriebe notwendig. Dem Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA), Bereich Wirtschaftsförderung, kommt kantonsintern die Aufgabe zu, diese Unternehmen, soweit sie mit staatlichen Stellen in Kontakt treten bzw. auf staatliches Handeln angewiesen sind, zu unterstützen. Zu diesem Zweck ist der KMU-Dienst eingerichtet worden, der für ansässige Firmen den Lotsendienst durch die Verwaltungsstellen übernimmt und dabei vor allem koordinierend und unterstützend bei der Einholung behördlicher Bewilligungen wirkt, aber auch Kontakte vermittelt und für eine rasche und kompetente Information im Verkehr mit amtlichen Stellen besorgt ist. Weiter unterstützt der KMU-Dienst Grün-

deraktivitäten. Diese werden auch durch private Organisationen unterstützt und in Teilbereichen wahrgenommen. Ihre Dienstleistungen bietet die Wirtschaftsförderungsstelle, wo nötig in Koordination mit der GZA, auch Firmen an, die zwar noch nicht hier ansässig sind, jedoch ihren Standortentscheid zu Gunsten des Kantons Zürich gefällt haben. Die Rechnung 2000 des AWA weist für diese Aufgaben insgesamt Ausgaben von 4,5 Mio. Franken aus.

Wie der Regierungsrat in der Beantwortung der Anfrage KR-Nr. 425/1999 festgehalten hat, ist Standortmarketing eine mittel- bis langfristige Aufgabe. Das Gleiche gilt für die Standortentwicklung. Es handelt sich dabei um Daueraufgaben, deren Erfolge nicht kurzfristig messbar sind. Zudem muss davon ausgegangen werden, dass die Wirkung insbesondere des Standortmarketings nicht eng auf den Kanton Zürich, sondern dem Sinn der Zielsetzungen und den Trägern entsprechend auf den ganzen Wirtschaftsraum bezogen werden muss. In gemeinsamer Anstrengung von GZA und AWA konnten jedoch zahlreiche Neuansiedlungen unterstützt bzw. durchgeführt werden, die für die Zukunft der Volkswirtschaft des Kantons Zürich von grosser Bedeutung sind.

Standortmarketing und Standortentwicklung sind unterschiedliche Aufgaben, die sich wirkungsvoll ergänzen. Es ist offensichtlich, dass die Standortentwicklung, soweit sie die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen, die effiziente Abwicklung von Bewilligungsverfahren und die Unterstützung ansässiger Unternehmen im Verkehr mit amtlichen Stellen betrifft, eine staatliche Aufgabe darstellt. Andererseits liegt es auf der Hand, das Marketing für einen Wirtschaftsraum, der über die Kantonsgrenzen hinaus reicht, einer Organisation zu übertragen, an der mehrere Kantone wie auch private Unternehmen beteiligt sind. Ein intensives Zusammenwirken beider Stellen ist aufgaben- und sachgerecht und drängt sich auf. Dabei entstehen unweigerlich Schnittstellen, die leicht als Doppelspurigkeiten wahrgenommen werden können. Im Rahmen der in Vorbereitung befindlichen Vorlage zur Wirtschaftsförderung wird es deshalb auch darum gehen, diesen Fragen ein besonderes Augenmerk zu widmen.

II. Mitteilung an die Mitglieder des Kantonsrates und des Regierungsrates sowie an die Volkswirtschaftsdirektion.

Vor dem Regierungsrat
Der Staatsschreiber:
Husi