

Weisung des Stadtrats von Zürich an den Gemeinderat

vom 27. Januar 2016

Stadtentwicklung, Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing, Beiträge 2016–2019, sowie Bericht und Abschreibung Postulat

1. Zweck der Vorlage

Mit vorliegender Weisung beantragt der Stadtrat dem Gemeinderat, die wiederkehrenden Beiträge der Stadt Zürich an die Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing (GZA) in der Höhe von jährlich Fr. 250 000.– für die Jahre 2016–2019 weiterzuführen. Gleichzeitig wird das Postulat GR Nr. 2012/5 der Gemeinderäte Jean-Daniel Strub und Lucia Tozzi (beide SP) beantwortet und zur Abschreibung beantragt.

Die GZA, an der neben der öffentlichen Hand auch Unternehmen aus der Privatwirtschaft in Form einer Public-Private-Partnership (PPP) beteiligt sind (s. Ziff. 2.1), engagiert sich seit ihrer Gründung 1998 für die Ansiedlung von innovativen Unternehmen, für die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Generierung von neuem Steuersubstrat. Die Erfolge der GZA in den vergangenen Jahren zeigen, dass der Wirtschaftsraum Zürich sehr gut positioniert und ebenso attraktiv ist für Firmen, Ideen und Talente wie andere Metropolitanregionen (zum Beispiel London, Paris oder Amsterdam). Der Wirtschaftsraum Zürich verfügt in seiner Vielfalt über optimale Standortfaktoren. Er ist sowohl für Unternehmen als auch für hoch qualifizierte Arbeitnehmende ein begehrter Arbeits- und Lebensraum. Diese Vorteile und Qualitäten unseres Lebensraums müssen bekannt gemacht werden, damit Zürich als weltoffener und wirtschaftlich starker Metropolitanraum im Ausland wahrgenommen wird. Als wirtschaftliches, wissenschaftliches und kulturelles Zentrum dieses Wirtschaftsraums ist die Stadt Zürich deshalb in hohem Mass daran interessiert, ihre Vorzüge und Qualitäten über die Aktivitäten der GZA im Ausland bekannt zu machen. Die Ansiedlung neuer und innovativer Firmen stärkt dabei nicht nur die Zürcher Firmenlandschaft, sondern sorgt auch für einen vielfältigen und attraktiven Arbeitsmarkt für hiesige Arbeitskräfte. Als anschauliches Beispiel dafür kann etwa die Ansiedlung des auf Cloud-Anwendungen spezialisierten, jungen US-Unternehmens Evernote herangezogen werden, das 2011 mit drei Mitarbeitenden in Zürich eine Forschungs- und Entwicklungsabteilung aufgemacht hat. Das Team besteht heute aus etwa 20 Mitarbeitenden und bietet herausfordernde und international ausgerichtete Arbeitsplätze für überwiegend hiesige Absolventinnen und Absolventen der Hochschulen an.

Der Gemeinderat hat den Nutzen einer internationalen Standortpromotion für die Stadt Zürich mit seiner Zustimmung zum städtischen Beitrag an die GZA in den vergangenen Jahren wiederholt anerkannt (GR Nr. 2000/315, GR Nr. 2003/338, GR Nr. 2006/202, GR Nr. 2008/348 und GR Nr. 2011/326 je Fr. 250 000.– pro Jahr, letztmals für die Jahre 2012–2015). Seit dem Jahr 2011 koordiniert die Stadt Zürich ihre Beitragszahlungen an die GZA und die Anträge ans Parlament verstärkt mit dem Kanton Zürich. So wurde die Beitragsdauer von drei auf vier Jahre ausgedehnt, um sich der Praxis des Kantons Zürich anzupassen. Ebenfalls wurde der Zeitplan der Weisung so koordiniert, dass sie im Anschluss an die Beschlussfassung im Kantonsrat vom Gemeinderat behandelt werden kann. Damit reagiert die Stadt auf den Umstand, dass das Budget der GZA zu etwa 50 Prozent vom Kanton Zürich abhängt (siehe Abschnitt 3).

2. Ausgangslage

Unter dem Begriff Standortmarketing wird die systematische Kooperation aller Verantwortlichen einer Region oder eines Landes zur idealen Bekanntmachung des eigenen Wirtschafts- und Lebensraums im internationalen Standortwettbewerb verstanden. Damit sollen

attraktive Firmen angesiedelt werden, die den Standort qualitativ und langfristig verstärken – zum Beispiel durch wissens- und wertschöpfungsintensive Produktionsmethoden und Forschungsaktivitäten, die neuartiges Know-how in den Wirtschaftsraum bringen und attraktive Arbeitsstellen für die ansässige Bevölkerung schaffen. Eine Studie des Amts für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Zürich kommt zum Schluss, dass die Unternehmen nur zu 33 Prozent nach hochqualifizierten und zu 25 Prozent nach mittelqualifizierten Arbeitskräften im Ausland suchen. Die grosse Mehrheit an geschaffenen Arbeitsstellen (67 Prozent im hochqualifizierten und 75 Prozent im mittleren Sektor) kommt also inländischen Arbeitskräften zugute (Studie des Amts für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Zürich: «Zuwanderung im Kanton Zürich – Auswirkungen auf den Arbeits- und Wohnungsmarkt», S. 11).

Die Qualitäten eines Wirtschaftsstandorts (Standortfaktoren) werden in der Schweiz aufgrund ihrer föderalistischen Struktur je nach Kompetenz durch den Bund, die Kantone oder die Gemeinden wesentlich mitbestimmt. Dabei muss beachtet werden, dass sich Wirtschaftsräume nach funktionalen Kriterien entwickeln und historisch gewachsen sind. So sind denn auch die regionalen Wirtschaftsräume bzw. Metropolitanregionen die wichtigsten Träger des internationalen Standortwettbewerbs um Ideen, Talente und innovative Unternehmen. In Europa misst sich Zürich mit London, Paris, Amsterdam, Kopenhagen, Berlin oder Stockholm. Alle diese Städte vermarkten ihre Wirtschaftsräume über die engen politischen Grenzen hinweg. Diese internationale Konkurrenzsituation war schon 1998 der Grund, eine Standortmarketingorganisation zur Vermarktung des gesamten Wirtschaftsraums Zürich zu gründen.

2.1 Vorgeschichte und aktuelle Rahmenbedingungen

Die Organisation besteht seit 1998 aus einer Trägerschaft in Form der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing (GZA Stiftung) und der operativ tätigen Greater Zurich Area AG (GZA AG). Die GZA AG befindet sich zu 100 Prozent im Besitz der GZA Stiftung. Die GZA Stiftung ist als Public-Private-Partnership (PPP) organisiert.

Mitglieder dieser PPP sind seitens der öffentlichen Hand die Kantone Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Schwyz, Solothurn, Uri, Zug und Zürich sowie die Stadt Zürich und die Region Winterthur. Mitglieder aus dem privaten Sektor sind in alphabetischer Reihenfolge Alpine Finanz Immobilien AG, AMAG Automobil- und Motoren AG, Credit Suisse Group, Flughafen Zürich AG, Glarner Kantonalbank, Graubündner Kantonalbank, Steiner AG, Swiss Engineering, Swiss Life AG, Swiss Prime Site, Swiss Re Group, UBS AG, VISCHER AG, die Zuger Kantonalbank, die Zürcher Handelskammer, die Zürcher Kantonalbank sowie die Zürich Versicherungs-Gesellschaft AG. Die Finanzierung der operativen GZA AG erfolgt vollständig über jährliche Betriebsbeiträge der öffentlichen und der privaten Partnerinstitutionen. Das Jahresbudget wird von der GZA AG vorgeschlagen und untersteht der Genehmigung durch den Stiftungsrat. Die Stadt Zürich ist im Stiftungsrat durch die Stadtpräsidentin und im Verwaltungsrat der AG durch die Direktorin Stadtentwicklung Zürich vertreten.

2.2 Entwicklungen im Standortmarketing

Der internationale Standortwettbewerb der Städte und Regionen stellt aufgrund der fortschreitenden Globalisierung und der damit verbundenen Mobilität und technischen Möglichkeiten in den letzten Jahren grössere Herausforderungen an die Wirtschaftsräume. Direktinvestitionen von internationalen Unternehmen in Westeuropa stagnieren seit 2012. Die «neue» Konkurrenz der aufstrebenden Metropolitanregionen in Asien hat deutlich zugenommen, aber auch die «alte» Konkurrenz durch starke Standorte in Europa ist schärfer geworden. Neben den klassischen ökonomischen Standortfaktoren gewinnen Elemente wie Innovationsfähigkeit, kulturelle Attraktivität oder kreatives Potenzial immer mehr an Bedeutung, um bei innovativen Firmen und international erfahrenen Talenten punkten zu können.

In den letzten Jahren wurden in der Schweiz zudem verschiedene politische Prozesse und Initiativen ausgelöst (Masseneinwanderungsinitiative, Minder-Initiative, Unternehmenssteuerreform III usw.), die in der Aussenwahrnehmung zu grösseren Verunsicherungen über die Rechtsbeständigkeit und Aufgeschlossenheit unseres Landes führen.

Noch nie waren Unternehmen so frei und flexibel in der Standortwahl wie heute. Internationale Unternehmen überprüfen regelmässig, ob die aktuellen Standortbedingungen und deren abschätzbare Entwicklungen für ihre Geschäftstätigkeiten zukunftsfähig sind. Im Hinblick auf die erwähnten standortpolitischen Unwägbarkeiten der Schweiz sorgt dieser Umstand im Vergleich zu früher für höhere Hürden und einen deutlich gestiegenen Informationsaufwand bei der Ansiedlung von innovativen Unternehmen in Zürich. Diese Entwicklungen stellen neue und erweiterte Anforderungen an die Standortpromotion. Sie verlangen eine stetige Professionalisierung in Bezug auf Branchenwissen und eine schnellere, qualitativ hochstehende Informationsaufbereitung. Für jedes interessierte Unternehmen muss die Information über die Vorteile und Stärken des Wirtschaftsraums Zürich massgeschneidert aufbereitet werden. Es ist auch wichtig geworden, den Unternehmen im Ausland die politischen Prozesse in der Schweiz näher zu bringen und zu erklären, dass die Schweiz bisher immer wieder bewiesen hat, dass sie in der Lage ist, pragmatische, sozialverträgliche und von der Wirtschaft und den Sozialpartnern mitgetragene Lösungen zu finden.

In einem föderalistischen Land wie der Schweiz sind die Besonderheiten einzelner Regionen besonders ausgeprägt. Wichtige Standortvorteile sind oft nicht national, sondern lokal und regional begründet. Es ist daher wichtig, dass die Standortmarketingorganisationen mit den Kantonen und den Städten intensiv zusammenarbeiten und auf deren Rückhalt zählen können. Nur so kann sichergestellt werden, dass ansiedlungsinteressierte Unternehmen mit den für sie wichtigen Informationen versorgt, individuell unterstützt und bei der Ansiedlung eng betreut werden. Eine massgeschneiderte Unterstützung durch die Standortmarketingorganisation und kurze, direkte Wege zu den hoheitlichen Stellen (Kantone und Städte) sind für die interessierten Unternehmen bei der Wahl eines Wirtschaftsraums wesentliche Vorteile.

2.3 Standortmarketing in der Greater Zurich Area

Der letzte Beschluss zur Beitragszahlung (GRB 2011/326) stand im Zeichen der Neuausrichtung der GZA. Basierend auf einer umfassenden Überprüfung des regionalen Standortmarketings wurde am Grundkonzept der GZA als Public-Private-Partnership festgehalten. Die Organisation in Form einer Stiftung für die Dachorganisation und der AG als operativer Einheit wurde beibehalten. Der Einbezug von privaten Unternehmen war von Anfang an ein Grundstein für die Akzeptanz und Glaubwürdigkeit der Organisation in der Wirtschaft. Der Einbezug bringt branchenspezifisches Wissen und Unterstützung von führenden Unternehmen der Region in die Organisation ein. Die Tätigkeiten der GZA AG wurden aufgrund der Überprüfung strategisch neu ausgerichtet (siehe dafür auch Abschnitt 2.3.1 und 2.3.2), um ansiedlungswillige Unternehmen gezielter ansprechen zu können.

Ein wichtiger Gesichtspunkt dieser Überprüfung war, die bestehenden Stärken des Wirtschaftsraums Zürich zu ermitteln und die entsprechenden Branchen und Kategorien von Unternehmen zu eruieren. Dies geschah aus der Überlegung, dass sich ein erfolgreiches Standortmarketing auf ein klar definiertes Produkt und eine qualitativ dazu passende Zielgruppe abstützen muss. Es wurden dabei folgende Stärken des Metropolitanraums Zürich und der hierhin passenden Branchen und Unternehmensfunktionen als Zielgruppe eruiert.

2.3.1 Bestehende Stärken und dazu passende Branchen

Die Wirtschaftsregion Zürich hat sich als international überdurchschnittlich attraktiver Wirtschaftsraum für innovationsgetriebene und wertschöpfungsintensive Unternehmen profiliert. Dazu gehören Unternehmen aus zukunftsträchtigen Industriezweigen mit hohem Wachstum

und hohen Forschungs- und Entwicklungsausgaben wie zum Beispiel Feinmechanik, Medizintechnik, Cleantech, Elektrotechnik, Nanotechnologie, Biotechnologie, Life Sciences sowie Informations- und Kommunikationstechnologie. Aufgrund der Internationalität und ihrer guten Verkehrsanbindungen hat sich die Region auch als hervorragender Standort für Hauptsitze und zentrale Unternehmensfunktionen etabliert. Ein einziger Hauptsitz eines international tätigen Unternehmens schafft gemäss einer Studie rund 100 direkte und 350 indirekte Stellen, die meisten davon für Arbeitnehmende vor Ort (Asian Headquarters in Europe, A Strategy for Switzerland, gemeinsame Studie der OSEC, der Swiss American Chamber of Commerce und der McKinsey & Company, November 2008, S. 9). Zudem haben multinationale Unternehmen mit Sitz in der Schweiz zwischen 2000 und 2010 rund 165 000 neue Stellen geschaffen – jeden zweiten neuen Arbeitsplatz – und liessen das Land die Wirtschaftskrise mehr oder weniger unbeschadet überstehen. Sie sind ein wichtiger Pfeiler unseres Wohlstands. Sie bieten herausfordernde Arbeits- und Ausbildungsplätze, bezahlen hier ihre Steuern und beschäftigen lokale Zulieferfirmen und Dienstleistungsunternehmen. Unzählige ansässige Unternehmen und Gewerbebetriebe hängen von ihrem Erfolg ab. Die Mitarbeitenden dieser international tätigen Firmen zahlen in unsere Sozialwerke ein, vergeben Aufträge an Handwerk und Gewerbe, konsumieren lokal produzierte Landwirtschaftsprodukte und verbringen hier Ferien.

2.3.2 Fokussierung der Ansiedlungsbemühungen

Aufgrund der Stärken und der komparativen Vorteile des Wirtschaftsraums Zürich sowie seines wirtschaftlichen Potenzials und seiner Innovationskraft fokussiert sich die GZA AG seit der strategischen Neuausrichtung ab 2011 bewusst und gezielt auf ansiedlungswillige Firmen in den Branchen Feinmechanik, Medizintechnik, Cleantech, Elektrotechnik, Nanotechnologie, Biotechnologie, Life Sciences sowie Informations- und Kommunikationstechnologie. Ebenso spricht sie Unternehmen an, die ihren Hauptsitz oder zentrale Unternehmensfunktionen in den Wirtschaftsraum Zürich verlegen möchten.

Die GZA AG vermarktet den wichtigsten Wirtschaftsraum der Schweiz in ausgesuchten Zielmärkten als einheitliche Region unter dem Markennamen Greater Zurich Area. Neben dem Kernmarkt Europa, der seit der strategischen Neuausrichtung der Organisation mit den Wirtschaftsförderungen der Mitgliedskantone und Mitgliedsstädte gemeinsam bearbeitet wird, richtet sich die GZA AG vorab auf China und die USA aus, da in diesen Märkten die Internationalisierungsbestrebungen von wertschöpfungsstarken und auf Forschung ausgerichteten Unternehmen besonders ausgeprägt sind. Die Stadt Zürich profitiert von der Fokussierung der GZA auf die Ansiedlung innovativer Firmen ebenso wie von zentralen Unternehmensfunktionen und Hauptsitzen, da sie als weltoffene Metropole, als hochqualifizierter Bildungs- und Forschungsstandort und Zentrum des Wirtschaftsraums speziell dafür geeignet ist.

Im Rahmen der strategischen Neuausrichtung hat die GZA AG ihr Modell der Zusammenarbeit zwischen der öffentlichen Hand und Privaten neu organisiert. Neben den Vertretungen der GZA AG sind auch die Mitarbeitenden der kantonalen und städtischen Wirtschaftsförderungsstellen eng in die klar strukturierte Organisation im Markt und die Ansiedlungsprozesse eingebunden. Mit diesem sogenannten Ressourcen-Pooling bündeln die verschiedenen Akteurinnen und Akteure der Region ihre Kräfte und betreuen die ansiedlungswilligen Unternehmen koordiniert. Diese effiziente und synergetische Zusammenarbeit war denn auch ein wichtiger Schritt zu einem raschen und professionellen Service gegenüber den Kundinnen und Kunden.

Dazu gehört die beratende und informierende Tätigkeit bei allen Fragen rund um eine Ansiedlung. Neben einer Aufbereitung von Informationen betreffend administrativem Vorgehen, rechtlichen Gründungsprozessen, Steuergesetzgebung oder geografischer Standortwahl

stellt die GZA auch Kontakte zu entsprechenden Verbänden, Dienstleistungsunternehmen, Bildungsinstitutionen und Forschungseinrichtungen her.

2.4 Externe Evaluation des Standortmarketings der GZA zeigt nachhaltige Erfolge

In den Weisungen für die Beitragszahlungen von Kanton und Stadt Zürich an die GZA für 2012 bis 2015 wurde von Regierungsrat und Stadtrat die Durchführung einer unabhängigen Evaluation der Wirksamkeit der Standortpromotion auf das Ende der Beitragsperiode in Aussicht gestellt. Mit dem Postulat von Gemeinderat Dr. Jean-Daniel Strub und Gemeinderätin Lucia Tozzi (beide SP) vom 11. Januar 2012 (GR Nr. 2012/5) wurde der Stadtrat aufgefordert, in dieser Analyse die Ansiedlungstätigkeiten der GZA auch im Hinblick auf die Nachhaltigkeit sowie auf kritische Nebeneffekte von Standortförderungsmassnahmen zu prüfen. Mit der Evaluation der GZA AG wurde das Büro Ernst & Young (EY) betraut. In ihrer umfassenden Studie wurden die Entwicklung des Ansiedlungserfolgs im Zeitraum von 2009 bis 2013, die Zahl der dadurch entstandenen Arbeitsplätze und das geschaffene Steuersubstrat (Einkommens- und Unternehmenssteuern) für den gesamten Wirtschaftsraum der GZA untersucht («Ansiedlungserfolg der Greater Zurich Area AG (GZA) im Zeitraum 2009–2013», EY-Bericht 2014; Beilage 1). In einer weiteren vertiefenden Studie wurden die Zahlen für die Stadt Zürich ausgewiesen und auf kritische Nebeneffekte gemäss den Anliegen des Postulats überprüft («Auswirkungen der Standortpromotion durch die Greater Zurich Area (GZA) auf die Stadt Zürich im Zeitraum von 2009 bis 2013», EY-Bericht 2015; Beilage 2).

Beide Studien kommen zum Schluss, dass die GZA in den vergangenen Jahren positiv zur qualitativen und nachhaltigen Entwicklung des Wirtschaftsraums Zürich beigetragen und dessen wichtigen Strukturwandel unterstützt hat (siehe auch Abschnitt 6: GZA-Strategie entspricht der in den «Strategien Zürich 2035» postulierten Diversifizierung der Branchenstruktur). Die GZA hat durch aktives Marketing nicht nur Steuersubstrat, sondern auch Arbeitsplätze in für die Region wichtigen Branchen geschaffen. Zwischen 2009 und 2013 wurden 464 Unternehmen durch die GZA in den Mitgliederkantonen, -gemeinden und -regionen angesiedelt. Von diesen Unternehmen waren Ende 2013 noch 406 oder rund 88 Prozent in der Greater Zurich Area tätig. Die neu angesiedelten und noch bestehenden Unternehmen haben 4165 neue Arbeitsstellen geschaffen. Zum Zeitpunkt der Gründung prognostizierten diejenigen Unternehmen, die sich in der Stadt Zürich niederliessen, einen signifikanten Anstieg von Arbeitsplätzen über 5 Jahre. Dies lässt die Schlussfolgerung zu, dass die angesiedelten Firmen ein längerfristiges und somit nachhaltiges Engagement in der Stadt Zürich eingehen. Sie haben der Greater Zurich Area von 2009 bis 2013 konservativ geschätzte Steuereinnahmen (Einkommens- und Unternehmenssteuern) von rund 150 Millionen Franken eingebracht. Dem gesamten Wirtschaftsraum der GZA stehen damit gemäss Studie bei Gesamtausgaben von rund 30 Millionen Franken Steuereinnahmen von rund 150 Millionen Franken gegenüber. Somit erwirtschafteten die GZA und ihre Partnerinnen und Partner in der Betrachtungsperiode für jeden investierten Franken rund fünf Franken an Steuereinnahmen für die Region.

Die Stadt Zürich profitiert als Zentrum dieses Wirtschaftsraums besonders von den Aktivitäten der GZA. Von den insgesamt 406 am Ende der Berichtsperiode tätigen Firmen waren 93 in der Stadt angesiedelt (23 Prozent des Totals der insgesamt 10 Mitgliedskantone und -städte). Bei den geschaffenen Arbeitsstellen schneidet die Stadt Zürich sogar noch besser ab: Von insgesamt 4165 Arbeitsplätzen wurden 1168 in der Stadt Zürich geschaffen (28 Prozent des Totals aller Mitgliedskantone und -städte). Die Steuereinnahmen durch die in der Stadt Zürich neu angesiedelten Unternehmen und die dadurch entstandenen Einkommenssteuern belaufen sich auf rund 26 Millionen Franken.

Die Stadt Zürich als Zentrum des gesamten Wirtschaftsraums profitiert also überproportional von den Ansiedlungsbemühungen der GZA. Aufgrund der langfristigen Absicht der ange-

siedelten Unternehmen, in der Stadt Zürich zu wirtschaften, wird das so neu geschaffene Steuersubstrat die Finanzkraft der Stadt Zürich auch in Zukunft unterstützen. Die für die Stadt Zürich ausgewertete EY-Studie kommt überdies zum Schluss, dass die durch neu angesiedelte Unternehmen induzierte Arbeitsmigration keine wesentlichen Nebeneffekte auf den Wohnungsmarkt, das Bildungs- und Betreuungswesen sowie die Auslastung der Verkehrsinfrastruktur hat (siehe Beilage 2 und Abschnitt 6, Beantwortung des Postulats).

Die umfassende Studie über den gesamten Wirtschaftsraum zeigt auch die zunehmende Bedeutung der aktiven Marktbearbeitungsstrategie der GZA auf: Der Ansiedlungserfolg von sorgfältig evaluierten Unternehmen, die in klar definierten Branchen direkt angeworben wurden, ist in den letzten Jahren bedeutender geworden. EY geht davon aus, dass die aktive Marktbearbeitung und die direkte Kontaktaufnahme zu Unternehmen in den kommenden Jahren im Standortmarketing noch mehr an Bedeutung gewinnen werden. Der Bericht weist in diesem Zusammenhang auch darauf hin, dass in den kommenden Jahren mehrere wirtschaftspolitische Entscheidungen von grosser Tragweite (z. B. Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative, Unternehmenssteuerreform III) gefällt werden müssen, die erheblichen Einfluss auf die wichtigsten Standortfaktoren der Schweiz und damit auch auf die Arbeit der GZA haben können. Die im Einzelnen noch unbekanntere Ausgestaltung dieser Entwicklungen führt zu einem deutlich höheren Informationsaufwand bei potenziellen ausländischen Investorinnen und Investoren. Insofern erhält das Standortmarketing durch die GZA in Zukunft noch mehr Gewicht.

3. Finanzierung

Die GZA Stiftung wird durch die Mitgliedskantone, die Stadt Zürich und die Region Winterthur sowie durch private Unternehmen finanziert. Die Kantone bezahlen seit 1999 unverändert Fr. 1.50 pro Einwohnerin oder Einwohner. Die Stadt Zürich und die Region Winterthur sind von der Pro-Kopf-Regelung ausgenommen und bezahlen wie die privaten Beteiligten pauschale Beiträge. Während der Anteil der privaten Beiträge 2011 bei rund 20 Prozent lag, liegt ihr Anteil heute bei rund 30 Prozent. Dieser Anstieg der privaten Beiträge zeugt von einem steigenden Engagement der Privatwirtschaft in der GZA. An die Gesamtsumme der Beiträge von Fr. 4 241 542.– leisten die Privaten Fr. 1 142 500.– und die öffentliche Hand Fr. 3 099 042.–. Der Anteil des Kantons Zürich an der Gesamtsumme der Beiträge liegt bei etwa 50 Prozent. Der Kantonsrat des Kantons Zürich hat auf Basis der erfolgreich neu ausgerichteten Strategie der GZA AG am 23. November 2015 beschlossen, für die Jahre 2016–2019 Beiträge an die GZA Stiftung in der Höhe von insgesamt Fr. 8 390 000.– zu entrichten. Die Stadt Zürich leistet seit ihrem Beitritt zur GZA einen unveränderten Beitrag von jährlich Fr. 250 000.– und trägt derzeit etwa 6 Prozent zum Budget der GZA bei.

4. Fazit

Der letzte Beitrag wurde kurz nach Abschluss des Prozesses zur strategischen Neuausrichtung der GZA, aber noch vor deren Implementierung beschlossen. Mittlerweile ist die Strategie der GZA gefestigt. Sie hat sich als tragfähig erwiesen, und die Organisation hat sich positiv entwickelt. Die Evaluation belegt, dass durch das auf Qualität ausgerichtete Standortmarketing der GZA und die nachhaltige Ansiedlung von international tätigen Unternehmen qualifizierte Arbeitsplätze und langfristiges Steuersubstrat für die Region und die Stadt Zürich geschaffen werden.

5. Zuständigkeit und Budgetnachweis

Gemäss Art. 41 lit. c der Gemeindeordnung (GO; AS 101.100) liegt die Finanzkompetenz für jährlich wiederkehrende Beiträge von mehr als Fr. 50 000.– bis Fr. 1 000 000.– beim Gemeinderat. In diesem Sinne beantragt der Stadtrat die Weiterführung des jährlich ausgerichteten Beitrags an die Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing in der Höhe von

Fr. 250 000.– für die Jahre 2016–2019. Die jährlichen Beiträge sind im Budget 2016 eingestellt sowie im Aufgaben- und Finanzplan 2016–2019 vorgemerkt.

6. Abschreibung Postulat von Dr. Jean-Daniel Strub und Lucia Tozzi vom 11. Januar 2012 betreffend Evaluation der Stiftung Greater Zurich Area (GZA), Einbezug der kritischen Nebeneffekte von Standortförderungsmassnahmen für die Stadt Zürich

Das Postulat GR Nr. 2012/5 von Gemeinderat Dr. Jean-Daniel Strub und Gemeinderätin Lucia Tozzi (beide SP) wurde dem Stadtrat am 11. Januar 2012 zur Prüfung überwiesen. Es hat folgenden Wortlaut:

Der Stadtrat wird gebeten zu prüfen, wie die in der Weisung 2011/326 auf das Ende der neuen Beitragsperiode angekündigte Evaluation der Stiftung Greater Zurich Area (GZA) und ihrer Aktivitäten so ausgelegt werden kann, dass sie die für die Stadt Zürich kritischen Nebeneffekte von Standortförderungsmassnahmen einschliesst und aufzeigt, wie die Stadt Zürich darauf reagiert. Einzubeziehen sind dabei die folgenden Aspekte:

1. Es ist auszuführen, welche Auswirkungen auf die Nachfrage und das Preisniveau im Wohnungsmarkt, welche Effekte in den Bereichen Bildung und Betreuung (Nachfrage, Verhältnis zwischen der Belegung privater und öffentlicher Bildungseinrichtungen) und welche Auswirkungen im Bereich der Mobilität (Flugverkehr, Auslastung der Verkehrsinfrastruktur, etc.) namhaft gemacht werden können.
2. Ebenso soll die Evaluation die Nachhaltigkeit der Standortförderungsmassnahmen prüfen und festhalten, wie die Vertreterinnen der Stadt Zürich in den massgebenden Gremien der GZA ihren Einfluss zugunsten der diesbezüglichen Ziele der Stadt geltend machen konnten.
3. Darzulegen ist schliesslich, in welchen Fällen die GZA in den Bereichen Unternehmensstruktur und Steueroptimierung (gemäss Website der GZA, Stand Ende Dezember 2011) beratend tätig wurde und wie der Standortfaktor Steuern im Gesamtkontext der Standortförderung beurteilt wird.

In Zusammenhang mit der geplanten Evaluation der GZA ist überdies darauf hinzuwirken, dass deren Ergebnisse dem Gemeinderat entweder integriert in die nächste Beitragsweisung zur GZA oder in einem separaten, spätestens gleichzeitig mit der nächsten Beitragsweisung zu veröffentlichenden Bericht vorgelegt werden.

Begründung:

Es ist zu begrüssen, dass gemäss Weisung 2011/326 (Seite 1) von Seiten des Kantons und der Stadt Zürich per Ende der Beitragsperiode 2012-2015 eine Evaluation der Stiftung Greater Zurich Area (GZA) in Aussicht gestellt wird. Angesichts der kritischen Effekte, mit denen das fortwährende Wachstum und die hohe Mobilität von Arbeitsplätzen gerade eine Stadt wie Zürich konfrontiert, ist es von Bedeutung, die angekündigte Evaluation der Standortförderungsbemühungen auch im Hinblick auf die künftige Entscheidungsfindung so auszulegen, dass diese kritischen Aspekte einbezogen werden. Dazu gehören etwa Effekte im Bereich des Wohnungsmarkts, des Bildungs- und Betreuungswesens und der Mobilität. Da solche Parameter gemäss der bisherigen Planung, wie sie dem Antrag des Regierungsrats an den Zürcher Kantonsrat vom 24. August 2011 (Seiten 10/11) zu entnehmen ist, keine Berücksichtigung finden, hat die Stadt Zürich daher innerhalb der GZA von Beginn an darauf hinzuwirken, dass die geplante Evaluation entsprechend ausgelegt wird.

In der für die Stadt Zürich erstellten Studie von EY (s. Beilage 2, EY-Studie 2015) werden die kritischen Nebeneffekte von Standortförderungsmassnahmen auf die Stadt Zürich untersucht. Es werden Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt, das Bildungs- und Betreuungswesen und die Mobilität in der Stadt Zürich beurteilt. Konkret geht die Studie den Fragen nach, ob die durch die Ansiedlung induzierte Arbeitsmigration eine Auswirkung auf die Nachfrage und das Preisniveau im Wohnungsmarkt, auf das Nachfrage- und Angebotsverhältnis zwischen privaten und öffentlichen Bildungseinrichtungen sowie auf die Auslastung der Verkehrsinfrastruktur hat. Die Studie zeigt auf, dass durch die Ansiedlungen geschaffenen 1168 Arbeitsstellen vorsichtig geschätzt wohl eine Arbeitsmigration aus dem Ausland von 467 Personen und vom Inland von 350 Personen in die Stadt Zürich induziert wurde. Linear über die Fünfjahresperiode aufgeteilt, entspricht dies einer Arbeitsmigration von 163 Personen pro Jahr, die einen Einfluss auf den Stadtzürcher Wohnungsmarkt, das Bildungswesen und die Infrastruktur haben. Angesichts von jährlich rund 42 000 Neuanmeldungen in der Stadt Zürich und rund 40 000 Umzügen innerhalb der Stadt Zürich ist dieser Einfluss der neu zugezogenen Personen jedoch als unwesentlich zu qualifizieren. Die Studie kommt zum

Schluss, dass auch kein nennenswerter Einfluss auf das Bildungs- und Betreuungswesen sowie die Auslastung der Verkehrsinfrastruktur auszumachen ist (siehe Beilage 2, EY-Studie 2015, S.7 ff.).

Zu einem umfassenden und professionellen Service gehört die informierende Tätigkeit bei allen Fragen rund um die Ansiedlung. Das schliesst auch die Information zum schweizerischen Steuersystem ein. Die GZA AG informiert die ansiedlungswilligen Unternehmen über die in den Kantonen und Städten vorhandenen steuerlichen Rahmenbedingungen und vermittelt in Absprache mit den kantonalen und städtischen Wirtschaftsförderungsstellen den Kontakt zu den kantonalen Steuerämtern. Sie wird aber nicht beratend tätig.

Die Stadt Zürich ist im Stiftungsrat durch die Stadtpräsidentin und im Verwaltungsrat der AG durch die Direktorin Stadtentwicklung Zürich vertreten. Die strategische Neuausrichtung der GZA und die jetzige Fokussierung auf die Ansiedlung wertschöpfungsintensiver und nachhaltiger Unternehmen sowie zentraler Firmenfunktionen wird von den Vertreterinnen der Stadt Zürich unterstützt. Diese Fokussierung entspricht der vom Stadtrat in den «Strategien Zürich 2035» postulierten Diversifizierung der Branchenstruktur, die infolge des zu erwartenden Strukturwandels und der tendenziell abnehmenden Erträge der Finanzbranche für die Stadt Zürich von zentraler Bedeutung ist. Die strategische Ausrichtung der GZA auf die Bereiche ICT, Life Science/Biotech, Hightech und Cleantech sowie Präzisionstechnologie unterstützt diese Bestrebungen zu einer nachhaltigen Entwicklung des Wirtschaftsraums Zürich.

Das Postulat wird damit zur Abschreibung beantragt.

Dem Gemeinderat wird beantragt:

- 1. Der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing wird ein wiederkehrender Beitrag von jährlich Fr. 250 000.– für die Jahre 2016–2019 bewilligt.**

Unter Ausschluss des Referendums:

- 2. Vom Bericht zum Postulat betreffend Evaluation der Stiftung Greater Zurich Area wird Kenntnis genommen.**
- 3. Das Postulat, GR Nr. 2012/5, von Dr. Jean-Daniel Strub und Lucia Tozzi (beide SP) vom 11. Januar 2012 betreffend Evaluation der Stiftung Greater Zurich Area (GZA), Einbezug der kritischen Nebeneffekte von Standortförderungsmassnahmen für die Stadt Zürich wird als erledigt abgeschrieben.**

Die Berichterstattung im Gemeinderat ist der Stadtpräsidentin übertragen.

Im Namen des Stadtrats

die Stadtpräsidentin

Corine Mauch

die Stadtschreiberin

Dr. Claudia Cucho-Curti



**Ansiedlungserfolg der Greater Zurich Area AG (GZA) im Zeitraum
2009 - 2013**

Bericht, 12. Dezember 2014



Building a better
working world

1 Management Summary

Einleitung

Dieser Bericht beinhaltet eine zusammenfassende Analyse und Kommentierung des Ansiedlungserfolgs der Standortmarketingorganisation Greater Zurich Area AG (GZA) in Zusammenarbeit mit ihren Partnern der Standortförderungen der Kantone Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Solothurn, Schwyz, Zug und Zürich sowie der Region Winterthur und der Stadt Zürich. Die von EY durchgeführte Analyse umfasst die Entwicklung und Treiber des Ansiedlungserfolgs im Zeitraum von 2009 bis 2013, die dadurch entstandenen Arbeitsplätze und das dadurch geschaffene Steuersubstrat. Als Grundlage dienten unter anderem existierende Umfrageergebnisse der GZA und Partner-Standortförderungen bei den neuangesiedelten Unternehmen sowie gemeinsam mit der GZA erstellte Arbeitshypothesen.

Erfolgreiche Bilanz der GZA

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die GZA in den vergangenen Jahren positiv zur qualitativen und nachhaltigen Entwicklung der wichtigsten Metropolitanregion der Schweiz beigetragen und dabei den Strukturwandel unterstützt hat. Sie hat durch aktives Marketing nicht nur Steuersubstrat, sondern auch Arbeitsplätze in für die Region relevanten Branchen geschaffen.

Kernaussagen

Nachhaltiger Ansiedlungserfolg

Im Zeitraum von 2009 bis 2013 wurden 464 Unternehmen durch die GZA in die Greater Zurich Area angesiedelt. Von diesen Firmen sind per Ende 2013 406 oder rund 88% in der Greater Zurich Area domiziliert. Dies darf als nachhaltiger Ansiedlungserfolg bezeichnet werden.

Schaffung von Arbeitsstellen

Die neuangesiedelten Unternehmen haben 4'165 Arbeitsstellen geschaffen, was sich positiv auf das wirtschaftliche Wachstum in der Greater Zurich Area auswirkt. Mehr als 81% der neu angesiedelten Unternehmen haben in der Betrachtungsperiode mindestens fünf oder mehr Arbeitsstellen verzeichnet und im Vergleich zu sämtlichen Neugründungen in der Region der GZA etwas mehr als 6 Mal so viele Arbeitsstellen pro Neugründung geschaffen. Die Neuansiedlungen haben somit einen substantiellen, volkswirtschaftlichen Beitrag geleistet.

Substanzielle Steuereinnahmen

Die genannten Neuansiedlungen haben dem Wirtschaftsraum Greater Zurich Area innerhalb der Zeitperiode von 2009 bis 2013 Steuereinnahmen (Einkommens- und Unternehmenssteuern) in der Höhe von rund CHF 150 Mio. eingebracht. Jede Ansiedlung hat damit während der Betrachtungsperiode im Durchschnitt bereits rund CHF 370'000 Steuersubstrat gebracht.

Return on Investment

Alleine in der Betrachtungsperiode weist die GZA zusammen mit ihren öffentlichen Partnern einen positiven volkswirtschaftlichen Nutzen auf. Den Kantonen sowie den Städten Zürich und Winterthur stehen bei Gesamtausgaben in der Höhe von rund CHF 30 Mio. Steuereinnahmen von rund CHF 150 Mio. gegenüber. Somit erwirtschaftete die GZA in der Betrachtungsperiode für jeden von den Kantonen investierten Franken rund 5 Franken an Steuereinnahmen für den Wirtschaftsstandort der Greater Zurich Area.

Berücksichtigt man auch die Investitionen der Partner der GZA aus der Privatwirtschaft wurden von der GZA für jeden investierten Franken immer noch mehr als 4 Franken an weiteren Steuereinnahmen für die Region der Greater Zurich Area erwirtschaftet.

Bedeutung des direkten Anwerbens in den Zielmärkten

Das Ansiedeln von Firmen in definierten Regionen und Industrien über eine aktive Marketingstrategie (direktes Anwerben) ist in den letzten Jahren bedeutender geworden. Während Ansiedlungen, die durch aktives Akquirieren ermöglicht wurden, kontinuierlich zunehmen, gehen Ansiedlungen durch Unternehmen ohne Unterstützung der GZA zurück. Es ist infolgedessen anzunehmen, dass die aktive Kontaktaufnahme zu Unternehmen in den kommenden Jahren noch mehr an Bedeutung gewinnen wird.

Ausblick

Mehrere wirtschaftspolitische Entscheidungen von grosser Tragweite (z.B. Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative, Unternehmenssteuerreform III), die in den nächsten ein bis zwei Jahren auf nationaler Ebene anstehen, haben potentiell erheblichen Einfluss auf die wichtigsten Standortfaktoren der Schweiz und damit auch der GZA. Diese Entscheidungen führen zu Unsicherheiten und zu deutlich höherem Informationsbedarf bei potentiellen ausländischen Investoren, wenn es um eine mögliche Standortwahl in der Greater Zurich Area geht. Insofern schätzen wir die Aufgabe der aktiven Standortförderung durch die GZA in Zukunft als noch wichtiger ein, um dieses erhöhte Informationsbedürfnis zu befriedigen und weiterhin einen nachhaltigen Ansiedlungserfolg innerhalb der Greater Zurich Area sicherzustellen.

2 Inhaltsverzeichnis

1	Management Summary.....	2
2	Inhaltsverzeichnis	4
	Abbildungsverzeichnis.....	5
	Tabellenverzeichnis.....	5
3	Einleitung.....	6
3.1	Aufgabenstellung.....	6
3.2	Datengrundlagen	6
4	Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen	8
4.1	Überblick.....	8
4.2	Hohe Ansiedlungsdichte im Raum Zürich, Zug und Schaffhausen	9
4.3	Zielmärkte-Strategie der GZA	9
4.4	Konzentration auf Fokusbranchen	11
4.5	Headquarters in der Greater Zurich Area	13
4.6	Geschaffene Arbeitsstellen.....	14
4.7	Ansiedlungsverlauf und Entwicklung Bruttoinlandprodukt	16
5	Effizienz und Effektivität Ansiedlungsaktivitäten.....	17
5.1	Quellen für den Ansiedlungserfolg	17
5.2	Geschaffenes Steuersubstrat	19
5.3	Rendite der Ansiedlungsaktivitäten (Return on Investment)	21
6	Würdigung des Nutzens des Standortmarketings der GZA	22

Abbildungsverzeichnis

1 - Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area 2009 - 2013.....	8
2 - Neu geschaffene Arbeitsplätze je Kanton 2009 - 2013	9
3 - Anteil der neu angesiedelten Unternehmen je Kanton 2009 - 2013.....	9
4 - Ansiedlungsverlauf nach Zielmärkten 2009 - 2013.....	10
5 - Top 10 Herkunftsländer für Neuansiedlungen im Zeitraum 2009 - 2013.....	11
6 - Anzahl Ansiedlungen nach Fokusbranchen 2009 - 2013.....	12
7 - Anzahl geschaffene Arbeitsstellen nach Fokusbranchen 2009 - 2013	13
8 - Anteil der Headquarters an den Neuansiedlungen 2009 - 2013	14
9 - Vergleich Konjunktorentwicklung und Ansiedlungsverhalten	16
10 - Ansiedlungen nach Quellen über alle Jahre.....	17
11 - Neuansiedlungen direkte Akquisition in Fokusbranchen nach Zielmärkten	18

Tabellenverzeichnis

1 - Berechnung Einkommens- und Vermögenssteuer	19
2 - Berechnung Unternehmenssteuer	19
3 - Steuereinnahmen	20
4 - Berechnung Gesamtkosten Standortpromotion	21

3 Einleitung

3.1 Aufgabenstellung

Die Stiftung «Greater Zurich Area Standortmarketing» beauftragte EY mit der Durchführung einer zusammenfassenden Analyse und Kommentierung des Ansiedlungserfolgs der Standortmarketingorganisation Greater Zurich Area AG (GZA) in Zusammenarbeit mit ihren Partnern der Standortförderungen der Kantone Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Solothurn, Schwyz, Zug und Zürich sowie der Region Winterthur und der Stadt Zürich. Die Analyse umfasst die Entwicklung und Treiber des Ansiedlungserfolgs im Zeitraum von 2009 bis 2013, die dadurch entstandenen Arbeitsplätze sowie das dadurch geschaffene Steuersubstrat.

Für den Bericht führte EY einen kritischen Review der von den Standortkantonen erhobenen und von der GZA konsolidierten Umfrageergebnisse durch mit dem Ziel, diese auf ihre Konsistenz, Plausibilität und rechnerische Richtigkeit zu überprüfen sowie die wirtschaftliche Bedeutung der Zahlen für die Region zu beurteilen.

Auf der Basis von Arbeitshypothesen, welche gemeinsam mit der GZA entwickelt wurden, führte EY verschiedene Datenanalysen zu möglichen Einflussfaktoren und Trends in Bezug auf den Ansiedlungserfolg der GZA durch.

3.2 Datengrundlagen

Die im vorliegenden Bericht dokumentierten Analysen zum Ansiedlungserfolg der GZA basieren auf von den Standortkantonen erhobenen und von der GZA konsolidierten und bereinigten Umfrageergebnisse. Rund 80% der Angaben zu den geschaffenen Arbeitsstellen wurde von den Standortkantonen bei den angesiedelten Unternehmen für das Jahr 2013 direkt erhoben (persönliche Besuche sowie telefonische oder schriftliche Umfragen). Die restlichen rund 20% basieren auf einer Einschätzung der GZA auf Grundlage von Gesprächen mit den Unternehmen zu Beginn ihrer Standortwahlevaluation.

Für weitergehende Auswertungen, insbesondere für die Validierung von Hypothesen oder Trendberechnungen, sind Daten aus diversen Quellen zugezogen worden, deren Nachweise im Bericht entsprechend gekennzeichnet sind.

Mit der Umsetzung einer neuen Strategie ab Ende 2011 passte die GZA die Reporting-Richtlinien an. Seither wurden nur noch im Handelsregister eingetragene Kapitalgesellschaften, jedoch keine Kollektivgesellschaften und Einzelfirmen mehr gezählt. Für die Analysen in diesem Bericht wurden diese aktuellen Reporting-Richtlinien der GZA rückwirkend auf die Jahre seit 2009 angewendet, damit eine konsistente Betrachtungsweise über die gesamte Periode 2009 bis 2013 sichergestellt ist. Durch diese Abweichungen bei den Berechnungsgrundlagen ist es möglich, dass die in diesem Bericht präsentierten Zahlen von den in der Vergangenheit von der GZA veröffentlichten Zahlen abweichen.

4 Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen

4.1 Überblick

In der Region der GZA haben sich im Zeitraum von 2009 bis 2013 insgesamt 464¹ Unternehmen verschiedenster Herkunftsländer und Branchen niedergelassen.

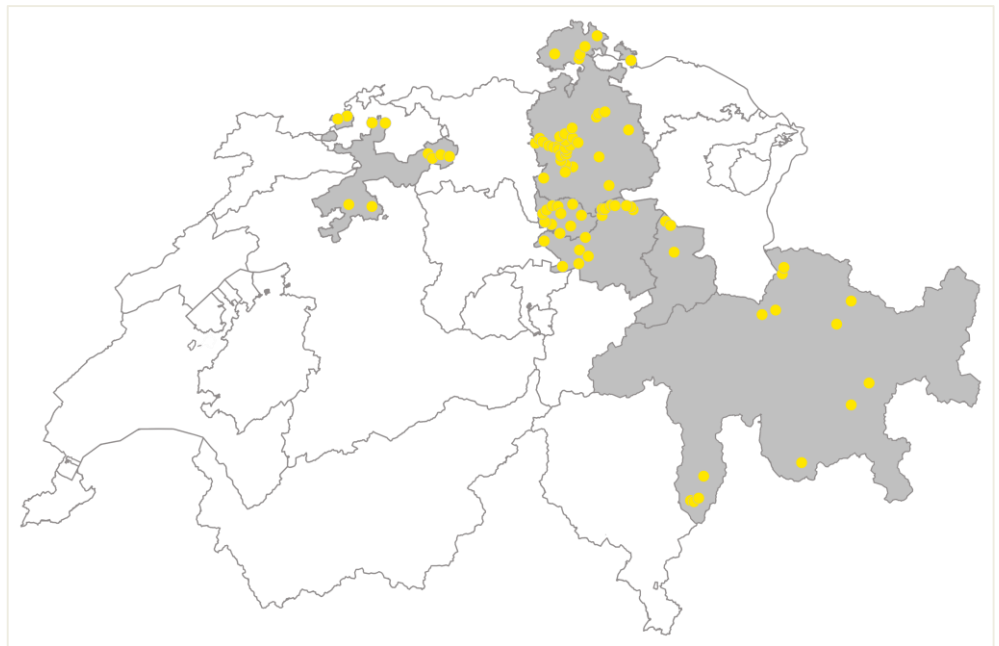


Abbildung 1 - Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area 2009 - 2013

Laut Analyseergebnissen sind per Ende 2013 406 der 464 während der Betrachtungsperiode angesiedelten Unternehmen in der Greater Zurich Area aktiv. 50 Unternehmen haben die Schweiz während dieser Zeit verlassen, sind Konkurs gegangen oder liquidiert worden. Acht Unternehmen haben ihren Standort in einen anderen Kanton ausserhalb der Greater Zurich Area verlegt.

Neuansiedlungen sind nachhaltig

Es sind demzufolge per Ende 2013 88% der im Zeitraum 2009 - 2013 angesiedelten Unternehmen in der Greater Zurich Area tätig. Dies darf unseres Erachtens als nachhaltiges Ergebnis bezeichnet werden.

¹ Netto-Ansiedlungen; exklusive zehn Firmen welche nach GZA-internen Abklärungen per Ende 2013 nicht mehr im Handelsregister eingetragen waren.

4.2 Hohe Ansiedlungsdichte im Raum Zürich, Zug und Schaffhausen

Ausländische Firmen haben sich in allen Kantonen der Greater Zurich Area niedergelassen. Die Verteilung der Anzahl Ansiedlungen zeigt eine Konzentration der Ansiedlungen auf die Kantone Zürich, Zug und Schaffhausen: 80% aller Ansiedlungen wurden in diesen drei Kantonen getätigt.

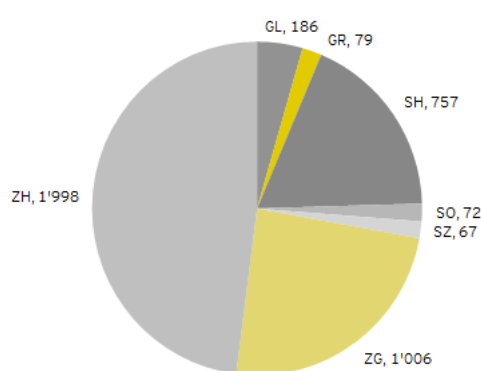


Abbildung 2 - Neu geschaffene Arbeitsplätze je Kanton 2009 - 2013

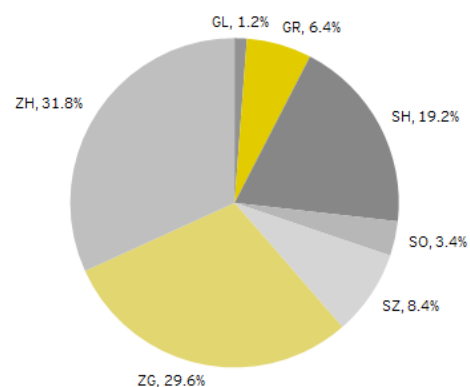


Abbildung 3 - Anteil der neu angesiedelten Unternehmen je Kanton 2009 - 2013

4.3 Zielmärkte-Strategie der GZA

Seit ihrer Strategieänderung Ende 2011 fokussiert die GZA auf Unternehmen in Branchen, die der Region ein überdurchschnittliches Wachstumspotential bringen und eine hohe Ansiedlungsnachhaltigkeit aufweisen. Dazu gehören Unternehmen im Bereich der Präzisionstechnologien, Life Sciences, High-Tech oder Information and Communication Technology (ICT) sowie Hauptsitzfunktionen.

Geographisch konzentriert sich die GZA in ihren proaktiven Ansiedlungsbemühungen auf die Schwerpunktmärkte USA, China und selektiv auf Europa und einzelne Opportunitätsmärkte („Rest“).

Über den Betrachtungszeitraum lassen sich zwei hauptsächliche Herkunftsmärkte erkennen: Vor allem Europa und USA (Kanada dazugezählt) weisen eine hohe Ansiedlungszahl in der Greater Zurich Area aus.

Aus dem Markt Europa sind mit total 201 Neuansiedlungen am meisten Zuzüge zu verzeichnen. Der Markt USA weist mit total 118 Ansiedlungen den zweithöchsten Wert aus. Diese beiden Märkte decken im Betrachtungszeitraum fast 80% aller Neuansiedlungen in die Greater Zurich Area ab.

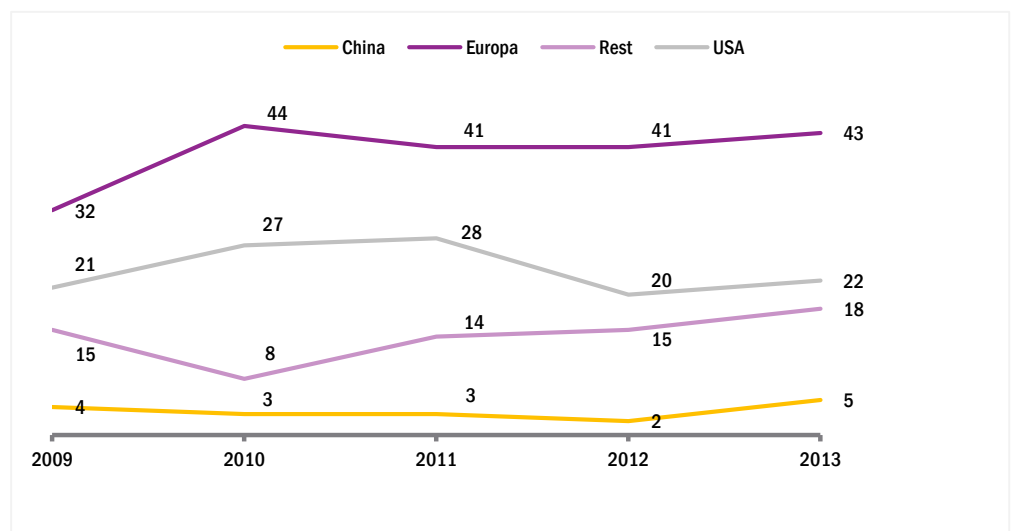


Abbildung 4 - Ansiedlungsverlauf nach Zielmärkten 2009 - 2013

Die meisten Neuansiedlungen stammen aus den USA

Auf Länderebene betrachtet haben sich am meisten Unternehmen aus den USA für eine Standortwahl in der Greater Zurich Area entschieden, gefolgt von Firmen aus Deutschland und dem Vereinigten Königreich (UK). Der von der GZA definierte Zielmarkt USA hat rund 29% aller Neuansiedlungen gebracht.

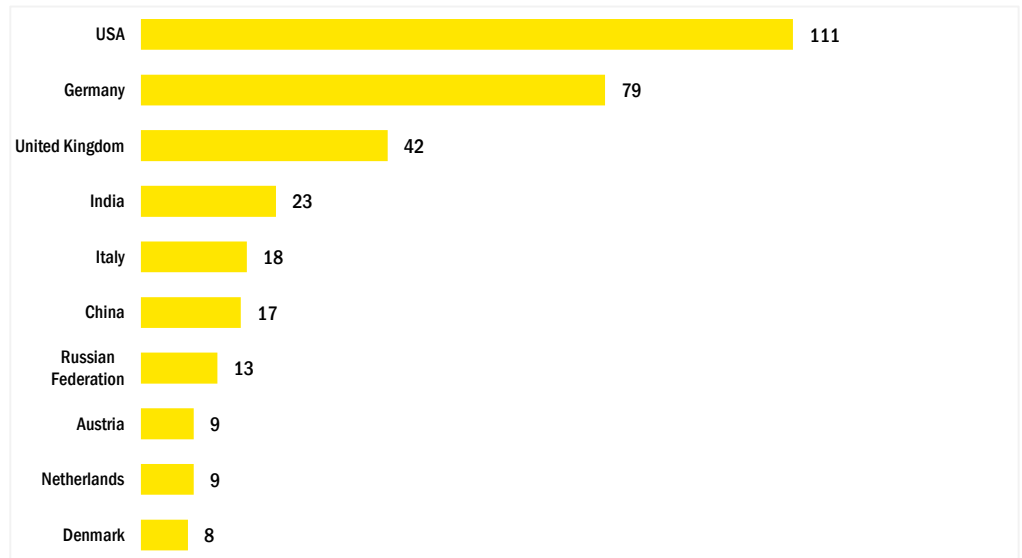


Abbildung 5 - Top 10 Herkunftsländer für Neuansiedlungen im Zeitraum 2009 - 2013

4.4 Konzentration auf Fokusbranchen

Neben der Fokussierung auf die Zielmärkte Europa, USA und China hat die GZA ihre Strategie der Konzentration auf Schlüsselindustrien definiert. Ziel ist, in bestimmten Märkten ausgewählte Branchen systematisch zu bearbeiten.

Die Ansiedlungen beispielsweise der Unternehmen aus den Industrien Machinery / Electrical & Equipment und ICT / Telecommunications (Auswahl aus den Schlüsselindustrien) entspricht über einem Viertel aller Ansiedlungen.

Etwas mehr als die Hälfte der Neuansiedlungen stammt aus Fokusbranchen

Von den insgesamt 406 Neuansiedlungen im Zeitraum 2009 - 2013 stammen 216 oder 53% aus den in der Strategie definierten Fokusbranchen. Der über alle Industrien betrachtete Anteil Neuansiedlungen von Unternehmen aus Fokus-industrien ist damit signifikant.

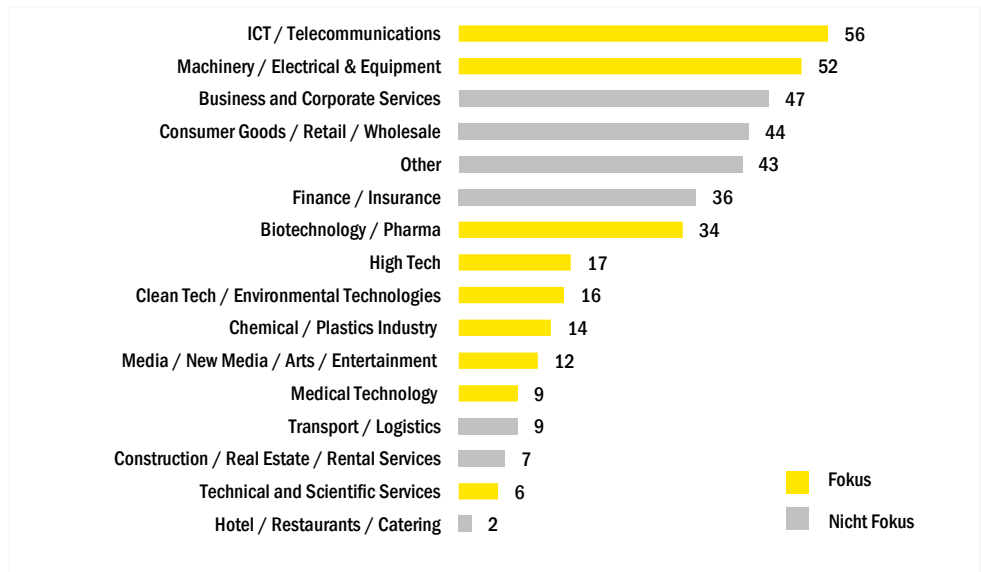


Abbildung 6 - Anzahl Ansiedlungen nach Fokusbranchen 2009 - 2013

Für die Anzahl geschaffener Arbeitsstellen sind Firmen aus den Fokusindustrien ebenfalls bedeutend. Sie haben im Betrachtungszeitraum mehr als die Hälfte der Neustellen geschaffen.

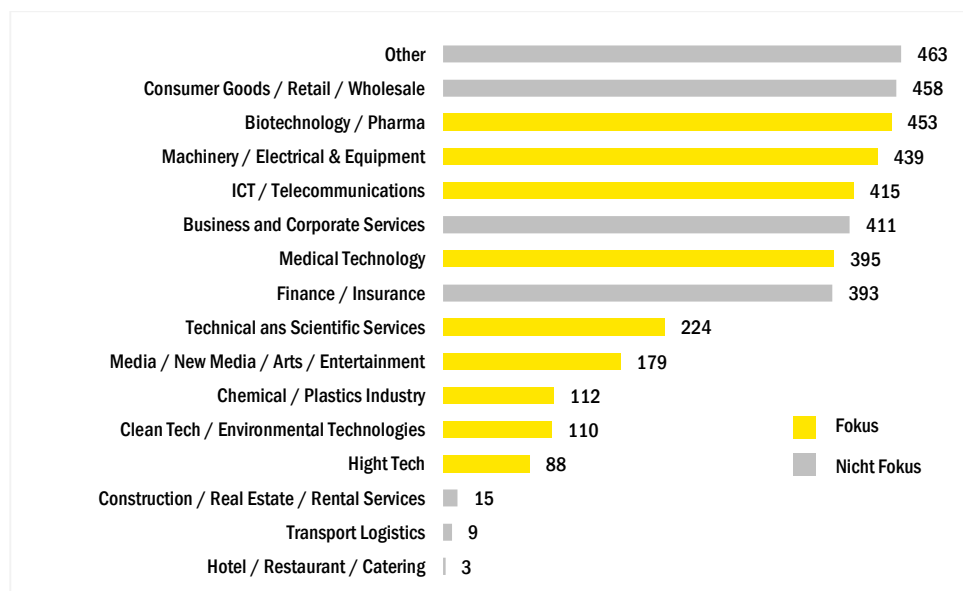


Abbildung 7 - Anzahl geschaffene Arbeitsstellen nach Fokusbranchen 2009 - 2013

4.5 Headquarters in der Greater Zurich Area

Rund ein Drittel der Neuansiedlungen betrifft Headquarters

Headquarters (Unternehmen mit Hauptsitzfunktion) können globale oder regionale Hauptsitze von international tätigen Unternehmen sein. Ungeachtet der Branche haben sich von den total 406 Neuansiedlungen insgesamt 112 Headquarters in der Greater Zurich Area niedergelassen, was 28% aller Neuansiedlungen sind. In den Fokusbranchen betreffen gar 34% der Ansiedlungen Headquarters.

Dieses Resultat weist darauf hin, dass die Greater Zurich Area für Headquarters interessant ist. Dies ist positiv, weil Headquarters Verlagerungen weiterer Funktionen ihrer Organisation auslösen und damit neue Ansiedlungen anerkennen können, die letztlich weitere Substanz für die Greater Zurich Area liefern.

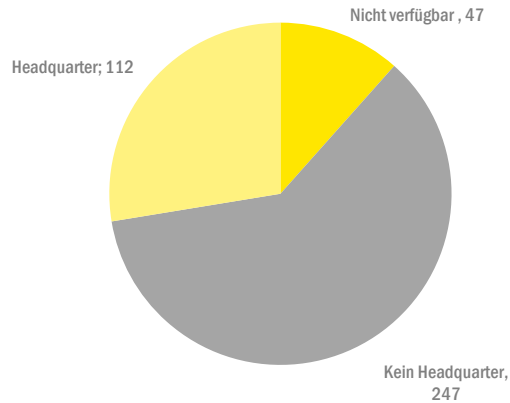


Abbildung 8 – Anteil der Headquarters an den Neuansiedlungen 2009 - 2013

4.6 Geschaffene Arbeitsstellen

Neuansiedlungen schufen 2009 - 2013 über 4'000 zusätzliche Arbeitsstellen

Die insgesamt 406 neu angesiedelten Unternehmen schufen in der Greater Zurich Area im Zeitraum von 2009 bis 2013 gemeinsam über 4'165 Arbeitsstellen. In den Kantonen Zürich, Zug und Schaffhausen wurden am meisten Arbeitsstellen geschaffen.

Die Analyse der Neuansiedlungen und der daraus geschaffenen Arbeitsstellen zeigt, dass fast 80% der neuangesiedelten Unternehmen 2009 - 2013 signifikante Substanz² in die Greater Zurich Area gebracht haben.

Es lässt sich statistisch ausschliessen, dass die Greater Zurich Area und vor allem die steuerlich attraktiven Kantone darin im Zeitraum 2009 - 2013 mehrheitlich nur sogenannte Briefkastenfirmen, d.h. Unternehmen ohne eigentliche Substanz, angezogen haben.

Verschiedenste Unternehmen aus unterschiedlichen Ländern und Branchen haben sich in der Greater Zurich Area niedergelassen. Darunter sind der breiten Öffentlichkeit bekannte Brands. Firmen wie Google, Carlsberg, eBay oder Unilever können bei weiteren Ansiedlungsbemühungen und/oder -verhandlungen als entsprechende Referenzen mit möglicherweise positivem Effekt bei der Entscheidungsfindung dienen. Diese Firmen haben in der Greater Zurich Area bestimmte Funktionen teilweise zusätzlich angesiedelt, den Standortsitz vergrössert oder sind innerhalb der GZA umgezogen.

Von den total 4'165 neu geschaffenen Arbeitsstellen sind insgesamt 2'110 durch die Top 15 Unternehmen geschaffen wurden, was fast der Hälfte aller Neustellen entspricht. Im Durchschnitt lassen sich daher rund 140 neue Arbeitsplätze auf ein Top 15 Unternehmen zurückführen. Die Analyse

² Substanz definiert sich hierbei wie folgt: mindestens 5 Arbeitsstellen bei der Ansiedlung und nach fünf Jahren bzw. per Ende 2013 gleich viele oder mehr; wenn erst kürzlich angesiedelt, mindestens 5 Arbeitsstellen bei Ansiedlung und per Ende 2013 noch immer in der GZA aktiv.

zeigt ebenfalls auf, dass die grössten Stellenschaffer aus den strategischen Zielmärkten USA und Europa stammen.

Die Analyse aller Neugründungen³ in der Greater Zurich Area zeigt, dass im Betrachtungszeitraum 2009 – 2013 rund 4'000 neue Unternehmen in der Region gegründet wurden. Die Anzahl der von diesen Neugründungen geschaffenen Arbeitsstellen liegt bei etwas mehr als 6'800. Somit wurden pro neu gegründete Firma im Durchschnitt 1.7 Stellen geschaffen. Die durchschnittliche Anzahl Stellen durch die von der GZA neuangesiedelten Unternehmen in der Greater Zurich Area beträgt hingegen 10.3. Die aus dem Ausland angesiedelten Firmen haben demzufolge im Durchschnitt etwas mehr als 6 Mal so viele Arbeitsstellen geschaffen wie Unternehmen, die in der Schweiz neu gegründet wurden.

³ Quelle: Bundesamt für Statistik – Neu gegründete Unternehmen in der Schweiz.

4.7 Ansiedlungsverlauf und Entwicklung Bruttoinlandprodukt

Eine relevante Frage ist, ob sich der Ansiedlungsverlauf in der Betrachtungsperiode mit dem Wachstum des Bruttoinlandprodukts (BIP) in der Schweiz bzw. in der Greater Zurich Area erklären lässt. EY hat diese Frage für den Zeitraum 2009 bis 2016 untersucht, wobei für 2014 bis 2016 eine statistische Hochrechnung gemacht wurde.

Die Daten des Bundesamts für Statistik wurden mit den Anzahl Ansiedlungen verglichen. Es konnte zwar eine positive Korrelation, aber kein eindeutiger statistischer Zusammenhang zwischen dem BIP-Verlauf und der Entwicklung der jährlichen Ansiedlungen in der Greater Zurich Area nachgewiesen werden.

Konjunktorentwicklung hat keinen primären Einfluss auf Neuansiedlungen

Das Ergebnis lässt die Schlussfolgerung zu, dass die Konjunktorentwicklung in der Schweiz keinen primären Einfluss auf das Ansiedlungsverhalten ausländischer Firmen in der Greater Zurich Area hat.

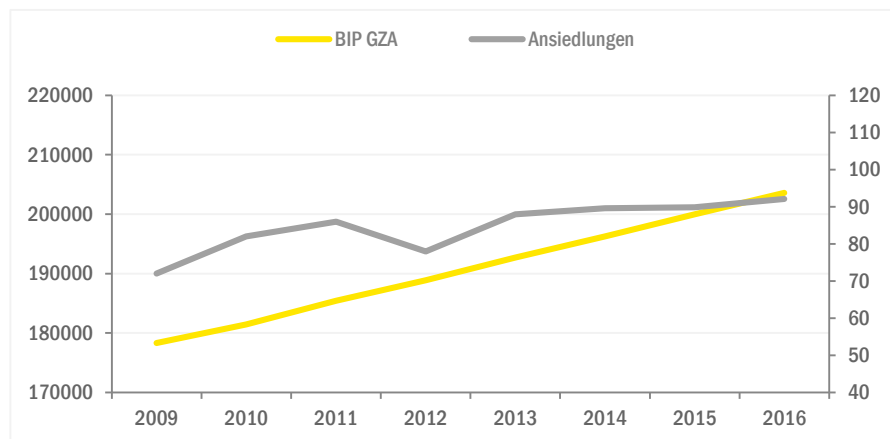


Abbildung 9 – Vergleich Konjunktorentwicklung und Ansiedlungsverhalten

5 Effizienz und Effektivität Ansiedlungsaktivitäten

5.1 Quellen für den Ansiedlungserfolg

Zur Analyse des Ansiedlungserfolgs erfasst die GZA, wie ausländische Unternehmen auf die GZA bzw. die Greater Zurich Area aufmerksam wurden. Differenziert werden dabei proaktive Ansiedlungen (z.B. über direkte Akquisition oder von der GZA durchgeführte Events) und reaktive Ansiedlungen (z.B. über Firmenanfragen). Diese Informationen wurden von der GZA erst seit 2010 erhoben.

Über die gesamte Betrachtungsperiode hat sich ein grosser Teil der Firmen ohne proaktive Aktivitäten durch das Standortmarketing der GZA in der Greater Zurich Area angesiedelt. Vor allem Unternehmen aus Europa agierten aus eigener Initiative, was angesichts der geografischen Nähe zur Schweiz nachvollziehbar ist.

Viele dieser Firmen lösen in der Phase der definitiven Standortevaluation oftmals einen Wettbewerb zwischen Kantonen und Regionen innerhalb der Schweiz aus. Dass ein ausländisches Unternehmen letztendlich den Standort in der Greater Zurich Area wählt, ist offensichtlich auch auf die Betreuung und kompetente Beratung durch die GZA und ihrer Standortförder-Partner zurückzuführen (siehe Anzahl Ansiedlungen nach Quelle „Firmenanfrage“).

Direkte Akquisition	Empfehlung	Event GZA	Event SGE	Firmenanfrage	SGE Empfehlung	
6	4			15		2009
15	20	4	3	37	3	2010
13	15	1	1	52	4	2011
24	18	1	3	29	3	2012
32	14	2	3	29	8	2013

Abbildung 10 - Ansiedlungen nach Quellen über alle Jahre

Direkte Akquisition durch GZA wird bedeutender

Ab 2011 ist ein Trend erkennbar, der aufzeigt, dass die direkte Akquisition durch die GZA in den Zielmärkten und Branchen bedeutender geworden ist. Während Ansiedlungen, die durch direktes Akquirieren ermöglicht wurden, kontinuierlich zunehmen, gehen Ansiedlungen eigenständig agierender Firmen zurück.

Die durch die GZA organisierten Events oder solche von Switzerland Global Enterprise (SG-E, vormals OSEC) haben verhältnismässig nur zu wenigen Ansiedlungen geführt. Dass eine wesentliche Anzahl Unternehmen durch Weiterempfehlungen den Kontakt zur GZA gesucht und sich letztendlich in der Region angesiedelt haben, spricht für ein gutes Image der GZA und die Greater Zurich Area.

Die direkte Akquisition in den Fokusbranchen hat über die Jahre 2011 bis 2013 in Europa und den Opportunitätsmärkten („Rest“) zugenommen und sich auch in den USA hoch gehalten. Die nachfolgende Grafik zeigt Firmenansiedlungen nach Zielmärkten und Fokusbranchen, die durch direkte Akquisitionsbemühungen der GZA angeworben wurden.



Abbildung 11 - Neuansiedlungen durch direkte Akquisition in den Fokusbranchen nach Zielmärkten

Es erweist sich als relevant, die Standortattraktivität und Vorteile der Greater Zurich Area systematisch in den Zielmärkten zu vermitteln. Unserer Meinung nach wird deshalb der weitere Ansiedlungserfolg in Zukunft stark davon abhängen, wie proaktiv die GZA in ihren definierten Zielmärkten agiert.

5.2 Geschaffenes Steuersubstrat

Die von der GZA erstellte Kalkulation zu den Steuereinnahmen aus Einkommens- und Vermögens- wie auch Unternehmenssteuern gehen von Durchschnittswerten je Arbeitnehmer und Arbeitgeber aus. Für die Einkommens- wie auch Unternehmenssteuern wurden folgende Annahmen getroffen, die EY als angemessen beurteilt:

Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmer (geschätzt)		
Jahr	#Angestellte	Einnahmen
2009	1'772	14'506'800
2010	917	22'209'600
2011	755	28'551'600
2012	446	32'298'000
2013	320	34'986'000
Total		132'552'000

Tabelle 1- Berechnung Einkommens- und Vermögenssteuer

Als Berechnungsgrundlage für die Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmer wurden knapp CHF 8'400 für eine verheiratete, konfessionslose Person mit einem steuerbaren Einkommen von CHF 80'000, ohne Kinder und ohne Vermögen, wohnhaft im Kantonshauptort, angenommen. Dabei wurde auf das gewogene Mittel der Kantone Zürich, Zug und Schaffhausen abgestellt.

Das steuerbare Einkommen von CHF 80'000 entspricht einem vorsichtigen Wert, wenn man berücksichtigt, dass über 50% der Stellen durch internationale Konzerne mit tendenziell höheren Lohnniveaus geschaffen wurden. Für eine konservative Berechnung der Steuereinnahmen ist der Wert angemessen.

Unternehmenssteuern (geschätzt)		
Jahr	#Unternehmen	Einnahmen
2009	72	2'448'000
2010	82	5'236'000
2011	86	8'160'000
2012	78	10'812'000
2013	88	13'804.000
Total		40'460'000

Tabelle 2 - Berechnung Unternehmenssteuer

Der durchschnittliche Steuerertrag von CHF 34'000 (inkl. Bundessteuer) bei den Unternehmenssteuern wurde aus dem gewogenen Mittel der Kantone Zürich, Schaffhausen und der Stadt Zürich ermittelt und gemäss Vorsichtsprinzip abgerundet.

Die 406 neuangesiedelten Firmen haben über den Zeitraum 2009 - 2013 4'165 Arbeitsstellen geschaffen. Aus den oben dargestellten Berechnungen lassen sich daraus Steuereinnahmen von insgesamt rund CHF 200 Mio. ermitteln.

Aufgrund volatiler Mitarbeiterzahlen innerhalb der Betrachtungsperiode oder wegen Umzügen von Privatpersonen ist effektiv von tieferen Steuereinnahmen in der Greater Zurich Area auszugehen. Ein Abschlag von ca. 13% erscheint uns angemessen. Daraus ergibt sich für die Steuereinnahmen der Greater Zurich Area im Zeitraum 2009 - 2013 ein Nettowert von rund CHF 150 Mio.

Steuereinnahmen (Unternehmen und Arbeitnehmer)	
Unternehmenssteuer	40'460'000
Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmer	132'552'000
Total Steuereinnahmen (brutto)	173'012'000
Abschlag	- 23'012'00
Total Steuereinnahmen (netto)	150'000'000

Tabelle 3 - Steuereinnahmen

Jede Neuansiedlung
brachte 2009 - 2013
CHF 370'000
Steuersubstrat

Aus dieser Berechnung lässt sich ableiten, dass jede einzelne Ansiedlung über den Untersuchungszeitraum von 2009 – 2013 im Durchschnitt rund CHF 370'000 an Steuersubstrat gebracht hat. Dieser Betrag ist substantiell und bestätigt, dass der Ansiedlungserfolg einen positiven wirtschaftlichen Beitrag in die Greater Zurich Area gebracht hat.

5.3 Rendite der Ansiedlungsaktivitäten (Return on Investment)

EY hat die Rendite der Ansiedlungsaktivitäten der GZA auf der Basis von der GZA zusammengestellter Kosteninformationen untersucht. Die von den Kantonen der Greater Zurich Area sowie der Stadt Zürich und der Region Winterthur investierten Gelder wurden dabei den Steuereinnahmen gegenübergestellt. Die Kosten teilen sich in jährliche Beiträge der Kantone an die GZA-Organisation sowie eigene Personalkosten für die Standortförderung auf.

Jahr	Beitrag öffentliche Hand an GZA	Eigene Kosten der öffentlichen Hand		Anrechenbare Gesamtkosten
		Personal-kosten*	Sonstige Kosten**	
2009	3'316'051	2'550'000	695'900	6'561'951
2010	2'981'797	2'550'000	695'900	6'227'697
2011	2'625'910	2'550'000	695'900	5'871'810
2012	2'807'642	2'550'000	695'900	6'053'542
2013	2'808'670	2'550'000	695'900	6'054'570
Total				30'769'570

* auf der Basis von 12,75 Stellenprozenten (von den Kantonen an GZA gemeldet)

** von den Kantonen für 2013 gemeldete Ausgaben auf alle Jahre angewendet

Tabelle 4 - Berechnung Gesamtkosten Standortpromotion

Die obige Berechnung wurde mit konservativen Annahmen durchgeführt. Das durchschnittliche Jahressalär inklusive aller Nebenkosten wurde auf CHF 200'000 pro Mitarbeiter für Tätigkeiten rund um die Standortpromotion für die Greater Zurich Area festgelegt. Sämtliche anrechenbaren Gesamtkosten der öffentlichen Hand für die Standortförderung in der Greater Zurich Area belaufen sich damit für den Betrachtungszeitraum 2009 – 2013 auf etwas mehr als CHF 30 Mio.

Für jeden investierten
Franken der öffentlichen
Hand
5 Franken
Steuereinnahmen

Stellt man nun die Kosten den Einnahmen gegenüber, ergibt dies ein Verhältnis von 1:5. Dies bedeutet, dass im Betrachtungszeitraum für jeden von der öffentlichen Hand in die Standortförderung investierten Franken rund 5 Franken an Steuereinnahmen für den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area generiert wurden.

Die Partner aus der Privatwirtschaft haben über den Betrachtungszeitraum total rund CHF 4 Mio. in die Standortpromotion investiert. EY hat diese zusätzlichen Kosten gemäss Aufstellung der GZA in die ROI-Berechnung einbezogen. Das Ergebnis zeigt, dass die GZA in der Periode von 2009 bis 2013 für jeden Franken, der von der öffentlichen Hand und den Partnern der GZA aus der Privatwirtschaft gemeinsam investiert wurde, immer noch mehr als 4 Franken erwirtschaftete.

6 Würdigung des Nutzens des Standortmarketings der GZA

Der volkswirtschaftliche Nutzen des Standortmarketings bemisst sich an der Nachhaltigkeit generierter Arbeitsplätze und am erbrachten Steuersubstrat. 406 bzw. 88 % der 464 von 2008 bis 2013 angesiedelten Unternehmen in der Greater Zurich Area sind heute in der GZA domiziliert und aktiv tätig. Diese 406 Unternehmen haben über 4'000 neue Arbeitsplätze geschaffen und in der Betrachtungsperiode für die öffentliche Hand direkt und indirekt über ihre Mitarbeitenden ein Steuersubstrat von rund CHF 150 Mio. generiert.

Dabei ist auch festzuhalten, dass diese Ergebnisse zwischen 2008 und 2013 in der Zeit der schwersten globalen Finanz- und Wirtschaftskrise seit den 1930er Jahren erzielt wurden.

Obwohl die Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area über den Betrachtungszeitraum 2009 - 2013 und im ersten Halbjahr 2014 im Trend leicht rückläufig waren, lassen sich keine abschliessenden Aussagen über einen generellen Ansiedlungsrückgang ableiten.

Anstehende (wirtschafts-) politische Entscheide können die Standortattraktivität der Greater Zurich Area signifikant beeinflussen

Mehrere wirtschaftspolitische Entscheidungen von grosser Tragweite haben potentiell erheblichen Einfluss und prägende Wirkung auf die wichtigsten Standortfaktoren der Schweiz und damit auf die Voraussetzungen für einen zukünftigen nachhaltigen Ansiedlungserfolg in der Greater Zurich Area:

- Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative (vom Stimmvolk am 9. Februar 2014 angenommen)
- Unternehmenssteuerreform III (in Vernehmlassung)
- Volksinitiative zur Reform der Erbschaftssteuer (in parlamentarischer Diskussion)

Entscheidungen, welche die Verfügbarkeit internationaler Fachkräfte weiter einschränken, die steuerliche Attraktivität des Standortes stark mindern und die Rahmenbedingungen zur Schaffung von Arbeitsplätzen verschlechtern, beeinträchtigen die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes und damit die Wettbewerbsfähigkeit in Bezug auf ausländische Direktinvestitionen und Neuansiedlungen in der Schweiz und somit auch in der Greater Zurich Area.

Proaktives Standortmarketing in Zukunft noch wichtiger

Diese anstehenden Entscheidungen führen bereits im Vorfeld zu Unsicherheiten und zu deutlich höherem Informationsbedarf bei potentiellen ausländischen Investoren, wenn es um eine mögliche Standortwahl in der Greater Zurich Area geht. Insofern schätzen wir die Aufgabe der aktiven Standortförderung durch die GZA in Zukunft als noch wichtiger ein, um dieses erhöhte Informationsbedürfnis zu befriedigen und weiterhin einen nachhaltigen Ansiedlungserfolg innerhalb der Greater Zurich Area sicherzustellen.

Kontakt

Markus T Schweizer

Advisory Leader GSA

Advisory Services

markus.schweizer@ch.ey.com

+41 58 286 47 16

Eduardo Barrera

Senior Manager

Advisory Services

eduardo.barrera@ch.ey.com

+41 58 286 42 65

Ernst & Young AG

Maagplatz 1

8010 Zürich

Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist eine Marktführerin in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Wir fördern mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Dienstleistungen weltweit die Zuversicht und die Vertrauensbildung in die Finanzmärkte und die Volkswirtschaften. Für diese Herausforderung sind wir dank gut ausgebildeter Mitarbeitender, starker Teams sowie ausgezeichneter Services und Kundenbeziehungen bestens gerüstet. „Building a better working world“: Unser globales Versprechen ist es, gewinnbringend den Fortschritt voranzutreiben – für unsere Mitarbeitenden, unsere Kunden und die Gesellschaft.

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Kunden.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website: www.ey.com.

Die EY-Organisation ist in der Schweiz durch die Ernst & Young AG, Basel, an zehn Standorten sowie in Liechtenstein durch die Ernst & Young AG, Vaduz, vertreten. „EY“ und „wir“ beziehen sich auf die Ernst & Young AG, Basel, ein Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

© 2014 Ernst & Young AG

All Rights Reserved.

www.ey.com/ch



Auswirkungen der Standortpromotion durch die
Greater Zurich Area (GZA) auf die Stadt Zürich
im Zeitraum 2009 - 2013

23. Dezember 2015



Building a better
working world

1 Management Summary

Einleitung

Dieser Bericht beinhaltet eine zusammenfassende Analyse und Kommentierung der Auswirkungen und Nebeneffekte, die sich durch die Standortpromotion der Greater Zurich Area (GZA) auf die Stadt Zürich ergeben. Die von EY durchgeführte Analyse umfasst die Entwicklung und Treiber des Ansiedlungserfolgs im Zeitraum von 2009 bis 2013, die dadurch entstanden Arbeitsplätze sowie deren Auswirkungen auf den Wohnungs-, Betreuungs- und Bildungsmarkt, sowie die Mobilität, wie auch das geschaffene Steuersubstrat.

Die zugrundeliegende Analyse ist eine Desktop-Analyse auf Basis bestehender Daten und Studien. Für die Beantwortung der Frage nach den Auswirkungen, induziert durch die von der GZA in der Stadt Zürich angesiedelten Firmen, auf Wohnungsmarkt, Bildung -und Betreuungsplätze sowie Mobilität, wurden die notwendigen Daten gesammelt und mögliche Kausalitäten anhand von Variablen und numerischen Parametern unter Berücksichtigung existierender Studien oder Daten quantitativ sowie qualitativ analysiert.

Stadt Zürich hat besonders profitiert; ohne wesentliche negative Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt, das Bildungswesen und die Verkehrsinfrastruktur

Im Zeitraum 2009-2013 wurden 106 Unternehmen durch die GZA in der Stadt Zürich angesiedelt, davon waren 93 Firmen (88%) Ende 2013 immer noch in der Stadt Zürich aktiv. Die neuangesiedelten Unternehmen haben im Betrachtungszeitraum 1'168 Arbeitsstellen geschaffen. Die Nachfrage im Wohnungsmarkt, im Bildungs- und Betreuungswesen, sowie die Auslastung der Verkehrsinfrastruktur in der Stadt Zürich wurden durch die neugeschaffenen Arbeitsplätze und somit Zugewanderten nicht wesentlich beeinflusst.

Die vorliegenden Erkenntnisse zeigen, dass die Ansiedlungsbemühungen der GZA in den vergangenen Jahren für die Stadt Zürich unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten einen positiven Effekt hatten. Die GZA hat Arbeitsplätze und Steuersubstrat für die Stadt Zürich geschaffen, ohne dabei wesentliche negative Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt, das Bildungswesen oder die Infrastruktur ausgelöst zu haben.

2 Inhaltsverzeichnis

1	Management Summary	1
2	Inhaltsverzeichnis.....	2
3	Effizienz und Effektivität der Ansiedlungsaktivitäten	4
3.1	Überblick	4
3.2	Zielmärkte-Strategie der GZA: Ansiedlungen in der Stadt Zürich	5
3.3	Konzentration auf Fokusbranchen.....	5
4	Auswirkungen der Ansiedlungen	7
4.1	Effekte auf den Wohnungsmarkt	8
4.2	Auswirkung auf Nachfrage nach Betreuungsplätzen und Schulen.....	9
4.3	Effekt auf die Mobilität mit verschiedenen Verkehrsmitteln	10
4.4	Nachhaltigkeit.....	11
5	Effizienz und Effektivität der Ansiedlungsaktivitäten	12
5.1	Geschaffenes Steuersubstrat.....	12
5.2	Rendite der Ansiedlungsaktivitäten	14

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Neuansiedlungen in der Stadt Zürich 2009-2013	4
Abbildung 2 - Ansiedlungen nach Fokusbranchen in der Stadt Zürich 2009-2013	5
Abbildung 3 - Arbeitsstellen im Vergleich	6
Abbildung 4 - Verhältnis Ausland/Inland bei Mitarbeiter-Rekrutierung.....	7
Abbildung 5 - Einfluss auf Wohnungsmarkt (Annahme).....	8
Abbildung 6 - Einfluss auf Bildungs- und Betreuungswesen (Annahme)	9
Abbildung 7 - Einfluss auf Verkehrsinfrastruktur / Mobilität (Annahme)	10

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Einkommens- und Vermögenssteuer in der Stadt Zürich 2009-2013	12
Tabelle 2 - Unternehmenssteuer in der Stadt Zürich 2009-2013.....	13
Tabelle 3 - Steuereinnahmen in der Stadt Zürich 2009-2013.....	13
Tabelle 4 - Gesamtkosten Standortpromotion in der Stadt Zürich 2009-2013	14

3 Effizienz und Effektivität der Ansiedlungsaktivitäten

3.1 Überblick

In der Stadt Zürich wurden im Zeitraum 2009 bis 2013 insgesamt 106 Unternehmen verschiedenster Herkunftsländer und Branchen angesiedelt.

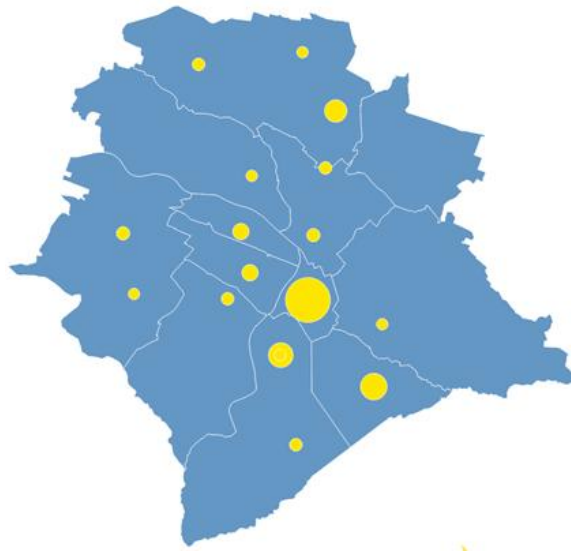


Abbildung 1 – Neuansiedlungen in der Stadt Zürich 2009-2013

Laut Analyseergebnissen sind per Ende 2013 insgesamt 93¹ während der Betrachtungsperiode angesiedelte Unternehmen in der Stadt Zürich immer noch aktiv. 12 Unternehmen haben die Stadt Zürich in dieser Zeit verlassen, sind Konkurs gegangen oder liquidiert worden. Ein Unternehmen hat seinen Standort aus der Stadt Zürich in einen anderen Kanton ausserhalb der Greater Zurich Area verlegt.

Per Ende 2013 sind demzufolge 88% der im Betrachtungszeitraum angesiedelten Unternehmen weiterhin in der Stadt Zürich tätig. Dies lässt die Schlussfolgerung zu, dass die angesiedelten Firmen ein längerfristiges und somit nachhaltiges Engagement in der Stadt Zürich eingehen.²

¹ Netto-Ansiedlungen; exklusive 13 Firmen welche nach GZA-internen Abklärungen per Ende 2013 nicht mehr im Handelsregister eingetragen waren.

² Die folgende Analyse basiert demnach auf dem Wert der nachhaltigen Ansiedlungen.

3.2 Zielmärkte-Strategie der GZA: Ansiedlungen in der Stadt Zürich

Die GZA fokussiert auf Unternehmen und Branchen, die der Region ein überdurchschnittliches Wachstumspotential bringen. Geographisch konzentriert sich die GZA in ihren proaktiven Ansiedlungsbemühungen auf die Märkte USA, China und selektiv auf Europa. Vor allem Europa und die USA (inkl. Kanada) weisen eine hohe Ansiedlungszahl in der Stadt Zürich durch die GZA aus. Alleine aus Europa sind 44 Neuansiedlungen zu verzeichnen. Die USA zählt mit total 25 Ansiedlungen den zweithöchsten Ansiedlungswert. Diese beiden Zielmärkte sind für fast Dreiviertel aller im Betrachtungszeitraum neuangesiedelten Unternehmen in der Stadt Zürich durch die GZA verantwortlich.

Auf Länderebene betrachtet haben sich am meisten Unternehmen aus den USA für die Standortwahl Stadt Zürich entschieden, gefolgt von Firmen aus Deutschland und dem Vereinigten Königreich (UK).

3.3 Konzentration auf Fokusbranchen

Neben der Fokussierung auf die oben erwähnten Zielmärkte hat die GZA ihre Strategie auf Schlüsselindustrien ausgerichtet, passend zur Cluster-Strategie der Stadt Zürich. Dazu gehören Unternehmen im Bereich der Präzisionstechnologien, Life Sciences, High-Tech oder Information and Communication Technology (ICT) sowie Hauptsitzfunktionen. Von den insgesamt 93 Neuansiedlungen im Zeitraum 2009-2013 stammen 41% aus den in der Strategie definierten Fokusbranchen.

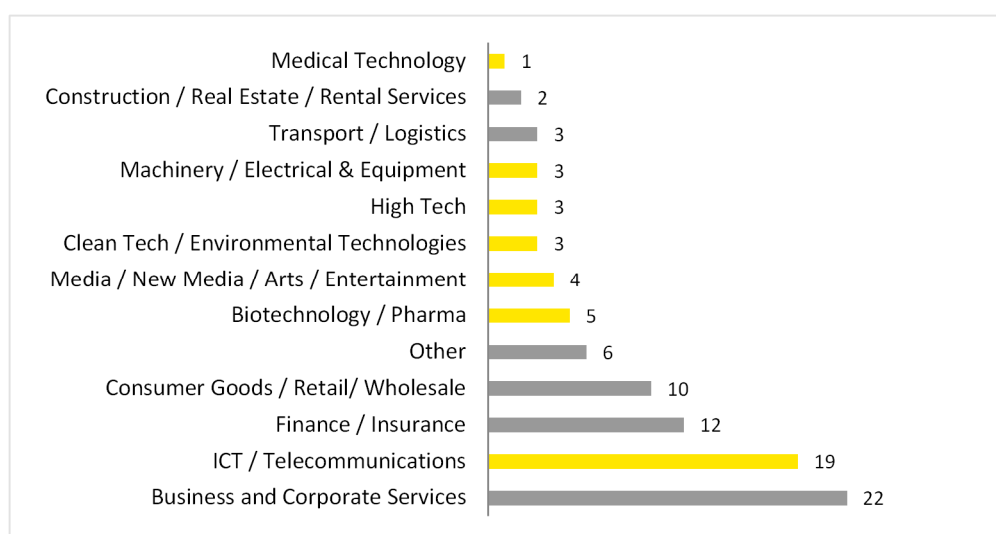


Abbildung 2 - Ansiedlungen nach Fokusbranchen in der Stadt Zürich 2009-2013

Im Vergleich zur Vorjahresstudie von EY, die den gesamten Wirtschaftsraum der GZA analysiert, erkennt man eine höhere Ansiedlungszahl aus den Branchen

Neuansiedlungen
schufen 2009 - 2013
rund 1'168
zusätzliche
Arbeitsstellen

Business and Corporate Services sowie Finance / Insurance in die Stadt Zürich, was auf die bedeutende Präsenz von Dienstleistungs-, Finanz- und Versicherungsunternehmen in der Stadt Zürich zurückzuführen ist.

Die insgesamt 93 neu angesiedelten Unternehmen schufen in der Stadt Zürich im Zeitraum von 2009-2013 gemeinsam 1'168 Arbeitsstellen. Für diese sind ebenfalls Firmen aus den Fokusindustrien bedeutend, denn sie haben im Betrachtungszeitraum ca. 33% der Neustellen geschaffen. In der Vorjahresstudie von EY für den gesamten Wirtschaftsraum der GZA waren es 50% Neuansiedlungen aus den Fokusindustrien.

In der Stadt Zürich wurden pro neugegründete Firma im Schnitt 12,6 Arbeitsstellen geschaffen. Setzt man diesen Wert in Relation zur durchschnittlichen Anzahl Stellen pro Neugründungen im gesamten Wirtschaftsraum der GZA (d.h. 10,3),³ kann festgehalten werden, dass die Stadt Zürich in Bezug auf die Schaffung von Arbeitsplätzen von den Ansiedlungsaktivitäten der GZA besonders profitiert.

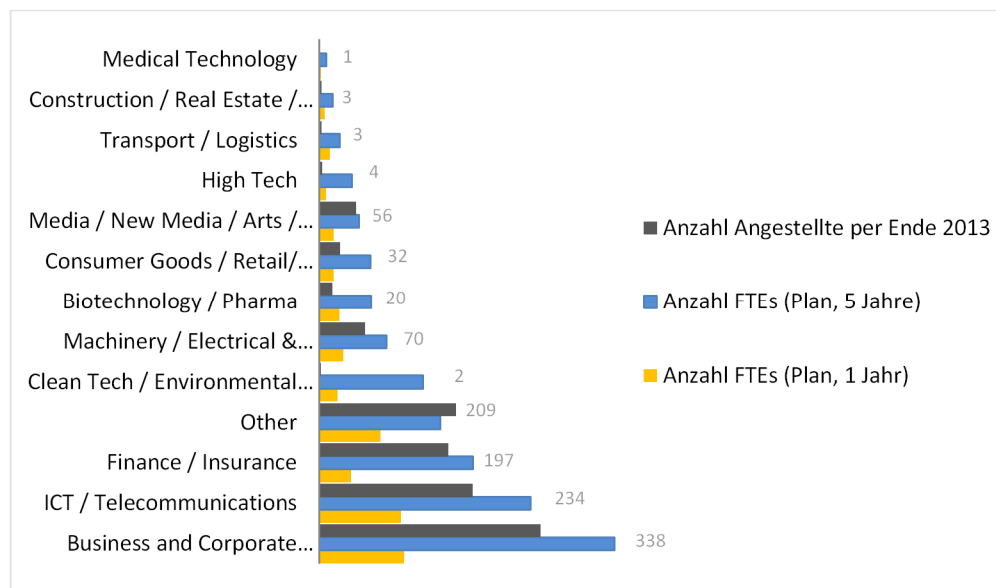


Abbildung 3 - Arbeitsstellen im Vergleich⁴

Zum Zeitpunkt der Gründung prognostizierten die sich in die Stadt Zürich niederlassenden Unternehmen einen signifikanten Anstieg von Vollzeitäquivalenten (FTEs) über 5 Jahre, was auf eine langfristige Planung der Firmen hindeutet, wenn es um die Standortwahl Stadt Zürich geht.

³ Quelle: EY Vorjahresstudie (2014) - Ansiedlungserfolg der Greater Zurich Area.

⁴ Die in grau markierten Zahlen beziehen sich auf die Anzahl Angestellten Ende 2013.

4 Auswirkungen der Ansiedlungen

Im Folgenden werden die Auswirkungen der durch die GZA im Betrachtungszeitraum durchgeführten Ansiedlungen auf die Stadt Zürich analysiert. Es werden Effekte auf den Wohnungsmarkt, auf das Bildungs- und Betreuungswesen sowie auf die Mobilität in der Stadt Zürich beurteilt, die sich bei gleichbleibenden Rahmenbedingungen in der Stadt Zürich als Nebeneffekte der Standortförderung ergeben. Konkret sollen die Auswirkungen auf die Nachfrage und das Preisniveau im Wohnungsmarkt, das Nachfrage- und Angebotsverhältnis zwischen privater und öffentlicher Bildungseinrichtung – sowie die Auswirkungen auf die Mobilität (Auslastung der Verkehrsinfrastruktur, Flugverkehr, etc.) namhaft gemacht werden.

Es wird grundsätzlich davon ausgegangen, dass bei der Rekrutierung von Angestellten das Verhältnis von Schweizern zu Ausländern 60% zu 40% beträgt.

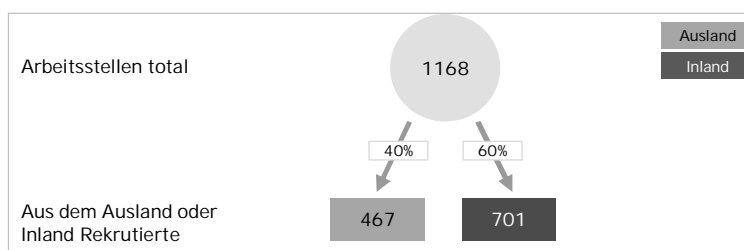


Abbildung 4 - Verhältnis Ausland/Inland bei Mitarbeiter-Rekrutierung

Diese Annahme fusst auf einer in 2012 erhobenen Datenanalyse des Bundesamts für Statistik für das Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Zürich,⁵ wonach die Unternehmen zu 33.33% nach hochqualifizierten, und zu 25% nach mittelqualifizierten Arbeitskräften im Ausland suchen.

Mit 40% verfolgt die vorliegende Analyse einen eher vorsichtigen Wert. Dies impliziert, dass von den total 1'168 geschaffenen Neustellen durch die GZA in der Stadt Zürich 467 von aus dem Ausland rekrutierten Arbeitskräften besetzt sind. Des Weiteren nehmen wir an, dass von den 701 aus dem Inland rekrutierten Arbeitskräften die Hälfte ausserhalb der Stadt Zürich kommt. Somit wären dies ca. 350 Inländer, welche auf die Analyse der Stadt Zürich Einfluss nehmen würden (Siehe Abbildung 5).

⁵ Quelle: Amt für Wirtschaft und Arbeit der Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Zürich. Studie „Zuwanderung im Kanton Zürich – Auswirkungen auf den Arbeits- und Wohnungsmarkt“ (2012), S. 11.

4.1 Effekte auf den Wohnungsmarkt

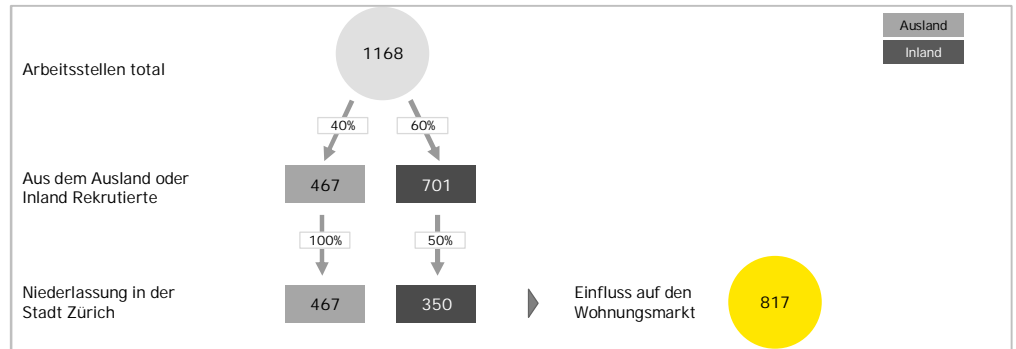


Abbildung 5 – Einfluss auf Wohnungsmarkt (Annahme)

Die Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt durch von der GZA in die Stadt Zürich angesiedelte Firmen werden anhand von zwei verschiedenen Variablen im betrachteten Zeitraum 2009-2013 beurteilt:

- i. der Zu- und Umzüge
- ii. der Fluktuation (Bewegungen im Wohnungsmarkt)

2014 sind rund 42'000 Personen in die Stadt Zürich gezogen, in derselben Zeit rund 40'000 innerhalb der Stadt Zürich umgezogen (i).⁶ Betrachtet man die Gesamtdynamik im Wohnungsmarkt, kommen zusätzlich Wegzüge hinzu, die sich jährlich auf ca. 40'000 belaufen.⁷ Demnach kann von einer Fluktuation von 82'000 ausgegangen werden (ii). Nimmt man in Relation dazu die von der GZA neugeschaffenen Arbeitsstellen, die auf den Wohnungsmarkt der Stadt Zürich Einfluss nehmen, ergeben sich 817 zusätzliche Nachfrager per Ende 2013. Das sind bei einer linearen Verteilung 163 zusätzliche Nachfrager pro Jahr. Es kann festgehalten werden, dass diese auf die Nachfrage nach Wohnungen (Zu- und Umzüge bzw. Fluktuation) keinen nennenswerten Einfluss haben und deshalb die Wohnungsmarktsituation durch diese Zugewanderten in die Stadt Zürich nicht weiter verschärft wird.

Aus dem Ausland Zugezogene fragen vermehrt Neubauten nach, wobei sie auch bereit sind höhere Wohn- und Mietpreise in Kauf zu nehmen. Aus dem Inland Zugezogene haben nebst Neubauten eher auch Zugang zu Genossenschaftswohnungen, wodurch sie tiefere Mietpreise zahlen können. Auch unter diesen Aspekten ist eine Verschärfung im Wohnungsmarkt durch die von der GZA Zugewanderten nicht auszumachen.

⁶ Quelle: Statistisches Jahrbuch der Stadt Zürich (2015), S. 66/72.

⁷ Quelle: Statistisches Jahrbuch der Stadt Zürich (2015), S. 66.

4.2 Auswirkung auf Nachfrage nach Betreuungsplätzen und Schulen

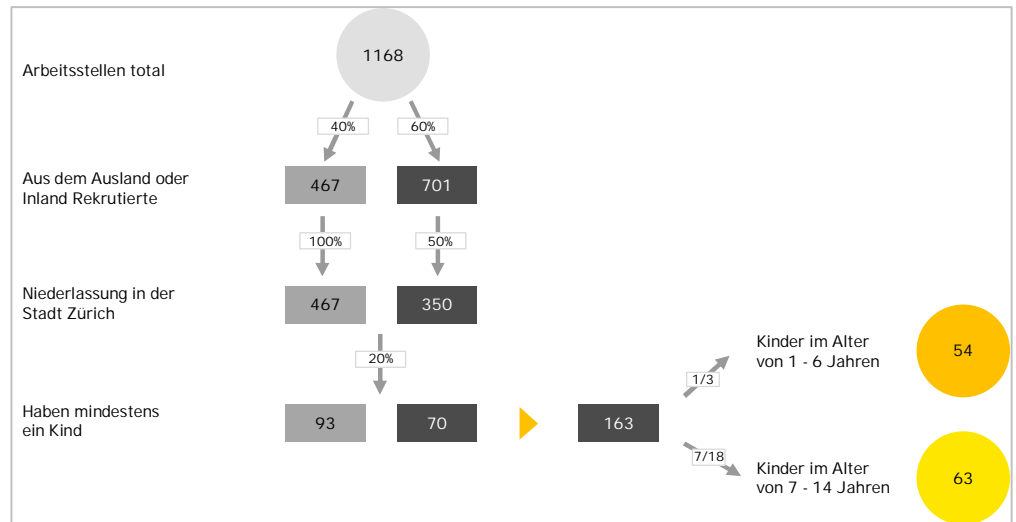


Abbildung 6 – Einfluss auf Bildungs- und Betreuungswesen (Annahme)

Der Effekt auf die Nachfrage nach externen Betreuungsplätzen und Schulen wird anhand von zwei Variablen beurteilt:

- i. der Anzahl der Zugewanderten mit Kindern
- ii. der beruflichen Stellung der Zugewanderten

Die Stadt Zürich zählte 2013 ca. 8'000 Betreuungsplätze. Ungefähr 27'000 Schüler/innen in besuchten in derselben Zeit öffentliche Volksschulen (inkl. Kindergärten), und zusätzlich waren durchschnittlich 3'000 Schüler/innen in privaten Schulen (inkl. Kindergärten) angemeldet.⁸

Wenn man davon ausgeht, dass 80% der in die Stadt Zürich Zuwandernden zum Zeitpunkt des Wohnsitzwechsels keine Familie haben,⁹ demzufolge 20% der in der Periode 2009-2013 Zugewanderten im Durchschnitt ein Kind haben (i), beeinflussen möglicherweise ca. 163 davon die Nachfrage im Betreuungs- und Schulwesen.

Ausgehend von einer Gleichverteilung der Kinder über deren Alter (0-18 Jahre) hinweg, beanspruchen die 1- bis 6-jährigen Kinder im Total etwa 54 Betreuungsplätze. Stellt man diese Zahl den durchschnittlichen 8'000 Betreuungsplätzen pro Jahr gegenüber, wird deutlich, dass der Effekt auf Betreuungsplätze unerheblich ist.

Die von der GZA angesiedelten Firmen haben keine wesentlichen Auswirkungen auf das Bildungs- und Betreuungswesen.

⁸ Quelle: Statistisches Jahrbuch der Stadt Zürich (2015), S. 319/334.

⁹ Quelle: Amt für Wirtschaft und Arbeit der Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Zürich. Studie „Zuwanderung im Kanton Zürich – Auswirkungen auf den Arbeits- und Wohnungsmarkt“ (2012), S. 16.

Die 7- bis 14-Jährigen lösen die Nachfrage nach ca. 63 zusätzlichen Schülerplätzen im Betrachtungszeitraum aus, die im Gesamtkontext der Anzahl Schüler/innen in der Stadt Zürich keine negative Auswirkung auf das Schulwesen hat.

Nimmt man weiter an, dass die Hälfte der aus dem Ausland Rekrutierten ihre Kinder in private Schulen schicken (ii), ergeben sich keine signifikanten Effekte auf das Bildungswesen differenziert nach privaten und öffentlichen Volksschulplätzen.

4.3 Effekt auf die Mobilität mit verschiedenen Verkehrsmitteln

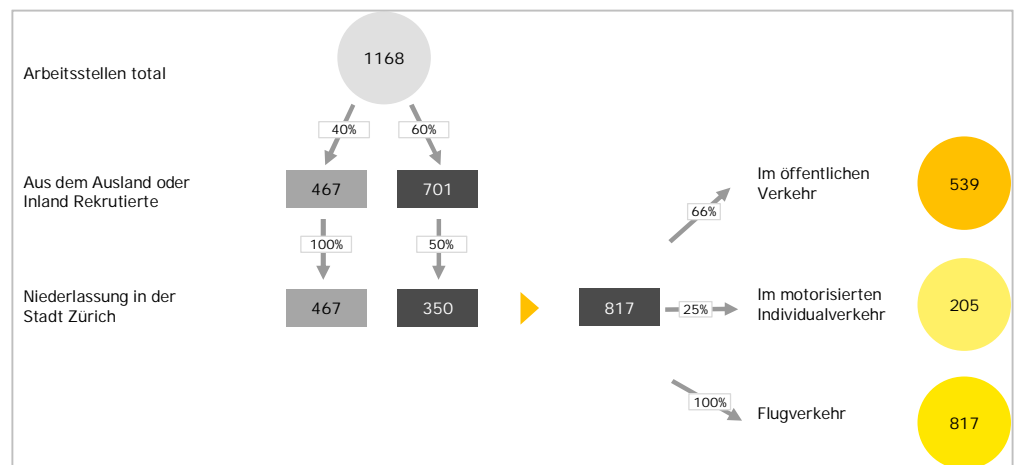


Abbildung 7 - Einfluss auf Verkehrsinfrastruktur / Mobilität (Annahme)

Der Effekt auf die Mobilität wird anhand von drei Variablen beurteilt:

- i. der Distanz des Wohnsitzes zur Arbeit
- ii. dem Gebrauch des öffentlichen Verkehrs in Relation zu anderen Verkehrsmitteln wie dem Personenwagen
- iii. der Art des Berufs und das Herkunftsland der Zugewanderten

Pro Jahr pendeln ca. 265'000 Personen in der Stadt Zürich,¹⁰ davon gemäss verschiedenen Studien ca. 130'000 Arbeiter/innen von ihrem Wohnsitz zur Arbeit (i).¹¹ Angenommen, dass von den durch die GZA-Bemühungen zugewanderten Personen 66% den öffentlichen Verkehr für den Arbeitsweg benutzen (ii), entspricht dies ca. 539 Pendlern im Betrachtungszeitraum. Diese haben keinen wesentlichen Einfluss auf den öffentlichen Verkehr, wenn man sie ins Verhältnis zur Gesamtpopulation der Pendler in der Stadt Zürich setzt.

¹⁰ Quelle: Statistisches Jahrbuch der Stadt Zürich (2015), S. 273.

¹¹ Quelle: Stadt Zürich Statistikstudie - „Arbeiter in Bewegung“ (2013). Analog dazu Quelle: Statistisches Jahrbuch (2015), S. 274.

25% sind in der Stadt Zürich im motorisierten Individualverkehr unterwegs.¹² Die 205 dazugekommenen Zuwanderern haben im Kontext von jährlich 180'000 Motorfahrzeugen¹³ keinen Einfluss auf den Verkehr mit Motorfahrzeugen.

Die Art des Berufs sowie das Herkunftsland der Zugewanderten (iii) haben einen Einfluss auf die Reisetätigkeit. Gewisse Branchen beanspruchen eine vermehrte Reisetätigkeit, insbesondere solche aus den durch die GZA angesiedelten Unternehmen der Branche Business and Corporate Services u. a. Angenommen, dass alle Zugewanderten, die auf die Stadt Zürich Einfluss nehmen (d.h. 817 Personen in der Betrachtungsperiode), regelmässig mit dem Flugzeug reisen, ergibt sich kein signifikanter Effekt auf den Flugverkehr. Selbst wenn diese Personen zweiwöchentlich das Flugzeug benützten, ist die Auswirkung auf den Flugverkehr durch die Zugewanderten bei einer Anzahl von ca. 24 Mio. Passagieren (oder rund 270'000 Flugbewegungen) pro Jahr am Flughafen Zürich¹⁴ unwesentlich.

4.4 Nachhaltigkeit

Für die Stadt Zürich ist Nachhaltigkeit von grösster Bedeutung, die sich u.a. in der Ambition zur 2000-Watt-Gesellschaft widerspiegelt. Das Nachhaltigkeitsziel fliesst in Strategien und Programmen wie dem Wohnbau, der Mobilität und des Verkehrs ein.¹⁵ Deshalb ist es relevant, mögliche Effekte von Standortpromotionsmassnahmen auf die Nachhaltigkeitsziele zu untersuchen.

Nachhaltiger
Ansiedlungserfolg bei
unwesentlichen
Auswirkungen auf
Wohnungsmarkt,
Bildungswesen und
Verkehrsinfrastruktur

Wie in den Kapiteln 2.1, 2.2 und 2.3 beschrieben, sind die Auswirkungen auf die oben erwähnten Nachhaltigkeitsziele durch die induzierte Zuwanderung der GZA-Ansiedlungen in die Stadt Zürich unwesentlich. Die hierbei zugrundeliegende Annahme, dass das Verhältnis von Schweizern zu Ausländern bei der Mitarbeiterrekrutierung 60% zu 40% beträgt, geht von einer vorsichtigen Betrachtung aus. Die angesiedelten Unternehmen planen mehrheitlich bereits bei der Standortwahl ein längerfristiges Engagement. Sie bringen der Stadt Zürich einen wirtschaftlichen Mehrwert ohne dabei die Infrastruktur massgeblich zu beeinträchtigen.

¹² Quelle: Statistisches Jahrbuch der Stadt Zürich (2015), S. 273. Es wird angenommen, dass die restlichen 10% mit dem Velo oder zu Fuss unterwegs sind.

¹³ Quelle: Statistisches Jahrbuch der Stadt Zürich (2015), S. 260.

¹⁴ Quelle: Statistisches Jahrbuch der Stadt Zürich (2015), S. 270.

¹⁵ Quelle: Statistisches Jahrbuch der Stadt Zürich (2015), S. 452.

5 Effizienz und Effektivität der Ansiedlungsaktivitäten

5.1 Geschaffenes Steuersubstrat

Die von der GZA erstellte Kalkulation zu den Steuereinnahmen aus Einkommens- und Vermögens- wie auch Unternehmenssteuern geht von Durchschnittswerten je Arbeitnehmer und Arbeitgeber aus. Für die Einkommens- wie auch Unternehmenssteuern wurden folgende Annahmen getroffen:

Als Berechnungsgrundlage für die Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmer wurden knapp CHF 8'400 für eine verheiratete, konfessionslose Person mit einem steuerbaren Einkommen von CHF 95'000, ohne Kinder und ohne Vermögen, wohnhaft in der Stadt Zürich, angenommen.¹⁶ Das steuerbare Einkommen von CHF 95'000 entspricht einem realistischen Wert unter den Annahmen, dass die durch die GZA angesiedelten Firmen mittel- bis hochqualifizierte Arbeitskräfte einstellen, die GZA-Fokusbranchen tendenziell im überdurchschnittlichen Gehaltssegment liegen und für die betroffenen Stellen marktgerechte Saläre bezahlt werden. Der durchschnittliche Steuerertrag von CHF 34'000 (inkl. Bundessteuer) bei den Unternehmenssteuern wurde für den Kanton und die Stadt Zürich angenommen.¹⁷

Einkommens- und Vermögenssteuern		
Jahr	# zusätzliche Angestellte *	Kumulierte Einnahmen (in CHF)
2009	75	630'000
2010	74	1'251'599
2011	159	2'587'198
2012	254	4'720'797
2013	606	9'811'194
Total		19'000'789

Tabelle 1 – Einkommens- und Vermögenssteuer in der Stadt Zürich 2009-2013

* Anzahl zusätzlich geschaffener Arbeitsstellen pro Jahr. Die Berechnung der Steuereinnahmen pro Jahr erfolgt jeweils kumuliert mit der Anzahl Stellen der Vorjahre.

¹⁶ Quelle: Steueramt Stadt Zürich – Einwohnerkontrolle.

¹⁷ Analog zur EY Vorjahresstudie (2014) – Ansiedlungserfolg der Greater Zurich Area.

Unternehmenssteuer (geschätzt)		
Jahr	# zusätzliche Ansiedlungen	Kumulierte Einnahmen (in CHF)
2009	16	544'000
2010	21	1'258'000
2011	22	2'006'000
2012	16	2'550'000
2013	18	3'162'000
Total		9'520'000

Tabelle 2 - Unternehmenssteuer in der Stadt Zürich 2009-2013

Die 93 neuangesiedelten Firmen haben in der Periode 2009-2013 insgesamt 1'168 Arbeitsstellen geschaffen. Die Steuereinnahmen der durch die GZA in der Stadt Zürich angesiedelten Unternehmen belaufen sich auf rund CHF 9,5 Mio.

Um nicht nur neu hinzugekommene Mitarbeitende in der Betrachtungsperiode zur Berechnung der Einkommens- und Vermögenssteuer zu berücksichtigen, wurde ein Abschlag von ca. 9% für mögliche Abgänge genommen. Daraus ergeben sich bei einer linearen Verteilung der Unternehmensansiedlungen und geschaffenen Arbeitsstellen Steuereinnahmen von rund CHF 26 Mio.

Steuereinnahmen (Unternehmen und Arbeitnehmer in CHF)	
Total Unternehmenssteuer	9'520'000
Total Einkommens- und Vermögenssteuern	19'000'789
Total Steuereinnahmen (brutto)	28'520'789
Abschlag (+/- 9%)	- 2'520'789
Total Steuereinnahmen (netto)	26'000'000

Tabelle 3 - Steuereinnahmen in der Stadt Zürich 2009-2013

Jede Neuansiedlung brachte im Betrachtungszeitraum 2009 - 2013 Steuersubstrat in der Höhe von CHF 290'000

Aus dieser Berechnung lässt sich ableiten, dass jede einzelne Ansiedlung über den Betrachtungszeitraum von 2009-2013 im Durchschnitt Steuersubstrat in der Höhe von ca. CHF 290'000 für die Stadt Zürich geschaffen hat.

5.2 Rendite der Ansiedlungsaktivitäten

Die von der GZA sowie der Stadt Zürich investierten Gelder wurden den Steuereinnahmen gegenübergestellt. Die Kosten teilen sich in jährliche Beiträge der GZA (inkl. Beiträge vom Kanton für die Bewohner der Stadt Zürich) sowie Personalkosten für die Standortförderung der Stadt Zürich auf. Für Tätigkeiten rund um die Standortpromotion für die GZA in der Stadt Zürich wurde ein durchschnittliches Jahressalär inklusive aller Nebenkosten von CHF 200'000 pro Mitarbeiter angenommen.

Jahr	Beiträge		Kosten Stadt Zürich	Total Kosten
	Stadt Zürich an die GZA	Kanton Zürich für die Einwohner der Stadt Zürich *	Stellen (inkl. Ausgaben) **	
2009	250'000	600'000	70'000	920'000
2010	250'000	600'000	70'000	920'000
2011	250'000	600'000	70'000	920'000
2012	250'000	600'000	70'000	920'000
2013	250'000	600'000	70'000	920'000
			Total	4'600'000

Tabella 4 – Gesamtkosten Standortpromotion in der Stadt Zürich 2009-2013

* CHF 1.50 pro Einwohner in der Stadt Zürich

** 35 Stellenprozente

Für jeden investierten Franken der öffentlichen Hand mehr als 6 Franken Steuereinnahmen.

Die anrechenbaren Gesamtkosten der Stadt Zürich für die Standortförderung belaufen sich auf CHF 4.6 Mio. Stellt man nun diese Kosten den CHF 26 Mio. Steuereinnahmen gegenüber, ergibt sich ein Verhältnis von knapp 1:6. Im Vergleich dazu beträgt das Verhältnis der ROI des gesamten Wirtschaftsraums der GZA 1:5.¹⁸ Der wirtschaftliche Nutzen für die Stadt Zürich ist als Folge der Ansiedlungsaktivitäten durch die GZA höher als der Durchschnitt in der gesamten Region Greater Zurich Area.

¹⁸ Quelle: EY Vorjahresstudie (2014) – Ansiedlungserfolg der Greater Zurich Area.

Kontakt

Markus T. Schweizer
Partner
markus.schweizer@ch.ey.com
+41 58 286 47 16

Eduardo Barrera
Senior Manager
eduardo.barrera@ch.ey.com
+41 58 286 42 65

Ernst & Young AG
Maagplatz 1
8010 Zürich

Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist eine Marktführerin in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Wir fördern mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Dienstleistungen weltweit die Zuversicht und die Vertrauensbildung in die Finanzmärkte und die Volkswirtschaften. Für diese Herausforderung sind wir dank gut ausgebildeter Mitarbeitender, starker Teams sowie ausgezeichneter Services und Kundenbeziehungen bestens gerüstet. „Building a better working world“: Unser globales Versprechen ist es, gewinnbringend den Fortschritt voranzutreiben – für unsere Mitarbeitenden, unsere Kunden und die Gesellschaft.

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Kunden.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website: www.ey.com.

Die EY-Organisation ist in der Schweiz durch die Ernst & Young AG, Basel, an zehn Standorten sowie in Liechtenstein durch die Ernst & Young AG, Vaduz, vertreten.

„EY“ und „wir“ beziehen sich auf die Ernst & Young AG, Basel, ein Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

© 2015 Ernst & Young AG

All Rights Reserved.

www.ey.com/ch