

26.08.2015 – 09:20 Uhr

Greater Zurich Area AG - GZA Lake Side Talk 2015 / «Innovation und Standortattraktivität: Vom Standortmarketing zur Innovationsförderung - oder umgekehrt»

Zürich (ots) -

Der GZA Lake Side Talk 2015 analysierte, ob und wie sich Standortmarketing und Innovationsförderung gegenseitig beeinflussen und welche Bedeutung ihnen für die Zukunft des führenden Schweizer Wirtschaftsraums zukommt. Um nachhaltige Innovationsleistungen erbringen zu können braucht es Wachstum, weniger staatliche Regulierung, genügend Risikokapital und starken unternehmerischen Willen.

Wirtschaftsstandorte wie Unternehmen stehen heute unter der besonders hohen Anforderung, dem internationalen Wettbewerb, innenpolitischen Herausforderungen sowie dem Kostendruck stand halten zu können. Die Greater Zurich Area als führender Schweizer Wirtschaftsraum ist seit jeher ein innovationsfreundlicher und wertschöpfungsintensiver Standort. Auch die Greater Zurich Area AG (GZA) als die Standortmarketingorganisation des Wirtschaftsraums Zürich legt den Fokus auf jene Unternehmen, die hohe und nachhaltige Wertschöpfung schaffen. Diese strategische Positionierung ist heute wichtiger denn je.

Der diesjährige 5. GZA Lake Side TALK der Greater Zurich Area AG vom 25. August 2015 thematisierte die Wechselwirkungen von Standortmarketing, Innovation und Innovationsförderung. Referent Dr. Thomas Held, Strategieberater und ehemaliger Direktor von Avenir Suisse, erläuterte, wie und wo Innovationen am besten stattfinden können und inwiefern sie gefördert werden können. Held betonte, wie wichtig heute eine Rückbesinnung auf so wenig Regulierung wie möglich sei, um die Innovationskraft der Unternehmen nicht abzuwürgen und den Unternehmen möglichst viel Freiraum für Forschung und die Entwicklung innovativer Lösungsansätze zu bieten: «Gute Rahmenbedingungen schaffen, heisst: Rasch über die Unternehmenssteuerreform III günstige Unternehmenssteuern definieren. Es bedeutet, den Zugang zu den Arbeitsmärkten zu sichern, denn wir benötigen weiterhin die besten Arbeitskräfte, soll Innovation entstehen können. Ferner benötigen wir einen Abbau der Regulierung, hier sollten insbesondere kantonale und kommunale Stellen unbedingt ihr Handlungsspielraum wieder vermehrt ausnutzen. Und, ebenso zentral: Der Forschungs- und Bildungsstandort muss hoheitlich gefördert werden.» Es sei bisher eine Stärke der Schweiz gewesen, dass Innovationsbegeisterte gerne hierher kamen, weil sowohl Firmen wie Hochschulen sie leicht hätten integrieren können. «Das muss weiterhin so sein. Wir müssen dafür aber ein offenes Land bleiben», sagte Held.

Carmen Walker Späh, Regierungsrätin des Kantons Zürich und Stiftungsratspräsidentin der Stiftung "Greater Zurich Area Standortmarketing", erläuterte wie wichtig es zudem in der heutigen Ausgangslage sei, sich als Standort permanent zu verbessern und die Vorteile der Greater Zurich Area auch aktiv anzupreisen: «Wer die Notwendigkeit von Standortmarketing infrage stellt, der nimmt in Kauf, dass anderen die Deutungshoheit über die Attraktivität unseres Standortes überlassen wird». Dem gelte es entschieden entgegen zu wirken.

Die anschliessende Paneldiskussion analysierte und vertiefte die Ausführungen aus Sicht der Wirtschaftsförderung, der Industrie und der Forschung. Bruno Sauter, Chef des Amtes für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Zürich erläuterte die Rolle des geplanten Innovationsparks: «Mit dem Innovationspark Dübendorf wollen wir die Cluster in Ihrer Breite abbilden können. Das heisst wir möchten Platz schaffen für Forschungs- und Bildungsk Kooperationen, von der Hochschule hin zur Industrie. Mithilfe des Innovationsparks wollen wir die Akteure näher zusammenbringen.» Felix Haldner, Präsident der Swiss Funds and Asset Management Association SFAMA, legte anhand des Finanzdienstleistungsbereichs dar, dass Unternehmen im Wirtschaftsraum Zürich und in der Schweiz Handlungsfreiraum benötigten, um international wettbewerbsfähig zu bleiben: «Der kleinräumige Standort zwingt ein Unternehmen, immer möglichst weit um sich zu schauen. Hier ansässige Unternehmen müssen sich deshalb immer wieder neu erfinden, da sie permanent fragen: Was will der Markt?» Allerdings genüge das heute nicht mehr. Auch Haldner appellierte deshalb: «Wir benötigen dringend eine Entschlackung der Regulierung. Sie hat lähmendes Ausmass angenommen.»

Die Greater Zurich Area AG fokussiert ihre Tätigkeiten auf die Schwerpunktmärkte USA, China und Europa. Sie unterstützt die nachhaltige Entwicklung und Erneuerung des Wirtschaftsraums Zürich, indem sie internationale Unternehmen für eine Ansiedlung gewinnt. Mitglieder sind die Kantone Glarus, Graubünden, Schaffhausen,

Schwyz, Solothurn, Uri, Zug und Zürich, die Stadt Zürich und die Region Winterthur, sowie mehrere renommierte Unternehmen der Privatwirtschaft.

Die Greater Zurich Area AG

Die Non-Profit-Organisation Greater Zurich Area AG ist die Standortmarketingorganisation des Wirtschaftsraums Greater Zurich Area. Sie akquiriert internationale Unternehmen im Ausland und unterstützt und betreut diese gemeinsam mit ihren kantonalen und städtischen Partnern von der Standortevaluation bis zur Unternehmensgründung. Trägerin ist die 1998 in Public-Private-Partnership gegründete Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing. Mitglieder sind die Kantone Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Schwyz, Solothurn, Uri, Zug und Zürich, die Stadt Zürich und die Region Winterthur, sowie mehrere renommierte Unternehmen der Privatwirtschaft.

www.greaterzuricharea.com

Kontakt:

Greater Zurich Area AG

Sonja Wollkopf Walt
Geschäftsführerin
Tel.: +41 44 254 59 06

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003851/100776833> abgerufen werden.