

14.06.2016 – 15:30 Uhr

Verlässliche Rahmenbedingungen für den Wirtschaftsraum Zürich

Zürich (ots) -

Um im globalen Standortwettbewerb erfolgreich zu sein, ist ein professionelles Standortmarketing für die Schweiz und den Wirtschaftsraum Zürich unerlässlich. Die national definierte Finanzierung von Bildung, Forschung und Innovation, die Unternehmenssteuerreform III und neue Zuwanderungsregeln definieren grundlegende Standortfaktoren für die Greater Zurich Area.

An ihrem jährlichen Sessionsanlass mit nationalen Parlamentarierinnen und Parlamentariern beleuchtete die Standortmarketingorganisation Greater Zurich Area AG die neuen Spielregeln im internationalen Standortwettbewerb. Dabei sind die Ausgestaltung der Finanzierung von Bildung, Forschung und Innovation wichtig, ebenso die schnelle Verabschiedung der Unternehmenssteuerreform III wie auch eine nachhaltige Lösung im Bereich der Zuwanderung.

Lino Guzzella, Präsident der ETH Zürich führte in seinem Referat aus: «Ein Innovationsstandort ist vergleichbar mit einem fragilen Ökosystem. Zahlreiche Faktoren sind entscheidend, damit er erfolgreich ist: exzellente Hochschulen, die Zusammenarbeit mit forschungsorientierten Unternehmen, eine gezielte Förderung von Talenten und günstige Rahmenbedingungen.»

Härter, schneller, professioneller

Balz Hösly, Verwaltungsratspräsident der Greater Zurich Area AG sagte: «Der globale Wettbewerb zwischen den Metropolitanregionen zur Ansiedlung innovativer Unternehmen ist härter, schneller und professioneller geworden. Antworten auf die Fragen, wie wir die Zuwanderung regeln, die Unternehmenssteuern erheben und welche Investitionen wir in Bildung, Forschung und Innovation tätigen, sind deshalb grundlegend, um für internationale Unternehmen attraktiv zu bleiben.» Um erfolgreich zu sein, müsse die Schweiz wieder verlässliche Rahmenbedingungen bieten. «Die nationalen, kantonalen, regionalen sowie die privaten Standortmarketingaktivitäten müssen wie ein Uhrwerk kundenorientiert aufeinander abgestimmt sein», so Hösly.

Nur wer fit ist, kann im Standortwettbewerb bestehen

Aus Anlass der Fussball-Europameisterschaft machte die Zürcher Regierungsrätin Carmen Walker Späh, Präsidentin der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing, einen Vergleich mit dem Sport: «Der internationale Standortwettbewerb wird mit harten Bandagen ausgetragen. Dieser Wettbewerb findet nicht nur alle 4 Jahre statt, sondern dauernd. Wer bestehen will, muss sich fit halten.» Erfolgreiche Standorte müssten die Rahmenbedingungen für Unternehmen laufend optimieren, in die Verkehrsinfrastruktur investieren, die Staatsfinanzen im Griff halten, auf Bildung setzen und ein innovationsfreundliches Umfeld schaffen, erklärte Walker Späh.

Die Greater Zurich Area AG

Die Non-Profit-Organisation Greater Zurich Area AG ist die operative 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 Region Winterthur und die Stadt Zürich, sowie mehrere renommierte Unternehmen der Privatwirtschaft.

www.greaterzuricharea.com

Kontakt:

Reto Sidler, Leiter Kommunikation und Marketing
Greater Zurich Area AG (GZA)
Tel.: +41 79 201 83 07
reto.sidler@greaterzuricharea.com

Greater Zurich Area AG
Limmatquai 122
8001 Zürich / Switzerland
Phone +41 44 254 59 59

info@greaterzuricharea.com
www.greaterzuricharea.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003851/100789411> abgerufen werden.