

30.08.2016 – 17:00 Uhr

Der Wirtschaftsraum Zürich braucht Veränderungswille, Authentizität und Durchsetzungsstärke - SPERRFRIST: 17.00 Uhr

Schweiz (ots) -

Sehr gut besuchter GZA Lake Side Talk zum Thema «Innovative Metropolitanregionen im globalen Standortwettbewerb».

Der traditionelle GZA Lake Side Talk der Standortmarketingorganisation Greater Zurich Area AG widmete sich der wachsenden Bedeutung der Metropolitanregionen im internationalen Standortwettbewerb. Die Referenten zeigten auf, wie die Schweiz und der Wirtschaftsraum Zürich flexibel und agil erfolgreich sein können. Für die Schaffung guter Rahmenbedingungen trügen sie selbst die grösste Verantwortung.

Der Philosoph und Publizist Ludwig Hasler brachte die rund 400 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung zum Nachdenken darüber, welche Mentalität eine erfolgreiche «zukunftsgerichte» Metropolitanregion Zürich benötigt. Zusätzlich zur Offenheit für die besten Köpfe aus dem In- und Ausland brauche es eine Stärkung der naturwissenschaftlich-technischen Schul- und Studienfächer sowie die Schaffung einer Bildungs-Leistungskultur. Wer in diversen Rankings top sei, neige zu Gemütlichkeit. «Wohlstand ohne Veränderung gibt es nicht», so Hasler. Eine Gesellschaft, die nicht verkümmern wolle, müsse sich nach etwas Grossem strecken. Eine Metropolitanregion wie Zürich könne dabei ein Taktgeber für die Zukunft sein, weil sie dynamischer funktioniere als eine Nation.

Fokus auf Unternehmen mit hoher Innovationskraft und Wertschöpfung

Auch Moritz Oberli, Partner beim Beratungsunternehmen PwC, forderte für den Wirtschaftsraum Zürich eine klare Vision ein. Diese müsse aktiv kommuniziert und die Umsetzung angepackt werden. «Authentizität ist auch für eine Metropolitanregion das Erfolgsrezept», sagte Oberli. Bestehende Fähigkeiten und Kapazitäten müssten gestärkt und ausgebaut, vorhandenes Kapital innovativ und nachhaltig eingesetzt werden.

Balz Hösly, Verwaltungsratspräsident der Greater Zurich Area AG, verglich das Standortmarketing für den Wirtschaftsraum Zürich mit dem Finden der Nadel im Heuhaufen. «Es gibt auf der Welt viele Metropolitanregionen, aber nur wenige Global Cities und Innovations-Hotspots: In diesen Regionen findet unser Standortmarketing attraktive Unternehmen.» Ziel sei es, innovative Unternehmen im Wirtschaftsraum anzusiedeln, die hier einen substantiellen Mehrwert in Form von Innovation, Arbeitsplätzen und Steueraufkommen schafften.

Stärkung und Verbesserung der Rahmenbedingungen als Aufgabe

In einer Podiumsdiskussion erörterten die Referenten unter anderem die Auswirkungen des Brexit-Referendums auf den Standortwettbewerb. Balz Hösly erläuterte, zwar habe sich die Position Grossbritanniens und Londons verschlechtert, diejenige von Zürich aber sei unverändert. «Die Schweiz und die Metropolitanregion Zürich sind primär selbst für die Entwicklung ihrer Standortbedingungen verantwortlich.» In diesem Zusammenhang wiederholte Carmen Walker Späh, Volkswirtschaftsdirektorin des Kantons Zürich und Präsidentin der Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing, die Forderung des Zürcher Regierungsrats an den Bundesrat und an das Parlament: Die Ratifizierung des Kroatien-Protokolls sei zur Sicherung des wichtigen Zugangs der Schweizer Hochschulen zum EU-Forschungsprogramm «Horizon 2020» nötig. Um zukunftsfähige Rahmenbedingungen garantieren zu können, müsse zudem die Unternehmenssteuerreform III rasch umgesetzt sowie die Zahl der Drittstaatenkontingente erhöht werden.

Bilder und Präsentationen/Skripts unter: www.greaterzuricharea.com/LakeSideTalk

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003851/100792077> abgerufen werden.