

14.06.2017 - 14:48 Uhr

Standortreputation als nationale, parteiunabhängige Aufgabe



Zürich (ots) -

Die erfolgsverwöhnte Schweiz muss ihre Rahmenbedingungen noch bewusster attraktiv halten, um im immer härter umkämpften Wettbewerb der Metropolitanregionen um die besten Unternehmen und Talente der Welt bestehen zu können. Dazu gehören auch neue Wege im Standortmarketing. Dies ist die Bilanz des diesjährigen Sessionsanlasses der Standortmarketing-Organisation Greater Zurich Area AG (GZA).

Unter dem Titel «Unser Wirtschaftsstandort - mit Tops und Flops an der Weltspitze» gingen die Referenten und Gäste der Frage nach, was die Schweiz und den Wirtschaftsraum Zürich - trotz aktueller wirtschaftspolitischer Unsicherheiten - nach wie vor zu einem weltweit führenden Wirtschaftsstandort macht. Dabei wurde auch diskutiert, was nötig ist, um die Spitzenposition in Zukunft halten zu können - die Standortreputation darf nicht ohne Not dem politischen Kompromiss zuliebe geopfert werden.

Andreas Barraud, Volkswirtschaftsdirektor des Kantons Schwyz und Stiftungsrat der Greater Zurich Area, sagte: «Die Schweiz ist im internationalen Standortwettbewerb nach wie vor gut aufgestellt. Damit das auch in Zukunft so bleibt, müssen wir die attraktiven Rahmenbedingungen erhalten und weiterentwickeln.» Bei der Vermarktung unseres Wirtschaftsstandorts im Ausland dürfe die Schweiz durchaus selbstsicherer und mit einer Spur mehr Stolz auftreten, so Barraud.

Greater Zurich Area geht neue Wege im Standortmarketing

Kai Gramke, Bereichsleiter beim Forschungs- und Beratungsunternehmen BAK Basel Economics, stellte die Innovationskraft der Metropolitanregion Greater Zurich Area im Vergleich mit anderen führenden Unternehmensstandorten dar. «Schaut man sich die Weltklasseforschung an, spielen die Schweiz und insbesondere die Greater Zurich Area als Forschungsstandort weltweit in der obersten Liga mit - in Europa sogar an der Spitze», sagte Gramke. Der vergleichende Technologieansatz erlaubt dem Standortmarketing der Greater Zurich Area ein detaillierteres Wissen über die technologischen Wettbewerbsvorteile des eigenen Standorts im Vergleich zu anderen Regionen.

Balz Hösly, Verwaltungsratspräsident der Greater Zurich Area AG, erläuterte, wie die Standortmarketing-

Organisation ihre bewährte Strategie weiterentwickelt, um auch in Zukunft international tätige Unternehmen anzuziehen, welche die Innovationsfähigkeit des Wirtschaftsraumes Zürich weiter stärken. So fokussiert die GZA stark auf die innovativsten Metropolitanregionen der Welt und verfeinert ihren Branchen-Fokus - etwa von Präzisionstechnologien hin zu Robotik, Drohnen, Photonik, Sensorik oder Additive Manufacturing. Dabei profitiert die GZA auch von der Kooperation mit ihren wissenschaftlichen Partnern ETH Zürich, Empa und Eawag sowie weiteren Forschungsinstituten. Neu thematisiert die GZA in Gesprächen mit interessierten Unternehmen deshalb auch Kooperationsmöglichkeiten im Bereich Forschung und Entwicklung als ersten Schritt zu einer Ansiedlung. Balz Hösly plädierte für Massnahmen, mit denen die Politik ein nachhaltiges und sinnvolles Standortmarketing wirkungsvoll unterstützen kann: «Die Reputation des Standortes gehört als nationale und parteineutrale Aufgabe auf die politische Agenda.» Es sei von grösster Wichtigkeit, auch immaterielle Standortvorteile wie Verlässlichkeit, Rechtssicherheit, Offenheit und Internationalität sowie ein unternehmensfreundliches Umfeld aktiv zu pflegen, so Hösly.

Die Greater Zurich Area AG

Die Non-Profit-Organisation Greater Zurich Area AG ist die operative Standortmarketing-Organisation 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

Medieninhalte



Regierungsrat Andreas Barraud, Volkswirtschaftsdirektor des Kantons Schwyz und Stiftungsrat der Greater Zurich Area. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100003851 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Greater Zurich Area AG/Béatrice Devènes"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003851/100803705> abgerufen werden.