



**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 Standortwahlévaluation.

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.

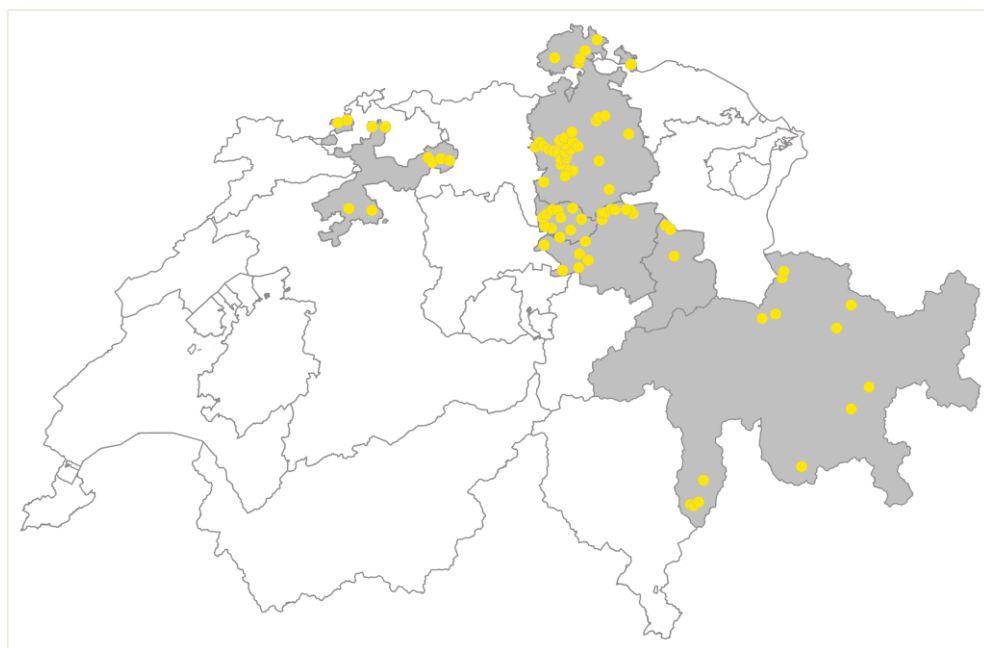


Abbildung 1 - Neuansiedlungen in der Greater Zurich Area 2009 - 2013

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.

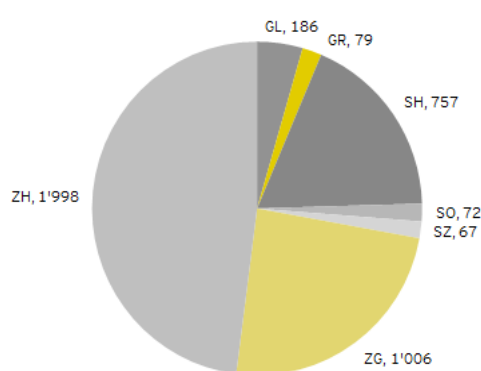


Abbildung 2 - Neu geschaffene Arbeitsplätze je Kanton 2009 - 2013

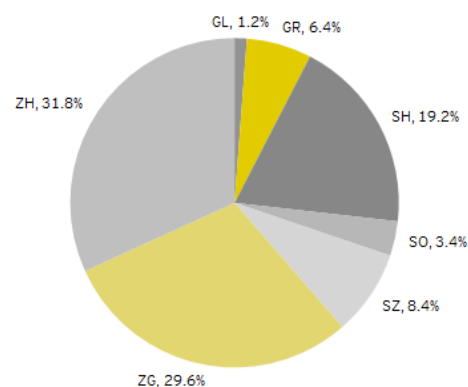


Abbildung 3 - Anteil der neu angesiedelten Unternehmen je Kanton 2009 - 2013

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.

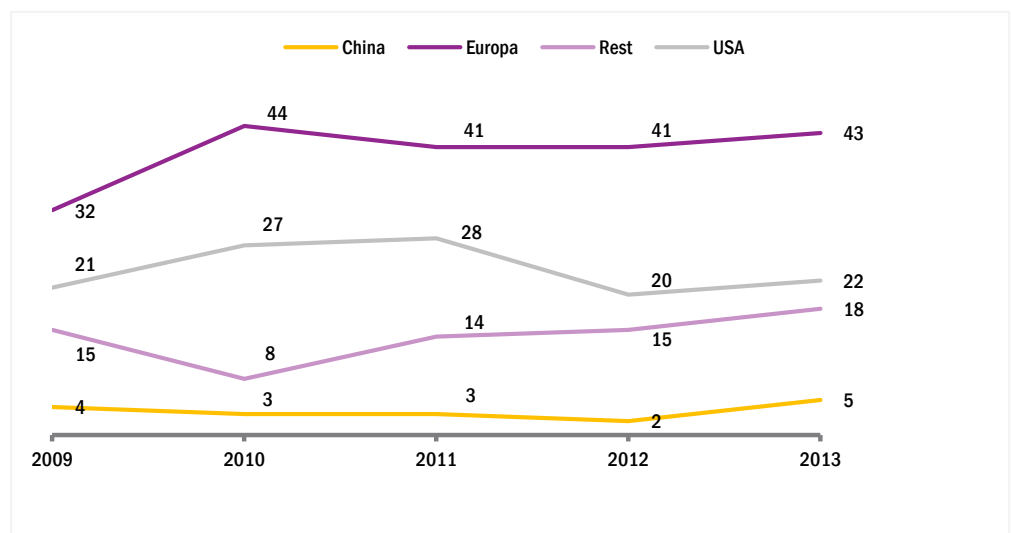


Abbildung 4 - Ansiedlungsverlauf nach Zielmärkten 2009 - 2013

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.

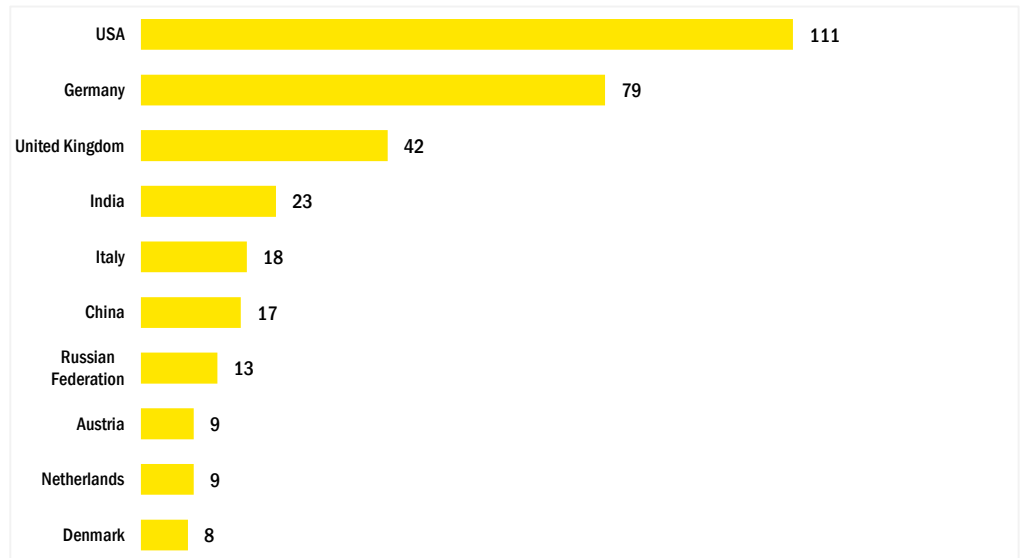


Abbildung 5 - Top 10 Herkunftsländer für Neuansiedlungen im Zeitraum 2009 - 2013

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.

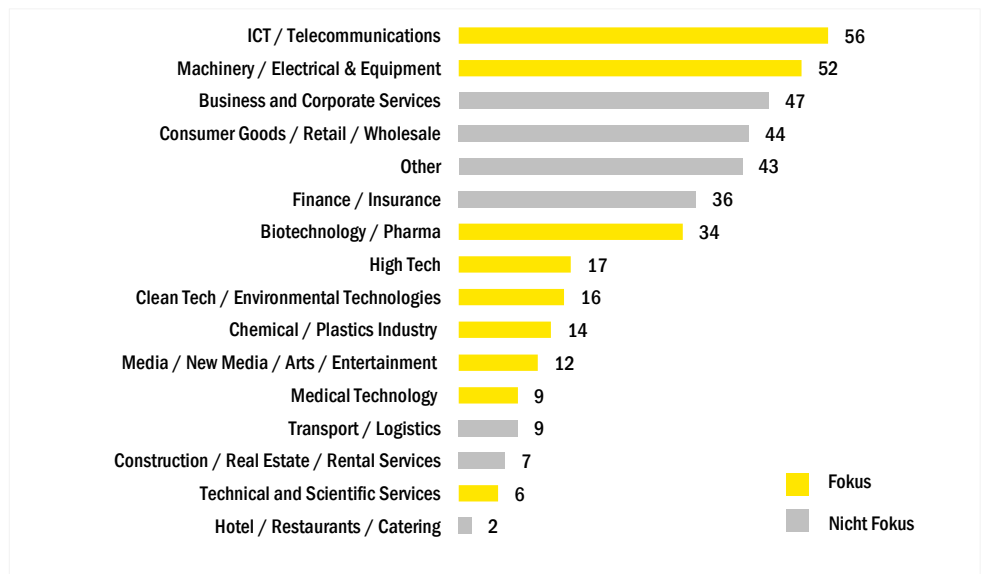


Abbildung 6 - Anzahl Ansiedlungen nach Fokusbranchen 2009 - 2013

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

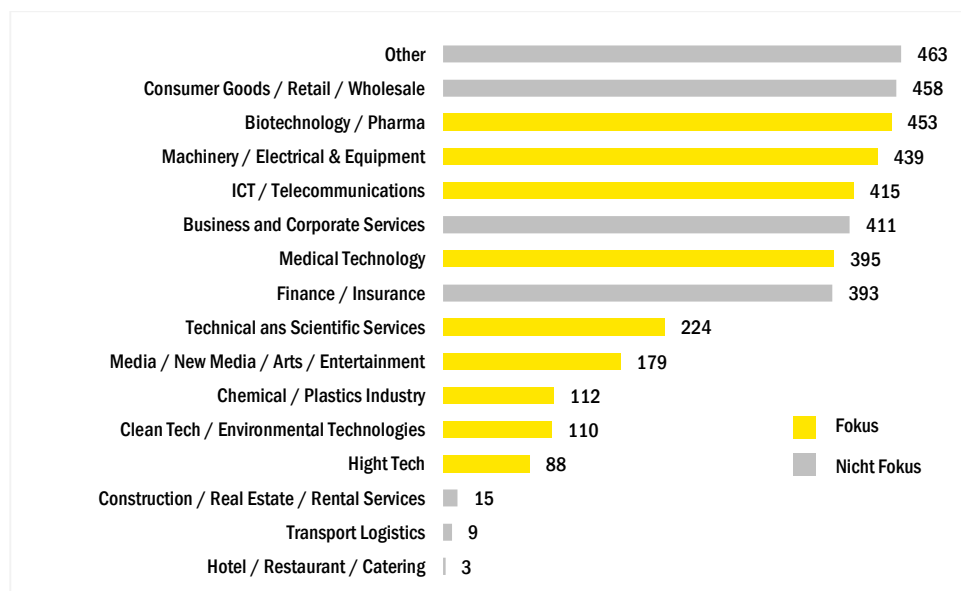


Abbildung 7 - Anzahl geschaffene Arbeitsstellen nach Fokusbranchen 2009 - 2013

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.

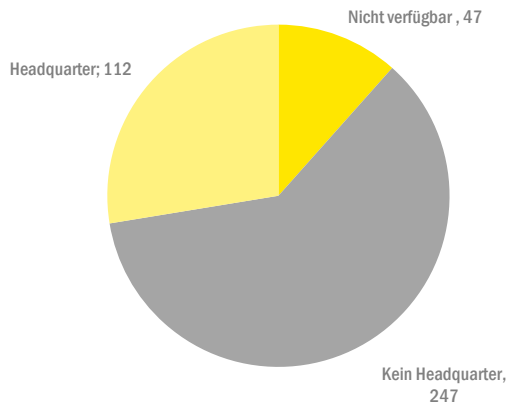


Abbildung 8 – Anteil der Headquarters an den Neuansiedlungen 2009 - 2013

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.

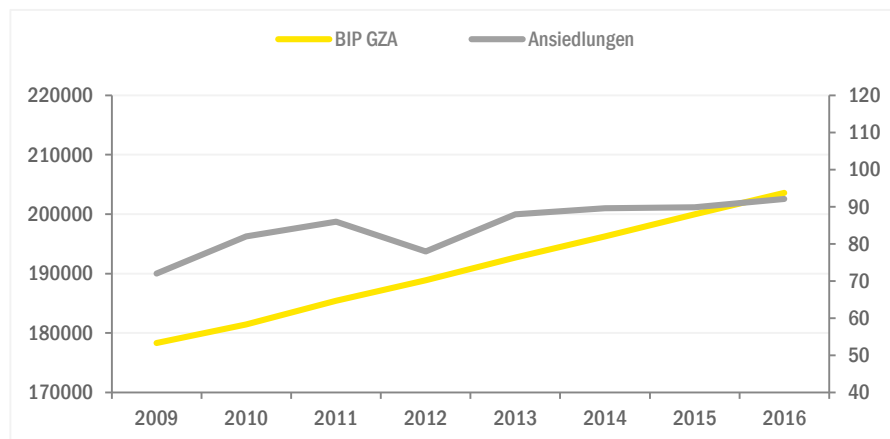


Abbildung 9 – Vergleich Konjunktorentwicklung und Ansiedlungsverhalten

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.

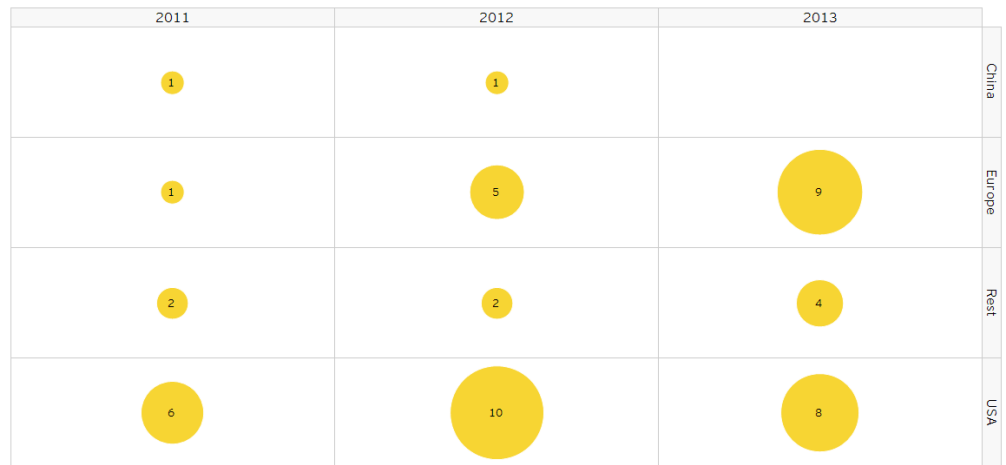


Abbildung 11 - Neuansiedlungen durch direkte Akquisition in den Fokusbranchen nach Zielmärkten

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