

AareLandImpuls

Überregionaler Netzwerkanlass für Firmen



«Gibt es einen funktionalen Wirtschaftsraum Aareland?»



AareLand



**WIRTSCHAFTS
FÖRDERUNG**
REGION OLTEN

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG
OFTRINGEN **ROTHRIST** **ZOFINGEN**

Begrüssung

Dr. Hanspeter Hilfiker,
Verbandspräsident AareLand



Grusswort

Charlotte Shah,
Gemeindepräsidentin Schönenwerd



Funktioniert Wirtschaftsförderung in einem funktionalen Raum?

Christof Abegg, EBP Schweiz AG
AareLandImpuls, 8. November 2023
Schönenwerd

Zwei Fragen – zwei Thesen

1. Ist das AareLand ein funktionaler Raum?
2. Ist Wirtschaftsförderung in einem funktionalen Raum sinnvoll?

Das AareLand ein funktionaler Raum?



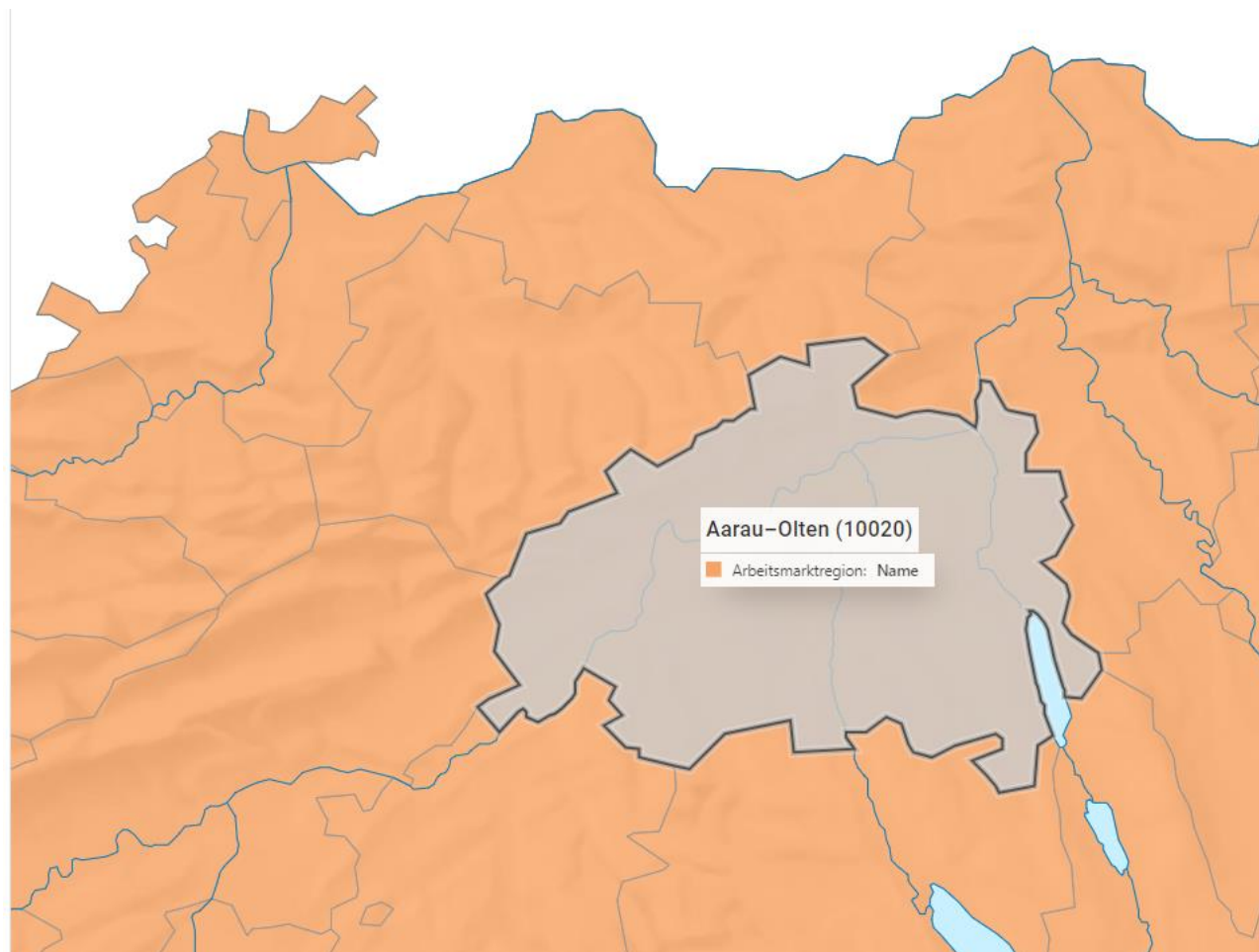
Ist das AareLand ein funktionaler Wirtschaftsraum?



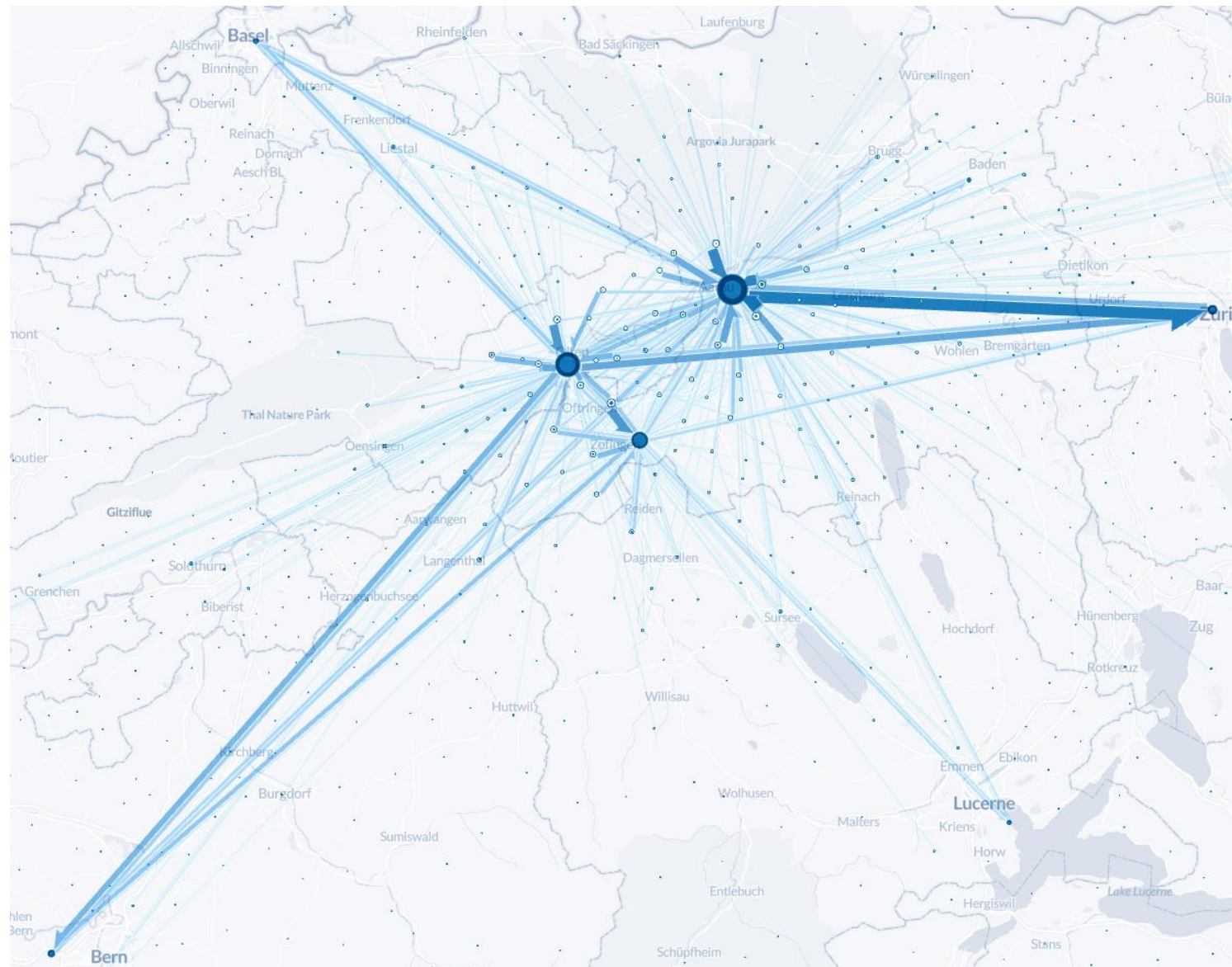
Das AareLand bezieht sich wahrscheinlich auf die Region entlang des Flusses Aare in der Schweiz, aber ich kenne keine spezifische Definition oder offizielle Anerkennung dieses Begriffs. Wenn es jedoch eine Region ist, in der wirtschaftliche Aktivitäten aufgrund gemeinsamer Merkmale und Verbindungen konzentriert sind, könnte es als funktionaler Wirtschaftsraum betrachtet werden.

Um festzustellen, ob das AareLand als funktionaler Wirtschaftsraum betrachtet werden kann, müsste man die wirtschaftlichen Merkmale, Verbindungen und Interaktionen in dieser Region genauer betrachten. Dies könnte den Austausch von Waren und Dienstleistungen, Arbeitsmigration, gemeinsame Infrastrukturen und andere wirtschaftliche Faktoren umfassen.

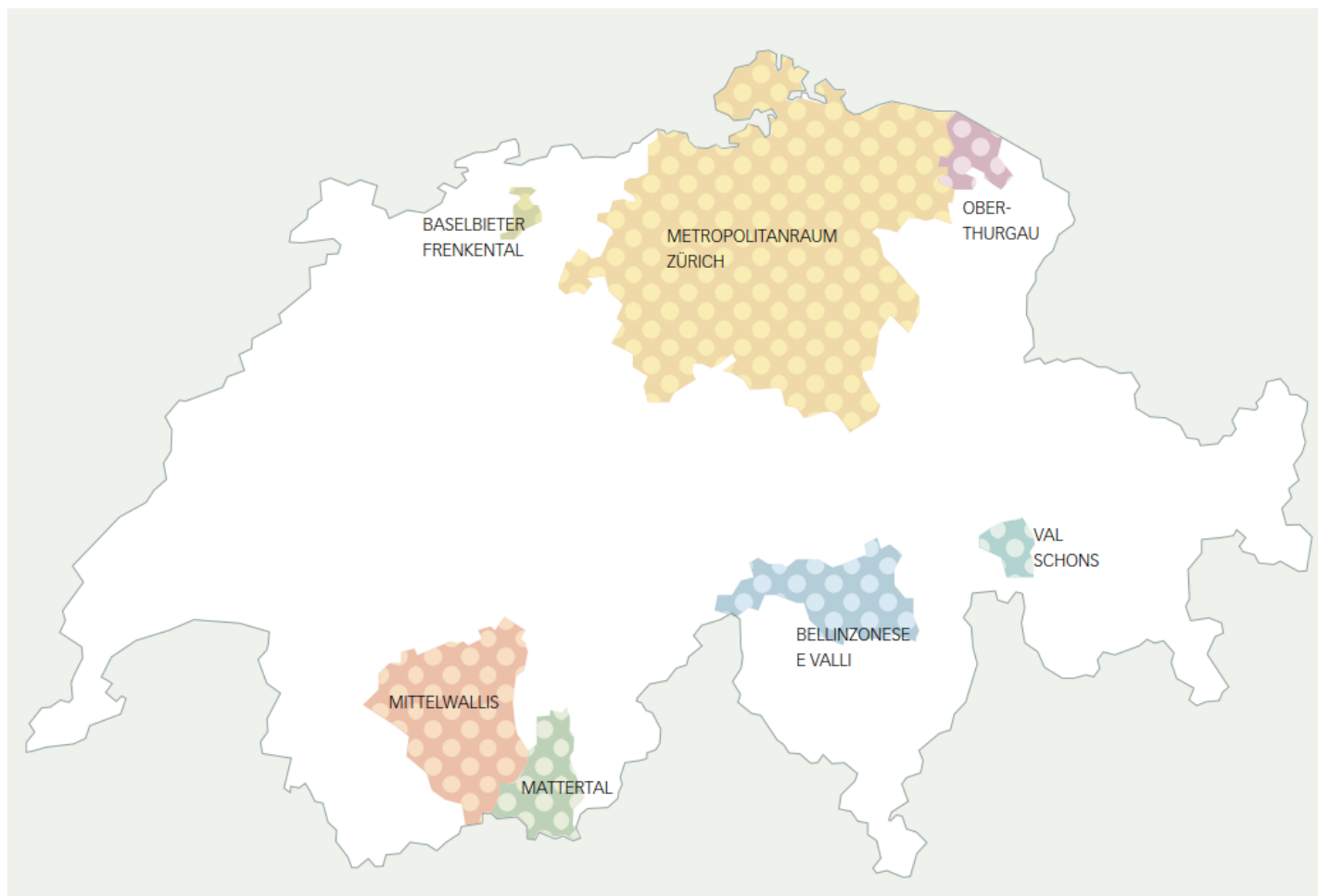
Arbeitsmarktregion Aarau-Olten



Pendlerströme



Beispiele von funktionalen Räumen



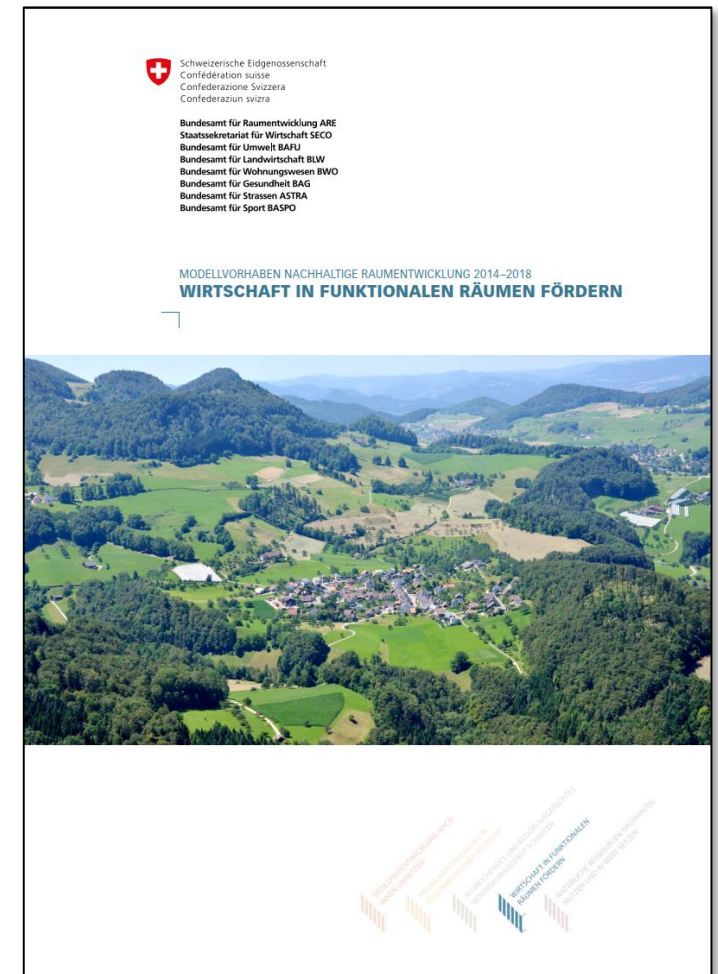
These 1:
Ein funktionaler Raum ist,
was man daraus macht

Wirtschaftsförderung in funktionalen Räumen: Was ist anders?

Analyse: Ausgangslage erkennen

Ziele: Gemeinsame Vorstellungen entwickeln

Aktivitäten: Konkreten Nutzen generieren



Analyse: Die Ausgangslage erkennen

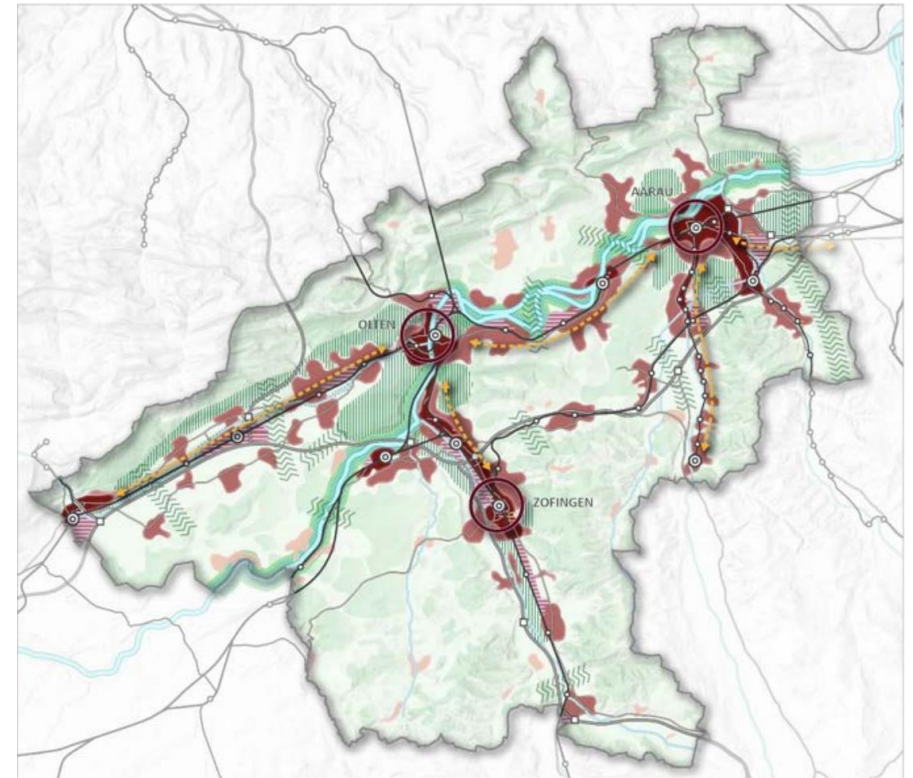
- Den Wirtschaftsraum verstehen
- Analyse handlungsorientiert anlegen
- Die Sprache der Wirtschaft sprechen

Wirtschaftsraum AareLand

Das AareLand ist der siebtgrösste Wirtschaftsraum der Schweiz. Es ist ein attraktiver Standort für innovative Unternehmen, mit vielen hochqualifizierten Fach- und Arbeitskräften, hervorragender Verkehrsanbindung, idealen Rahmenbedingungen und einer hohen Lebensqualität. Zahlreiche Firmen aus den unterschiedlichsten Branchen sind im AareLand ansässig.

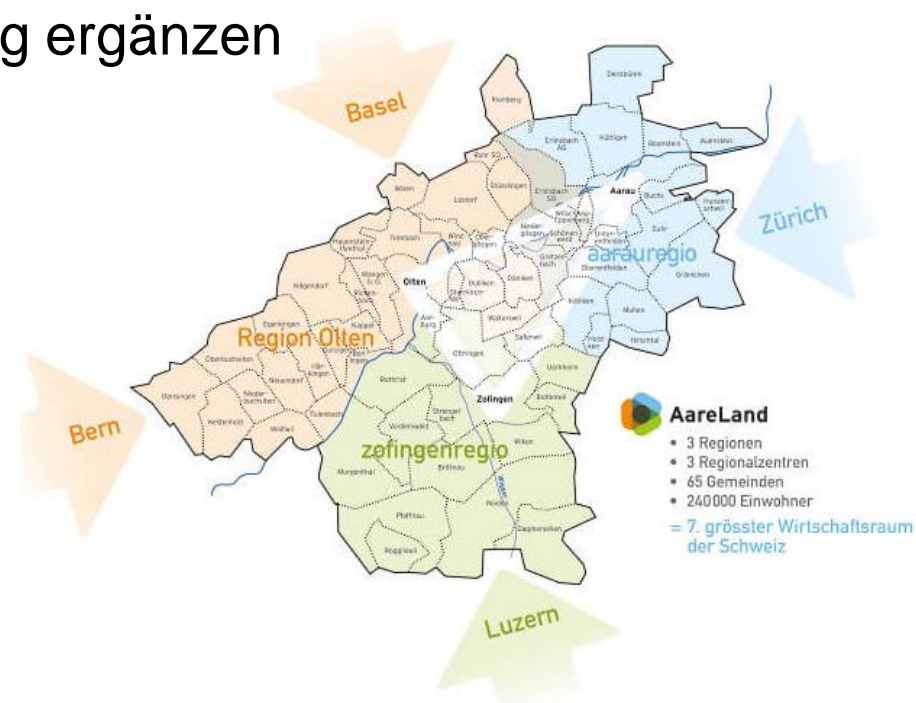
Ziele: Gemeinsame Vorstellungen entwickeln

- Gemeinsame Interessen herauschälen
- Zielvorstellungen in die Köpfe bringen
- Zum Einstieg «einfache» Themen wählen



Aktivitäten: Konkreten Nutzen generieren

- Wirtschaftlichen Mehrwert kommunizieren
- Bestehende Aktivitäten zur Wirtschaftsförderung ergänzen
- Die Beteiligung themenfokussiert definieren



These 2:

Wirtschaftsförderung in funktionalen
Räumen ist dann sinnvoll, wenn
Themen anpackt werden, in denen man
gemeinsam besser vorankommt.

**GREATER
ZURICH
AREA**

Der funktionale Wirtschaftsraum Greater Zurich Area – Vorbild für das Aareland?

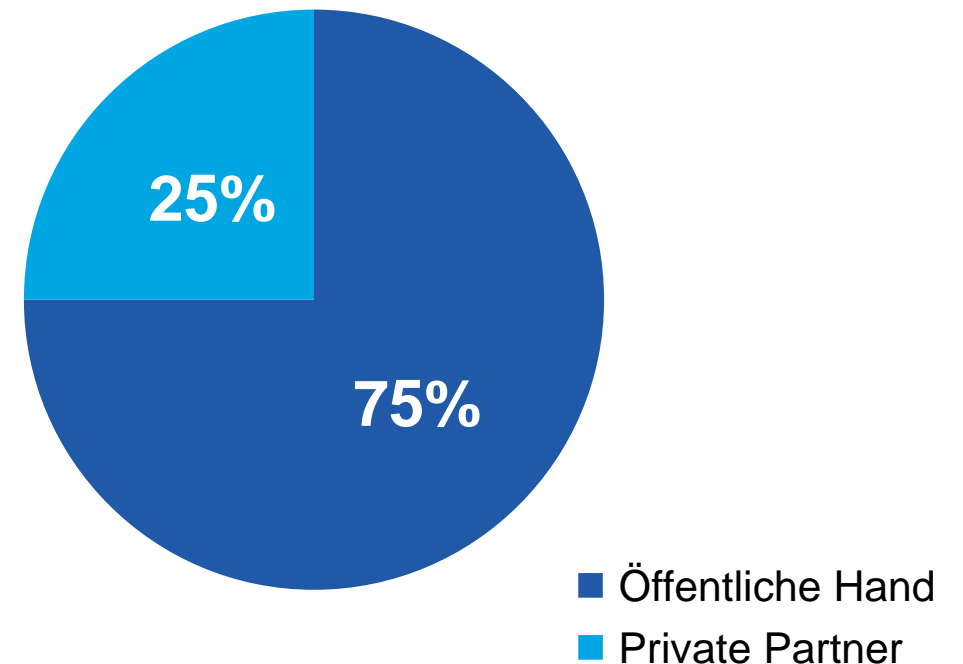
8. November 2023 – AareLandImpuls

1 Über die Greater Zurich Area AG (GZA)

Das Standortmarketing-Set-up des Wirtschaftsraums Zürich (Greater Zurich Area) und der Greater Zurich Area AG (GZA)

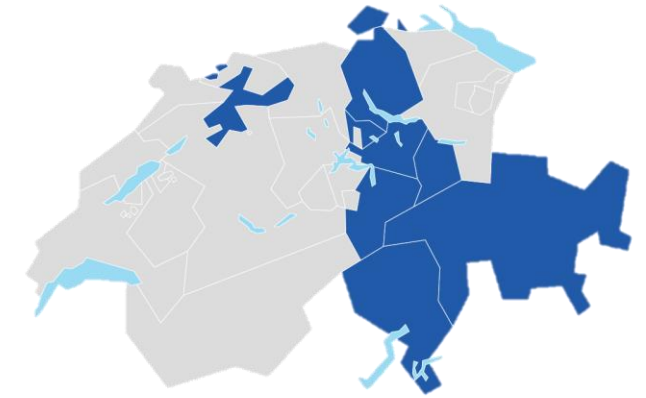
- Trägerschaft (und Alleinaktionärin der GZA AG) ist eine Stiftung in Form einer öffentlich-privaten Partnerschaft (Public-private-Partnership): breite Abstützung in Politik, Wirtschaft und Wissenschaft
- Die GZA AG führt das operative Standortmarketing für den Wirtschaftsraum Zürich im Ausland seit 1999
- 22 Mitarbeitende an den Standorten Zürich, New York, San Francisco, Shanghai und Guangzhou

Jahresbudget der Greater Zurich Area AG im Jahr 2023: rund CHF 4,5 Mio.



Die GZA ist als Public-Private-Partnership organisiert

11 öffentliche Mitglieder und **29 Förderer der Privatwirtschaft und Wissenschaft** unterstützen die Stiftung Greater Zurich Area Standortmarketing, inkl. Universität Zürich und ETH Zürich.



Die öffentlich-private Partnerschaft spiegelt sich auch im Verwaltungsrat der GZA

Vertreter der Privatwirtschaft:



Dr. Balz Hösly
Rechtsanwalt/Partner,
MME Legal | Tax | Compliance, Zürich
(Präsident)



Monika Walser
CEO, de Sede AG



Dr. Andreas M. Schönenberger
CEO, Sanitas Krankenversicherung

Vertreter der Kantone und Städte:



Heinz Martinelli
Leiter Wirtschaft und Arbeit,
Kanton Glarus



Anna Schindler
Direktorin Stadtentwicklung,
Stadt Zürich



Dr. Gian Andrea Schmid (ad interim)
Generalsekretär
Volkswirtschaftsdirektion, Kanton
Zürich



Christoph Schärler
Delegierter für Wirtschaftsförderung,
Kanton Schaffhausen

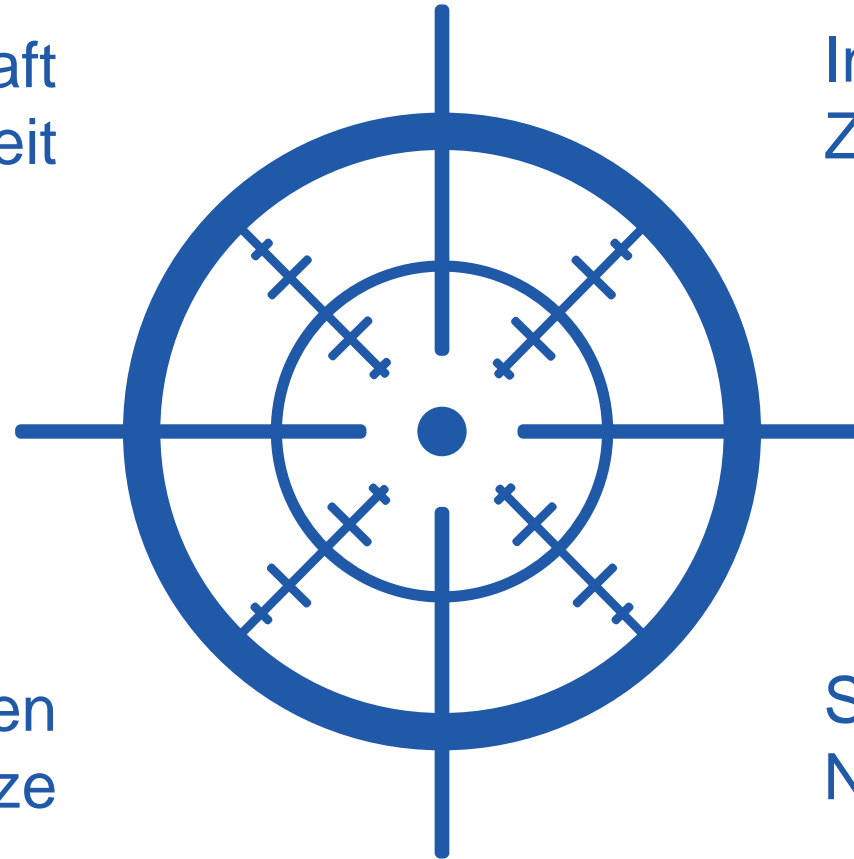
2

Die Greater Zurich Area AG (GZA) und ihre strategische Relevanz

Das übergeordnete politische und wirtschaftliche Ziel: Nachhaltige Standortentwicklung

Vielfältige Wirtschaft
Krisenfestigkeit

Innovations- und
Zukunftsfähigkeit



Firmengründungen
Arbeitsplätze

Stabile Wirtschaftskraft
Nachhaltiger Wohlstand

Standortmarketing – Teil der Standortpolitik

Standortmarketing

- **Promotion** des Wirtschaftsstandortes im Ausland
- **Nachhaltige Akquisition** von attraktiven Unternehmen
- **Basisinformation & Kontaktvermittlung**
- **«Aussendienst»** der Standortpolitik

Standortförderung

- Konkrete Ansiedlungsunterstützung von Unternehmen aus dem In- und Ausland
- Erarbeitung von standortrelevanten Informationen

Standortentwicklung

- Entwicklung der Rahmenbedingungen des Standortes (Qualitätssteigerung)
- Koordination im Wirtschaftsraum (z.B. Metropolitankonferenz)
- Koordination auf nationaler Ebene (Bund, VDK etc.)

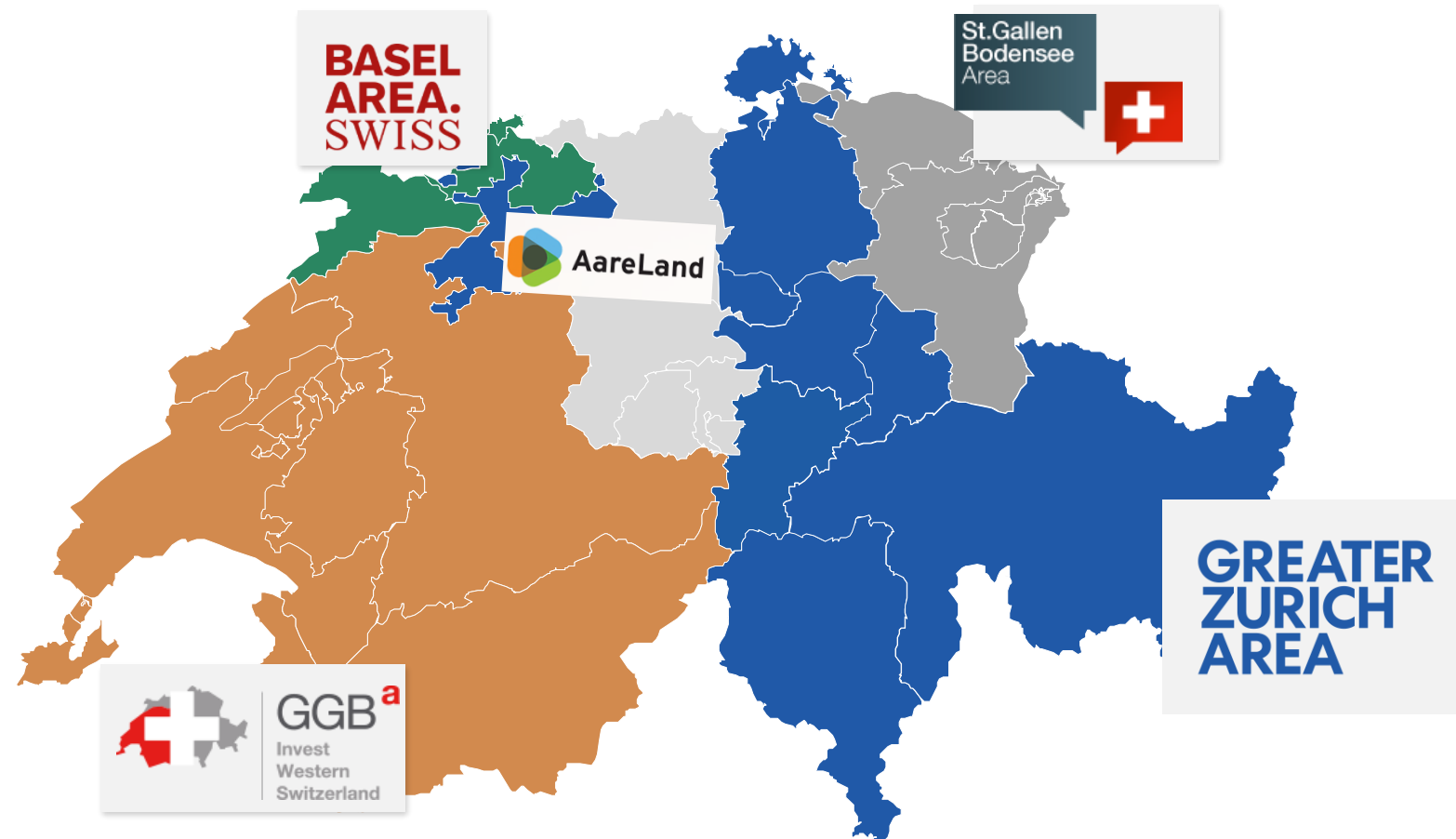
Standortpflege

- Betreuung der am Standort tätigen Unternehmen
- Unterstützung der Unternehmen bei administrativen & regulatorischen Herausforderungen



Ein nationaler, verschiedene regionale Akteure in der Schweiz

 **SWITZERLAND
GLOBAL
ENTERPRISE**



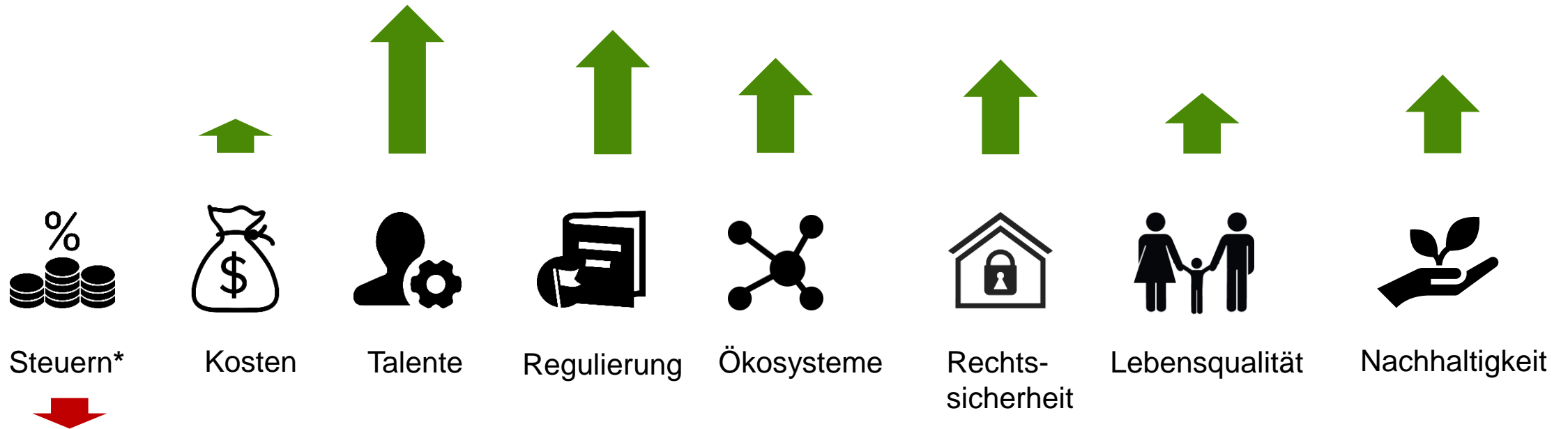
3

Fokussiertes Standortmarketing für einen starken Wirtschaftsstandort

Die Top 6 Standortfaktoren der Greater Zurich Area:

1. Verfügbarkeit hochqualifizierter Fachkräfte
2. Technologie-Ökosysteme von Weltrang
3. Stabilität und Rechtssicherheit
4. Zugang zu internationalen Märkten
5. Nachhaltige Wirtschaftsregion
6. Sehr hohe Lebensqualität

Wichtigkeit der Faktoren bei Standortentscheidungen verändert sich



* Steuern haben zwar aufgrund der strengeren internationalen Regelungen an Bedeutung verloren, bleiben aber wichtig, um überhaupt als Standort in die engere Auswahl zu kommen.

Bestehende Stärken stärken – die wichtigsten Technologie-Ökosysteme im Wirtschaftsraum Zürich



Robotik &
Intelligente Systeme



Fintech &
Blockchain



Foodtech &
Agritech



Informationstechnologien



Life Sciences



Advanced
manufacturing

Die Formel: Konsequente Umsetzung der Strategie bringt nachhaltigen Ansiedlungserfolg



Wir schaffen Mehrwert
für den Wirtschaftsraum Zürich
und die Schweiz durch die
nachhaltige Ansiedlung
zukunftsweisender
Unternehmen.

Mission Statement der Greater Zurich Area AG (GZA)

4

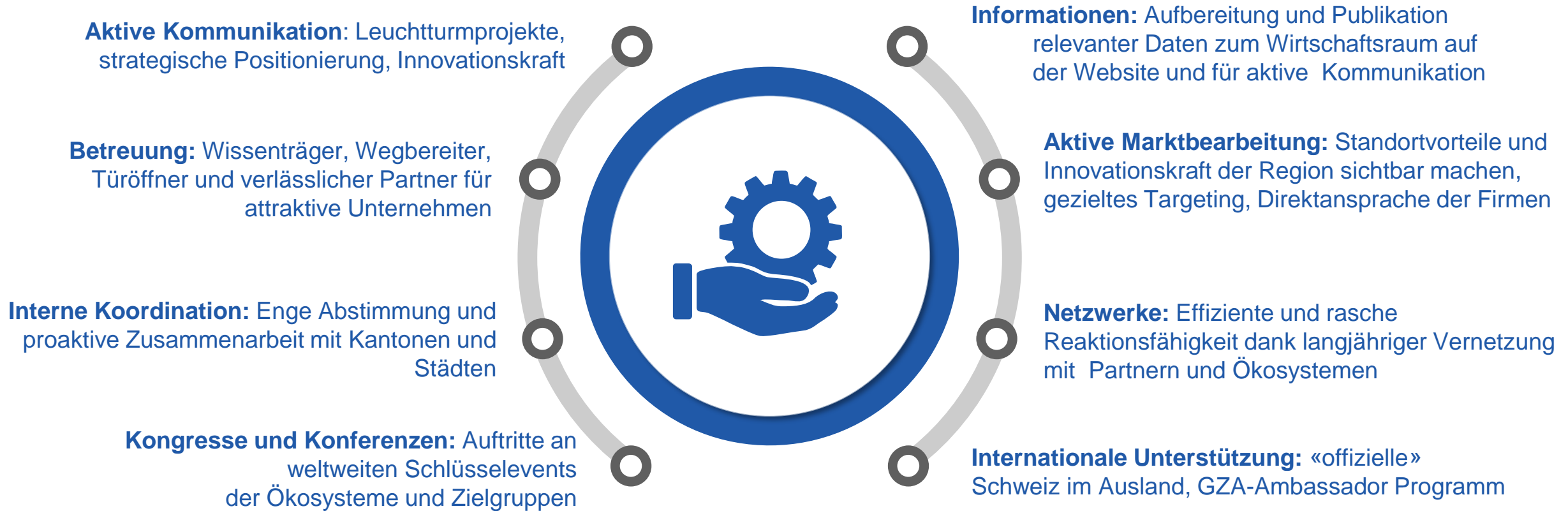
Partnerschaftliche Umsetzung mit Kantonen und Städten

Unsere Stärken gemeinsam ausspielen!



Die Greater Zurich Area besteht aus 9 Kantonen in der deutsch- und italienischsprachigen Schweiz. Jeder von ihnen bringt spezifische (technologische und infrastrukturelle) Kompetenzen in den gesamten Wirtschaftsraum ein.

Die Aktivitäten: Die GZA unterstützt ihre Mitglieder mass- und wirkungsvoll im internationalen Standortwettbewerb



Zusammenarbeit mit den kantonalen und städtischen Standortförderer auf 5 Ebenen (2/3)



1. Informationsaufbereitung

Aufbereitung der relevanten Daten zum Wirtschaftsraum, um eine rasche und fundierte Standortevaluation für Unternehmen zu ermöglichen. Enge Abstimmung mit Kantonen und Städten mit dem Ziel, die jeweiligen USPs der einzelnen Region sichtbar zu machen.



2. Akquisition

GZA organisiert und koordiniert Marktbearbeitung analog und digital inkl. Partizipationsmöglichkeiten für Kantone und Städte:

- Teilnahme an von GZA organisierten Akquisitionstouren in Zielmärkten und Kongressen
- Visibilität an virtuellen Roundtables und Site Visits durch eigene Präsenz oder regionale Experten
- Unterstützung bei eigenen digitalen Akquise-Initiativen der kantonalen Behörden durch GZA

Zusammenarbeit mit den kantonalen und städtischen Standortförderer auf 5 Ebenen (2/3)



3. Projektarbeit

GZA berät den Kunden bei der Standortevaluation in allen Fragen der Unternehmensansiedlung: Unternehmensgründungen, Steuern, Immobilien, Arbeitsbewilligungen, Marktumfeld, Finanzierung, etc.,

inklusive Organisation von **Site Visits in den GZA-Kantonen**, ebenfalls in enger Abstimmung mit kantonalen und städtischen Standortförderungen.

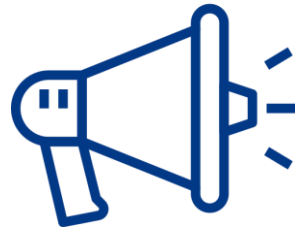
Wenn das Unternehmen sich für einen Ansiedlungsstandort entschieden hat, erfolgt die Übergabe des Projekts an den Zielkanton.

Zusammenarbeit mit den kantonalen und städtischen Standortförderer auf 5 Ebenen (3/3)



4. Vernetzung

Vernetzung funktioniert vice versa: Dem Kunden wird gezielt ein breit abgestütztes Netzwerk in Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Bildung zur Verfügung gestellt – Kantone und Städte profitieren von internationaler Vernetzung der GZA sowie dem [Ambassador Programm](#).



5. Kommunikation

GZA kommuniziert aktiv über Leuchtturmprojekte und Tech-Events aus Kantonen (Webseite, Social Media, Newsletter):

- [Spotlight-Artikel über das ETH AI Center](#)
- [Spotlight-Artikel 10 Robotik Scale-ups aus Greater Zurich](#)

7

Die Marke Greater Zurich Area

Die Idee der Greater Zurich Area bei der Gründung 1999

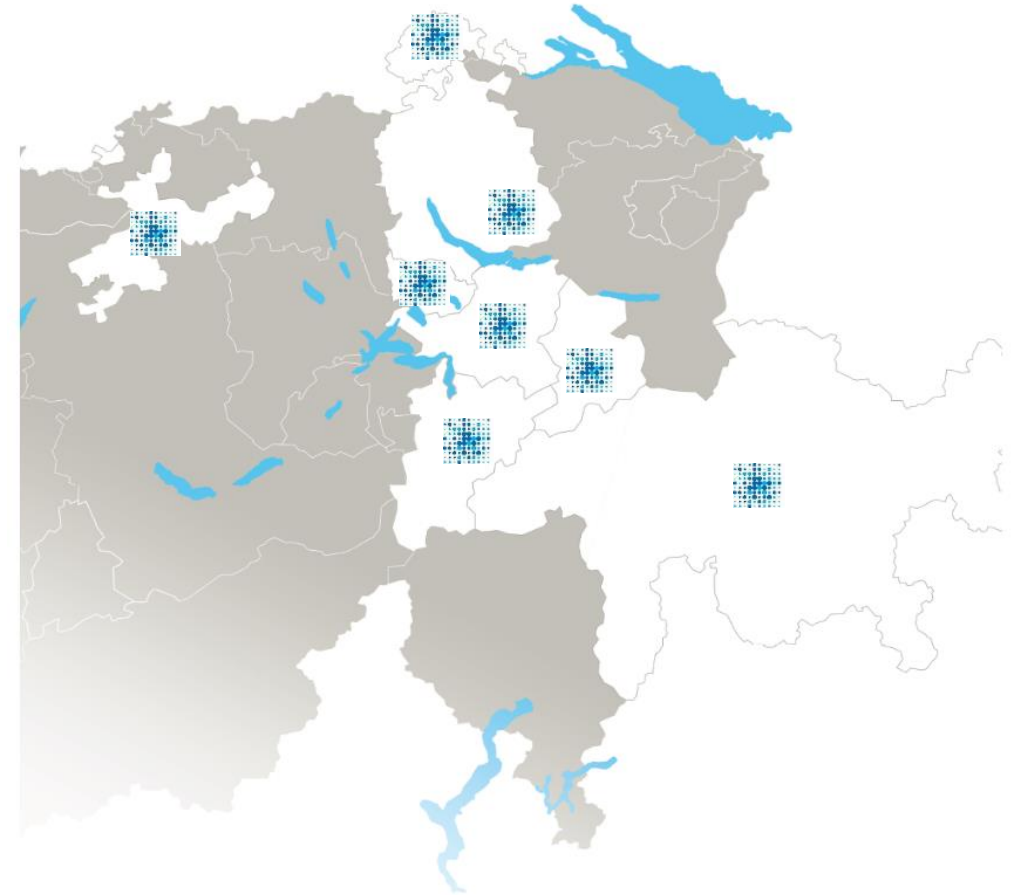
Der Raum, der innerhalb 1 Stunde vom Flughafen Zürich aus erreichbar ist.



Regionaler Auftritt – föderale Umsetzung

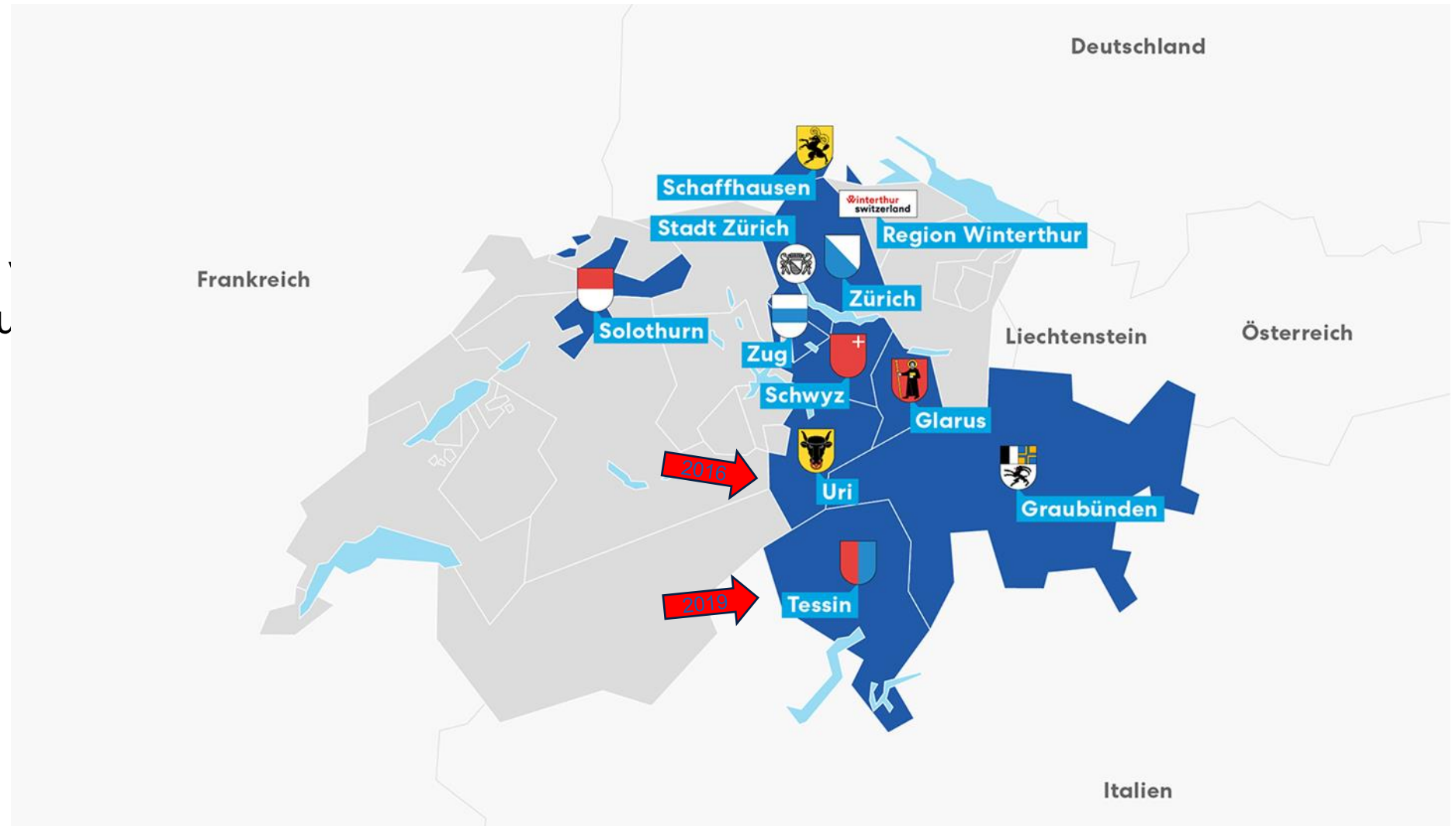
Die Greater Zurich Area AG

- vermarktet den wichtigsten Wirtschaftsraum des Landes als homogene Region («Brand Zürich») in ausgesuchten ausländischen Märkten
 > regionaler Auftritt
- bringt ein Unternehmen mit konkretem Ansiedlungsinteresse direkt und nahtlos in Kontakt mit den Wirtschaftsförderungen der Mitgliedskantone und der Stadt Zürich
 > föderale Umsetzung



Die Idee der Greater Zurich Area bei der Gründung 1999

Der Raum, der innerhalb 1 Stunde Flughafen Zürich an erreichbar ist.



Eine starke Marke als Werttreiber für die Greater Zurich Area



Der Kristall steht für:

- Klare Positionierung
- Wert für Wirtschaftsraum & Kunden
- Die aggregierteste Form unserer Exzellenz
(= Essenz der Marke)



Die Marke Greater Zurich Area und GZA im Jahr 2017:

- Unklare Positionierung – wofür steht Greater Zurich Area? Und GZA?
- Unklare Rollen – wer hat welche **Aufgaben** und Kompetenzen?
- Uneinheitliche Botschaften – Was sind unsere **Schlüsselbotschaften**, die wir mit **einer** Stimme vertreten?
- Unklarer USP der Greater Zurich Area – wie **unterscheiden** wir uns **wirklich** von unseren Mitbewerbern?
- Fehlende Identifikation – fühlen sich unsere Mitglieder wirklich dem Wirtschaftsraum zugehörig?

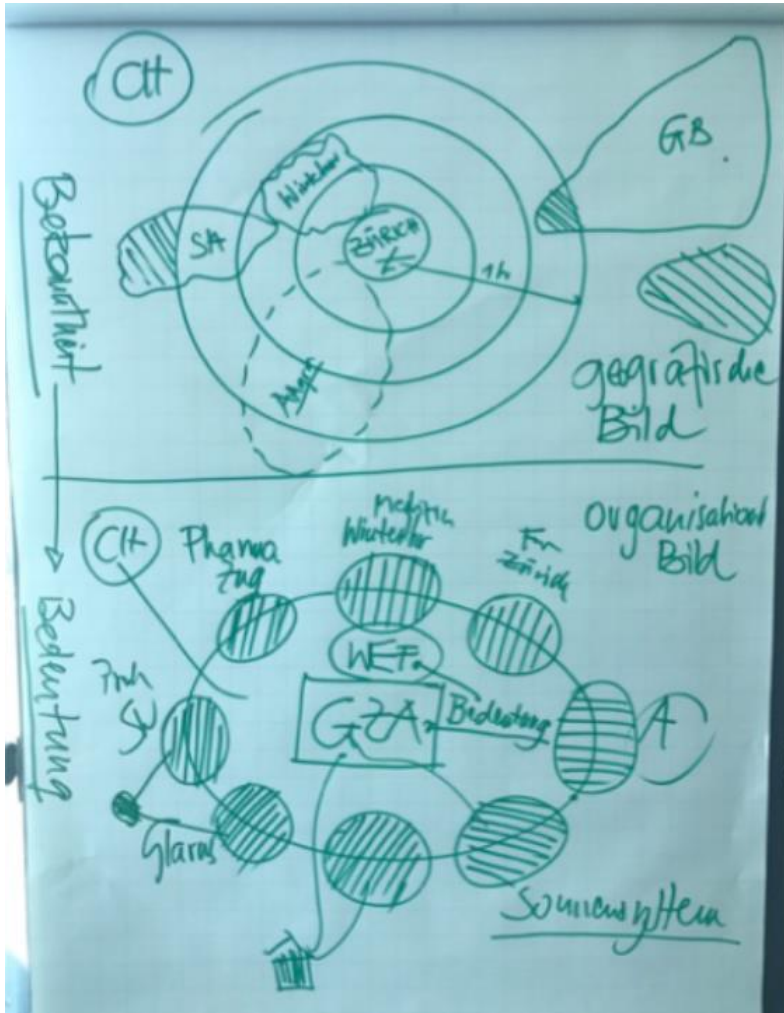
Die Marken Greater Zurich Area und GZA heute

- Saubere Positionierung für Wirtschaftsraum und AG
- Klare Rollen
- Gemeinsame, einheitliche Botschaften und "one voice"
- Differenzierender USP
- Hohe Identifikation



Tonhalle-Orchester Zürich

Von der Geographie zur Bedeutung

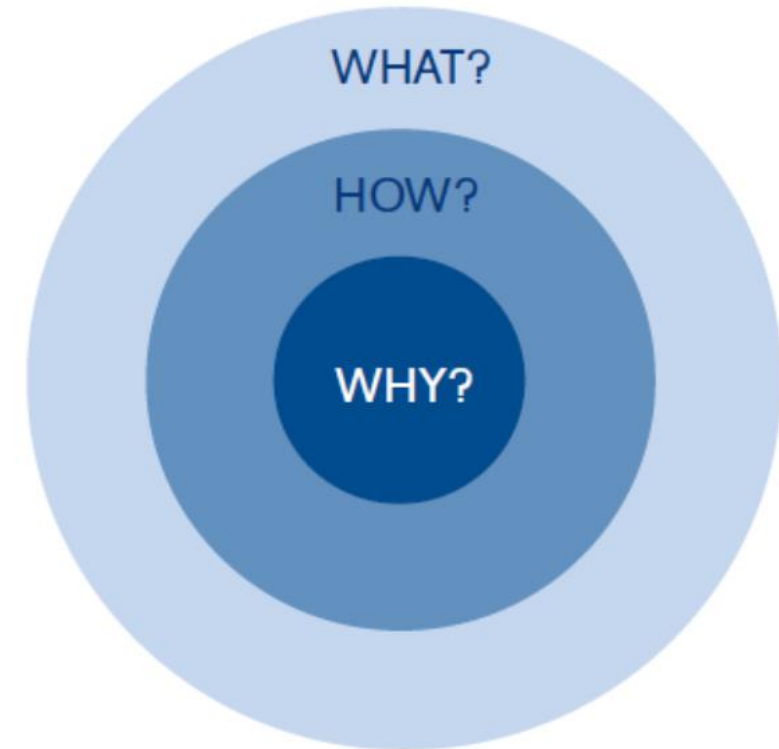


- Die Bedeutung der Greater Zurich Area liegt nicht in ihrer Geographie, sondern in der Konzentration der Kompetenzen, Technologien und Standortvorteilen, die sie bietet
- Kunden (anzusiedelnde Unternehmen) wollen nicht wissen, wo sich die Greater Zurich Area befindet, sondern vielmehr warum sie in diesem Wirtschaftsraum unternehmerisch aktiv sein sollen
- Die 'Greater Zurich Area' muss für jede ihrer Rollen (Wirtschaftsraum und Organisation (GZA AG)) eine klare Bedeutung haben

Simon Sinek: The Golden Circle: WHY do we do, what we do?



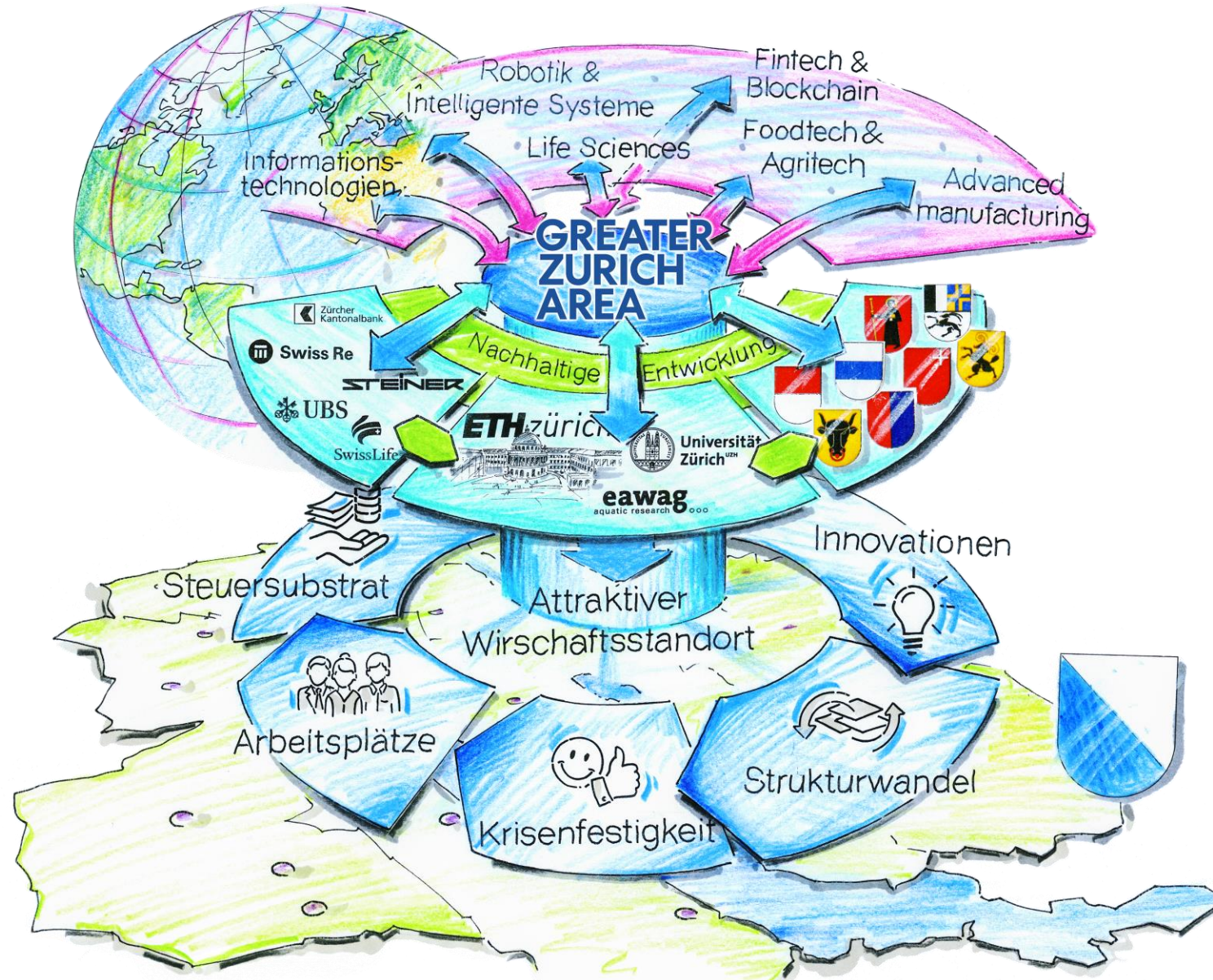
Credit: Simon Sinek (2009): Start with Why: How great leaders inspire everyone to take action



Greater Zurich Area:
Geballte Technologie-
kompetenz im verlässlichsten
Umfeld Europas

Wir schaffen Mehrwert
für den Wirtschaftsraum Zürich und die
Schweiz durch die Ansiedlung
zukunftsweisender Unternehmen.

Die GZA: ein Netzwerk, das vernetzt



Ihre Kontaktpersonen



Sonja Wollkopf Walt

Geschäftsführerin

Greater Zurich Area AG

Limmatquai 122

8001 Zürich

+41 44 254 59 06

sonja.wollkopf@greaterzuricharea.com



Dr. Balz Hösly

Verwaltungsratspräsident

Greater Zurich Area AG

c/o **MME** Legal | Tax | Compliance,
Zürich

+41 44 254 99 66

balz.hoesly@greaterzuricharea.com

Schindler Aufzüge AG

Ein Schweizer Familienunternehmen seit 1874





**What does
Schindler do?**

Was macht Schindler?

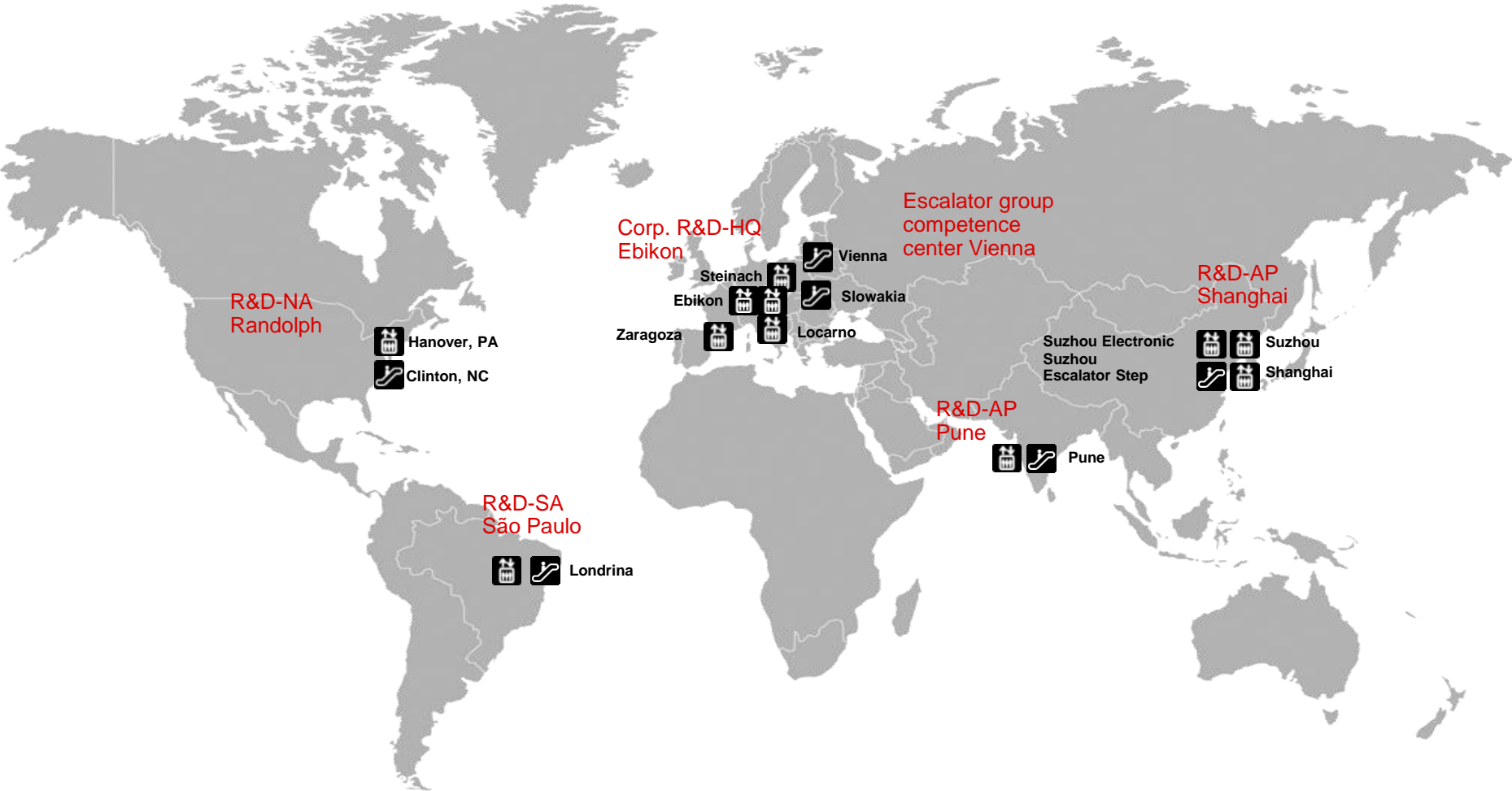
Unser Produkt
heisst Mobilität

Wir bewegen täglich
3 mal die Schweiz.



1000 Geschäftsstellen in 100 Ländern

Produktionsstätten, Forschung und Entwicklung



Schindler Konzern

Kennzahlen 2022

Mitarbeitende
69'000

Umsatz
CHF 11.3 Mia.

EBIT*
9,2 %

* Gewinn vor Steuern und Zinsen in Prozent



Schindler Schweiz

Kennzahlen 2022

Mitarbeitende

2'100

Auszubildende

300

Geschäftsregionen

13



Schindler Aarau

Ihr regionaler Partner

Unterhalt (EI)

👤👤👤👤👤👤👤👤👤👤👤👤👤👤👤 ~50

Montage (IN)

👤👤👤👤👤👤👤 ~30

Technik & Qualität (T&Q)

👤👤 ~10

Verkauf Modernisierungen (MOD)

👤 ~3

Verkauf Neuanlagen (NI)

👤 ~3

Back Office

👤 ~7

Total Mitarbeitende

👤👤 ~ 100



Schindler Aarau

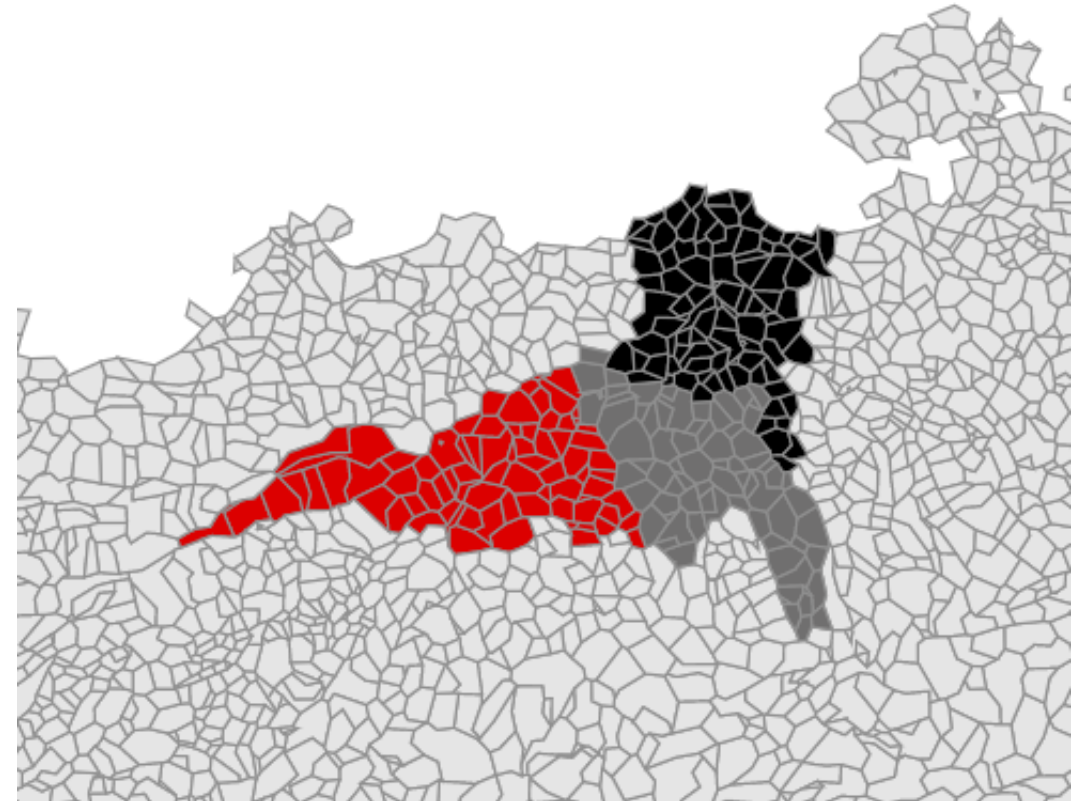
Marktgebiet

Portfolio

- - 6'700 Kunden Anlagen

Marktgebiete

- - 121 (Olten)
- - 122 (Baden)
- - 125 (Aarau)



Aareland Impuls

Gibt es einen funktionalen Wirtschaftsraum Aareland?



Aareland Impuls

Persönliche Perspektive



Business

Marktpräsenz

Kundenbeziehungen

- Mikrobereich vs. national
- Nach Segmenten
- Personalintensiv



Arbeitgeberin

Fachkräfte

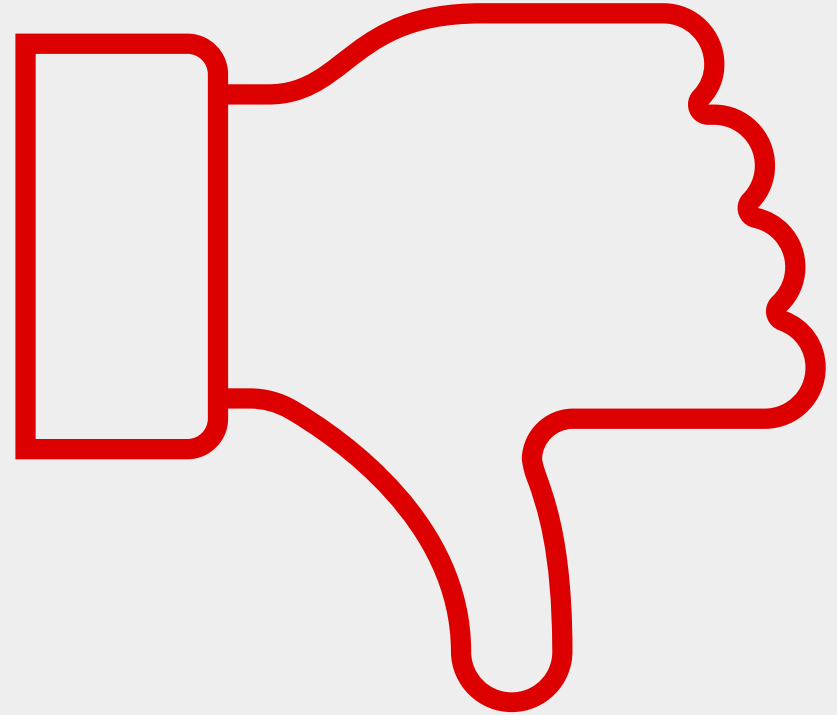
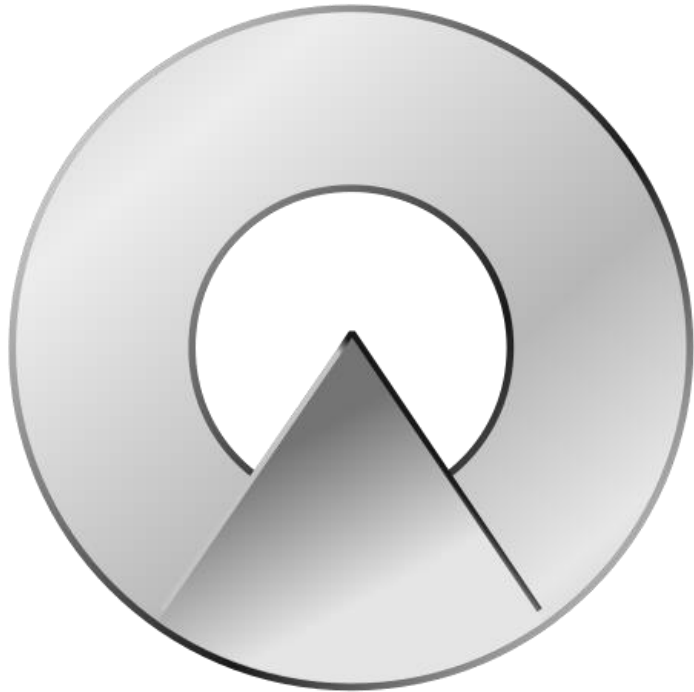
Von Chancen und Risiken

- Bildung
- Geografische Flexibilität
- Zugehörigkeit

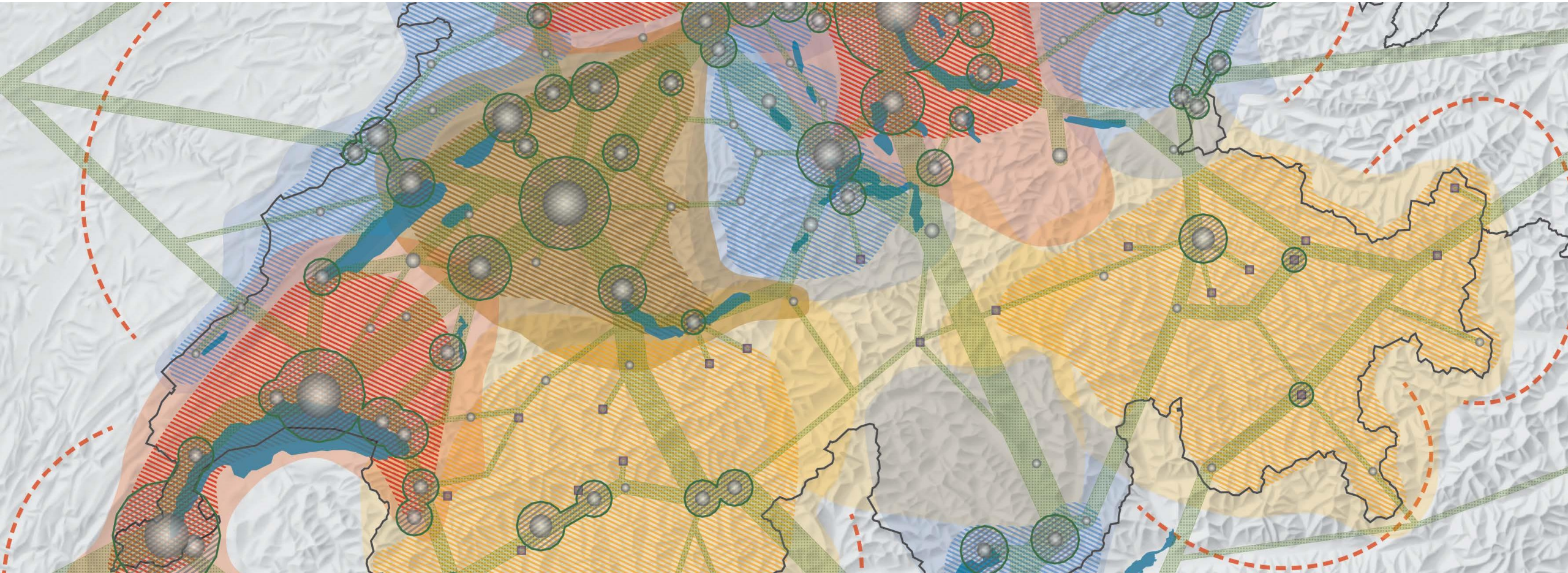


Aareland Impuls

Gibt es einen funktionalen
Wirtschaftsraum Aareland?

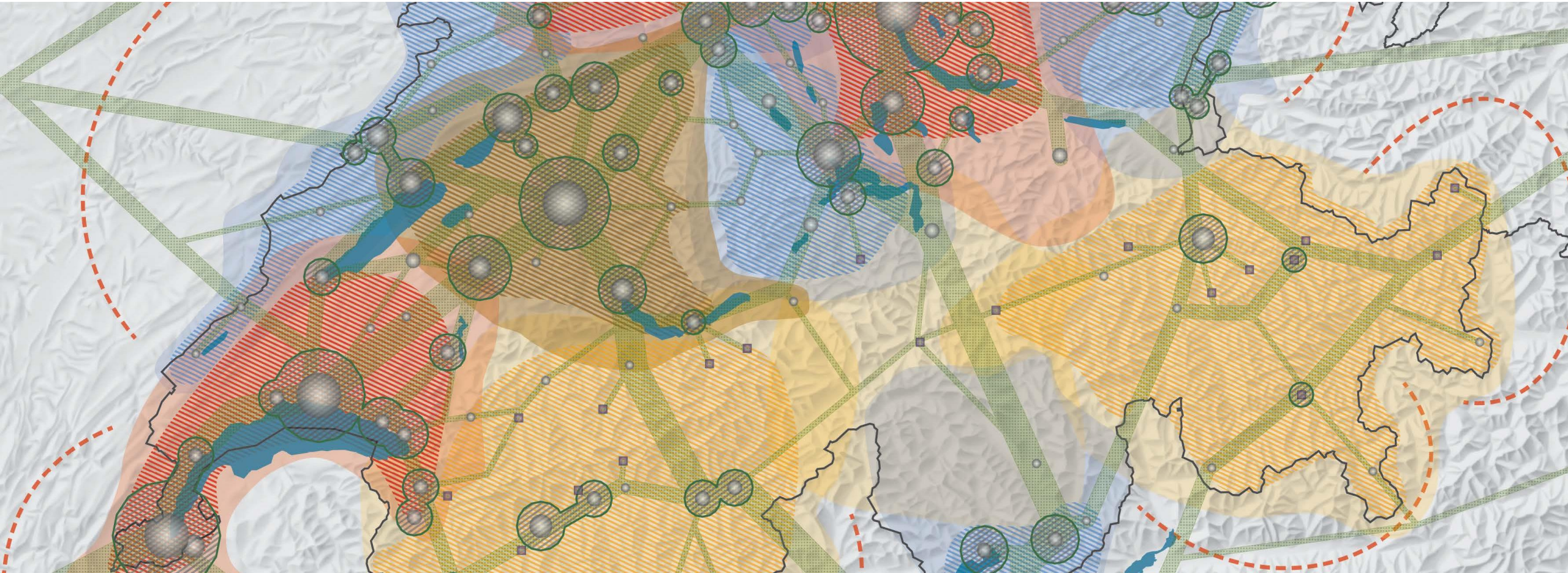


Podiumsdiskussion



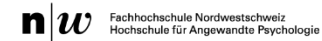
© Bundesamt für Raumentwicklung ARE

Ihre Fragen aus dem Publikum



© Bundesamt für Raumentwicklung ARE

Im Namen unserer Partner danken wir Ihnen für Ihre Teilnahme am AareLandImpuls.



Im Namen der Veranstalter danken wir Ihnen für Ihre Teilnahme am AareLandImpuls.



Dr. Hanspeter Hilfiker
Präsident AareLand
Geschäftsstelle AareLand
Untere Grabenstrasse 26
Postfach
4800 Zofingen
Tel.: 062 745 91 02
E-Mail: info@aareland.ch



Alexandra Mächler
Wirtschaftsförderin Aarau und Region,
Aarau Standortförderung,
Metzgergasse 2, 5000 Aarau
Tel. direkt +41 62 834 10 30
E-Mail: a.maechler@aarau-standortfoerderung.ch



Rolf Schmid
Geschäftsführer
Wirtschaftsförderung Region Olten
Frohburgstrasse 1, 4600 Olten
Tel.: +41 62 296 88 08
E-Mail: rolf.schmid@regionolten.ch



Dr. Adrian Borer
Wirtschaftsförderer
Oftringen Rothrist Zofingen
Vordere Hauptgasse 102/104
4800 Zofingen
Tel.: +41 62 922 66 00
E-Mail: Borer@wf-oftringen-zofingen.ch

