

Regionalökonomische Auswirkungen von Firmenansiedlungen

Ansiedlungen von Firmen aus dem Ausland sind ökonomisch erwünscht, da sie im Inland zur Schaffung von Arbeitsplätzen und zur Entstehung von Wertschöpfung führen. Sie können zudem die regionale Wirtschaftsstruktur positiv beeinflussen. Wertschöpfungseffekte einer Ansiedlung sind in der Regel auch über den Standortkanton hinaus bedeutend. Im vorliegenden Artikel werden die Resultate einer Studie präsentiert, welche die Wirkungen von Firmenansiedlungen in der Schweiz untersucht hat.

¹ Vgl. Delbiaggio, Egli (2012).

Im internationalen Vergleich ist die Schweiz nach wie vor ein attraktiver Unternehmensstandort. Entsprechende Ranglisten – wie der *Global Competitiveness Report* des *World Economic Forum* – werden oft und gerne zitiert. Im Wettbewerb zwischen einzelnen Standortländern verfügt die Schweiz also über eine gute Ausgangslage. Aber international wird der Wettbewerb zwischen Standortländern immer härter geführt. Zurzeit kann der hohe Frankenkurs Ansiedlungsvorhaben erschweren, besonders für Produktionsbetriebe. Damit ausländische Unternehmen tatsächlich ihren Weg in die Schweiz finden und sich hier niederlassen, sind gemeinsame Anstrengungen von Bund und Kantonen notwendig.

Der Bund fördert die langfristige, nachhaltige Ansiedlung von ausländischen Unternehmen durch Standortmarketing in ausgewählten Ländern sowie durch die gezielte Ansprache potenzieller Investoren. Seit 2008 stellt die Osec als dazu beauftragte Organisation Informationen über den Unternehmensstandort Schweiz in diversen Sprachen zur Verfügung und organisiert Unternehmerseminare. Im Fokus stehen Firmen mit einer möglichst hohen Wertschöpfung aus sieben Schwerpunktländern: Deutschland, Frankreich, USA, Japan, Russland, China und Indien.

Schwierige Wirkungsmessung

Mit ihren Dienstleistungen legt die Osec die Grundlage für die Tätigkeit von privaten Beratungsfirmen sowie vor allem für regionale, kantonale und kommunale Wirtschaftsförderer, welche in der Standortpromotion aktiv sind (siehe *Kasten 1*). Zur Herstellung von Kontakten mit potenziellen Investoren hat die Osec in den letzten Jahren zunehmend Synergien mit ihrem Mandat zur Exportförderung

erschlossen und ihr weltweites Netz von Swiss Business Hubs ausgebaut. Die Kantone, welche im Ausland zum Teil auch selber aktiv auf potenzielle Investoren zugehen, übernehmen dann die von der Osec im Rahmen der nationalen Standortpromotion generierten Kontakte. Sie sind für die Weiterbetreuung der Unternehmen sowie letztendlich für die konkrete Ansiedlung verantwortlich.

Dass nicht jeder Kanton selber Informationen über den Wirtschaftsstandort Schweiz aufbereitet, ist sicher sinnvoll. Notwendig ist auch, so genanntes *Awareness Raising* zum Unternehmensstandort Schweiz zu betreiben – besonders in fernen Märkten wie China oder Indien, welche verstärkt in den Fokus der Standortpromotion rücken. Insgesamt ist die Wirkung der entsprechenden Tätigkeiten nur schwer messbar. Erstaunlich ist hingegen, dass es bisher erst wenige Studien über die konkreten Auswirkungen von Firmenansiedlungen in der Schweiz gibt. Diese Lücke soll eine kürzlich vom Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR der Hochschule Luzern im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) durchgeführte Studie schliessen helfen.¹

Quantitative Effekte von Ansiedlungen

Wertschöpfung entsteht zunächst einmal durch die direkte Unternehmensleistung der sich ansiedelnden Firma und wird in Form von Löhnen, Steuern, Zinsen und Dividenden an Mitarbeitende, den Staat und die Kapitalgeber verteilt. Im Normalfall verbleibt zudem ein Teil der direkt erzeugten Wertschöpfung als nicht ausgeschütteter Gewinn im Unternehmen und wird beispielsweise benutzt, um Investitionen zu finanzieren. Zusätzlich zu diesem *direkten Effekt* führt eine Ansiedlung zur Entstehung von *indirekter Wertschöpfung* über den Bezug



Prof. Dr. Katia Delbiaggio
Dozentin für Makroökonomie und Regionalökonomie, Hochschule Luzern (HSL)



Dr. Hannes Egli
Dozent, Leiter Regionalökonomie Hochschule Luzern (HSL)



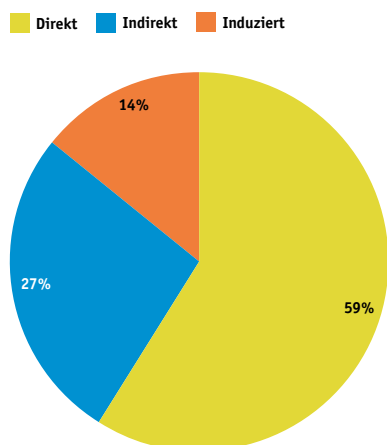
Marco Lier
Ressort Exportförderung/Standortpromotion, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern



Martin Roth
Leiter Ressort Exportförderung/Standortpromotion, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern

Grafik 1

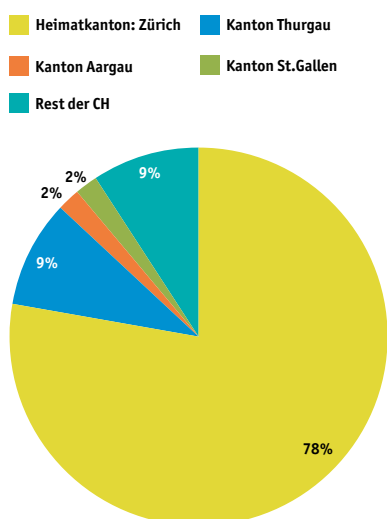
Fallstudie 4 – Vollzeitäquivalente (VZÄ) nach direkter, indirekter und induzierter Wertschöpfung (Szenario «Standard»)



Quelle: Delbiaggio, Egli / Die Volkswirtschaft

Grafik 2

Fallstudie 4 – regionale Aufteilung der Einkommenseffekte (Szenario «Standard»)



Quelle: Delbiaggio, Egli / Die Volkswirtschaft

Kasten 1

Gemeinsame Herausforderung von Bund und Kantonen

Die Kantone haben sich für die Standortpromotion mehrheitlich in regionalen Zusammenschlüssen mit unterschiedlicher Integrationstiefe organisiert: *Basel Area* (BL, BS, JU), *Greater Geneva Berne Area* (BE, FR, GE, NE, VD, VS), *Greater Zurich Area* (GL, GR, SH, SO, SZ, ZG, ZH) und *St. Gallen Bodensee Area* (AI, AR, SG, TG). Die Zentralschweizer Kantone sowie die Kantone Aargau und Tessin haben sich nicht in einem vergleichbaren Rahmen überregional zusammenschlossen, treten jedoch im Koordinationsgremium der nationalen Standortpromotion gemeinsam auf. Der Bund stellt für die nationale Standortpromotion rund 5,1 Mio. Franken pro Jahr zur Verfügung, die Kantone 1,3 Mio. Franken.

von Vorleistungen und Investitionsgütern sowie zu *induzierter Wertschöpfung* aufgrund der Konsumnachfrage, welche mit dem ausbezahlten Einkommen finanziert wird. Sowohl die indirekte als auch die induzierte Wertschöpfung lösen ihrerseits weitere Wertschöpfungseffekte via Vorleistungen und Einkommensverwendung aus. Der gesamte Wertschöpfungseffekt ist somit höher als der unmittelbare wirtschaftliche Impuls durch die Ansiedlung, gemessen zum Beispiel an der Anzahl neu geschaffener Arbeitsplätze. Allfällige regionale Verlagerungseffekte (falls zum Beispiel die neue Firma bereits ansässige Unternehmen aus dem Markt verdrängt), potenzielle Zusatzkosten im Infrastrukturbereich sowie mögliche negative Externalitäten (zum Beispiel wegen Lärmemissionen oder zusätzlichem Verkehr) können allerdings die positiven Effekte schmälern.

Eine besonders intensive regionale Ansiedlungsdynamik oder Ansiedlungen grosser Firmen können aber auch zu *quantitativen Marktausdehnungseffekten* führen. Dies ist insbesondere der Fall, wenn die dadurch generierte Nachfrage nach Vorleistungen, Investitions- und Konsumgütern mit den regional vorhandenen Produktionskapazitäten nicht mehr befriedigt werden kann. Als Folge davon ist eine Erhöhung der Anzahl regional tätiger Firmen zu erwarten.

Wichtige qualitative Effekte

Schliesslich führen Firmenansiedlungen zu einer *qualitativen* Marktausdehnung, falls Agglomerationsvorteile entstehen und somit die Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit einer Region verbessert werden können. Bei der Erklärung der Mechanismen, die zu Agglomerationsvorteilen führen, wird in der Literatur zwischen *exogenen* und *endogenen Wachstumsfaktoren* unterschieden.² Ansiedlungen von international tätigen Firmen sind ein klassisches Beispiel exogener Faktoren, welche die ökonomische Entwicklung einer Region primär via *Knowledge Spillovers* – d.h. positive externe Effekte im Wissens- bzw. Technologiebereich – beeinflussen können. Dabei entstehen regionale Produktivitätserhöhungen, etwa dank Imitation: Durch informelle Kontakte können lokale Firmen von Produkten, Technologien, Organisationsformen oder Produktionsprozessen der sich ansiedelnden Firma lernen und somit die eigene Produktivität verbessern. Die Produktivität kann auch aufgrund der Mobilität der Arbeitnehmenden erhöht werden. Die regionale Wissensdiffusion wird begünstigt, wenn hochqualifizierte Arbeitnehmende die international tätige Firma verlassen, um selbstständig zu werden oder für eine lokale Firma zu arbeiten. Voraussetzung dafür sind eine ho-

he Produktivität und Innovationskraft der sich aus dem Ausland ansiedelnden Firma.

Die Entstehung von Agglomerationsvorteilen durch Ansiedlung eines international tätigen Unternehmens hängt allerdings auch massgeblich von der Möglichkeit und der Fähigkeit der Ansiedlungsregion ab, davon zu profitieren.³ Entscheidend sind dabei sowohl die Einbindung des angesiedelten Unternehmens in die regionale Wirtschaft als auch die in der Region verfügbaren endogenen Entwicklungsfaktoren. Zu den klassischen endogenen Faktoren zählen unter anderem das regionale Unternehmertum sowie die Förderung der Kooperation zwischen lokalen KMU durch die sozialen, institutionellen und politischen Rahmenbedingungen. Da Wissens- und Informationsaustausch zwischen Unternehmen ein gewisses Mass an sozialer Interaktion erfordern, betonen viele Erklärungsansätze die Relevanz von geografischer Nähe zwischen den regionalen Akteuren für die Entstehung von *Knowledge Spillovers*.⁴ Andere Ansätze⁵ arbeiten dagegen mit einem mehrdimensionalen Begriff der Nähe, indem zwischen kognitiver, organisatorischer, gesellschaftlicher, institutioneller und geografischer Nähe unterschieden wird. Die geografische Nähe spielt dabei eine wesentliche Rolle, ist alleine aber weder eine notwendige noch eine hinreichende Bedingung für Innovation und Wissensdiffusion. Vielmehr können die einzelnen Dimensionen sich gegenseitig unterstützen oder – zumindest teilweise – ersetzen.

Wertschöpfungsmodell

Die Wirtschaftsförderung des Kantons Bern hat kürzlich ein 2008 angesiedeltes Informatikunternehmen porträtiert, das Ende 2011 bereits eine Filiale in der Region Zürich gegründet hat. In den meisten Fällen sind die überregionalen Effekte von Ansiedlungen allerdings weniger offensichtlich, und in Studien wurden sie bisher kaum betrachtet. Die Studie der Hochschule Luzern untersucht nun die Wertschöpfung, welche jährlich durch Firmenansiedlungen aus dem Ausland generiert wird, exemplarisch mit Fallstudien für vier konkrete Ansiedlungen mit einem eigens dafür entwickelten Modell. Die Modellfunktionalitäten erlauben unter anderem die gesonderte Ermittlung:

- der direkten, indirekten und induzierten Wertschöpfung auf drei Wertschöpfungsstufen;
- der regionalen Verteilung dieser Effekte in bis zu sechs unterschiedlichen Kantonen;
- der Bruttowertschöpfung, der Anzahl Vollzeitäquivalente, der Einkommens- und Steuereffekte sowie der Effekte im Bereich der Sozialleistungen.

Tabelle 1

Fallstudie 4 – ausserkantonaler Anteil der Ansiedlungseffekte (alle Szenarien)

Bruttowertschöpfung	11%–20%
VZÄ	12%–21%
Einkommen	19%–26%

Quelle: Delbiaggio, Egli / Die Volkswirtschaft

Nicht berücksichtigt werden allfällige Verlagerungseffekte, Externalitäten oder Zusatzkosten sowie qualitative oder quantitative Marktausdehnungseffekte.

Das Modell arbeitet mit zwei Gruppen von Variablen. Die erste Gruppe enthält firmenspezifische Daten (Erfolgs- und Investitionsrechnung, regionale Verflechtung), welche die analysierten Firmen zur Verfügung gestellt haben. Die zweite Gruppe enthält alle anderen Daten, die zur Ermittlung der Wertschöpfungseffekte notwendig sind. Diese Daten basieren auf Sekundärstatistiken. Bei unsicherer Datenlage werden Sensitivitätsanalysen mit den Szenarien «Hoch», «Standard» und «Tief» durchgeführt, um die Robustheit der Resultate zu testen. Die Modellresultate werden dementsprechend als Bandbreiten angegeben.

Fallstudien

Die erste Fallstudie untersucht die Wertschöpfungseffekte einer mittelgrossen Produktions- und Vertriebsfirma im Bereich Elektrotechnik aus der Zentralschweiz. Bei der zweiten Fallstudie handelt es sich um eine kleine Vertriebsfirma, die sich erst vor kurzem in der Nordwestschweiz angesiedelt hat und sich noch im Aufbau befindet. Die dritte Fallstudie ist ein Rohstoffhandelsunternehmen, das sich in der Ostschweiz angesiedelt hat.

Die vierte Fallstudie, welche im Folgenden genauer vorgestellt wird, analysiert die Ansiedlungseffekte einer Firma, welche im Jahr 2007 gegründet wurde. Sie ist die technische Entwicklungsabteilung im Bereich von Herstellungstechniken in der Druckindustrie (Abteilung 72 gemäss Noga-Klassifizierung) eines ausländischen Konzerns.

Im Jahr 2010 zählte die Firma 44 Vollzeitäquivalente. Die Modellrechnungen ergeben jedoch, dass die gesamte Beschäftigungswirkung zwischen 71 und 81 Vollzeitäquivalenten liegt, falls neben den direkten auch die indirekten und induzierten Effekte mitberücksichtigt werden. Jede Vollzeitstelle, welche durch die Ansiedlung geschaffen wird, führt somit durch die direkten und induzierten Effekte zur Entstehung von weiteren 0,61 bis 0,84 Vollzeitstellen. Dabei liegt der Anteil der direkten Effekte über alle Szenarien hinweg zwischen 54% und 62%, während die indirekten und induzierten Effekte für die restliche Beschäftigungswirkung verantwortlich sind (siehe *Grafik 1*).

Deutliche Wirkungen ausserhalb des Standortkantons

Bei Firmenansiedlungen ist neben den Gesamteffekten auch die regionale Aufteilung von Interesse. Wie aus *Tabelle 1* ersichtlich wird, variiert bei dieser Fallstudie der Anteil der Ef-

fekte, die nicht im Ansiedlungskanton anfallen, je nach betrachteter Kennzahl und Szenario zwischen 11% und 26%.

Über alle vier Fallbeispiele und drei Szenarien hinweg ist die kantonale Aufteilung der Ansiedlungseffekte sehr unterschiedlich. In allen Fällen ist der Effekt im Heimatkanton erwartungsgemäss dominant. Im Szenario «Standard» der Fallstudie 4 fliesst beispielsweise mehr als ein Fünftel des generierten Einkommens in die Nicht-Ansiedlungskantone (siehe *Grafik 2*). In den anderen Fallstudien können sogar insgesamt bis zu 50% der Ansiedlungseffekte ausserhalb des Standortkantons anfallen.

Grundsätzlich gilt: Je stärker die Verflechtung der sich ansiedelnden Firma mit der Schweizer Wirtschaft ist und je weniger regional konzentriert die Belegschaft wohnt, umso höher ist die regionale Verteilung der Ansiedlungseffekte. Weiter hängt die kantonale Aufteilung der Wertschöpfungseffekte stark von der Firmengrösse, der Branche sowie vom Vorleistungs- und Investitionsanteil aus dem Ausland ab.

Heterogene Resultate

Über alle vier Fallstudien und drei Szenarien hinweg liegen die Multiplikatoren für die Bruttowertschöpfung, die Beschäftigungswirkung und das Einkommen zwischen 1,01 und 1,88. Im besten Fall (Fallstudie 1) kommt es beinahe zu einer Verdopplung des direkt von der angesiedelten Firma geschaffenen Effektes. Im Fall der sich im Aufbau befindenden Firma (Fallstudie 2) ist die zusätzliche Wirkung hingegen minim.

Diese Heterogenität sowie die geringe Anzahl untersuchter Ansiedlungen lässt eine Verallgemeinerung der Fallstudienresultate nicht zu. Weiter wäre interessant zu verfolgen, wie sich diese Firmen über die Zeit entwickeln. Neben dem Wachstumspfad (gemessen am Umsatz oder an der Anzahl Vollzeitäquivalente) wäre auch die zeitliche Veränderung der regionalen Vernetzung von Interesse. Dennoch liefern die Ergebnisse der vier Fallstudien erste quantitative Hinweise zur kantonalen und ausserkantonalen Bedeutung der Anstrengungen von Bund und Kantonen, ausländische Firmen in der Schweiz anzusiedeln.

Fazit

2011 wurden gemäss einer Zusammenstellung der Volkswirtschaftsdirektorenkonferenz (VDK) in der Schweiz 391 Unternehmen angesiedelt, die 2059 Arbeitsplätze schufen. In den Vorjahren lagen diese Werte ungefähr auf demselben Niveau beziehungsweise leicht höher. Bei diesen Zahlen schwingt jedoch immer eine gewisse statistische Unschärfe mit. Denn diese

2 Vgl. Capello (2007).

3 Vgl. Castellani und Zanfrei (2006).

4 Vgl. Capello (2007).

5 Vgl. z.B. Boschma (2005).

Kasten 2

Literaturhinweise

- Delbiaggio, K. & Egli, H., Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR der Hochschule Luzern (2012): Studie zu den kantonalen und ausserkantonalen Auswirkungen von Firmenansiedlungen. Schlussbericht zuhanden des Staatssekretariats für Wirtschaft SECO.
- Boschma, Ron A. (2005): Proximity and Innovation: A Critical Assessment. *Regional Studies*, 39(1), S. 61-74.
- Botschaft über die Standortförderung 2012–2015 vom 23. Februar 2011 (11.019).
- Capello, R. (2007): *Regional Economics*. New York: Routledge.
- Castellani, D. & Zanfrei, A. (2006): *Multinational Firms, Innovation and Productivity*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Wirtschaftsförderung Kanton Bern. *berne-capitalarea* (2012): Durch Kommunikation das Leben bereichern: Huawei Technologies Switzerland AG in Köniz, S. 12–13.
- World Economic Forum (2012): *Global Competitiveness Report*. www.weforum.org/issues/global-competitiveness.

Zählung erfasst Ansiedlungen bisher nicht immer nach einheitlichen Kriterien und zählt meist nur Projekte, welche die kantonalen Wirtschaftsförderstellen massgeblich selbst betreut haben.

Wie die vorliegende Studie zeigt, ist der Gesamteffekt einer Firmenansiedlung in der Regel aber deutlich höher als der unmittelbare wirtschaftliche Impuls, welcher meist nur mit den (im Ansiedlungsjahr) geschaffenen Arbeitsplätzen ausgewiesen wird. Weiter weisen die Resultate der Studie darauf hin, dass die quantitativen Wertschöpfungseffekte einer Ansiedlung ausserhalb des Standortkantons bedeutend sein können.

Die einzelnen Kantone und Regionen in der Schweiz bleiben trotzdem immer auch Konkurrenten, wenn es um eine konkrete Ansiedlung geht. Das ist grundsätzlich durchaus begrüssenswert. Denn der interne Standortwettbewerb trägt letztlich zu den attraktiven Rahmenbedingungen bei, welche die Schweiz international als Unternehmensstandort konkurrenzfähig machen. Auf der anderen Seite liegt die Herausforderung für die nationale

Standortpromotion aber darin, bei der Bearbeitung vor allem der fernen Märkte die Kräfte zu bündeln und beispielsweise einen möglichst einheitlichen Auftritt der Schweiz sicherzustellen. Auch geht es darum, gezielt ausländische Firmen mit überdurchschnittlicher Innovationskraft und Produktivität zu identifizieren und die Koordination aller an der Standortpromotion beteiligten Akteure im Inland weiter zu stärken.

Mit den neuen Leistungsvereinbarungen, welche die Kantone und der Bund für 2012–2015 mit der Osec abgeschlossen haben, sind die Grundlagen für eine erfolgreiche Bewältigung solcher Herausforderungen gelegt. Aus einer übergeordneten volkswirtschaftlichen Sicht ist – besonders vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Frankenstärke – aber ebenso wichtig, dass die diversen Wirtschaftsförderstellen in enger Abstimmung mit der Politik neben der Ansiedlung neuer Firmen auch die Arbeitsplätze der bereits in der Schweiz verankerten, exportorientierten Firmen sichern helfen. ■

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE LUZERN

Wirtschaft

Entdeckungsfreudig?

Informieren Sie sich über unseren Executive MBA oder über Angebote in:

- Controlling & Accounting
- Finance & Banking
- Forensics
- Immobilienmanagement
- Kommunikation & Marketing
- Public Management & Economics
- Tourismus und Mobilität
- Unternehmensführung
- Wirtschaftsinformatik



QR-Code mit Reader-App lesen und gleich zur Website gelangen. Die Reader-App (z. B. i-nigma) gibt es in den App-Stores.

www.hslu.ch/weiterbildung-wirtschaft



FH Zentralschweiz