



Regierungsrat des Kantons Uri

Auszug aus dem Protokoll

22. September 2026

Nr. 2026-570 0.1.2 Parlamentarische Empfehlung Flavio Gisler, Schattdorf, zur Zusammenarbeit mit der Organisation «Greater Zurich Area»; Antwort des Regierungsrats

I. Ausgangslage

Am 10. Dezember 2025 reichten Landrat Flavio Gisler, Schattdorf, (Erstunterzeichner) und Landrat Kurt Gisler, Attinghausen, (Zweitunterzeichner) eine parlamentarische Empfehlung zur Zusammenarbeit mit der Organisation «Greater Zurich Area» ein.

Die parlamentarische Empfehlung anerkennt die internationale Vernetzung und die Bedeutung der Greater Zurich Area (GZA) für Unternehmensansiedlungen, hält jedoch fest, dass der konkrete Nutzen für den Kanton Uri bislang nur teilweise sichtbar und nachvollziehbar sei. Mit der Mitgliedschaft des Kantons bei der GZA seien insbesondere eine stärkere internationale Vernetzung, eine höhere Sichtbarkeit im Standortmarketing sowie wirtschaftliche Impulse durch Unternehmensansiedlungen und die Schaffung von Arbeitsplätzen angestrebt worden. Im Vorstoss wird weiter ausgeführt, dass angesichts der angespannten Finanzlage des Kantons Uri der Nutzen staatlich finanzierter Leistungen und Mitgliedschaften verstärkt überprüft werden müsse.

Der Regierungsrat wird deshalb aufgefordert:

1. *Zusammen mit der Organisation «Greater Zurich Area» messbare Ziele festzulegen;*
2. *Die Wirkung zu überprüfen;*
3. *Und erste sichtbare Ziele innert drei Jahren zu erreichen und falls dies nicht der Fall ist, die Zusammenarbeit zu beenden.*

II. Antwort des Regierungsrats

1. Allgemeine Bemerkungen

Internationales Standortmarketing und Zusammenarbeit mit der Greater Zurich Area

Grundsätzlich stehen dem Kanton Uri in Bezug auf das internationale Standortmarketing drei Optionen offen: ein vollständiger Verzicht darauf, ein eigenständiger Marktauftritt oder die Zusammenarbeit mit regionalen und nationalen Partnern.

Ein vollständiger Verzicht auf internationales Standortmarketing erachtet der Regierungsrat als nicht zielführend. Der internationale Standortwettbewerb wird zunehmend professionell geführt. Internationale Unternehmen können die Vielzahl möglicher Standorte nicht umfassend selbst beurteilen und greifen deshalb bei Standortentscheiden auf professionelle Standortförderungs- und Vermarktungsorganisationen zurück. Für die Schweiz genügt dabei ein Vergleich harter Kennzahlen wie Steuersätze, Lohn- und Betriebskosten nicht. In einer solchen Gegenüberstellung schneidet sie als Hochlohnland selten am besten ab. Ihre eigentlichen Stärken liegen in Faktoren, die nicht auf einen Blick ersichtlich sind und erklärt werden müssen, etwa Rechtssicherheit, Verfügbarkeit von Fachkräften, Innovationsumfeld und Lebensqualität. Das gilt für den Kanton Uri in besonderem Masse. Seine Standortvorteile wie verfügbare Flächen, Erreichbarkeit und industrielles Umfeld müssen international vermittelt werden. Eine aktive Vermittlung dieser Standortvorteile ist deshalb eine wichtige Voraussetzung dafür, dass Uri bei internationalen Standortsuchen berücksichtigt wird. Gerade mit Blick auf die Entwicklungen der Werkmatt Uri ist es wichtig, den Wirtschaftsstandort Uri international zu positionieren.

Ein eigenständiger Auftritt würde bedeuten, dass der Kanton Uri unter eigenem Namen und auf eigene Rechnung international auftritt und die dafür nötigen Kontakte und Vermarktungsleistungen selbst aufbaut und finanziert. Diesen Weg hat der Kanton Uri in der Vergangenheit in verschiedenen Formen bereits erprobt. So führten Mitarbeitende der Standortförderung persönliche Ansiedlungsgespräche direkt im Ausland. Vor dem Beitritt zur GZA vermarktete zudem eine extern mandatierte Einzelperson den Wirtschaftsstandort Uri, im Wesentlichen auf dem deutschen Markt und zu jährlichen Kosten von 70'000 Franken. Gemeinsam war diesen Ansätzen, dass der Kanton Uri international als einzelner Kleinkanton auftrat und die Aufmerksamkeit internationaler Unternehmen und Standortberater jedes Mal neu erarbeiten musste. Aufwand und Ertrag standen dabei in keinem guten Verhältnis.

Die internationale Standortpromotion wird in der Schweiz als gemeinsame Aufgabe von Bund, Regionen und Kantonen wahrgenommen. Während der Bund über Switzerland Global Enterprise (S-GE) die internationale Vermarktung des Wirtschaftsstandorts Schweiz unterstützt, bündeln die Regionen ihre Kräfte in Organisationen wie der «Greater Geneva Bern Area», «Basel Area Business & Innovation» oder der GZA. Diese ergänzen die kantonalen Standortförderungen in der internationalen Marktbearbeitung, während die Betreuung von Unternehmen und Ansiedlungsprojekten weiterhin bei den Kantonen verbleibt. Für einen kleinen Kanton wie Uri stellt die Zusammenarbeit mit der GZA deshalb die zweckmässigste Lösung dar: Sie ermöglicht eine professionelle internationale Standortpromotion, ohne dass der Kanton Uri die dafür notwendigen Strukturen, Kontakte und Marktkenntnisse eigenständig aufbauen und finanzieren muss. Für rund 45'000 Franken wird Uri dadurch in internationale Auswahlprozesse einbezogen, zu denen der Kanton im Alleingang nur mit erheblichem Aufwand Zugang hätte. Der Kanton Uri wird dabei neben Europa auch in weiteren Zielmärkten wie den USA und China positioniert.

Leistungen und wirtschaftlicher Gegenwert

Der jährliche finanzielle Beitrag des Kantons Uri an die internationale Standortpromotion der GZA beträgt insgesamt 51'006 Franken. Davon entfallen 5'504 Franken auf die nationale Standortpromotion durch Switzerland Global Enterprise (S-GE), während der eigentliche Mitglieder-

beitrag an die GZA 45'502 Franken beträgt. Die Höhe des Beitrags richtet sich nach der Einwohnerzahl des Kantons.

Dem Mitgliederbeitrag steht ein breites Leistungsangebot der GZA gegenüber. Im Bereich Kommunikation und Standortmarketing umfasst dieses insbesondere folgende Leistungen:

- Professionelle internationale Positionierung des Wirtschaftsstandorts Uri: Die GZA entwickelt und veröffentlicht laufend Inhalte, die die Standortvorteile der Region und ihrer Mitgliedskantone einer internationalen Zielgruppe näherbringen. Für den Kanton Uri wurden in den Jahren 2025 und 2026 unter anderem Beiträge zum «AlpineTech»-Standort, zum Alpine Drone Consortium als europäischer Teststandort für Drohnentechnologien, zur Werkmatt Uri sowie zu den Standortvorteilen des Kantons für internationale Unternehmen publiziert.
- Nutzung etablierter Kommunikations- und Vermarktungskanäle: Über digitale Plattformen, Newsletter und weitere Kommunikationsformate werden die Standortangebote und -vorteile des Kantons mehreren zehntausend Kontakten aus Wirtschaft, Investierendenkreisen und Standortberatung international zugänglich gemacht. Ende 2025 umfassten diese Kanäle unter anderem rund 34'000 LinkedIn-Follower, knapp 13'000 Newsletter-Abonnierende sowie mehr als 200'000 Besuchende der GZA-Website. Diese Kommunikationskanäle werden durch ein fünfköpfiges Team im Bereich Marketing und Kommunikation laufend weiterentwickelt und mit standortspezifischen Inhalten bewirtschaftet. Dadurch wird der Wirtschaftsstandort Uri mit seinen Entwicklungsarealen und weiteren Standortangeboten als Teil des GZA-Wirtschaftsraums gezielt in relevanten Auslandsmärkten positioniert und vermarktet.
- Präsenz in strategisch relevanten Auslandsmärkten: Im Jahr 2025 organisierte die GZA 18 eigene Veranstaltungen und nahm an 38 Partneranlässen sowie an internationalen Technologie-, Innovations- und Investierendenveranstaltungen teil, beispielsweise an Roadshows in chinesischen Wirtschaftszentren. Im Rahmen dieser Aktivitäten wird auch der Wirtschaftsstandort Uri potenziellen Unternehmen, Investierenden und Standortberatenden als möglicher Ansiedlungs- und Investitionsstandort präsentiert.

Müsste der Kanton Uri vergleichbare Kommunikations- und Standortmarketingleistungen am Markt einkaufen, wäre nach Einschätzung einer Urner Marketingagentur mit Kosten von jährlich rund 90'000 bis 130'000 Franken zu rechnen, was beträchtlich über dem jährlichen Mitgliederbeitrag des Kantons Uri an die GZA liegen würde.

Über die Leistungen im Bereich Kommunikation und Standortmarketing hinaus profitiert der Kanton Uri von einer internationalen Marktorganisation mit insgesamt 14 Mitarbeitenden, die die Zielmärkte USA und China direkt vor Ort und den europäischen Markt von der Schweiz aus betreuen. Die GZA steht so jährlich mit rund 800 Unternehmen im Austausch. Im Jahr 2025 entstanden daraus 134 konkrete Ansiedlungsprojekte (Leads), für die sich interessierte Mitgliedskantone als mögliche Standorte positionieren konnten. Im Wirtschaftsraum der GZA wurden im selben Jahr insgesamt 98 internationale Unternehmensansiedlungen registriert. Eine Erhebung des Beratungsunternehmens EY weist für den Kanton Uri zwischen 2018 und 2025 insgesamt 22

internationale Unternehmensansiedlungen aus, die durch die Standortförderung Uri und die GZA unterstützt wurden.

Die Mitgliedschaft ermöglicht dem Kanton Uri, auf über Jahre aufgebaute Strukturen, Netzwerke und spezialisierte Fachkräfte zurückzugreifen. Die Kosten für diese Strukturen und Ressourcen werden dabei von den Mitgliedskantonen gemeinsam getragen.

Beurteilung der bisherigen Zusammenarbeit und ihres Nutzens

Der Regierungsrat beurteilt die bisherige Zusammenarbeit mit der GZA als positiv, auch wenn mehr Unternehmensansiedlungen aus seiner Sicht wünschenswert wären. Er teilt dabei das Anliegen der Unterzeichnenden, die Wirkung der Zusammenarbeit mit der GZA regelmässig zu überprüfen und den Mitteleinsatz kritisch zu hinterfragen. Er tut dies bereits heute im Rahmen einer Gesamtbeurteilung für die alle vier Jahre erfolgende Erneuerung der Mitgliedschaft. Der nächste Erneuerungsentscheid steht für die Periode ab 2028 an.

Der Regierungsrat ist jedoch auch der Auffassung, dass sich der Nutzen der Mitgliedschaft nicht ausschliesslich anhand von Unternehmensansiedlungen im Kanton Uri beurteilen lässt. Uri ist wirtschaftlich eng mit den umliegenden Kantonen und dem gesamten GZA-Wirtschaftsraum verflochten und profitiert davon, Teil einer starken Wirtschaftsregion zu sein. Ansiedlungen technologie- und wissensintensiver Unternehmen schaffen zusätzliche Wertschöpfung, stärken Zuliefer- und Dienstleistungsunternehmen und erhöhen die wirtschaftliche Attraktivität der gesamten Region. Für Urner Unternehmen ergeben sich dadurch zusätzliche Geschäfts- und Kooperationsmöglichkeiten. Gleichzeitig entstehen ausserhalb des Kantons attraktive Arbeitsplätze in Pendeldistanz, die auch Urnerinnen und Urnern offenstehen. Die wirtschaftlichen Wirkungen internationaler Standortpromotion reichen damit über Kantonsgrenzen hinaus und lassen sich nicht allein anhand der Zahl der Ansiedlungen im jeweiligen Mitgliedskanton beurteilen.

2. Zu den Forderungen

Gemeinsame Festlegung von messbaren Zielen zusammen mit der Organisation «Greater Zurich Area»

Die GZA ist die gemeinsame Standortpromotionsorganisation ihrer Mitgliedskantone. Sie vermarktet den gemeinsamen und zusammenhängenden Wirtschafts- und Metropolitanraum und verfolgt dabei einen regionalen Ansatz. Leistungsvereinbarungen mit individuellen Zielsetzungen zwischen einzelnen Mitgliedskantonen und der GZA bestehen deshalb nicht. Dies würde den regionalen Ansatz der Organisation schwächen und die koordinierte internationale Marktbearbeitung erheblich erschweren. Die GZA müsste gleichzeitig unterschiedliche kantonale Zielvorgaben verfolgen. Dadurch bestünde die Gefahr, dass die Interessen bevölkerungsreicher Mitgliedskantone mit entsprechend höheren Mitgliederbeiträgen stärker gewichtet würden und kleinere Kantone an Bedeutung verlören. Leistungsvereinbarungen mit individuellen kantonalen Zielsetzungen sind deshalb nicht im Sinne und Interesse des Kantons Uri.

Überprüfung der Wirkung

Die Mitgliedschaft ist auf vier Jahre befristet. Der Regierungsrat entscheidet damit periodisch neu über die Fortführung. Ergänzend erfolgt ein regelmässiger Austausch zwischen den Mitgliedskantonen und der GZA über deren strategische Ausrichtung, die Organisation und die laufenden Aktivitäten. Vor dem Entscheid über eine Erneuerung ab 2028 wird der Regierungsrat Aufwand und Nutzen der Zusammenarbeit für den Kanton Uri gesamthaft beurteilen.

Erreichen erster sichtbarer Ziele innert drei Jahren und, falls dies nicht der Fall ist, Beendigung der Zusammenarbeit

Der Regierungsrat erachtet die Festlegung kantonaler Zielgrössen aus den bereits erwähnten Gründen als nicht zweckmässig. Wie oben ausgeführt, verfolgt die GZA einen regionalen Ansatz und arbeitet nicht auf der Grundlage von Leistungsvereinbarungen mit individuellen kantonalen Zielsetzungen.

Die aktuelle Mitgliedschaft des Kantons Uri bei der GZA ist bis Ende 2027 befristet. Vor einem Entscheid über eine Erneuerung der Mitgliedschaft für weitere vier Jahre ab 2028 wird der Regierungsrat Aufwand und Nutzen der Zusammenarbeit für den Kanton Uri erneut gesamthaft beurteilen und gestützt darauf über eine Weiterführung entscheiden.

III. Empfehlung des Regierungsrats

Der Regierungsrat teilt das Anliegen der Unterzeichnenden, den Nutzen und die Leistungen von Mitgliedschaften kritisch zu beurteilen. Er kommt jedoch zum Schluss, dass sich die Zusammenarbeit mit der Greater Zurich Area bewährt hat. Für einen jährlichen Beitrag von rund 45'000 Franken profitiert der Kanton Uri von einer internationalen Standortpromotion und Marktbearbeitung, die er weder selbst aufbauen noch zu diesen Kosten einkaufen könnte. Weder ein gänzlicher Verzicht auf internationales Standortmarketing noch ein eigenständiger internationaler Marktauftritt stellen für den Kanton Uri zweckmässige Alternativen dar. Die Bündelung der Kräfte mit einem regionalen Standortpromotionspartner ist für einen kleinen Kanton der zielführende Weg.

Der Regierungsrat empfiehlt dem Landrat, die parlamentarische Empfehlung nicht zu überweisen.

Mitteilung an akkreditierte Rathausmedien; Mitglieder des Landrats; LA Standeskanzlei; FD Amt für Finanzen; VD Amt für Wirtschaft und öffentlichen Verkehr; VD Direktionssekretariat

Im Auftrag des Regierungsrats
Standeskanzlei Uri
Der Kanzleidirektor



Beilage

LA.2025-0941 II. Text der Parlamentarischen Empfehlung