

**Universität
Basel**

Wirtschaftswissenschaftliche
Fakultät

Center for International Economics
and Business (CIEB)

Stimmungsbarometer Arbeitgeberverband Basel Ergebnisse der Befragung 2019

Projektbearbeitung: Dr. Christian Rutzer¹
Basel, 15. Mai 2019

¹Center for International Economics and Business (CIEB), Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Basel, Peter Merian-Weg 6, CH-4002 Basel, Schweiz. E-Mail: christian.rutzer@unibas.ch. Der Autor bedankt sich bei Prof. Dr. Rolf Weder für die wissenschaftliche Begleitung und bei Matthias Niggli sowie Riccardo Bentele für das Korrekturlesen.

Inhaltsverzeichnis

1	Management Summary	IV
2	Einleitung	1
3	Struktur der befragten Unternehmen	2
3.1	Standort, Branchen und Grösse der Unternehmen	2
3.2	Bedeutung des Auslands	4
4	Wirtschaftliche Lage und Marktumfeld der Unternehmen	6
4.1	Entwicklung der Unternehmen	6
4.2	Zukünftige Unsicherheiten im Marktumfeld	8
5	Unternehmensorganisation und - strategie	11
5.1	Personalmanagement	11
5.2	Unternehmensstrategie	13
6	Wirtschaftspolitik	15
6.1	Standortfaktoren	15
6.2	Inputfaktoren	17
6.3	Aktuelle politische Entwicklungen	19
7	Mitgliederzufriedenheit	22
	Anhang A Fragebogen	25

Abbildungsverzeichnis

1	Verteilung der Unternehmen nach Standort	2
2	Verteilung der Unternehmen nach Branchen	3
3	Verteilung der Unternehmen nach Zahl der Beschäftigten	3
4	Umsätze im Ausland	4
5	Grenzgänger und Vorleistungen aus dem Ausland	5
6	Entwicklung der Beschäftigung und des Gewinns im Jahr 2018	7
7	Erwartete Entwicklung der Beschäftigung und der Geschäftslage im Jahr 2019	8
8	Zukünftige Unsicherheiten	8
9	Massnahmen des Personalmanagements	12
10	Standortverlagerungen	14
11	Bedeutung von Standortfaktoren	15
12	Bedeutung von Inputfaktoren	18
13	Aktuelle politische Entwicklungen	19
14	„Eltern“- bzw. „Vaterschaftsurlaub“	20
15	Mehrwert einer Mitgliedschaft im Arbeitgeberverband Basel	22
16	Angebote des Arbeitgeberverbands Basel	23

Tabellenverzeichnis

1	Ausländische Verflechtungen	5
2	Entwicklung der Beschäftigung nach Branchen im Jahr 2018	7
3	Mögliche Disruptionen aufgrund der digitalen Transformation	9
4	Chancen aufgrund der Digitalisierung	10
5	Risiken aufgrund der Digitalisierung	10
6	Massnahmen des Personalmanagements differenziert nach Branchen	12
7	Anpassungen der Produktionsprozesse differenziert nach Branchen	13
8	Mögliche Gründe für Verlagerungen	14
9	Qualität wichtiger Standortfaktoren differenziert nach Kantonen	16
10	Von den Unternehmen genannte, weitere zentrale Standortfaktoren	17
11	Inputfaktoren differenziert nach Branchen	18
12	Aktuelle politische Entwicklungen differenziert nach ausländischen Umsätzen	20
13	Weitere wichtige wirtschaftspolitische Themen	20
14	Mehrwert der Mitgliedschaft differenziert nach Branchen	22
15	Kommentare der Unternehmen zum Angebot des Arbeitgeberverbands Basel	24

1 Management Summary

Struktur der Unternehmen 162 Unternehmen füllten den Fragebogen aus. Die meisten Unternehmen haben Ihren Standort in Basel Stadt, gefolgt von Basel Land. Der grösste Teil entfällt auf die Bereiche Sonstige Dienstleistungen, Baugewerbe, Energie- und Wasserwirtschaft sowie Gross- und Einzelhandel. Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten beträgt 67 Mitarbeiter (in VZÄ). Nur ein geringer Teil der Unternehmen exportiert oder bezieht ausländische Vorleistungen. Jedoch beschäftigen mehr als die Hälfte Grenzgänger.

Wirtschaftliche Entwicklung und Marktumfeld der Unternehmen Im Jahr 2018 erhöhten 28.4% der befragten Unternehmen die Zahl der Beschäftigten, 54.9% liess diese unverändert und 16.7% verringerten die Zahl. Die Erwartungen für 2019 sind etwas positiver: 31% planen die Beschäftigung zu erhöhen, 62% unverändert zu belassen und nur 7% zu verringern. Die Einschätzung der Entwicklung der Geschäftslage für das Jahr 2019 ist dagegen etwas negativer. Zudem sehen die Unternehmen hohe Unsicherheiten in Veränderungen des Marktumfeldes aufgrund neuer oder bestehender Konkurrenten. Die grössten Chancen im Zuge der Digitalisierung sehen Unternehmen in Effizienzsteigerungen und besserer Kundenakquise bzw. -beziehungen; die grössten Gefahren in der Datensicherheit, hohen IT-Kosten und mangelnden Qualifikation der Mitarbeiter.

Personalmanagement und Unternehmensstrategie Den höchsten Stellenwert im Personalmanagement messen Unternehmen Weiterbildungen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels bei. Ebenfalls einen hohen Stellenwert haben Mitsprachemöglichkeiten von Mitarbeitenden, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Massnahmen für Mitarbeiter über 50 Jahre. Zudem haben Prozessinnovationen eine vergleichsweise grosse Bedeutung für den Erfolg von Unternehmen. Des Weiteren plant mit 87.5% der überwiegende Teil der Unternehmen keine Verlagerung des Standorts.

Standortfaktoren und Wirtschaftspolitik Relevante Standortfaktoren sind die Höhe der Infrastrukturkosten, die Verfügbarkeit von Beschäftigten mit abgeschlossener Berufsausbildung und von Akademikern, eine flexible Ausgestaltung der Arbeitszeiterfassung, die Erreichbarkeit mit privaten Verkehrsmitteln, die Steuerbelastung und das E-Government. Dabei gibt es grosse kantonale Unterschiede hinsichtlich der Qualität. Bezüglich aktueller Politikthemen sind die Reform der Altersvorsorge und die Steuerreform/AHV-Zusatzversicherung am wichtigsten. Bezüglich Familienpolitik bevorzugen die Unternehmen einen „Elternurlaub“ statt einen „Vaterschaftsurlaub“. Dabei spricht sich eine klare Mehrheit für eine Finanzierung im Rahmen der Erwerbsersatzordnung (EO) aus.

Mitgliederzufriedenheit 54.3% der Unternehmen sehen in der Mitgliedschaft einen hohen oder sehr hohen Mehrwert. Die wichtigsten Angebote stellen die Ausgleichskasse und Familienausgleichskasse Arbeitgeber Basel (AK 40), die Öffentlichkeitsarbeit/das politische Lobbying und kurze Infoanlässe zu aktuellen Themen dar. Die Qualität der verschiedenen Angebote entspricht grösstenteils den Prioritäten der Unternehmen. Jedoch dürfte es insbesondere bei der Öffentlichkeitsarbeit/dem politischen Lobbying Verbesserungspotenziale geben.

2 Einleitung

Der Arbeitgeberverband Basel (AGV) verfolgt mit seiner Kommunikationsstrategie die Zielsetzung, den Verband in der Öffentlichkeit stärker zu positionieren und die Interessen seiner rund 2500 Mitglieder prägnanter zu vertreten. Vor diesem Hintergrund hat die Mitgliederbefragung zum Ziel, einen umfassenden Einblick in die aktuelle Situation der Mitgliedsunternehmen des AGV zu geben. Dabei soll erfasst werden, mit welchen wirtschaftspolitischen und unternehmensstrategischen Themen sich die Unternehmen gerade auseinandersetzen und was dabei ihre hauptsächlichen Sorgen und Wünsche sind. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sollen dem AGV eine zielgerichtete Interessenspolitik und eine Optimierung seiner Dienstleistungen ermöglichen. Des Weiteren sollen die Ergebnisse eine Grundlage für seine kommunikativen und politischen Massnahmen darstellen.

Vor diesem Hintergrund hat der AGV dem Center for International Economics and Business (CIEB) der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Basel den Auftrag gegeben, eine schriftliche Befragung seiner Mitgliedsunternehmen durchzuführen. Der vorliegende Bericht fasst die Ergebnisse der im Frühjahr 2019 durchgeführten Befragung zusammen. Im Vergleich zur letzten Befragung im Jahr 2017, die vom Institut für Unternehmensführung der Fachhochschule Nordwestschweiz durchgeführt wurde, sind die Fragen grundlegend überarbeitet worden. Deshalb sind Vergleiche im Zeitverlauf nur sehr eingeschränkt möglich.

Der Bericht gliedert sich in fünf Teilbereiche. Der erste Teil befasst sich mit der Struktur der befragten Unternehmen. Im zweiten Teil wird die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen beleuchtet und im dritten Teil werden verschiedene Fragen zu Unternehmensorganisation und -strategie ausgewertet. Im vierten Teil werden verschiedene wirtschaftspolitische Faktoren thematisiert und der fünfte Teil befasst sich mit der Zufriedenheit der Mitglieder mit dem Leistungsangebot des AGV.

3 Struktur der befragten Unternehmen

Es wurden alle 2500 Mitgliedsunternehmen des Arbeitgeberverbands Basel angeschrieben. Davon nahmen 162 Unternehmen an der Umfrage teil. Dies entspricht einem Anteil von 6.5%. Die Unternehmen hatten die Möglichkeit, den Fragebogen in Textform oder Online auszufüllen. Von den insgesamt 162 teilnehmenden Unternehmen füllten 116 den Fragebogen online aus, die restlichen 46 wählten die Papierform.

3.1 Standort, Branchen und Grösse der Unternehmen

Abbildung 1: Verteilung der Unternehmen nach Standort

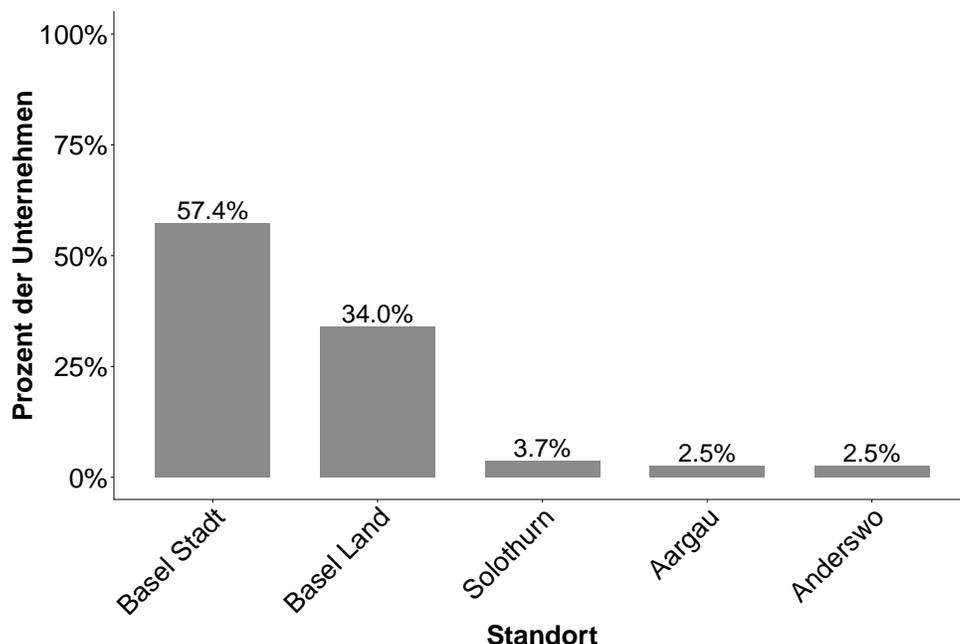
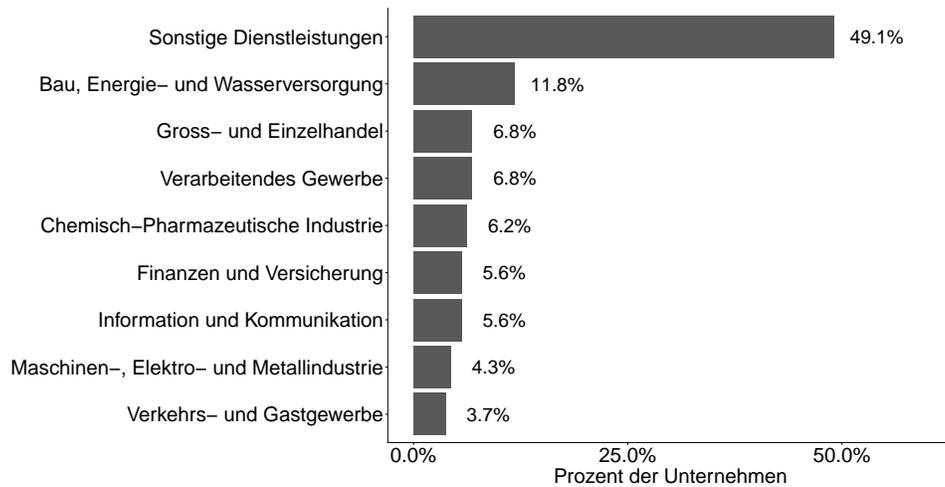


Abbildung 1 zeigt die geografische Verteilung der befragten Unternehmen. Aus Basel Stadt stammen 57.4% der Unternehmen, aus Basel Land 34%, aus dem Solothurn 3.7% und dem Aargau 2.5%. Werden die Unternehmen nach Branchen aufgeteilt (Abbildung 2), so entfallen knapp die Hälfte in den Bereich Sonstige Dienstleistungen (49.1%), wozu beispielsweise Treuhand- und Consultingunternehmen, Architekturbüros oder Werbeagenturen zählen. 11.8% der Unternehmen entfallen auf das Baugewerbe und die Energie- und Wasserversorgung, jeweils 6.8% auf den Gross- und Einzelhandel sowie das Verarbeitende Gewerbe. Unternehmen der Chemisch-Pharmazeutischen Industrie machen einen Anteil von 6.2% aus und auf den Bereich Finanzen und Versicherung sowie Information und Kommunikation entfallen jeweils 5.6% der befragten Unternehmen.

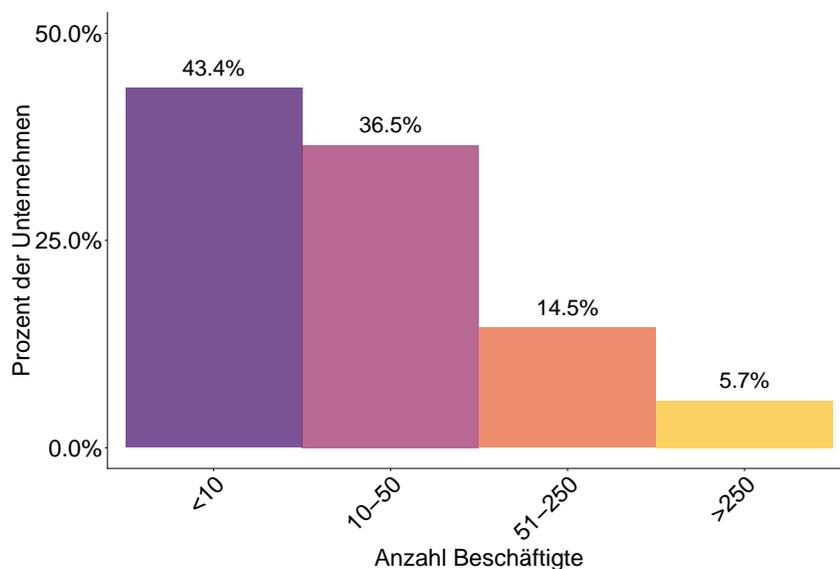
Kommen wir zur Beschäftigung. Im arithmetischen Mittel beschäftigen die Unternehmen 67 Mitarbeiter in Vollzeitäquivalenten. Diese Zahl wird jedoch durch einige wenige Grossunternehmen nach oben verzerrt. Betrachtet man stattdessen den Median der

Abbildung 2: Verteilung der Unternehmen nach Branchen



Beschäftigten, so liegt dieser bei 14. Der Unterschied zwischen arithmetischem Mittel und Median spiegelt sich auch in der Verteilung der Unternehmen nach Grössenklassen wieder. Wie Abbildung 3 zeigt, stellen Kleinunternehmen mit 43.4% den grössten Anteil dar, gefolgt von kleinen (36.5%) und mittleren Unternehmen (14.5%). Der Anteil grosser Unternehmen mit einer Beschäftigungszahl von mehr als 250 Mitarbeitern beträgt 5.7%.

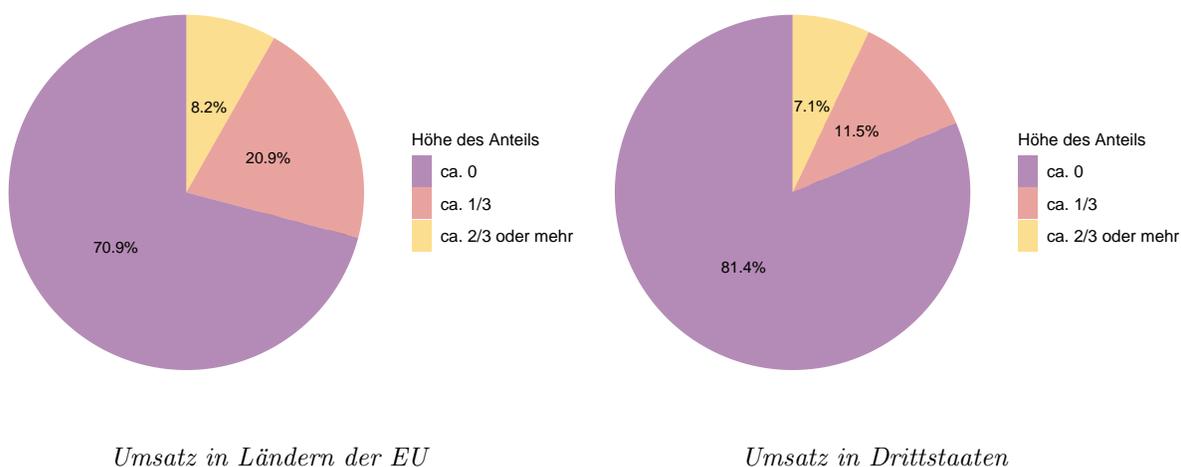
Abbildung 3: Verteilung der Unternehmen nach Zahl der Beschäftigten (in VZÄ)



3.2 Bedeutung des Auslands

Als nächstes analysieren wir die Struktur der Unternehmen hinsichtlich Verflechtungen mit dem Ausland. Wie Abbildung 4 zeigt, erwirtschafteten im Jahr 2018 29.1% der befragten Unternehmen einen signifikanten Anteil ihrer Umsätze im EU-Ausland (linkes Diagramm) und 18.6% in Drittstaaten (rechtes Diagramm). Dabei waren Doppelnennungen möglich. Diese Ergebnisse zeigen, dass von den befragten Unternehmen eher ein kleinerer Teil exportiert.

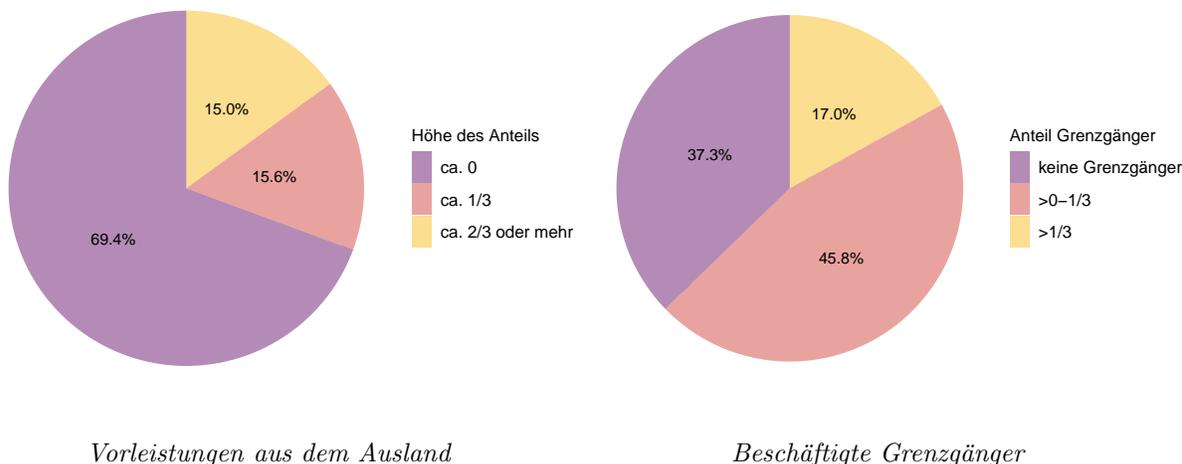
Abbildung 4: Verteilung der Unternehmen hinsichtlich des Anteils des Umsatzes im Ausland



Gleiches gilt auch für die Anzahl der Unternehmen, die einen grösseren Anteil ihrer Vorleistungen (wie beispielsweise Rohstoffe, Fertigungsteile oder Dienstleistungen) aus dem Ausland beziehen. Betrachtet man das linke Diagramm der Abbildung 5, so geben 69.4% der Unternehmen an, keine Vorleistungen aus dem Ausland zu beziehen, 15.6% beziehen ca. 1/3 ihrer Vorleistungen aus dem Ausland und bei 15% der Unternehmen stammen ca. 2/3 oder mehr der Vorleistungen aus dem Ausland. Ein anderes Bild zeigt sich bei der Zahl beschäftigter Grenzgänger. Wie das rechte Diagramm der Abbildung 5 zeigt, geben 37.3% der befragten Unternehmen an, keine Grenzgänger zu beschäftigen, 45.8% der Unternehmen haben einen Grenzgängeranteil von bis zu 1/3 und bei 17% der Unternehmen machen die Grenzgänger über 1/3 der Beschäftigten aus. Anders als bei den Umsätzen im Ausland beschäftigt somit die Mehrheit der Unternehmen Grenzgänger.

Bezüglich Verflechtungen mit dem Ausland gibt es jedoch grosse Unterschiede zwischen verschiedenen Branchen. Wie die dritte Spalte der Tabelle 1 zeigt, erwirtschafteten im Jahr 2018 90% der befragten Unternehmen der Chemisch-Pharmazeutischen Industrie Teile ihrer Umsätze im Ausland, gefolgt von Unternehmen der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie mit einem Anteil von 57%. Somit entstammen exportierende Unternehmen grösstenteils dem Industriesektor, einzige Ausnahme stellen Betriebe des Verkehrs-

Abbildung 5: Verteilung der Unternehmen hinsichtlich beschäftigter Grenzgänger und Vorleistungen aus dem Ausland



und Gastgewerbes dar, von denen 50% angeben, grössere Teile ihrer Umsätze im Ausland zu erwirtschaften.

Tabelle 1: Anteil der Unternehmen die exportieren, Vorleistungen aus dem Ausland beziehen und Grenzgänger beschäftigen, differenziert nach Branchen im Jahr 2018

Branche (1)	Sektor (2)	Export (3)	Ausl. Vorl. (4)	Grenzg. (5)
Chemisch-Pharmazeutische Industrie	Industrie	90%	70%	90%
Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie	Industrie	57%	86%	86%
Verkehrs- und Gastgewerbe	Dienstl.	50%	17%	83%
Verarbeitendes Gewerbe	Industrie	36%	64%	82%
Finanzen und Versicherung	Dienstl.	33%	11%	44%
Information und Kommunikation	Dienstl.	33%	22%	44%
Sonstige Dienstleistungen	Dienstl.	24%	15%	51%
Gross- und Einzelhandel	Dienstl.	18%	91%	64%
Bau, Energie- und Wasserversorgung	Industrie	11%	21%	58%

Ebenfalls grosse Unterschiede zwischen Branchen gibt es beim Bezug von ausländischen Vorleistungen (vierte Spalte der Tabelle 1). Fast alle befragten Gross- und Einzelhändler (91%) geben an, Vorleistungen aus dem Ausland zu beziehen. Aber auch 86% der Unternehmen der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie und 70% der Unternehmen der Chemisch-Pharmazeutischen Industrie beziehen Vorleistungen aus dem Ausland. Anders verhält es sich beispielsweise mit Finanz- und Versicherungsunternehmen. Dort geben nur

11% an, grössere Mengen ihrer Vorleistungen aus dem Ausland zu beziehen. Ein etwas homogeneres Bild zeigt sich bei der Beschäftigung von Grenzgängern (fünfte Spalte der Tabelle 1). Hier geben 90% der Chemisch-Pharmazeutischen Unternehmen an, Grenzgänger zu beschäftigen. Den niedrigsten Anteil weisen dagegen Unternehmen der Finanz- und Versicherungswirtschaft und der Informations- und Kommunikationsbranche auf. Aber auch in diesen Branchen beträgt der Anteil der Unternehmen immer noch jeweils 44%.

Insgesamt lässt sich aus den einzelnen Werten der Tabelle 1 ableiten, dass das *Ausland besonders für Unternehmen des Industriesektors von grosser Bedeutung ist* und weniger für Unternehmen des Dienstleistungssektors.

4 Wirtschaftliche Lage und Unsicherheiten im Marktumfeld der Unternehmen

Als nächstes gehen wir auf die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen und anschliessend auf mögliche Gefahren im Marktumfeld ein. Dabei zeigen wir zunächst die Entwicklung im vergangenen Jahr 2018 und die Erwartungen der Unternehmen für das Jahr 2019. Anschliessend beschäftigen wir uns mit zukünftigen Unsicherheiten im Marktumfeld.

4.1 Entwicklung der Unternehmen

Wie aus dem linken Schaubild der Abbildung 6 zu erkennen ist, erhöhten im Jahr 2018 28.4% der befragten Unternehmen die Zahl der Beschäftigten, 54.9% liessen die Zahl unverändert und 16.7% verringerten ihre Zahl der Beschäftigten. Im Vergleich zur Beschäftigung zeigt sich beim Gewinn eine stärkere Polarisierung. 39.7% der befragten Unternehmen geben an, dass ihr Gewinn 2018 gestiegen ist, bei 36.5% der befragten Unternehmen ist der Gewinn unverändert geblieben und bei 23.7% gesunken. Ähnliche Werte zeigen sich auch bei der Entwicklung der Umsätze im Jahr 2018, die wir hier jedoch nicht aufführen.

Betrachtet man die in Tabelle 2 dargelegte Entwicklung der Beschäftigung differenziert nach Branchen, so weisen insbesondere Unternehmen der Finanz- und Versicherungswirtschaft, der Informations- und Kommunikationsbranche und des Baugewerbes und der Energie- und Wasserversorgung eine positive Entwicklung der Beschäftigung auf. Sehr heterogen veränderte sich hingegen die Beschäftigung bei den befragten Unternehmen der Chemisch-Pharmazeutischen Industrie: 30% geben an, die Beschäftigung im Jahr 2018 erhöht zu haben und 50% geben an, diese verringert zu haben. Ein solch hoher Anteil an Unternehmen, die ihre Anzahl an Beschäftigten reduzierten, zeigt sich ansonsten nur noch für das Verkehrs- und Gastgewerbe. Gleichzeitig geben aber nur 17% der Unternehmen des Verkehrs- und Gastgewerbes an, ihre Zahl an Beschäftigten erhöht zu haben. Damit weist diese Branche den höchsten Anteil an Unternehmen ohne positiver Entwicklung der Beschäftigung auf.

Als Nächstes befassen wir uns mit der Einschätzung, wie sich die Lage im Jahr 2019 entwickeln wird. Wie Abbildung 7 zeigt, planen 31.1% der befragten Unternehmen ihre

Abbildung 6: Verteilung der Unternehmen hinsichtlich der Entwicklung der Beschäftigung und des Gewinns im Jahr 2018

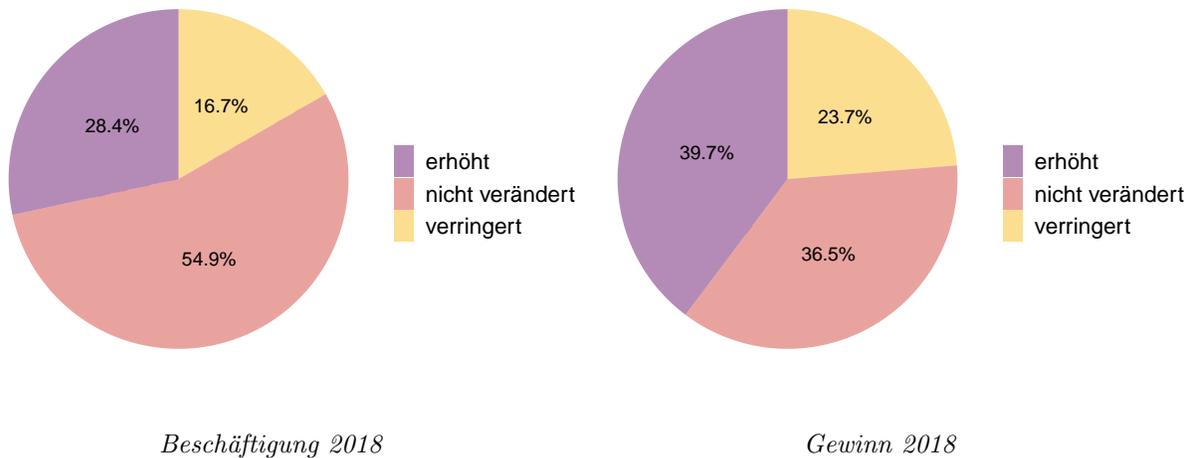
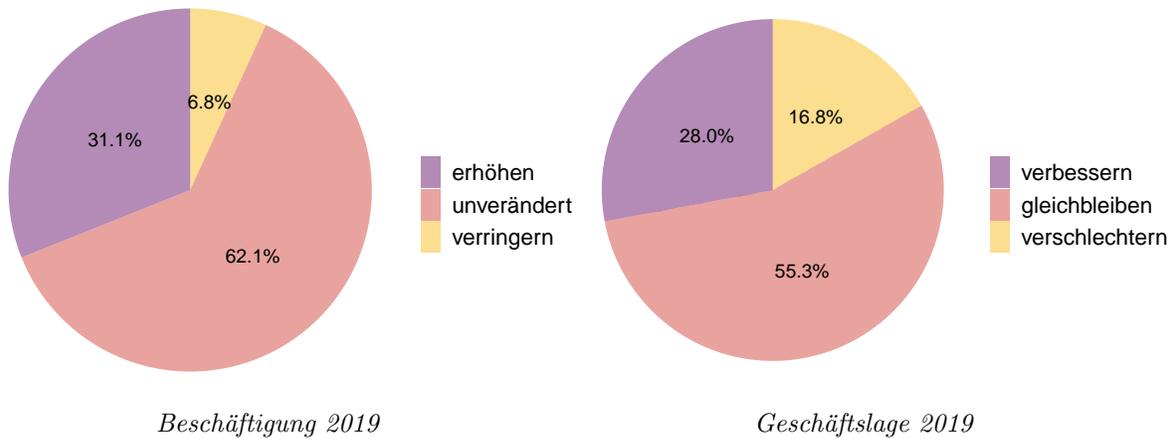


Tabelle 2: Entwicklung der Beschäftigung nach Branchen im Jahr 2018

Branche (1)	erhöht (2)	nicht verändert (3)	verringert (4)
Finanzen und Versicherung	44%	56%	0%
Bau, Energie- und Wasserversorgung	37%	53%	11%
Information und Kommunikation	33%	56%	11%
Chemisch-Pharmazeutische Industrie	30%	20%	50%
Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie	29%	57%	14%
Gross- und Einzelhandel	27%	64%	9%
Sonstige Dienstleistungen	25%	58%	16%
Verarbeitendes Gewerbe	18%	73%	9%
Verkehrs- und Gastgewerbe	17%	33%	50%

Beschäftigung zu erhöhen, 62.1% diese unverändert zu belassen und 6.8% diese zu verringern. Bezüglich der Geschäftslage erwarten 28% eine Verbesserung gegenüber dem Jahr 2018, 55.3% sehen keine Veränderung und 16.8% erwarten eine Verschlechterung. Vergleicht man die Entwicklung des Jahres 2018 mit der Einschätzung der Unternehmen für das Jahr 2019, so gehen die Unternehmen von einer etwas positiveren Entwicklung der Beschäftigung aus. Bezüglich der Veränderung des Gewinnes sind die Unternehmen hingegen etwas zurückhaltender. Im Vergleich zur Entwicklung im Jahr 2018 gehen weniger Unternehmen von steigenden und auch sinkenden Gewinnen aus, jedoch erwarten mehr Unternehmen gleichbleibende Gewinne.

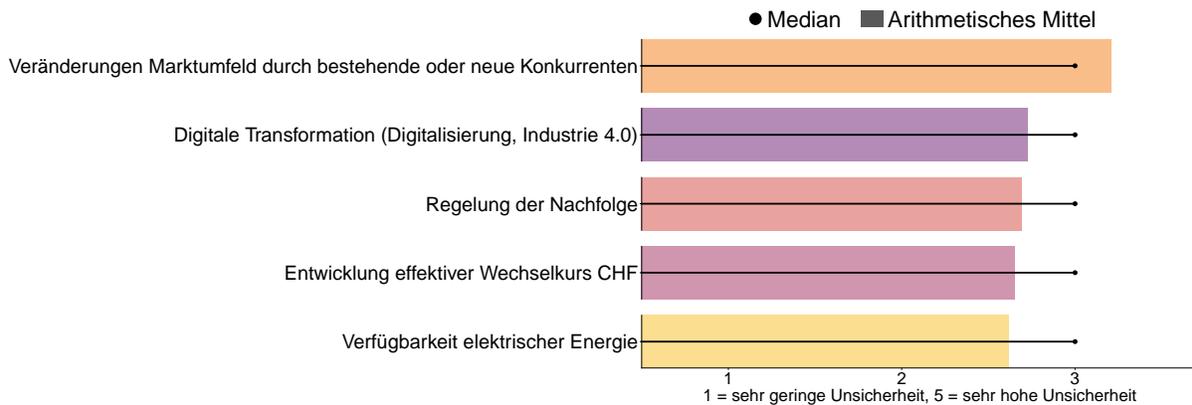
Abbildung 7: Verteilung der Unternehmen hinsichtlich erwarteter Entwicklung der Beschäftigung und der Geschäftslage im Jahr 2019



4.2 Zukünftige Unsicherheiten im Marktumfeld

Nachdem wir die wirtschaftliche Lage der Unternehmen dargelegt haben, gehen wir nun darauf ein, wie Unternehmen verschiedene Unsicherheitsfaktoren im Marktumfeld einschätzen. Dabei waren Antworten auf einer Skala von 1 (sehr geringe Unsicherheit) bis 5 (sehr hohe Unsicherheit) möglich.

Abbildung 8: Zukünftige Unsicherheiten



Wie Abbildung 8 zeigt, dürften dabei insbesondere Veränderungen im Marktumfeld aufgrund bestehender oder neuer Konkurrenten mit grösseren Unsicherheiten verbunden sein (Ø 3.16). Den restlichen Faktoren digitale Transformation (Ø 2.71), Regelung der Nachfolge (Ø 2.70), Entwicklung des effektiven Wechselkurses des Schweizer Frankens (Ø 2.65) sowie der Verfügbarkeit elektrischer Energie aufgrund der Energiestrategie 2050 und der Zunahme

erneuerbarer Energien (\varnothing 2.62) messen die Unternehmen dagegen im Durchschnitt einen etwas geringeren Unsicherheitsfaktor bei. Betrachtet man statt des arithmetischen Mittels den Median, so haben alle fünf genannten Punkte einen Wert von 3. Demnach schätzen ein paar Unternehmen Veränderungen im Marktumfeld aufgrund bestehender oder neuer Konkurrenten als hohen Unsicherheitsfaktor ein, wodurch dessen arithmetisches Mittel nach oben gedrückt wird. Insgesamt aber sehen die Unternehmen keine allzu grossen Gefahren in den erfragten möglichen Unsicherheitsfaktoren.

Tabelle 3: Mögliche Disruptionen aufgrund der digitalen Transformation differenziert nach Branchen

Branche (1)	Hauptsächlicher Auslöser von Disruptionen:		
	Eigene Branche Inland (2)	Ausland (3)	Andere Branchen (4)
Alle Branchen zusammen	49%	30%	21%
Finanzen und Versicherung	71%	0%	29%
Sonstige Dienstleistungen	59%	25%	15%
Bau, Energie- und Wasservers.	56%	0%	44%
Verkehrs- und Gastgewerbe	50%	33%	17%
Information und Kommunikation	44%	22%	33%
Gross- und Einzelhandel	40%	40%	20%
Verarbeitendes Gewerbe	33%	56%	11%
Chemisch-Pharmazeutische Ind.	11%	89%	0%
Maschinen-, Elektro- und Metallind.	0%	50%	50%

Interessant ist in diesem Zusammenhang auch die Frage nach möglichen Auslösern für Disruptionen, also weitreichenden Veränderungen im Marktumfeld, aufgrund der digitalen Transformation. Wie aus Tabelle 3 ersichtlich, geben fast 50% der befragten Unternehmen an, dass als Auslöser möglicher Disruptionen hauptsächlich ihre inländischen Konkurrenten aus der eigenen Branche in Frage kommen dürften. Für 30% der Unternehmen kommen als Auslöser hauptsächlich ausländische Unternehmen der eigenen Branche in Frage und immerhin 21% sehen Unternehmen anderer Branchen, insbesondere IT-Unternehmen, als mögliche Auslöser.

Dabei variiert die Einschätzung sehr stark zwischen Unternehmen verschiedener Branchen. So sehen beispielsweise 71% der befragten Finanz- und Versicherungsunternehmen, dass die grösste Gefahr für Disruptionen von anderen *inländischen Unternehmen der gleichen Branche* ausgehen dürfte. Diese Einschätzung trifft auch auf andere Branchen des Dienstleistungssektors zu, wie beispielsweise Unternehmen, die sonstige Dienstleistungen anbieten (59%) oder Unternehmen der Informations- und Kommunikationsbranche (44%). Unternehmen des Industriesektors sehen hingegen die grösste Gefahr eher in *ausländischen Unternehmen der jeweils eigenen Branche*. Diese Einschätzung teilen 89% der Unternehmen der Chemisch-Pharmazeutischen Industrie, 56% des Verarbeitenden Gewerbes und 50% der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie. Beachtung finden sollte auch, dass die Hälfte der befragten Unternehmen der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie (50%)

branchenfremde (IT)-Unternehmen als grösste Gefahr für Disruptionen sehen.

Tabelle 4: Chancen aufgrund der Digitalisierung

	Nennung (Mehrfachnennung möglich)
Effizienzsteigerung (z.B. schnellere und einheitliche Prozesse, bessere Optimierung von Prozessen, weniger Reisen durch Online-Meetings)	45
Bessere Kundenakquise, (z.B. Onlineshop, höhere geografische Reichweite, bessere Kommunikation, individualisierte Werbung)	25
Bessere Produkte (z.B. Verkürzung Forschungszyklus, bessere, individualisierte Dienstleistungen)	22
Bessere Informationen durch Daten (z.B. zentrale Erfassung der Daten, Vernetzung von Abläufen, höhere interne Transparenz, schnellere Verfügbarkeit von Information, digitale interne Austauschplattformen)	22
Bessere Zusammenarbeit mit Zulieferern (z.B. weltweites, vernetztes Arbeiten, einfacherer Bezug von Vorleistungen)	10

Als Nächstes gehen wir auf Chancen und Risiken im Zuge der Digitalisierung ein. Dazu zeigt Tabelle 4 die Häufigkeit verschiedener Nennungen zu möglichen Chancen. Allen voran mit 45 Nennungen sehen die Unternehmen die grössten Chancen in Effizienzsteigerungen, gefolgt von besserer Kundenakquise bzw. -beziehungen und besseren Produkten. Ebenfalls von Bedeutung dürfte die Möglichkeit sein, eine Vielzahl an Daten zentral zu erfassen, um daraus bessere Informationen über verschiedenste Unternehmensbereiche gewinnen zu können. Mögliche Risiken aufgrund der zunehmenden Digitalisierung sind in Tabelle 5 auf-

Tabelle 5: Risiken aufgrund der Digitalisierung

	Nennung (Mehrfachnennung möglich)
Datensicherheit/-schutz (z.B. Hackerangriffe, Datenklau im Cyberspace, Systemabstürze)	28
Veränderung der Marktstrukturen (z.B. Veränderung der Nachfrage, neue Konkurrenz, insbesondere aus dem Ausland)	26
Hohe IT-Kosten bzw. -Investitionen (z.B. Software, Schulungen, Hardware, Kosten schwer prognostizierbar)	16
Beschäftigung (z.B. Fachkräftemangel, mangelndes IT-Know-how der Mitarbeiter, IT-affine Mitarbeiter vs. nicht-IT-affine Mitarbeiter, Verunsicherung der Mitarbeiter)	16
Falsche Entscheidungen (z.B. falsche Produktentwicklungen, falsche Investitionen in Software/Technologien, Misslingen von Digitalisierungsprozessen, Digitalisierung könnte grundlegende Probleme überlagern)	11
Zunehmende Komplexität und Dynamik (z.B. uneinheitliche Standards, zu viele Daten werden erfasst, Übersichtsverlust, Beschleunigung der Technologiezyklen)	9

gelistet. Dabei dürfte das Thema Datensicherheit/-schutz eine sehr wichtige Rolle spielen. Weitere Risiken sehen die Unternehmen in Veränderungen der Marktstruktur, insbesondere auch hervorgerufen durch neue Konkurrenten aus dem Ausland, hohe IT-Kosten und mangelnde Qualifikation ihrer Mitarbeiter bzw. eine Polarisierung zwischen IT-affinen, oftmals jüngeren Mitarbeitern und nicht-IT-affinen Mitarbeitern. Interessant ist zudem auch die Sorge vor einer höheren Komplexität und damit einhergehenden Fehlentscheidungen, wie beispielsweise Fehlinvestitionen in Software oder das Misslingen von Digitalisierungsstrategien.

5 Unternehmensorganisation und -strategie

Nachdem wir uns mit Entwicklungen des marktwirtschaftlichen Umfelds befasst haben, wechseln wir als Nächstes zu Abläufen innerhalb der Unternehmen. Dabei befassen wir uns zuerst mit dem Personalmanagement und gehen anschliessend auf verschiedene unternehmensstrategische Faktoren ein.

5.1 Personalmanagement

Abbildung 12 zeigt die Bedeutung verschiedener Bereiche des Personalmanagements für den Erfolg der Unternehmen, geordnet anhand des arithmetischen Mittels. Wie zuvor waren Antworten auf einer Skala von 1 (nicht wichtig) bis 5 (sehr wichtig) möglich. Den wichtigsten Bereich stellen *Weiterbildungen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels* mit einem Wert von 3.63 dar. Dabei beträgt die Zahl der Weiterbildungstage pro Jahr und Mitarbeiter durchschnittlich 5.34 (Median: 3). Zudem übernehmen 94% der befragten Unternehmen die Kosten für Weiterbildungen und bei 90% der Unternehmen finden Weiterbildungen im Rahmen der Arbeitszeit statt.

Ebenfalls einen hohen Stellenwert haben Mitsprachemöglichkeiten von Mitarbeitenden (\bar{x} 3.56), die Vereinbarkeit von Familie und Beruf (\bar{x} 3.45), sowie Massnahmen für Mitarbeiter über 50 Jahre (\bar{x} 3.38). Die Unterschiede zwischen diesen vier Bereichen sind dabei eher gering. Betrachtet man beispielsweise statt des arithmetischen Mittels den Median, so weisen alle vier Bereiche den gleichen Wert von 4 auf. Von geringerer Bedeutung dürften dagegen Regelungen zur Altersteilzeit sein (\bar{x} 2.66). Die Prioritäten entsprechen dabei grösstenteils der Befragung vor zwei Jahren.² Die einzige Ausnahme stellt die Bedeutung des Entlohnungs- und Bonussystems dar, was in der letzten Befragung noch als zweitwichtigste Massnahme im Bereich Personalmanagement gesehen wurde.

Zudem zeigt Tabelle 6 eine differenzierte Darstellung nach Branchen für eine Auswahl an Massnahmen des Personalmanagements. Demnach sind Weiterbildungen insbesondere für Unternehmen der Finanz- und Versicherungsbranche, der Chemisch-Pharmazeutischen Industrie und der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie von grosser Bedeutung (zweite

²Siehe *Stimmungsbarometer Arbeitgeberverband Basel, Ergebnisse der Befragung 2017*, die vom Institut für Unternehmensführung der Fachhochschule Nordwestschweiz durchgeführt wurde.

Abbildung 9: Wichtigkeit verschiedener Massnahmen des Personalmanagements

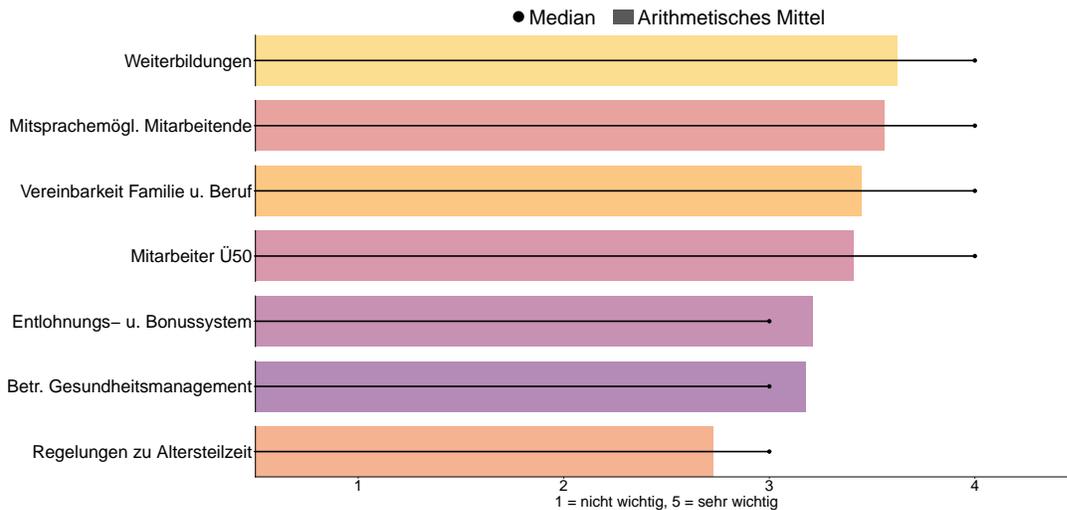


Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Massnahmen des Personalmanagements differenziert nach Branchen

Branchen	Weiterb.	Mitsprache	Mitarb. Ü50	Familie u. Beruf
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Finanzen und Versicherung	4.11	3.56	4.22	3.78
Chemisch-Pharmazeutische Ind.	4.00	3.70	3.60	3.60
Maschinen-, Elektro- und Metallind.	4.00	3.71	4.14	3.29
Bau, Energie- und Wasserversorgung	3.95	3.79	3.11	3.68
Information und Kommunikation	3.67	4.22	2.89	4.11
Sonstige Dienstleistungen	3.51	3.45	3.45	3.37
Gross- und Einzelhandel	3.45	3.73	2.91	3.18
Verkehrs- und Gastgewerbe	3.33	3.17	3.17	2.83
Verarbeitendes Gewerbe	3.27	3.36	3.27	3.27

Spalte). Wie aus der dritten Spalte zu sehen, sind Mitsprachemöglichkeiten für Mitarbeitende in der Informations- und Kommunikationsbranche mit Abstand am Wichtigsten (\bar{x} 4.22). Dies könnte ein Ausdruck für flache Unternehmenshierarchien in dieser Branche sein. Dem Thema Mitarbeiter über 50 Jahren messen hingegen die Finanz- und Versicherungsbranche (\bar{x} 4.22), sowie die Maschinen-, Elektro-, und Metallindustrie (\bar{x} 4.14) eine grosse Bedeutung zu. Interessant ist dabei, dass sich hier die Informations- und Kommunikationsbranche genau am anderen Ende befindet (\bar{x} 2.89). Die unterschiedliche Wichtigkeit könnte dabei ein Ausdruck einer unterschiedlichen Altersstruktur zwischen verschiedenen Branchen sein. Darauf deutet auch Spalte fünf hin, in der die Bedeutung der Vereinbarkeit von Familie/Betreuung von Angehörigen und Beruf dargelegt wird. Hier liegt wieder die Informations- und Kommunikationsbranche ganz vorne, was ein Indiz sein könnte, dass dort relativ viele junge Menschen mit Familien beschäftigt sind.

5.2 Unternehmensstrategie

Als nächstes widmen wir uns verschiedenen unternehmensstrategischen Faktoren, die für den Unternehmenserfolg von Bedeutung sind. Wir beginnen mit Veränderungen im Produktionsprozess. Dabei waren wieder Antworten auf einer Skala von 1 (nicht wichtig) bis 5 (sehr wichtig) möglich. Die befragten Unternehmen beurteilen die Wichtigkeit solcher Veränderungen im Durchschnitt mit 3.36 (zweite Spalte der Tabelle 7). Vergleicht man diesen Wert mit den zuvor genannten verschiedenen Massnahmen des Personalmanagements, so messen die Unternehmen Prozessinnovationen eine relativ hohe Bedeutung zu. Dort hatte die wichtigste Massnahme einen durchschnittlichen Wert von 3.63 und die zweitwichtigste 3.56 (siehe Seite 11).

Zudem zeigt sich auch eine grosse Heterogenität zwischen verschiedenen Branchen. Mit Abstand am Wichtigsten dürften Veränderungen im Produktionsprozess für das Verarbeitende Gewerbe ($\bar{\varnothing}$ 4.55), gefolgt von der Chemisch-Pharmazeutischen Industrie ($\bar{\varnothing}$ 4.10) und Unternehmen der Finanz- und Versicherungsbranche sein ($\bar{\varnothing}$ 4.00). Eine eher geringere Bedeutung haben hingegen Veränderungen im Produktionsprozess für den Gross- und Einzelhandel ($\bar{\varnothing}$ 3.09) sowie für Unternehmen, die sonstige Dienstleistungen anbieten ($\bar{\varnothing}$ 2.97).

Tabelle 7: Anpassungen der Produktionsprozesse differenziert nach Branchen

Branchen (1)	Wichtigkeit Prozesse anzupassen (2)
Alle Branchen zusammen	3.36
Verarbeitende Gewerbe	4.55
Chemisch-Pharmazeutische Industrie	4.10
Finanzen und Versicherung	4.00
Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie	3.83
Verkehrs- und Gastgewerbe	3.83
Bau, Energie- und Wasserversorgung	3.37
Information und Kommunikation	3.33
Gross- und Einzelhandel	3.09
Sonstige Dienstleistungen	2.97

Eine weitere wichtige Determinante für den langfristigen Unternehmenserfolg stellt die Standortfrage dar. Betrachtet man Abbildung 10, so geben 87.5% der Unternehmen an, *nicht* mit dem Gedanken gespielt zu haben, Teile des Unternehmens in einen anderen Kanton oder ins Ausland zu verlagern. Die meisten Unternehmen dürften demnach mit ihrem derzeitigen Standort zufrieden sein, bzw. diesen nicht in Frage stellen. Dennoch ist es insbesondere aus wirtschaftspolitischer Perspektive interessant, mögliche Gründe für Verlagerungen aufzuzeigen. Um hier eine Antwort zu geben, ist ein Vergleich der Wichtigkeit verschiedener Standortfaktoren zwischen Unternehmen, die angeben, keine Verlagerungen in Erwägung zu ziehen, und Unternehmen, die dies in Betracht ziehen, aufschlussreich.

Dabei zeigen sich Hinweise, dass insbesondere die *Steuerbelastung* ein Grund für Ver-

Abbildung 10: Mögliche Verlagerung (von Teilen) des Unternehmens

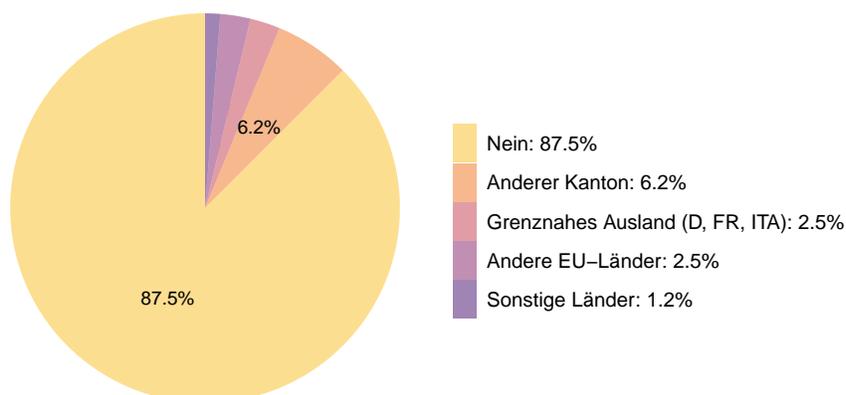


Tabelle 8: Mögliche Gründe für Verlagerungen

(1)	Mögliche Verlagerung:		
	Nein (2)	Anderer Kanton (3)	EU-Länder (4)
Wichtigkeit Steuerbelastung	3.38	4.50	4.38
Qualität Steuerbelastung	2.92	2.12	2.75
Wichtigkeit Zugang EU-Binnenmarkt	2.75	2.88	4.50
Schwierigkeiten Zugang EU-Binnenmarkt	2.31	2.75	3.25

lagerungen innerhalb der Schweiz sein könnte. Wie aus Tabelle 8 ersichtlich, beträgt die Differenz der Wichtigkeit der Steuerbelastung zwischen Unternehmen, die angeben Verlagerungen in einen anderen Kanton in Betracht zu ziehen, und solchen, die keine Verlagerungen in Betracht ziehen, 1.12 (Zeile 1, Spalte 3 - Spalte 2). Diese Einschätzung wird verstärkt, wenn man zusätzlich die subjektive Einschätzung der Höhe der Steuerbelastung relativ zur Qualität staatlicher Leistungen miteinbezieht. Dort beträgt der Unterschied zwischen den beiden Gruppen von Unternehmen im Durchschnitt -0.8 (Zeile 2, Spalte 3 - Spalte 2). Für Verlagerungen in EU-Länder könnte hingegen insbesondere der Zugang zum EU-Binnenmarkt eine wichtige Rolle spielen. Hier beträgt die Differenz bezüglich der Wichtigkeit des Zugangs zum EU-Binnenmarkt zwischen Unternehmen, die angeben, Verlagerungen ins EU-Ausland in Betracht zu ziehen, und solchen, die keine Verlagerungen in Betracht ziehen, 1.75 (Zeile 3, Spalte 4 - Spalte 2). Auch bei der Frage nach möglichen Schwierigkeiten beim Zugang zum EU-Binnenmarkt aufgrund der Beziehungen zwischen der Schweiz und der EU zeigt sich mit 0.94 (Zeile 4, Spalte 4 - Spalte 2) ebenfalls eine grössere Differenz. Demnach könnte insbesondere der *bessere Zugang zu ausländischen Märkten* ein wichtiger Grund für *Verlagerungen ins Ausland* sein.

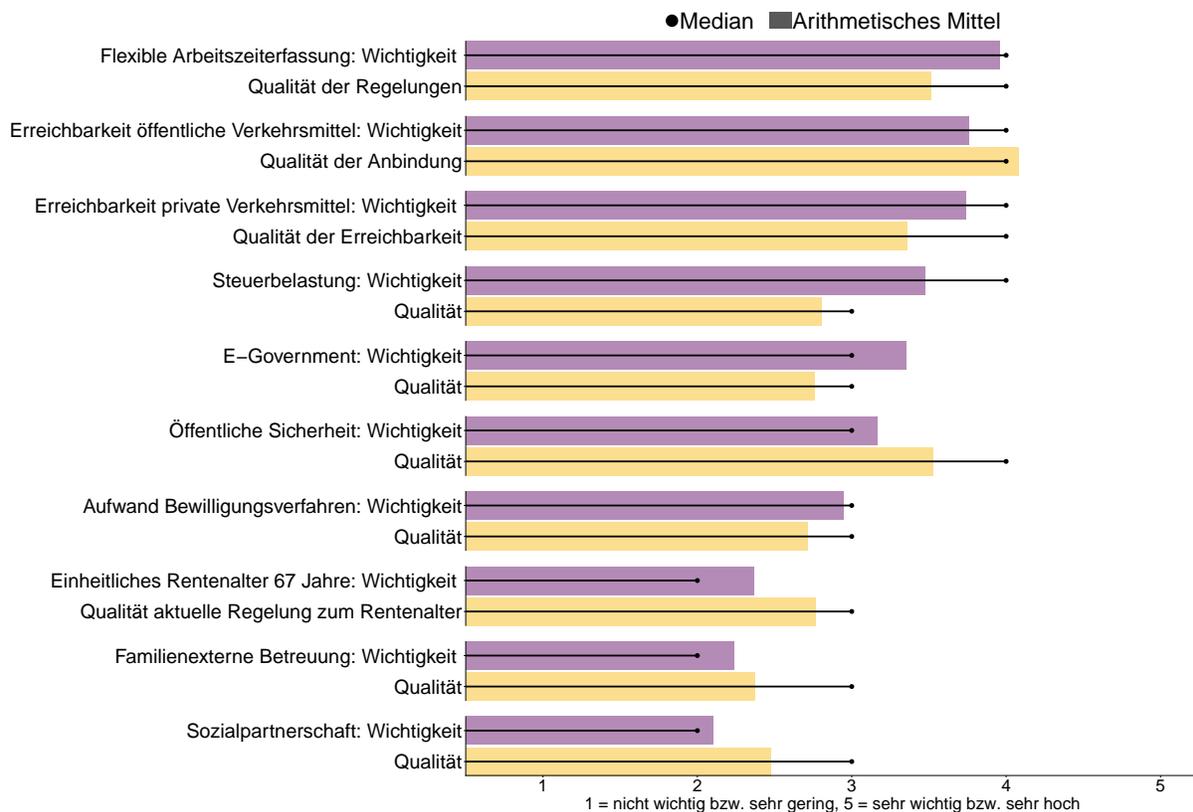
6 Wirtschaftspolitik

Nachdem wir das Marktumfeld und unternehmensstrategische Faktoren betrachtet haben, gehen wir nun auf die subjektive Einschätzung der Unternehmen bezüglich des wirtschaftspolitischen Umfeldes ein. Dabei beschäftigen wir uns zuerst mit Standortfaktoren, die eher unmittelbar von der Wirtschaftspolitik beeinflusst werden können. Anschliessend gehen wir auf Inputfaktoren ein, die zwar marktwirtschaftlich bezogen werden, auf die die Wirtschaftspolitik aber dennoch indirekt einen grossen Einfluss haben dürfte. Abschliessend beschäftigen wir uns mit aktuellen politischen Entwicklungen.

6.1 Standortfaktoren

Zunächst betrachten wir verschiedene Standortfaktoren, die eher unmittelbar von der Wirtschaftspolitik beeinflusst werden können. Im Vergleich zu den Mitgliederbefragungen der Jahre zuvor, in denen nur die Qualität verschiedener Standortfaktoren analysiert wurde, unterscheiden wir zwischen *Wichtigkeit* und *Qualität*.

Abbildung 11: Bedeutung von Standortfaktoren



Damit ist es möglich, Standortfaktoren zu identifizieren, die aus Sicht der Unternehmen

(i) wichtig und gleichzeitig (ii) von eher geringer Qualität sind. Bei diesen Standortfaktoren dürfte es den grössten wirtschaftspolitischen Handlungsbedarf geben. Deshalb bezeichnen wir diese nachfolgend als *relevante Standortfaktoren*. Abbildung 11 zeigt verschiedene Standortfaktoren, geordnet nach dem arithmetischen Mittel der Wichtigkeit. Basierend auf den subjektiven Einschätzungen der Unternehmen sind die wichtigsten Standortfaktoren die Möglichkeit einer flexiblen Arbeitszeiterfassung (\bar{x} 3.96), die Erreichbarkeit mit öffentlichen (\bar{x} 3.76) und privaten Verkehrsmitteln (\bar{x} 3.73, z.B. ausreichend Parkplätze), die Steuerbelastung relativ zur Qualität staatlicher Leistungen (\bar{x} 3.48) und das E-Government (\bar{x} 3.35), wie beispielsweise die Möglichkeit, Daten für statistische Zwecke in digitaler Form zu erfassen oder Genehmigungen in digitaler Form einzuholen. Eher unwichtig sind hingegen ein einheitliches Rentenalter von 67 Jahren (\bar{x} 2.37), familienexterne Betreuungsangebote (\bar{x} 2.24), sowie die Sozialpartnerschaft (\bar{x} 2.11). Beziehen wir zusätzlich die Qualität mit ein, so dürften folgende Standortfaktoren eine *hohe wirtschaftspolitische Relevanz* aufweisen: *Flexible Arbeitszeiterfassung, die Erreichbarkeit mit privaten Verkehrsmitteln, die Steuerbelastung* und das *E-Government*. Denn diese Standortfaktoren sind (i) wichtig und (ii) weisen eine vergleichsweise geringe Qualität auf.

Tabelle 9: Qualität wichtiger Standortfaktoren differenziert nach Kantonen

	Basel Stadt	Basel Land	Aargau	Solothurn
	(1)	(2)	(3)	(4)
Steuerbelastung	2.72	3.00	3.25	1.83
ÖPV	4.32	3.85	3.25	3.17
Erreich. priv. Verkehrsm.	2.88	4.04	4.50	4.50
E-Government	2.69	2.86	3.50	2.67

Interessant ist dabei auch eine Unterscheidung nach Kantonen. Tabelle 9 zeigt dazu eine Auswahl an Standortfaktoren, die von den Kantonen direkt beeinflussbar sein dürften. Demnach dürfte insbesondere der Kanton Solothurn bei der Steuer den Unternehmen hohe Belastungen aufbürden. Dies könnte insofern von Interesse sein, da vorherige Ergebnisse nahelegen, dass die Steuerbelastung eine gewisse Rolle bei der Wahl des Standortes spielen könnte (siehe Tabelle 8 auf S. 14). Zudem schneidet Basel Stadt bei der Erreichbarkeit mit privaten Verkehrsmitteln schlecht und bei der Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut ab. In der Tendenz andersherum verhält es sich mit den ländlichen Kantonen Aargau und Solothurn. Die dortigen Unternehmen dürften mit privaten Verkehrsmitteln sehr gut zu erreichen sein, weniger gut jedoch mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Zudem fällt die vergleichsweise hohe Einschätzung der Qualität des E-Governments im Kanton Aargau auf. Deshalb könnte eventuell das E-Government des Kantons Aargau den anderen Kantonen als Beispiel dienen. Hierzu wären jedoch vertiefte Analysen möglicher Gründe notwendig.

Neben diesen explizit genannten Standortfaktoren wurden die Unternehmen auch nach weiteren, aus ihrer Sicht wichtigen Standortfaktoren gefragt. Die Nennungen sind in Tabelle 10 aufgelistet. Aufgrund der Mehrfachnennungen könnten dabei insbesondere die Netzinfrastruktur sowie die Qualität der Ausbildungsstätten in der Region von Bedeutung sein. Es

könnte deshalb aufschlussreich sein, diese Faktoren in die nächste Umfrage aufzunehmen.

Tabelle 10: Von den Unternehmen genannte, weitere zentrale Standortfaktoren

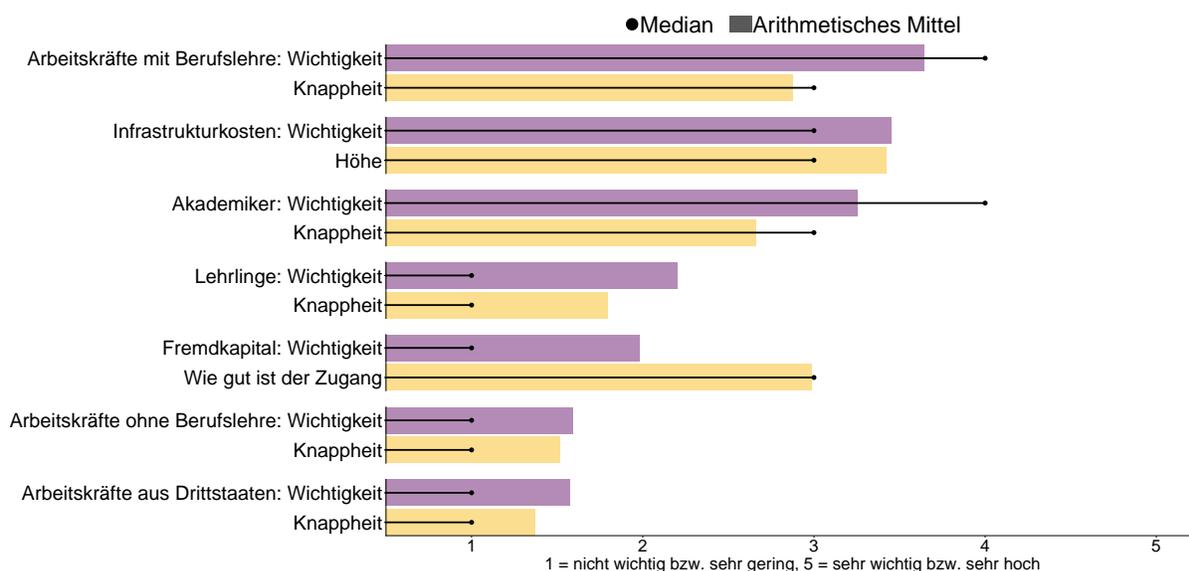
	Nennung (Mehrfachnennung möglich)
Netzinfrasturktur	3
Qualität der Ausbildungsstätten (z.B. Lehrlingsausbildung, Schulen und Hochschulen)	3
Verkehrsgünstiger Standort (z.B. Autobahnanschluss, Erreichbarkeit für Güter durch Strasse/Schiene/Schiff, Parkplätze für Velo/Mofa)	3
Verpflegungsmöglichkeiten(z.B. Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants)	2
Gewerbeland (genügend und bezahlbar)	2
Rechtssicherheit	1
Autorisierte digitale Identität	1
Kantonale Unternehmensbewertung in BL viel zu hoch	1
Zusammenarbeit mit Gemeinde und Kantonen	1

6.2 Inputfaktoren

Als Nächstes betrachten wir verschiedene marktwirtschaftlich bezogene Inputfaktoren, die eher indirekt von der Wirtschaftspolitik beeinflusst werden können. Abbildung 12 zeigt dazu für verschiedene Inputfaktoren die Einschätzung der Unternehmen, wobei wir wiederum zwischen Wichtigkeit und (in diesem Fall) Knappheit bzw. Höhe unterscheiden. Den wichtigsten Inputfaktor stellen Arbeitskräfte mit abgeschlossener Berufslehre dar (\emptyset 3.64). An zweiter Stelle folgen Infrastrukturkosten (\emptyset 3.45), wie beispielsweise Mieten, und an dritter Stelle akademische Arbeitskräfte (\emptyset 3.26), welche Personen mit Universitäts- und Fachhochschulabschluss umfassen. Eher unwichtig dürften hingegen Lehrlinge (\emptyset 2.25), der Zugang zu Fremdkapital (\emptyset 2.01), wie beispielsweise Darlehen, Arbeitskräfte ohne Berufslehre (\emptyset 1.61) und Arbeitskräfte aus Drittstaaten (\emptyset 1.60) sein. Um etwaige Engpässe und damit wirtschaftspolitischen Handlungsbedarf aufzuzeigen, sind insbesondere solche Inputfaktoren von Bedeutung, die eine hohe Wichtigkeit aufweisen und gleichzeitig eher knapp (bzw. im Falle von Infrastrukturkosten hoch) sind. Demnach sind die *relevanten Inputfaktoren* besonders *Infrastrukturkosten*, aber auch *Beschäftigte mit abgeschlossener Berufslehre* und in etwas abgeschwächter Form *Akademiker*. Diese Einschätzung deckt sich mit Ergebnissen des Kapitels 5.1 auf Seite 11 zu Massnahmen im Personalmanagement, wonach Weiterbildungen wichtig gegen Fachkräftemangel sind.

Erkenntnisreich ist dabei wiederum eine differenzierte Betrachtung nach Branchen. Wie aus der zweiten Spalte der Tabelle 11 ersichtlich, dürften Infrastrukturkosten insbesondere für die Chemisch-Pharmazeutische Industrie, für das Verkehrs- und Gastgewerbe sowie für das Verarbeitende Gewerbe von grosser Bedeutung sein. Demgegenüber schätzen die Unternehmen quer über alle Branchen hinweg die Infrastrukturkosten in der Region als hoch

Abbildung 12: Bedeutung von Inputfaktoren



ein (dritte Spalte). Wie zudem aus Spalte vier ersichtlich, sind Beschäftigte mit abgeschlossener Berufslehre insbesondere für Unternehmen des Baugewerbes und der Energie- und Wasserversorgung, des Verkehrs- und Gastgewerbes, des verarbeitenden Gewerbes und für die Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie (MEM) von grosser Bedeutung. Akademiker sind hingegen eher für die Chemisch-Pharmazeutische Industrie, die Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie, sowie für die Informations- und Kommunikationsbranche (IKT) wichtig (sechste Spalte).

Tabelle 11: Ausgewählte Inputfaktoren differenziert nach Branchen

Branche (1)	Infrastrukturkosten		Berufslehre		Akademiker	
	Wichtigkeit (2)	Höhe (3)	Wichtigkeit (4)	Knappheit (5)	Wichtigkeit (6)	Knappheit (7)
Chem. u. Pharma.	4.30	4.10	3.10	2.50	4.10	3.30
Verk. u. Gastgew.	4.17	3.67	4.33	3.17	2.00	2.00
Verarbeit. Gew.	3.80	3.50	4.30	3.40	2.60	2.10
MEM	3.57	3.43	4.29	3.71	3.86	3.57
Handel	3.55	3.45	3.64	3.18	1.73	1.64
Bau, Ener. u. Wasser	3.32	3.32	4.37	3.32	3.63	3.11
Sonst. Dienst.	3.26	3.31	3.49	2.73	3.34	2.68
Fin. u. Vers.	3.12	3.25	3.62	2.75	3.12	2.88
IKT	3.00	3.56	2.78	1.78	3.56	2.56

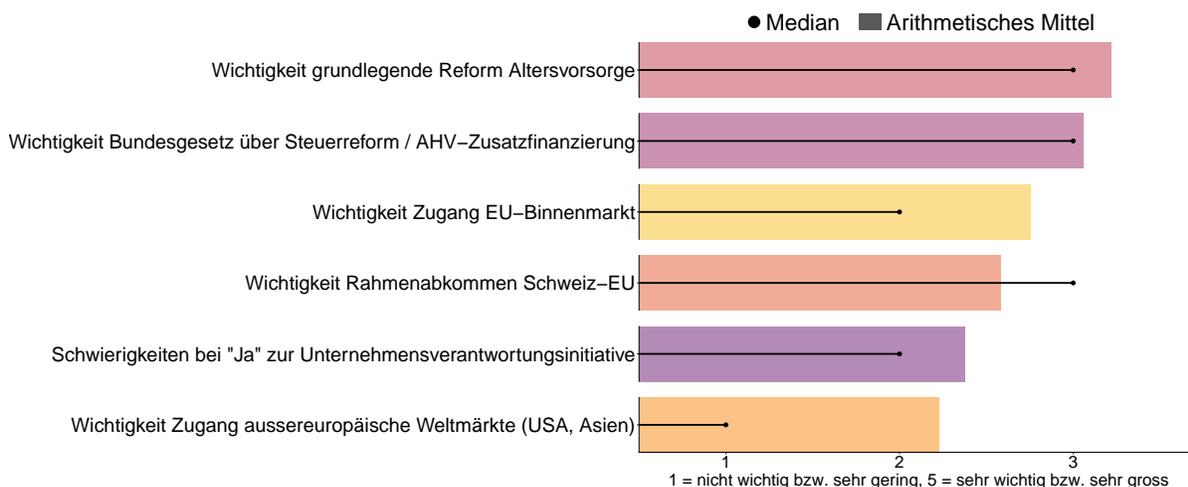
Berücksichtigt man zusätzlich die Knappheit von Arbeitskräften aufgeteilt nach Branchen (Spalten 5 und 7), so dürfte hauptsächlich die Maschinen-, Elektro- und Metall-

industrie (MEM) grössere Probleme bei der Rekrutierung von Personen mit Berufslehre (\emptyset 3.71) und von Akademikern (\emptyset 3.57) haben. Zusätzlich dürfte auch die Chemisch-Pharmazeutische Industrie teilweise Probleme bei der Rekrutierung von Akademikern haben (\emptyset 3.30). Dies könnte ein Ausdruck von Fachkräftemangel bei sogenannten MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik)-Fachkräften sein, der in diesen Branchen verstärkt zum Tragen kommt.

6.3 Aktuelle politische Entwicklungen

Wir kommen nun zu aktuellen politischen Entwicklungen. Wie aus Abbildung 13 ersichtlich, dürften die inländischen Politikthemen einer grundlegenden Reform der Altersvorsorge und das Bundesgesetz über die Steuerreform/AHV-Zusatzversicherung derzeit am wichtigsten sein. Demgegenüber messen die befragten Unternehmen aussenwirtschaftlichen Themen eine geringere Bedeutung zu. Zudem zeigen sich grosse Unterschiede zwischen arithmetischem Mittel und Median bei aussenwirtschaftlichen Themen, wie Zugang zum EU-Binnenmarkt und Zugang zu aussereuropäischen Weltmärkten. Dies dürfte hauptsächlich daran liegen, dass ein grosser Teil der befragten Unternehmen keine aussenwirtschaftlichen Beziehungen aufweist (siehe hierzu Abbildung 4 auf Seite 4).

Abbildung 13: Aktuelle politische Entwicklungen



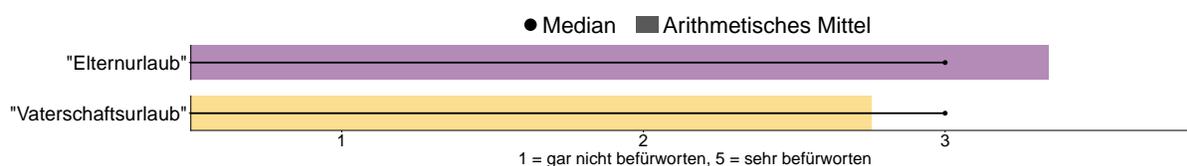
Deshalb ist eine differenzierte Betrachtung nach (grösstenteils) im Inland aktiven Unternehmen und solchen Unternehmen, die zusätzlich exportieren, aufschlussreich. Wie Tabelle 12 zeigt, hat für exportierende Unternehmen besonders der Zugang zum EU-Binnenmarkt (\emptyset 4.40 für Unternehmen mit signifikanten Umsätzen in der EU und der restlichen Welt bzw. \emptyset 4.06 für Unternehmen mit signifikanten Umsätzen in der EU) in der Tendenz eine grössere Bedeutung als die beiden zuvor genannten inländischen Politikthemen (Steuerreform \emptyset 3.48 bzw. \emptyset 3.19 und Reform Altersvorsorge \emptyset 3.76 bzw. \emptyset 3.56). Bei Unternehmen,

Tabelle 12: Aktuelle politische Entwicklungen differenziert nach ausländischen Umsätzen

	Umsätze: CH + EU + Welt	CH + EU	nur CH
	(1)	(2)	(3)
Zugang EU-Binnenmarkt	4.40	4.06	2.06
Rahmenabkommen Schweiz-EU	3.44	3.00	2.27
Zugang aussereuropäische Weltmärkte	4.04	2.69	1.58
Unternehmensverantwortungsinitiative	2.80	2.62	2.18
Steuerreform	3.48	3.19	3.02
Reform Altersvorsorge	3.76	3.56	3.09

die grösstenteils nur im Inland Umsätze generieren, ist dies genau andersherum. Interessant ist auch, dass bei den inländischen Politikfeldern Steuerreform/AHV-Zusatzfinanzierung und Reform der Altersvorsorge kaum Unterschiede zwischen exportierenden und nur im Inland aktiven Unternehmen ersichtlich sind.

Abbildung 14: „Eltern“- bzw. „Vaterschaftsurlaub“



Kommen wir zur Familienpolitik. Wie aus Abbildung 14 ersichtlich, plädieren die befragten Unternehmen eher zu einem „Elternurlaub“ (\bar{x} 3.34), bei dem die Eltern Entscheidungsspielraum haben, als zu einem „Vaterschaftsurlaub“ (\bar{x} 2.75). Mit 70.4% befürwortet zudem eine klare Mehrheit der Unternehmen eine Finanzierung eines „Vaterschafts- bzw. Elternurlaubs“ im Rahmen der Erwerbsersatzordnung (EO), und damit analog zur bisherigen Finanzierung der Mutterschaft. 6.8% sprechen sich für eine Finanzierung durch den Arbeitgeber aus, indem der Lohn während der Vaterschaft fortgezahlt wird, 14.2% der Unternehmen würden eine andere Variante bevorzugen und 8.6% machten keine Angaben.

Zudem wurde noch nach weiteren aktuellen wirtschaftspolitischen Themen gefragt, die für den wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmen relevant sind. Tabelle 13 listet die Nennungen differenziert nach kantonalen/nationalen Themen, Infrastruktur und Standortfaktoren sowie internationalen Themen auf.

Tabelle 13: Aus Sicht der Unternehmen weitere wichtige wirtschaftspolitische Themen

Kantonale/nationale Wirtschaftspolitik und Regulierungen

- Politische Änderungen im Gesundheitswesen (Listenzuteilung usw.)
- Revision Steuergesetz, damit Kanton Kirchensteuern einziehen kann
- Verschärfung Geldwäschereigesetz und Verschärfung Regeln der Finma

- Sehr grosser Aufwand durch Lebensmittel-Deklarationsvorschriften
- Unzureichende Regulierung von Tech-Plattformen wie Uber, Foodora etc.
- Erneuerbare Energien, CO_2 -Abgabe bzw. CO_2 -Kompensation und Kreislaufwirtschaft einführen
- Zu hohe Sicherheitsvorschriften durch Staat
- Neue Gesetze im Transport mit Binnentankschiffen
- Reduktion der Einschränkungen der Unternehmensfreiheit (Arbeitszeitvorschriften, Datenschutzverordnung etc.)
- Initiative zum Verbot synthetischer Pestizide
- Trinkwasserinitiative
- EKAS Arbeitssicherheit, SUVA, Sicherheit der elektrischen Installationen etc. zielen weit über das Ziel hinaus

Infrastruktur/Standortfaktoren

- Rückgang von Messen in Basel
- Containerterminal Basel Nord
- Höhere Investitionen der öffentlichen Institutionen in die Infrastruktur
- Gute Erreichbarkeit auch für Autofahrer, Verhinderung von Verkehrsstaus

Internationale Wirtschaftsbeziehungen

- Swissness-Gesetzgebung ist unnötig und schwerfällig
- Marktzugang wird durch EU-Rahmenabkommen nicht geregelt
- Abschluss bilaterale Verträge mit EU, um Unsicherheiten zu beenden
- Agrarpolitik und Freihandelsabkommen
- Solidarische internationale Zusammenarbeit
- Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) benötigen Unterstützung aufgrund des starken Schweizer Frankens
- Einstellung ausländischer Mitarbeiter sollte leichter möglich sein. Ein Beispiel wäre die Flexibilisierung der Visa-Zuteilung an Mitarbeiter aus Drittstaaten
- Anerkennung der ausländischen Medizinproduktzulassung muss erhalten bleiben

7 Mitgliederzufriedenheit

Abschliessend gehen wir darauf ein, wie zufrieden die befragten Unternehmen mit dem Arbeitgeberverband Basel sind. Die erste Frage richtet sich dabei nach dem Mehrwert einer Mitgliedschaft.

Abbildung 15: *Wie schätzen Unternehmen den Mehrwert einer Mitgliedschaft im Arbeitgeberverband Basel ein?*

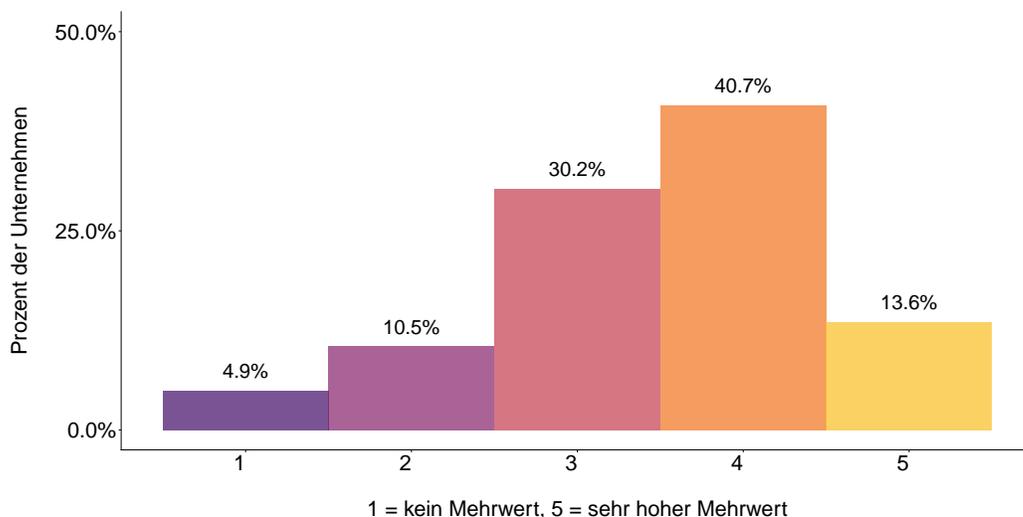


Tabelle 14: *Mehrwert der Mitgliedschaft differenziert nach Branchen*

Branchen (1)	Sektor (2)	Mehrwert (3)
Alle Branchen zusammen	Gesamt. Wirt.	3.45
Chemisch-Pharmazeutische Industrie	Industrie	3.70
Bau, Energie- und Wasserversorgung	Industrie	3.68
Verarbeitendes Gewerbe	Industrie	3.64
Verkehrs- und Gastgewerbe	Dienstl.	3.50
Sonstige Dienstleistungen	Dienstl.	3.47
Gross- und Einzelhandel	Dienstl.	3.45
Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie	Industrie	3.43
Information und Kommunikation	Dienstl.	3.33
Finanzen und Versicherung	Dienstl.	3.11

Auf einer Skala von 1, kein Mehrwert, bis 5, sehr hoher Mehrwert, liegt das arithmetische Mittel bei 3.45 und der Median bei 4. Wie Abbildung 15 zeigt, gaben 13.6% der Unter-

nehmen an, dass die Mitgliedschaft einen sehr hohen und für 40.7% einen hohen Mehrwert bietet. Dies deckt sich mit der letzten Befragung vor zwei Jahren, in der 57% der befragten Unternehmen angaben, dass die Mitgliedschaft einen hohen oder sehr hohen Mehrwert hat. Betrachtet man zusätzlich Tabelle 14, so zeigen sich auch grössere Unterschiede zwischen den Branchen. Demnach haben Unternehmen der Chemisch-Pharmazeutischen Industrie den höchsten Mehrwert und Unternehmen der Finanz- und Versicherungswirtschaft den geringsten. Zudem ist auch ein recht klares Muster erkennbar: Tendenziell bewerten Unternehmen des Industriesektors den Mehrwert einer Mitgliedschaft höher als Unternehmen des Dienstleistungssektors.

Abbildung 16: *Wichtigkeit und Qualität des Angebots des Arbeitgeberverbands Basel*



Als nächstes beleuchten wir verschiedene Angebote des Arbeitgeberverbands Basel. Wie Abbildung 16 zeigt, stellt die Ausgleichs- und Familienausgleichskasse Arbeitgeber Basel (AK 40) aus Sicht der Unternehmen das wichtigste Angebot dar (\bar{x} 4.10). Die Punkte Öffentlichkeitsarbeit/politisches Lobbying (\bar{x} 3.57), kurze Infoanlässe zu aktuellen Themen (\bar{x} 3.52), Informationsangebote wie „Schwerpunkt“, elektronischer Newsletter, Website etc. (\bar{x} 3.47) und die Rechtsberatung (\bar{x} 3.45) werden als etwa gleich wichtig eingestuft. Von geringer Bedeutung dürfte hingegen der regionale GAV mit einem arithmetischem Mittel von 2.21 sein. Beziehen wir zusätzlich die subjektive Einschätzung hinsichtlich der Qua-

lität der verschiedenen Angebote mit ein, so zeigt Abbildung 16, dass diese den Prioritäten der Unternehmen entspricht. Eine leicht negative Diskrepanz zwischen Wichtigkeit und Qualität zeigt sich nur bei der Öffentlichkeitsarbeit/dem politischen Lobbying. Eventuell könnte hier die Qualität erhöht werden, indem Themen stärker anhand der Prioritäten der Unternehmen gesetzt werden. Konkrete Anhaltspunkte geben beispielsweise die in Kapitel 6.1 herausgearbeiteten relevanten Standortfaktoren *flexible Arbeitszeiterfassung*, *Erreichbarkeit mit privaten Verkehrsmitteln*, *die Steuerbelastung* und das *E-Government*. Weitere Anhaltspunkte geben die in Kapitel 6.2 herausgearbeiteten relevanten Inputfaktoren *Höhe der Infrastrukturkosten*, *Knappheit bei Beschäftigten mit Berufslehre* und bei *Akademikern*.

Als Letztes gehen wir auf die Frage ein, was der Arbeitgeberverband Basel zusätzlich für die Mitglieder tun könnte. Die Antworten der Unternehmen sind in Tabelle 15 aufgeführt. Die Punkte können dabei Anregungen zur Lancierung neuer Angebote geben. Da die aufgeführten Punkte jedoch nur Meinungen einzelner Unternehmen darstellen, dürfte es sinnvoll sein, in der nächste Mitgliederbefragung einzelne Aspekte auf Resonanz zu testen.

Tabelle 15: Kommentare der Unternehmen zum Angebot des Arbeitgeberverbands Basel

Angebote des Arbeitgeberverbands Basel

- Seminare viel zu teuer
- Grenzübergreifende Vorträge/Netzwerkveranstaltungen
- „Schwerpunkt“ als PDF im Webarchiv ablegen, im Webarchiv Antworten zu Rechtsfragen ablegen, Website benutzerfreundlicher gestalten, Newsletter regelmässiger, herzlichen Dank
- Zusätzliches Angebot nur durch Streichung von existierendem Angebot anbieten. Wir möchten keine höheren Mitgliederbeiträge bezahlen
- Online-Chat zu Rechtsberatung
- Gratisanlässe statt Teilnahmegebühr
- Bessere Vernetzung gleichartiger Organisationen
- Netzwerke verknüpfen

Politische Aktivitäten des Arbeitgeberverbands Basel

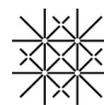
- Politische Ausrichtung des Arbeitgeberverbands Basel geht verstärkt in Richtung Kurzsichtigkeit und Effekthascherei
- Finger weg von Politik
- Politische Aktivitäten anpacken
- Eine klare politische Meinung vertreten und auch kommunizieren. Kein „Wischiwaschi“ wie in der Arbeitgebersammlung im Sommer

Zum Schluss

- Ihr macht es aus unserer Erfahrung gut
- Nichts, vielen Dank :-)

Anhang A Fragebogen

basel
arbeitgeberverband



**Universität
Basel**

Wirtschaftswissenschaftliche
Fakultät

Center for International Economics
and Business (CIEB)

Stimmungsbarometer 2019 Befragung Arbeitgeber Region Basel

Mit diesem Fragebogen will der Arbeitgeberverband Basel (AGV) einen umfassenden Einblick in die aktuelle Situation der Mitgliedsunternehmen erhalten. Die Umfrage ermöglicht es auch, Aussagen über zu erwartende Entwicklungen treffen zu können. Der Stimmungsbarometer gibt uns zudem Hinweise für eine zielgerichtete Interessenspolitik und für die Optimierung unserer Dienstleistungen zugunsten der Unternehmen in der Region Basel.

Für den Stimmungsbarometer sind wir auf Ihre Mitarbeit angewiesen und bitten Sie als Firmeninhaber/in respektive Geschäftsleiter/in Ihres Unternehmens oder als Abteilungsleiter/in, sich für die Antworten rund 20 Minuten Zeit zu nehmen. Falls Sie zu verschiedenen Fragen keine konkreten Werte zur Hand haben, so können Sie auch eine Schätzung vornehmen und diese eintragen.

Sie können entweder den vorliegenden Fragebogen ausfüllen und uns diesen zurücksenden. Alternativ können Sie die Befragung auch online durchführen. Gehen Sie hierzu auf folgende Webadresse:

www.arbeitgeberbasel.ch/dienstleistungen/politik/arbeitgeberbarometer

oder scannen Sie nachfolgenden QR-Code ein:



Datenschutz:

Alle Angaben werden vertraulich behandelt. Es werden keine Daten auf Firmenebene ausgewertet oder veröffentlicht.

Sie haben Fragen zum Stimmungsbarometer:

Universität Basel
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Center for International Economics
and Business (CIEB)
Dr. Christian Rutzer
Peter Merian-Weg 6, 4002 Basel
T. 061 207 33 00, christian.rutzer@unibas.ch

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit! Falls Sie den Fragebogen in Papierform ausfüllen, dann schicken Sie diesen bitte mit dem beiliegenden, vorfrankierten Antwortcouvert bis spätestens **7. April 2019** an die zuvor genannte Adresse. Falls Sie die Befragung online durchführen wollen, dann gilt ebenfalls dieses Datum als Deadline.

Bitte so markieren: Bitte verwenden Sie einen Kugelschreiber oder nicht zu starken Filzstift. Dieser Fragebogen wird maschinell erfasst.
 Korrektur: Bitte beachten Sie im Interesse einer optimalen Datenerfassung die links gegebenen Hinweise beim Ausfüllen.

1. Allgemeine Angaben zum Unternehmen

- 1.1 Geografischer Standort des Unternehmens Basel Stadt Oberes Baselbiet Unteres Baselbiet
 Aargau Solothurn anderswo
- 1.2 Wie viele Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen beschäftigt Ihr Unternehmen derzeit (in Vollzeitäquivalent, im Folgenden als VZÄ bezeichnet)?
- 1.3 Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? (Falls Sie unsicher sind, zu welcher Branche Ihr Unternehmen gehört, dann erhalten Sie unter <https://www.kubb-tool.bfs.admin.ch/de> nähere Informationen zur NOGA-Klassifikation)
- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden (NOGA 05-09) | <input type="checkbox"/> Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln (NOGA 10-12) | <input type="checkbox"/> Chemische-Pharmazeutische Industrie (NOGA 19-21) |
| <input type="checkbox"/> Herstellung von Glas und Kunststoffwaren (NOGA 22-23) | <input type="checkbox"/> Metallindustrie (NOGA 24-25) | <input type="checkbox"/> EDV-Geräte und Uhren (NOGA 26) |
| <input type="checkbox"/> Elektroindustrie (NOGA 27) | <input type="checkbox"/> Maschinenbau (NOGA 28) | <input type="checkbox"/> Sonstiges verarbeitendes Gewerbe (NOGA 13-18, 29-33) |
| <input type="checkbox"/> Energie- und Wasserversorgung (NOGA 36-39) | <input type="checkbox"/> Baugewerbe (NOGA 41-43) | <input type="checkbox"/> Gross- und Einzelhandel (NOGA 45-47) |
| <input type="checkbox"/> Verkehr und Gastgewerbe (NOGA 49-56) | <input type="checkbox"/> Information und Kommunikation (NOGA 58-62) | <input type="checkbox"/> Finanzen und Versicherung (NOGA 64-66) |
| <input type="checkbox"/> Sonstige Dienstleistungen (NOGA 68-82, 86-96) | | |

2. Inputfaktoren

- 2.1 Hat sich die Zahl der Beschäftigten (in VZÄ) im **letzten Jahr (2018)**
 erhöht? verringert? ist gleichgeblieben?
- 2.2 Planen Sie, in **diesem Jahr (2019)** die Zahl der Beschäftigten (in VZÄ) zu
 erhöhen? verringern? unverändert zu belassen?
- 2.3 Wie hoch ist die derzeitige Anzahl beschäftigter Grenzgänger (in VZÄ)?
- 2.4 Wie hoch ist der Anteil an Vorleistungen, die Sie aus dem Ausland beziehen (beispielsweise Rohstoffe, Fertigungsteile oder Dienstleistungen, die Sie von Unternehmen aus dem Ausland einkaufen oder die Sie von einer ausländischen Tochtergesellschaft beziehen)?
 ca. 0 ca. 1/3 ca. 2/3 oder mehr



2. Inputfaktoren [Fortsetzung]

2.1 Qualität und Wichtigkeit von Inputfaktoren

- | | | | | | | | | |
|------|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 2.5 | Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen die Verfügbarkeit von Arbeitskräften ohne spezielle Ausbildung? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 2.6 | Haben Sie Probleme bei der Rekrutierung von Arbeitskräften ohne spezielle Ausbildung? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr grosse Probleme) |
| 2.7 | Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen die Verfügbarkeit von Arbeitskräften mit branchenrelevanter Berufslehre? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 2.8 | Haben Sie Probleme bei der Rekrutierung von Arbeitskräften mit branchenrelevanter Berufslehre? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr grosse Probleme) |
| 2.9 | Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen die Verfügbarkeit von Arbeitskräften mit akademischer Ausbildung (Universität, Fachhochschule)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 2.10 | Haben Sie Probleme bei der Rekrutierung von Arbeitskräften mit akademischer Ausbildung (Universität, Fachhochschule)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr grosse Probleme) |
| 2.11 | Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen die Verfügbarkeit von Lehrlingen? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 2.12 | Haben Sie Probleme bei der Rekrutierung von Lehrlingen? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr grosse Probleme) |
| 2.13 | Wie wichtig sind für Ihr Unternehmen ausländische Arbeitskräfte aus Drittstaaten (also nicht EU-Länder)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 2.14 | Hat Ihr Unternehmen Probleme bei der Rekrutierung von ausländischen Arbeitskräften aus Drittstaaten (also nicht EU-Länder)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr grosse Probleme) |
| 2.15 | Wie relevant ist für Ihr Unternehmen die Höhe der Infrastrukturkosten (Miete, Energie)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr relevant) |
| 2.16 | Wie beurteilen Sie die Höhe der Kosten für Infrastruktur in der Region (Miete, Energie)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hoch) |
| 2.17 | Wie relevant ist für Ihr Unternehmen der Zugang zu Fremdkapital (z.B. Darlehen) für die Finanzierung von Investitionen? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr relevant) |
| 2.18 | Wie gut ist für Ihr Unternehmen der Zugang zu Fremdkapital? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr gut) |

3. Absatzmarkt

- 3.1 Hat sich der Gewinn Ihres Unternehmens vor Steuern im **letzten Jahr (2018)**
 erhöht? verringert? ist gleichgeblieben?
- 3.2 Hat sich der Umsatz Ihres Unternehmens im **letzten Jahr (2018)**
 erhöht? verringert? ist gleichgeblieben?
- 3.3 Wie hoch war der Anteil des gesamten Umsatzes im **letzten Jahr (2018)**, den Ihr Unternehmen in Ländern der EU erwirtschaftet hat?
 ca. 0 ca. 1/3 ca. 2/3 oder mehr
- 3.4 Wie hoch war der Anteil des gesamten Umsatzes im **letzten Jahr (2018)**, den Ihr Unternehmen in Drittstaaten (also in nicht EU-Ländern) erwirtschaftet hat?
 ca. 0 ca. 1/3 ca. 2/3 oder mehr

3. Absatzmarkt [Fortsetzung]

- 3.5 Gehen Sie davon aus, dass sich Ihre Geschäftslage (Gewinne, Umsatz) in **diesem Jahr (2019)** insgesamt
 verbessert? verschlechtert? etwa gleichbleibt?
- 3.6 Könnte es durch die digitale Transformation zu plötzlichen und weitreichenden Veränderungen in Ihrer Branche kommen, die ausgelöst werden durch Unternehmen
 der eigenen Branche aus dem Inland der eigenen Branche aus dem Ausland anderer Branchen, insbesondere auch IT-Unternehmen (Apple, Google, Samsung etc.)

4. Unternehmensstrategische Aspekte

- 4.1 Wie wichtig schätzen Sie Anpassungen des Produktionsprozesses für den Erfolg Ihres Unternehmens ein? 1 5 (sehr wichtig)
- 4.2 Haben Sie im **letzten Jahr (2018)** Massnahmen ergriffen (Umstrukturierungen, Anschaffung neuer Maschinen, Einsatz neuer Technologien etc.), mit dem Ziel, die Effizienz Ihres Unternehmens zu erhöhen? 1 5 (sehr viele Massnahmen)
- 4.3 Haben Sie im **letzten Jahr (2018)** Massnahmen ergriffen, Prozesse innerhalb des Unternehmens verstärkt zu digitalisieren (wie beispielsweise verstärkter Einsatz von Software in der Planung oder im Absatz, Vernetzung von digitalen Geräten)? 1 5 (sehr viele Massnahmen)
- 4.4 Haben Sie mit dem Gedanken gespielt, Teile Ihres Unternehmens in einen anderen Kanton oder ins Ausland zu verlagern?
 nein ja, anderer Kanton ja, grenznahe Ausland (D, FR, ITA)
 ja, andere EU-Länder ja, China; Südostasien ja, sonstige Länder
- 4.5 Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen die grösste Chance im Zuge der Digitalisierung? (bitte stichpunktartig ausfüllen)
-
- 4.6 Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen das grösste Risiko im Zuge der Digitalisierung? (bitte stichpunktartig ausfüllen)
-

5. Bedeutung und Qualität verschiedener Massnahmen aus dem Personalmanagement

- 5.1 Welche Bedeutung hat das betriebliche Gesundheitsmanagement für den Erfolg Ihres Unternehmens? 1 5 (sehr wichtig)
- 5.2 Welche Qualität hat das betriebliche Gesundheitsmanagement in Ihrem Unternehmen? 1 5 (sehr hohe Qualität)
- 5.3 Welche Bedeutung hat das betriebliche Entlohnungs- und Bonussystem für den Erfolg Ihres Unternehmens? 1 5 (sehr wichtig)
- 5.4 Welche Qualität hat das betriebliche Entlohnungs- und Bonussystem in Ihrem Unternehmen? 1 5 (sehr hohe Qualität)
- 5.5 Welche Bedeutung hat das Thema Vereinbarkeit von Familie/Betreuung von Angehörigen und Beruf in Ihrem Unternehmen? 1 5 (sehr wichtig)
- 5.6 Wie beurteilen Sie die Umsetzung der Vereinbarkeit von Familie/Betreuung von Angehörigen und Beruf in Ihrem Unternehmen? 1 5 (sehr hohe Qualität)

5. Bedeutung und Qualität verschiedener Massnahmen aus dem Personalmanagement [Fortsetzung]

- 5.7 Welchen Stellenwert hat das Thema Mitsprachemöglichkeiten von Mitarbeitenden in Ihrem Unternehmen? 1 5 (sehr wichtig)
- 5.8 Wie beurteilen Sie die Qualität der Mitsprachemöglichkeiten von Mitarbeitenden in Ihrem Unternehmen? 1 5 (sehr hohe Qualität)
- 5.9 Welche Bedeutung hat das Thema Altersteilzeit für den Erfolg Ihres Unternehmens? 1 5 (sehr wichtig)
- 5.10 Wie beurteilen Sie die Qualität der Altersteilzeitregelung in Ihrem Unternehmen? 1 5 (sehr hohe Qualität)
- 5.11 Welche Bedeutung hat das Thema Mitarbeiter über 50 für den Erfolg Ihres Unternehmens? 1 5 (sehr wichtig)
- 5.12 Wie beurteilen Sie die Qualität von Massnahmen in Ihrem Unternehmen für Mitarbeiter über 50? 1 5 (sehr hohe Qualität)
- 5.13 Welche Bedeutung hat das Thema Weiterbildungen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels für Ihr Unternehmen? 1 5 (sehr wichtig)
- 5.14 Wie beurteilen Sie die Qualität der Weiterbildungen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels in Ihrem Unternehmen? 1 5 (sehr hohe Qualität)
- 5.15 Wie viele Tage umfasst im Durchschnitt die Weiterbildung pro Mitarbeiter/in und Jahr in Ihrem Unternehmen?
- 5.16 Werden die Kosten für Weiterbildung in der Regel von Ihrem Unternehmen übernommen?
 Ja Nein
- 5.17 Erfolgt die Weiterbildung in der Regel im Rahmen der Arbeitszeit?
 Ja Nein

6. Relevanz und Qualität verschiedener Standortfaktoren

- 6.1 Wie relevant sind Steuerbelastungen / Gebühren relativ zur Qualität staatlicher Leistungen für den Erfolg Ihres Unternehmens? 1 5 (sehr wichtig)
- 6.2 Wie beurteilen Sie die Qualität der Steuerbelastung / Gebühren relativ zur Qualität staatlicher Leistungen in der Region? 1 5 (sehr hohe Qualität)
- 6.3 Wie relevant ist der Aufwand für und Dauer von Bewilligungsverfahren für den Erfolg Ihres Unternehmens? 1 5 (sehr wichtig)
- 6.4 Wie beurteilen Sie die Qualität des Aufwands für und Dauer von Bewilligungsverfahren in der Region? 1 5 (sehr hohe Qualität)
- 6.5 Wie relevant ist E-Government (beispielsweise Möglichkeit von Datenerfassung in digitaler Form, einholen von Genehmigungen auf digitalem Weg) für den Erfolg Ihres Unternehmens? 1 5 (sehr wichtig)
- 6.6 Wie beurteilen Sie die Qualität des E-Governments in Ihrer Region? 1 5 (sehr hohe Qualität)
- 6.7 Wie relevant wäre eine allgemeine Anhebung und Vereinheitlichung des Rentenalters für Frauen und Männer auf 67 für den Erfolg Ihres Unternehmens? 1 5 (sehr wichtig)

6. Relevanz und Qualität verschiedener Standortfaktoren [Fortsetzung]

- | | | | | | | | | |
|------|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------|
| 6.8 | Wie beurteilen Sie aus Sicht Ihres Unternehmens die derzeitige Regelung zum Rentenalter (Unterschied zwischen Frauen und Männer, Höhe des Renteneintrittsalters)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 6.9 | Wie relevant ist für Ihr Unternehmen die flexible Gestaltung der Arbeitszeiterfassung? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 6.10 | Wie schätzen Sie die Qualität der Regelungen zur flexiblen Gestaltung der Arbeitszeiterfassung ein? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 6.11 | Wie relevant ist für Ihr Unternehmen die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 6.12 | Wie schätzen Sie die Qualität der Anbindung Ihres Unternehmens an öffentliche Verkehrsmittel ein? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 6.13 | Wie relevant ist für Ihr Unternehmen die Erreichbarkeit mit privaten Verkehrsmitteln (Parkplätze)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 6.14 | Wie schätzen Sie die Qualität der Erreichbarkeit Ihres Unternehmens mit privaten Verkehrsmitteln (Parkplätze) ein? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 6.15 | Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen die Sozialpartnerschaft (Zusammenarbeit mit Gewerkschaften, Gesamtarbeitsverträge, etc.)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 6.16 | Wie schätzen Sie die Qualität der Sozialpartnerschaft ein (Zusammenarbeit mit Gewerkschaften, Gesamtarbeitsverträge, etc.)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 6.17 | Wie relevant ist für Ihr Unternehmen familienexterne Betreuung (Krippen-Angebote, Angehörigenbetreuung, etc.)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 6.18 | Wie beurteilen Sie die Qualität der familienexternen Betreuung (Krippen-Angebote, Angehörigenbetreuung, etc.)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 6.19 | Welche Relevanz hat die öffentliche Sicherheit (tiefe Kriminalitätsrate, etc.) für den Erfolg Ihres Unternehmens? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 6.20 | Wie schätzen Sie die öffentliche Sicherheit in der Region ein (tiefe Kriminalitätsrate, etc.)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr sicher) |
| 6.21 | Gibt es noch andere zentrale Standortfaktoren für Ihr Unternehmen, welche nicht aufgeführt wurden? Wenn ja, welche? (bitte stichpunktartig ausfüllen) | | | | | | | |

7. Aktuelle politische Entwicklungen

- | | | | | | | | | |
|-----|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| 7.1 | Wie wichtig ist der Zugang zum EU-Binnenmarkt für den Erfolg Ihres Unternehmens? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 7.2 | Erwarten Sie aufgrund der Beziehungen zwischen der Schweiz und der EU Schwierigkeiten beim Zugang zum EU-Binnenmarkt? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr grosse Schwierigkeiten) |
| 7.3 | Wie wichtig ist ein Abschluss des Rahmenabkommens Schweiz-EU für den Erfolg Ihres Unternehmens? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |



7. Aktuelle politische Entwicklungen [Fortsetzung]

- 7.4 Wie wichtig ist der Zugang zu den aussereuropäischen Weltmärkten (USA, Asien) für den Erfolg Ihres Unternehmens? 1 5 (sehr wichtig)
- 7.5 Expecten Sie aufgrund aktueller politischer Entwicklungen (Handelskonflikt USA-China, Gefährdung des multilateralen Handelssystems der WTO etc.) Schwierigkeiten beim Zugang zu den aussereuropäischen Weltmärkten (USA, Asien)? 1 5 (sehr grosse Schwierigkeiten)
- 7.6 Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen das Bundesgesetz über die Steuerreform und die AHV-Zusatzfinanzierung? 1 5 (sehr wichtig)
- 7.7 Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen eine von der Vorlage über die Steuerreform und die AHV-Zusatzfinanzierung losgelöste, grundlegende Reform der Altersvorsorge (AHV / BVG)? 1 5 (sehr wichtig)
- 7.8 Würde ein «Ja» zur Unternehmensverantwortungsinitiative mit grossen Herausforderungen für Ihr Unternehmen einhergehen? 1 5 (sehr grosse Herausforderung)
- 7.9 Würde Ihr Unternehmen einen Vaterschaftsurlaub grundsätzlich befürworten? 1 5 (sehr befürworten)
- 7.10 Wie sollte ein solcher Vaterschaftsurlaub finanziert werden?
 Lohnfortzahlung (durch Arbeitgeber) EO (analog Mutterschaftsurlaub) andere Variante
- 7.11 Würde Ihr Unternehmen stattdessen einen "Elternurlaub" befürworten, welcher den Eltern Entscheidungsspielraum lässt? 1 5 (sehr befürworten)
- 7.12 Gibt es weitere aktuelle politische Entwicklungen, die für den Erfolg Ihres Unternehmens relevant sind? Wenn ja, diese bitte stichpunktartig auflisten.

8. Welche der folgenden Bereiche und Entwicklungen sind in Bezug auf den zukünftigen Erfolg Ihres Unternehmens mit hohen Unsicherheiten verbunden?

- 8.1 Regelung der Nachfolge 1 5 (sehr hohe Unsicherheit)
- 8.2 Digitale Transformation (Digitalisierung, Industrie 4.0) 1 5 (sehr hohe Unsicherheit)
- 8.3 Entwicklung des Wechselkurses des CHF gegenüber anderen Währungen 1 5 (sehr hohe Unsicherheit)
- 8.4 Verfügbarkeit von elektrischer Energie (aufgrund der Energiestrategie 2050, Zunahme erneuerbarer Energien, etc.) 1 5 (sehr hohe Unsicherheit)
- 8.5 Veränderungen des Marktumfelds aufgrund von bestehenden oder neuen Konkurrenten 1 5 (sehr hohe Unsicherheit)



9. Mitgliederzufriedenheit

- | | | | | | | | | |
|------|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| 9.1 | Die Mitgliedschaft beim Arbeitgeberverband Basel (AGV) bringt mir/unsere Unternehmen einen Mehrwert | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hoher Mehrwert) |
| 9.2 | Wie wichtig ist Ihnen die Rechtsberatung des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 9.3 | Wie beurteilen Sie die Qualität der Rechtsberatung des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 9.4 | Wie wichtig sind Ihnen Fachseminare des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 9.5 | Wie beurteilen Sie die Qualität der Fachseminare des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 9.6 | Wie wichtig sind Ihnen Netzwerkveranstaltungen des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 9.7 | Wie beurteilen Sie die Qualität der Netzwerkveranstaltungen des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 9.8 | Wie wichtig sind Ihnen kurze Infoanlässe des AGV zu aktuellen Themen? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 9.9 | Wie beurteilen Sie die Qualität der kurzen Infoanlässe des AGV zu aktuellen Themen? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 9.10 | Wie wichtig ist Ihnen der regionale GAV des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 9.11 | Wie beurteilen Sie die Qualität des regionalen GAV des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 9.12 | Wie wichtig sind Ihnen die Informationsangebote des AGV ("Schwerpunkt", elektronischer Newsletter, Website)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 9.13 | Wie beurteilen Sie die Qualität des Informationsangebots ("Schwerpunkt", elektronischer Newsletter, Website) des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 9.14 | Wie wichtig ist Ihnen die Öffentlichkeitsarbeit und das politische Lobbying des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 9.15 | Wie beurteilen Sie die Qualität der Öffentlichkeitsarbeit und des politischen Lobbyings des AGV? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 9.16 | Wie wichtig ist Ihnen die Ausgleichskasse und Familienausgleichskasse Arbeitgeber Basel (AK 40)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr wichtig) |
| 9.17 | Wie beurteilen Sie die Qualität der Ausgleichskasse und Familienausgleichskasse Arbeitgeber Basel (AK 40)? | 1 | <input type="checkbox"/> | 5 (sehr hohe Qualität) |
| 9.18 | Was könnte der AGV zusätzlich für Sie als Mitgliedsunternehmen tun? (bitte stichpunktartig antworten) | | | | | | | |

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

