

Stimmungsbarometer Arbeitgeberverband Basel

Ergebnisse Mitgliederbefragung 2011

Durchgeführt vom Institut für Unternehmensführung IfU, Hochschule für Wirtschaft,
Fachhochschule Nordwestschweiz

Projektmitarbeitende
Rolf Meyer
Olga Samuel
Adrian Sidler

Olten, 6. Juni 2011

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	1
1. Einleitung.....	2
2. Erhebung und Rücklauf	3
3. Struktur der Teilnehmenden	3
4. Standortfaktoren und politische Rahmenbedingungen.....	6
5. Entwicklung und Zukunftsperspektiven	8
6. Mitgliederzufriedenheit	12
Anhang	19

Zusammenfassung

Insgesamt haben sich dieses Jahr 395 Betriebe an der Befragung beteiligt. Die Struktur der Teilnehmenden entspricht weitgehend derselben wie vor zwei Jahren und ist repräsentativ für die schweizerische KMU-Landschaft.

Bezüglich der Qualität der Standortfaktoren wurden, wie bereits 2009, die öffentlichen Verkehrsmittel am meisten geschätzt. Die Zufriedenheit über die Standortfaktoren hat insgesamt zugenommen. Bei den politischen Rahmenbedingungen sollen die Zahl der für Unternehmen relevante Gesetze reduziert werden und eine Flexibilisierung des Rentenalters würde ebenfalls begrüsst. Die Bereitschaft das Unternehmen in einen anderen Kanton zu verlegen ist jedoch als gering einzustufen.

Die Entwicklung der Kennzahlen hat, obwohl die letzte Befragung hier eine eher pessimistische Prognose bot, insgesamt in allen Bereichen zugenommen, wobei der Umsatz und das Lohnniveau am stärksten betroffen waren. Für die nächsten 12 Monate wird von einer vorsichtigen Zunahme der Kennzahlen ausgegangen. Die grössten Herausforderungen werden zurzeit beim Wechselkurs CHF-EUR ausgemacht. Sorgen werden sich ebenfalls um ein tiefes Ausbildungsniveau sowie damit einhergehend um einen Fachkräftemangel gemacht. Weiterbildung und Personalentwicklung werden entsprechend am wichtigsten bei den Massnahmen fürs Personalmanagement bewertet.

Insgesamt sind die Mitglieder des AGV Basel zufrieden mit den angebotenen Dienstleistungen, für 55% der Befragten bedeutet die Mitgliedschaft einen Mehrwert. Insbesondere die Rechtsberatung wird geschätzt. Politisches Lobbying fällt jedoch etwas ab und wird in den freien Kommentaren nochmals betont. Optimiert könnte das Angebot durch Kurse zu spezifischen Themen werden.

Zusammenfassend zeigt die Befragung des AGV gegenüber 2009 eine leichte Entspannung gegenüber der aktuellen Wirtschaftssituation. Die Befürchtungen aus 2009 sind bei den Teilnehmenden nicht oder weniger stark als erwartet eingetreten und die Prognosen für die nächsten 12 Monate sind vorsichtig optimistisch.

1. 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 beabsichtigt der AGV, die eigenen Mitglieder in regelmässigen Abständen zu befragen, um ein aktuelles Stimmungsbild zu wirtschaftlichen und politischen Aspekten zu erhalten. Die Ergebnisse der Befragung sollen es dem AGV ermöglichen, Themen und Fragestellungen zu lancieren und bearbeiten, die für seine Mitglieder bedeutsam und relevant sind. Weiter sollen sie eine Grundlage bilden für kommunikative und politische Massnahmen des AGV.

Zu diesem Zweck hat der AGV Basel dem Institut für Unternehmensführung IfU der FHNW einen Auftrag zur Durchführung einer schriftlichen Befragung mit den folgenden Zielen erteilt:

- Einschätzung von Entwicklungen und Trends, die dem Unternehmen Schwierigkeiten und Sorgen bereiten
- Einschätzung der Bedeutung verschiedener Funktionen des Personalmanagements für den Erfolg des Unternehmens
- Einschätzung der Qualität unterschiedlicher Standortfaktoren
- Gewichtung einzelner Aussagen zu politischen Rahmenbedingungen
- Erfragung der Entwicklung unternehmerischer Kennzahlen in den vergangenen drei Jahren und eine entsprechende Prognose für die kommenden zwölf Monate
- Erfragung der Zufriedenheit mit den Leistungen des AGV
- Erfragung, welche Bereiche und Dienstleistungen der AGV ausbauen oder abbauen soll
- Statistische Angaben zur Firma und zum Unternehmenserfolg

Mit dem vorliegenden Bericht wird über die Ergebnisse der schriftlichen Befragung berichtet. Er beginnt mit Ausführungen zur schriftlichen Erhebung, zum Rücklauf und zur Aussagekraft der Ergebnisse. Es folgen die Ergebnisse der Befragung zu den einzelnen Fragestellungen sowie die Schlussfolgerungen.

2. Erhebung und Rücklauf

Der 8seitige Fragebogen¹ entspricht zum grossen Teil der Fassung von 2009 und wurde nur geringfügig angepasst (Anpassungen sind als Fussnote vermerkt).

Die Befragung wurde sowohl als Onlineversion als auch in Papierform angeboten.

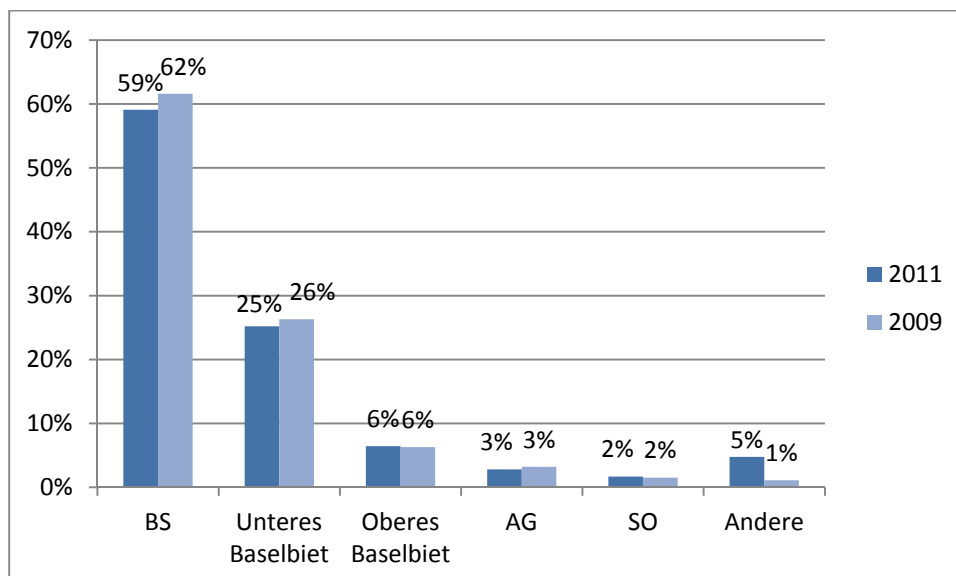
Von den rund 2500 angeschriebenen Unternehmen, alles Mitglieder des AGV, haben insgesamt 395 Teilnehmende (Onlineversion: 158, Papierform: 237) den Fragebogen ausgefüllt, was einer Rücklaufquote von rund 16% entspricht. Die Rücklaufquote ist damit etwas niedriger als noch vor zwei Jahren (19%).

Als erstes Fazit kann festgestellt werden, dass Papierfragebogen bei den Teilnehmenden beliebter sind.

3. Struktur der Teilnehmenden

Standort

Die meisten Betriebe befinden sich in Basel-Stadt (59%), gefolgt vom Unteren Baselbiet (25%) und Oberen Baselbiet (6%).



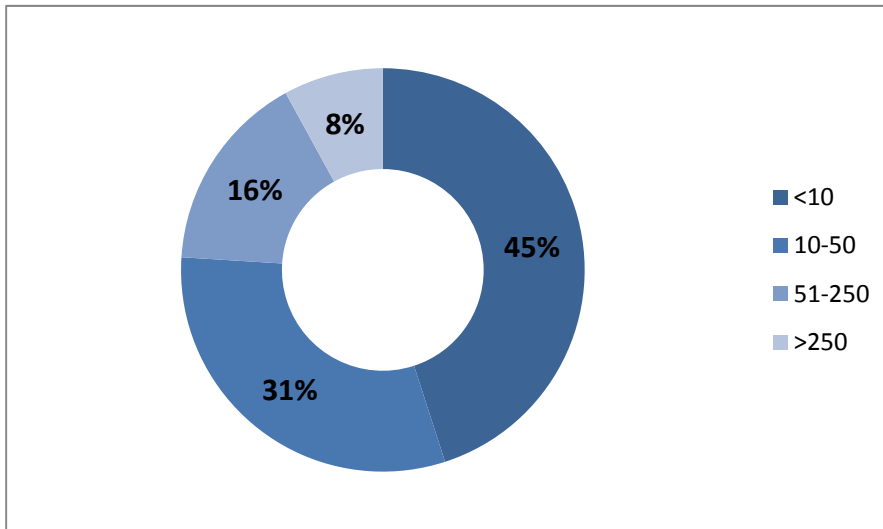
Tab. 1: Standort

¹ Fragebogen siehe Anhang

Anzahl Mitarbeitende und Lehrstellen

Im Schnitt beschäftigen die Betriebe 452 Mitarbeitende, resp. 375 bei Vollzeitäquivalenten, und 11 Lehrlinge.

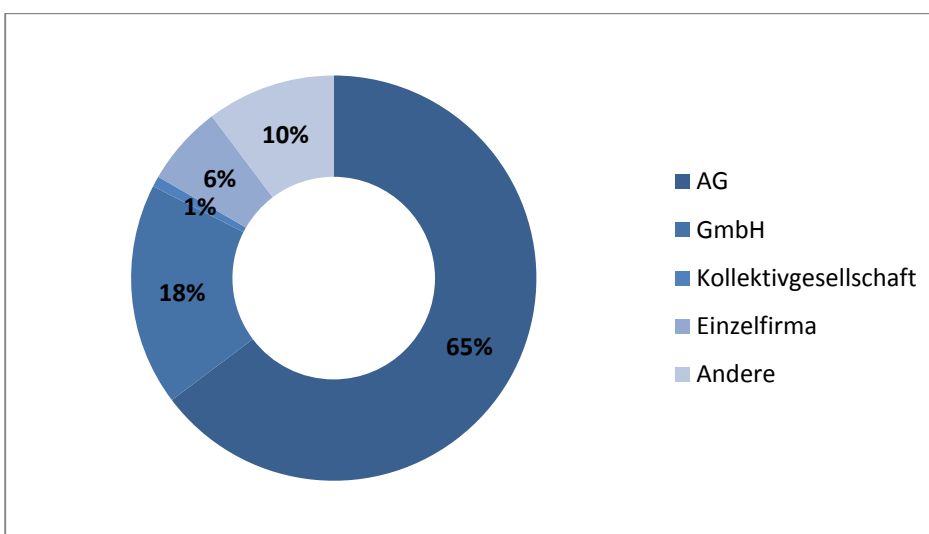
Rund 92% der Teilnehmenden beschäftigen maximal 250 Personen, was einer repräsentativen Befragung für die schweizerische KMU-Landschaft entspricht. Knapp die Hälfte der Betriebe beschäftigt unter 10 Personen (45%). 31% der Teilnehmenden beschäftigen zwischen 10-50 Personen und 8% haben über 250 Mitarbeitende.



Tab. 2: Anzahl Mitarbeitende

Rechtsform

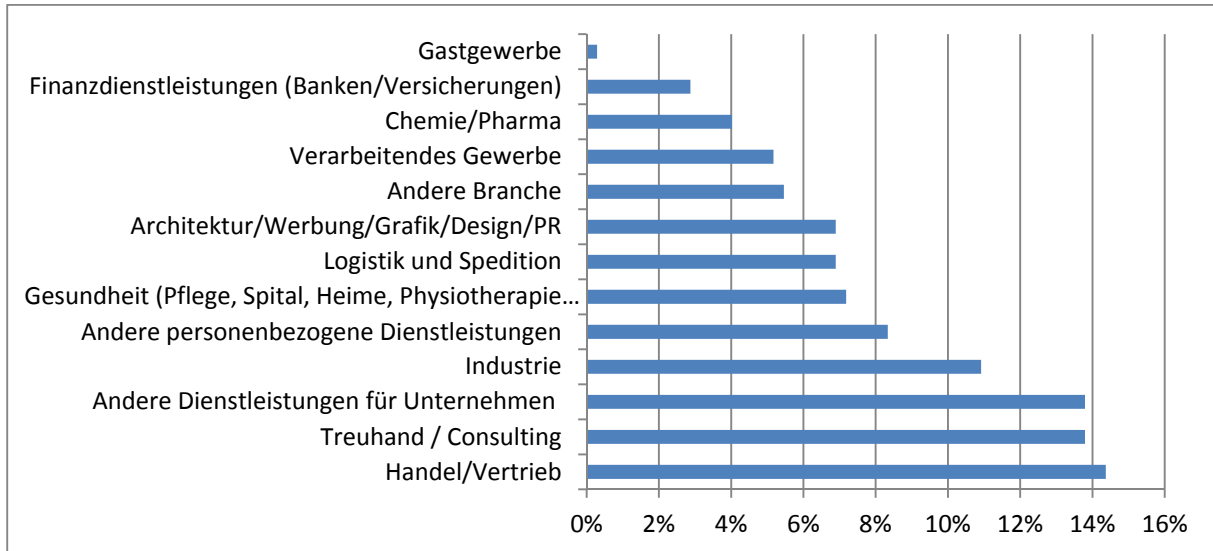
Die häufigste Rechtsform ist die AG (65%), gefolgt von GmbH (18%) und Einzelfirmen (6%). Kollektivgesellschaften sind mit 3 Nennungen selten. Eine andere Rechtsform gaben 10% der Teilnehmenden an, wobei davon die häufigste Nennung (n=9) die "Öffentlich-rechtliche Körperschaft" ist.



Tab. 3: Rechtsform

Branche

Jeweils rund 14% der Betriebe ordnen sich den Branchen Handel/Vertrieb, Treuhand/Consulting sowie andere Dienstleistungen für Unternehmen zu. Rund 11% der Unternehmen stammen aus der Industrie und 8% aus anderen personenbezogenen Dienstleistungsunternehmen.²



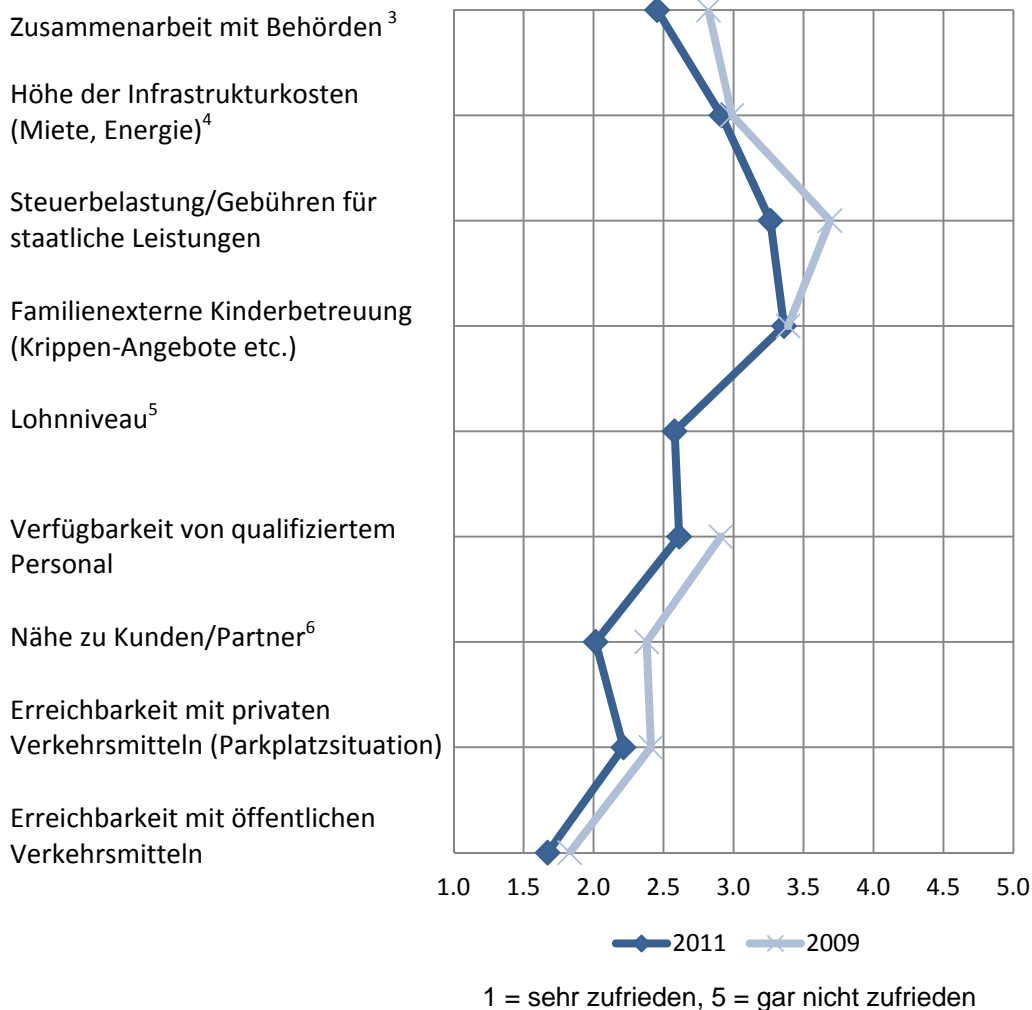
Tab. 4: Branchen

² Im Anhang befindet sich eine Übersicht der Kennzahlen aller folgenden Tabellen.

4. Standortfaktoren und politische Rahmenbedingungen

Qualität Standortfaktoren

Die höchste Zufriedenheit erhielt wie 2009 die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Die tiefste Zufriedenheit erreichten die Familienexternen Kinderbetreuung sowie die Steuerbelastung/Gebühren für staatliche Leistungen. Insgesamt sind die Betriebe zufriedener als noch vor zwei Jahren.



Tab. 5: Qualität Standortfaktoren

Einzelne Standortfaktoren werden je nach Unternehmensgrösse unterschiedlich bewertet. Mittलगrossen Unternehmen (11-250 Mitarbeitende) stuften die Zusammenarbeit mit den Behörden sowie die Erreichbarkeit mit privaten Verkehrsmitteln signifikant schlechter ein als Kleinunternehmen (1-10 Mitarbeitende) als auch Grossunternehmen (über 250 Mitarbeitende).⁷

³ 2009: Verkehr mit Behörden

⁴ 2009: Höhe der Mietkosten

⁵ 2011: neue Variable

⁶ 2009: Kontaktmöglichkeiten zu potentiellen Kunden.

⁷ Details sind im Anhang III aufgeführt.

Politische Rahmenbedingungen

Die höchste Zustimmung erhält die Aussage, dass die Zahl für Unternehmen relevante Gesetze reduziert werden soll (durchschnittliche Bewertung 2.0), gefolgt von der Flexibilisierung für das Rentenalter (2.14). Die tiefste Zustimmung erhalten die Variablen, die nach einer Verlegung auf Grund steuerlicher Anreize (3.8) oder anderer Rahmenbedingungen (3.75) fragen. Verglichen zu 2009 bekommt die Politik (3.06) eine höhere Zustimmung, ebenso das schweizerische Bildungssystem (2.79).

Die Zahl der für Unternehmen relevanten Gesetze soll reduziert werden.

Wir wären bereit, aufgrund anderer Rahmenbedingungen (liberalere Gesetze, weniger Vorschriften) das Unternehmen in einen anderen Kanton zu verlegen.⁸

Wir wären bereit, aufgrund steuerlicher Anreize das Unternehmen in einen anderen Kanton zu verlegen.

Das Rentenalter soll flexibilisiert werden.⁹

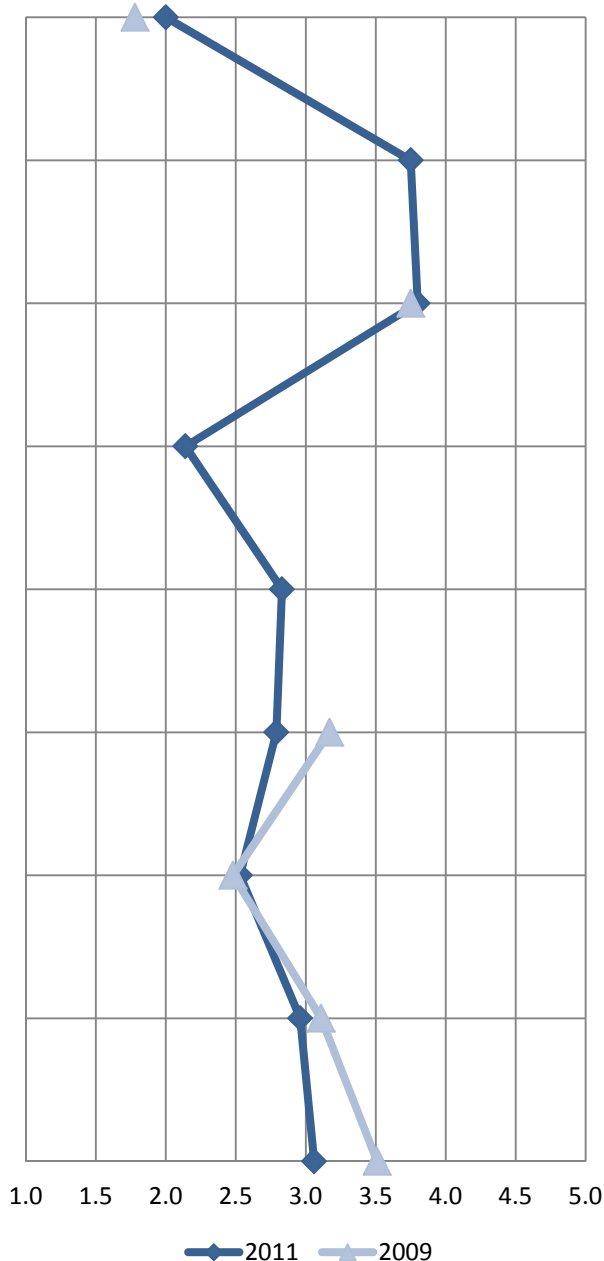
Das Vertrauen der Bevölkerung in die Wirtschaft hat abgenommen.¹⁰

Das schweizerische Bildungssystem berücksichtigt die Bedürfnisse der Wirtschaft.

Der Staat soll Lehrbetriebe finanziell begünstigen.¹¹

Für unser Unternehmen ist der freie Zugang zum europäischen Markt von grosser Bedeutung.

Die Politik kümmert sich um die Anliegen der Unternehmen.¹²



Tab. 6: Politische Rahmenbedingungen

1= trifft vollkommen zu, 5 = trifft gar nicht zu

⁸ 2011: neue Variable

⁹ 2011: neue Variable

¹⁰ 2011: neue Variable

¹¹ 2009: Der Staat soll Unternehmen, die Lehrlinge ausbilden, steuerlich entlasten.

¹² 2009: Die Politik kümmert sich um die Anliegen der KMU.

Grossunternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitenden stufen einige dieser politischen Rahmenbedingungen signifikant anders ein als KMU. Folgenden Aussagen stimmen Grossunternehmen deutlich öfter zu als KMU:

- Die Politik kümmert sich um die Anliegen der Unternehmen
- Wir wären bereit, aufgrund steuerlicher Anreize das Unternehmen in einen anderen Kanton zu verlegen
- Die Zahl der für Unternehmen relevanten Gesetze soll reduziert werden.

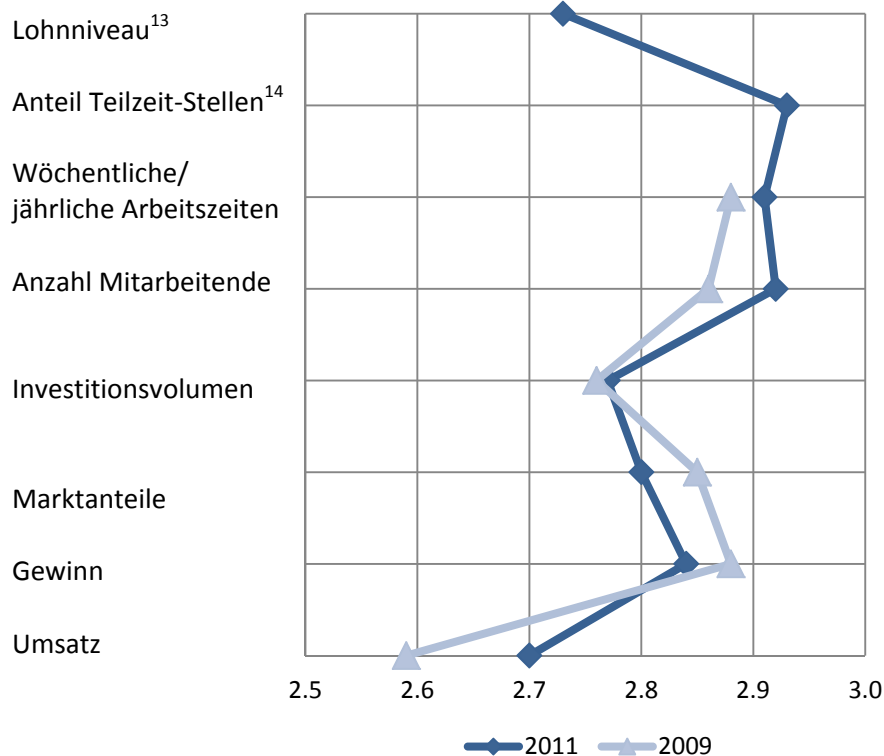
Hingegen stimmen Grossunternehmen folgender Aussage tendenziell seltener zu als KMU:

- Das schweizerische Bildungssystem berücksichtigt die Bedürfnisse der Wirtschaft

5. Entwicklung und Zukunftsperspektiven

Entwicklung Kennzahlen letzte 3 Jahre

Wenn man von einem neutralen Wert von 3 ausgeht, also weder eine Ab- noch Zunahme, haben sämtliche Faktoren zugelegt. Am stärksten die Variablen Umsatz (2.7) sowie Lohnniveau (2.73). Die schwächsten Zunahmen in den letzten drei Jahren betreffen die Anzahl der Teilzeit-Stellen (2.93) sowie die Anzahl der Mitarbeitenden (2.92). Im Vergleich zu 2009 hat sich der Umsatz am stärksten verändert. Es gilt jedoch zu berücksichtigen, dass die Tabelle auf Grund der geringen Veränderungen zu 2009 "vergrössert" dargestellt wurde. Nachdem die Entwicklung der Faktoren im 2009 negativ eingeschätzt wurde (siehe nächster Abschnitt), sind die Resultate umso positiver zu bewerten.



1= starke Zunahme, 5 = starke Abnahme

Tab. 7: Entwicklung letzte 3 Jahre

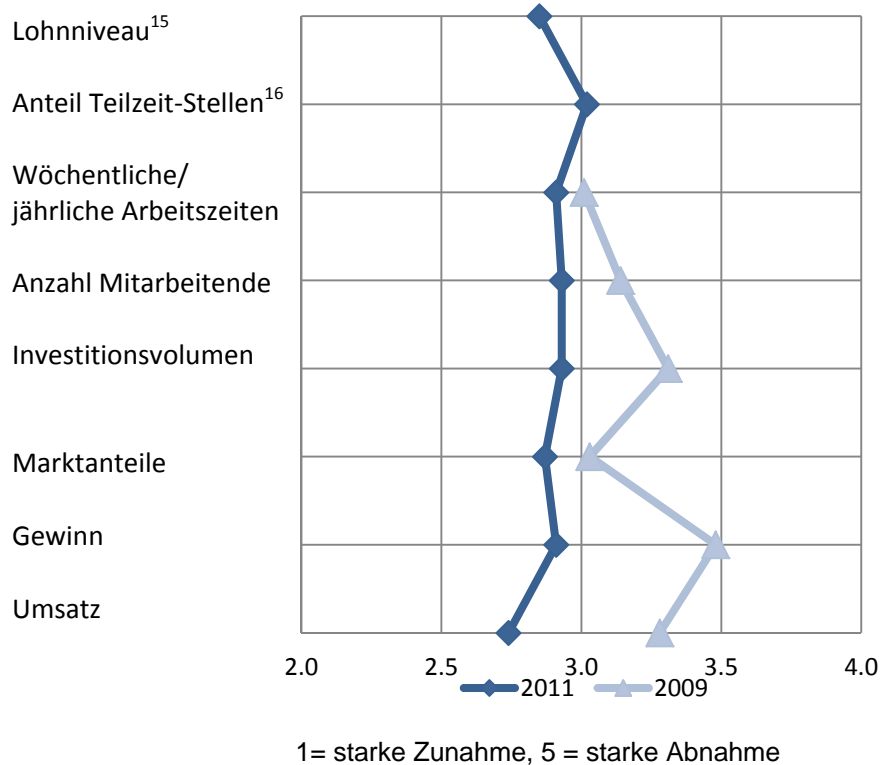
¹³ 2011: neue Variable

¹⁴ 2011: neue Variable

Kleinunternehmen bis 10 Mitarbeitenden verzeichneten dabei in den letzten drei Jahren tendenziell den geringsten Zuwachs beim Umsatz und Gewinn, jedoch den höheren Zuwachs bei der Anzahl Mitarbeitenden und Teilzeitmitarbeitenden als mittelgrosse und grosse Unternehmen.

Entwicklung Kennzahlen nächste 12 Monate

Wieder von einem neutralen Wert 3 ausgehend, weder eine Ab- noch eine Zunahme, werden die Faktoren Umsatz (2.74) sowie Lohnniveau (2.85) am höchsten eingeschätzt. Die tiefste Zustimmung erhält die Anzahl Teilzeit-Stellen (3.02). Verglichen zu 2009 haben sich die Faktoren Gewinn und Umsatz am stärksten verändert. Es herrscht offenbar eine optimistischere Stimmung, wobei sich die Befürchtungen aus dem 2009 bezüglich der Entwicklung nicht bewahrheitet haben. Es gilt wiederum zu berücksichtigen, dass die Tabelle auf Grund der geringen Veränderungen zu 2009 "vergrössert" dargestellt wurde.



Tab. 8: Entwicklung nächste 12 Monate

¹⁵ 2011: neue Variable

¹⁶ 2011: neue Variable

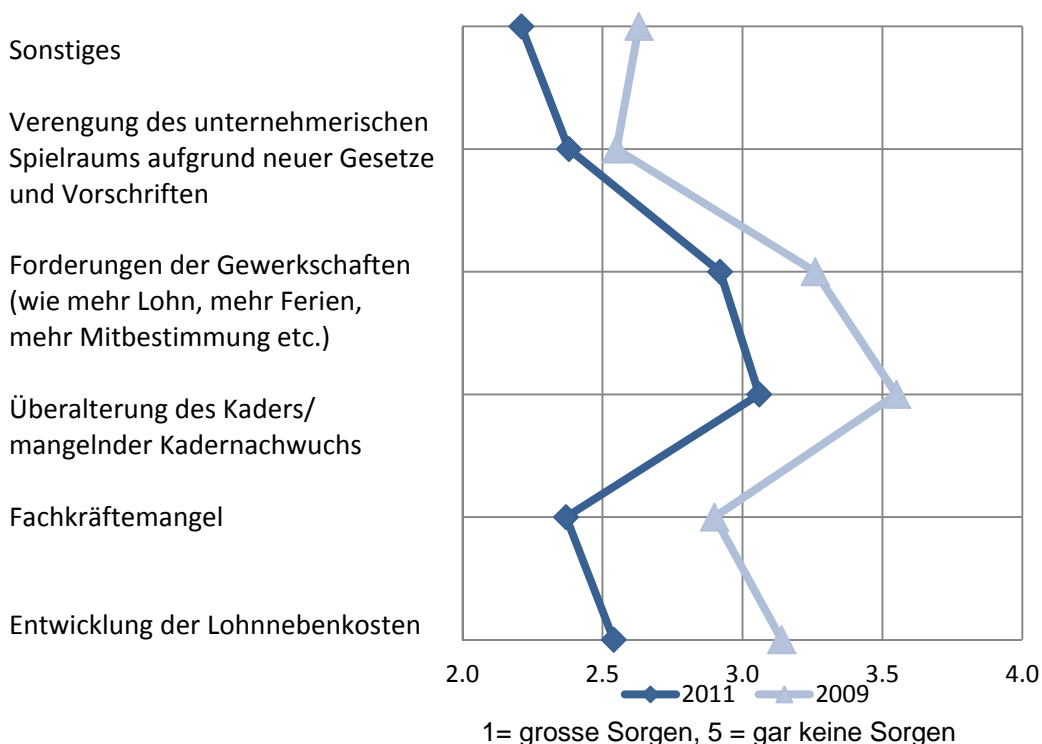
Herausforderungen

Die Hälfte der Teilnehmenden hat die Frage nach einer Entwicklung, resp. einem Ereignis, welches dem Unternehmen zurzeit die grössten Schwierigkeiten bereiten würde, beantwortet. Am häufigsten wurden folgende Faktoren genannt:

1. Wechselkurs CHF-EUR
2. Tiefes Ausbildungsniveau
3. Preisdruck
4. Globalisierung und ausländische Konkurrenz (Grenznah)
5. Vorschriften

Sorgenbarometer

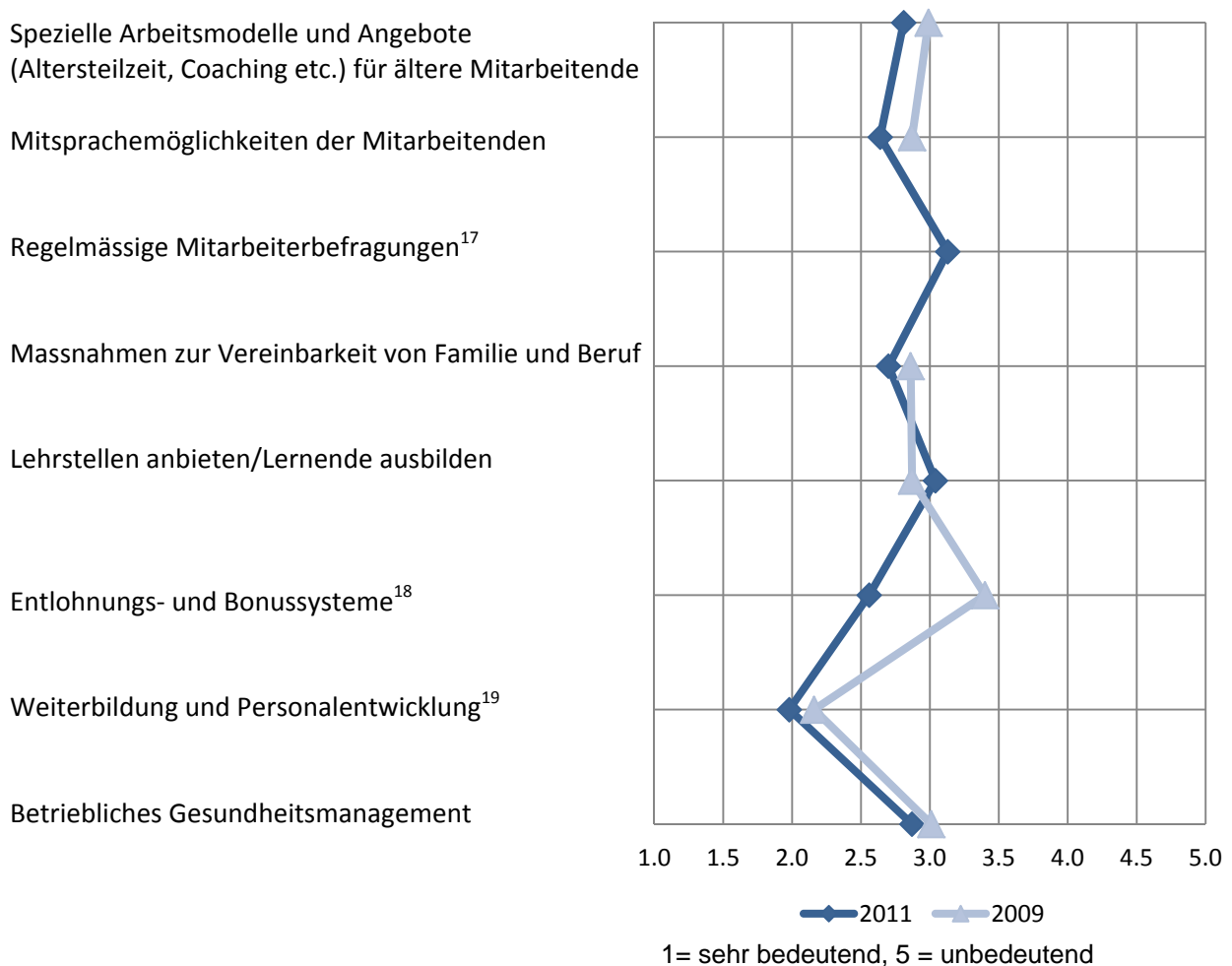
Analog zu oben genannten Faktoren werden die Verengung des unternehmerischen Spielraums (2.38) sowie ein Fachkräftemangel (2.37) als grösste Sorgen bezeichnet. Unter Sonstiges werden der Wechselkurs CHF-EUR, die Schweiz als Nichtmitglied der EU sowie die Globalisierung genannt. Insgesamt haben die Sorgen verglichen zu 2009 zugenommen.



Tab. 9: Sorgenbarometer

Massnahmen Personalmanagement

Weiterbildung und Personalentwicklung (1.98) werden als wichtige Massnahme zur Personalentwicklung bezeichnet. Entlohnungs- und Bonussysteme (2.56) gefolgt von Massnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf (2.7) sowie Mitsprachemöglichkeiten der Mitarbeitenden (2.64). Regelmässige Mitarbeiterbefragungen (3.13) finden hingegen am wenigsten Zuspruch. Im Vergleich zu 2009 haben Entlohnungs- und Bonussysteme am stärksten an Bedeutung zugenommen. Lehrstellen anbieten wurde leicht tiefer eingestuft als vor zwei Jahren.



Tab. 10: Massnahmen Personalmanagement

Signifikante branchenspezifische Unterschiede konnten bei der gesamten Befragung nur selten festgestellt werden. Eine davon ist die Beurteilung der Bedeutung regelmässiger Mitarbeiterbefragungen: Diese werden bei der Pharmaindustrie als deutlich unbedeutender eingestuft als bei allen anderen Branchen.

¹⁷ 2011: neue Variable

¹⁸ 2009: Fringe Benefits

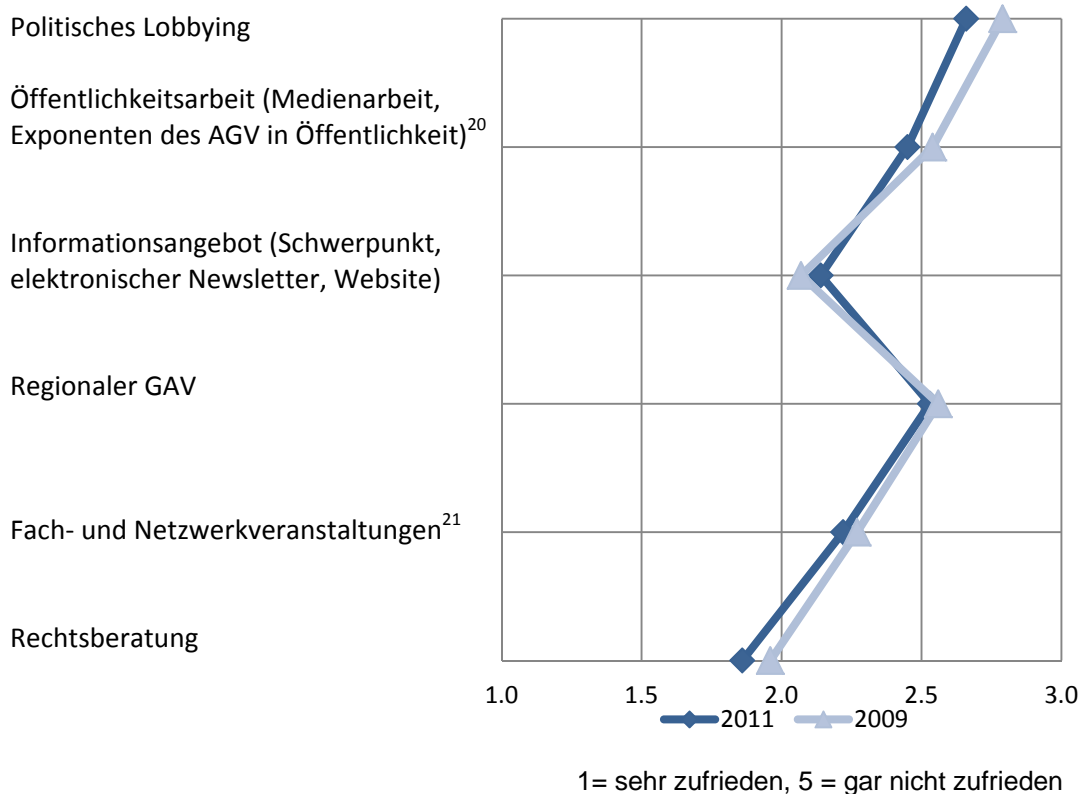
¹⁹ 2009: Regelmässige Weiterbildung für Mitarbeitende, Regelmässige Weiterbildung für Kader

6. Mitgliederzufriedenheit

Die Hälfte aller Beteiligten hat sich als Mitglieder des AGV Basels bezeichnet und den Teil 4 bewertet.

Zufriedenheit letzte 2 Jahre

Die höchste Zustimmung erreicht die Rechtsberatung (1.86) gefolgt vom Informationsangebot (2.14) sowie Fach- und Netzwerkveranstaltungen (2.22). Der tiefste Wert wird dem politischen Lobbying (2.66) und dem regionalen GAV (2.53) zugeordnet. Wobei insgesamt alle Faktoren in den Bereich "zufrieden" fallen. Im Vergleich zu 2009 ist eine leichte Verschiebung zu zufriedeneren Mitgliedern festzustellen.



Tab. 11: Zufriedenheit letzte zwei Jahre

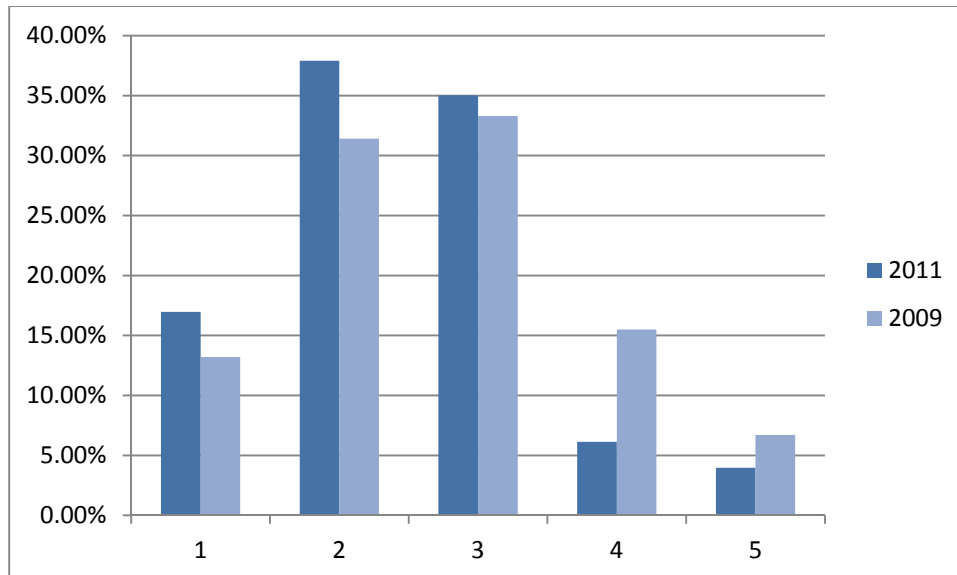
Beim politischen Lobbying sind die Grossbetriebe mit mehr als 250 Mitarbeitenden deutlich zufriedener mit dem AGV als die KMU.

²⁰ 2009: Öffentlichkeitsarbeit

²¹ 2009: Fach- und Ausbildungsveranstaltung

Mehrwert AGV

Im Schnitt stimmen 55% zu, dass eine Mitgliedschaft einen Mehrwert bringt. Jedes zehnte Mitglied lehnt dies jedoch ab. Gegenüber 2009 als jedes fünfte Mitglied dies ablehnte, bedeutet dies eine markante Verbesserung für den AGV Basel.



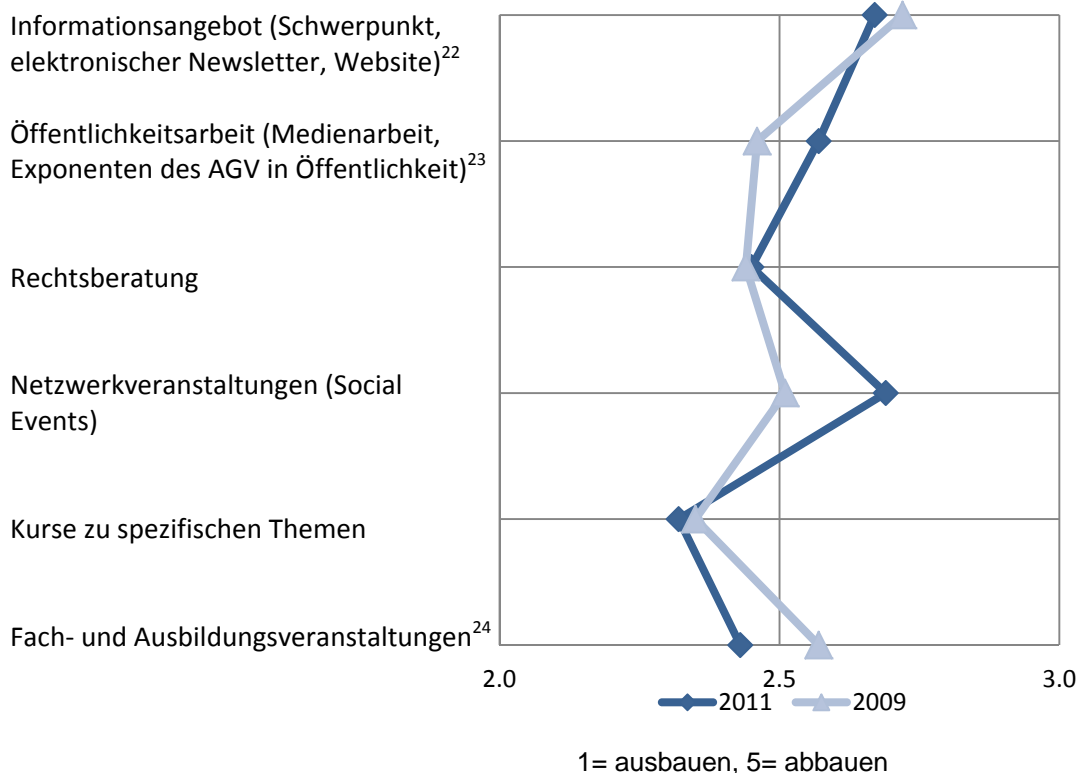
1= trifft voll zu, 5 = trifft gar nicht zu

Tab. 12: Mehrwert AGV

Besonders hoch wird der Mehrwert des AGV Basel bei den Grossunternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitenden eingestuft (durchschnittliche Bewertung von 1.89), gefolgt von den mittelgrossen Unternehmen mit 11-250 Mitarbeitenden (2.33). Am tiefsten ist die Zustimmung zur Aussage bei den Kleinstunternehmen bis 10 Mitarbeitenden (die durchschnittliche Bewertung von 2.52 ist jedoch immer noch positiv zu beurteilen).

Angebotsveränderung AGV

Insgesamt werden alle Angebote positiv bewertet. Die höchste Wertung erhielten Kurse zu spezifischen Themen (2.32) sowie Fach- und Ausbildungsveranstaltungen (2.43), den geringsten Zuspruch fanden Netzwerkveranstaltungen (2.69). Die Differenz zu 2009 ist nicht hoch (Grafik mit angepasster Achse), wobei die Teilnehmenden 2011 tendenziell etwas zurückhaltender gegenüber einem Ausbau sind. Unter anderem wurden am häufigsten "Politisches Lobbying" genannt (n=6).



Tab. 13: Angebotsveränderung AGV

Der Ausbau von Netzwerkveranstaltungen (Social Events) wurde noch am ehesten von Grossunternehmen mit über 250 Mitarbeitenden gewünscht.

²² 2009: Publikationen

²³ 2009: Öffentlichkeitsarbeit

²⁴ 2009: Fachtagungen

Weitere Kommentare

Insgesamt haben 24 Teilnehmende einen Kommentar geschrieben. Im Folgenden eine kurze Zusammenfassung der Nennungen:

AGV:

- Informationen des AGV sind nicht neutral, objektiv formuliert sondern stets AGV-freundlich. Der AGV soll einen Beitrag zur eigenen Meinungsbildung leisten (Pro, Contra)
- Wie positioniert sich der Arbeitgeberverband in den nächsten Jahren in den Sozial Network Plattformen? Was könnte Nutzen für Unternehmen resp. speziell für eine öffentliche Verwaltung sein?
- Wunsch: "Arbeitgeber Basel" hebt sich ja wohltuend ab von der "Chrusti-Wirtschaftskammer BL". Unsere Sorgen sind nicht Steuern und Parkplätze! Das Gewerbe soll an Zukunft unseres Landes mithelfen, die Probleme Energie, Umwelt, Generation an Vertrag und damit langfristigen, wirtschaftlichen Erfolg aufbauen und zu gestalten.
- Zusammenschluss Handelskammer / Arbeitgeberverband anstreben. Gewerbeverband beider Basel (analog Handelskammer) anstreben.

Newsletter:

- Den Newsletter finde ich nicht besonders spannend. Zu wenig Fleisch am Knochen.

Ausbildungsangebot:

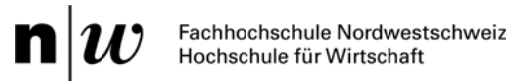
- Dies richtet sich besonders an die Hochschule: - Weiterbildungsangebot sind oft sehr teuer, Beträge über 20 000 CHF empfinde ich als viel - wobei für eine sehr gute Ausbildung ich auch gerne finanziell investiere. was mich noch mehr unbefriedigt ist, dass - Studiengänge als Teilzeit, berufsbegleitend in bestimmten Bereichen in Basel so gut wie nicht angeboten wird, z. B. Bachelor Graphic, Musik - schade, denn hier könnte die Graphicbranche aus meiner Sicht auch von den älteren Studenten profitieren. Danke
- Es ist sehr bedauerlich, dass die FHNW keine technische Ausbildung mehr in Muttenz anbietet. Viele angehende Studenten wählen andere Studienrichtung, weil sie nicht nach Windisch gehen wollen. FOLGEN: Fachkräftemangel. / Die FHNW, aber auch die andere FH in der Schweiz, bieten keine Ausbildung als Pharmatechnik Ingenieur. Die Pharmazeutische Industrie in Basel engagierte dutzende, wenn nicht hunderte, Pharmatechnik Ingenieure aus Deutschland, z.B. von der FH Sigmaringen. Sie ändern das Firmenklima, was schwierigere Beziehungen der Lokalen Pharmafirmen mit Zulieferer aus der Schweiz zur Folge hat. Ausserdem zahlen diese Mitarbeiter keine oder wenig Steuern in der Schweiz, weil sie meist Grenzgänger sind.

Weiteres:

- Import von Deutsche Mentalität macht Schweizer Qualität kaputt! "Bin ich billig drangekommen" in Folge der Preisgeilheit geht Qualität verloren. Das wird der gesamten Schweizer Wirtschaft schaden.

7. Anhang

I. Fragebogen



Stimmungsbarometer 2011

Befragung Arbeitgeber Region Basel

Willkommen:

Mit diesem Fragebogen wollen wir bei den Mitgliedern des Arbeitgeberverbandes Basel (AGV Basel) den Puls fühlen. Nachdem wir bereits 2009 eine Umfrage durchführten, werden wir somit auch Aussagen bezüglich der Entwicklung machen können. Der Stimmungsbarometer wird uns zudem Hinweise für eine zielgerichtete Interessenpolitik und für die Optimierung der Dienstleistungen zugunsten der Unternehmen in der Region Basel aufzeigen.

Wir sind 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.

Inhalt des Fragebogens:

1. Allgemeine Angaben zu Ihrer Organisation
2. Standortfaktoren und politische Rahmenbedingungen
3. Entwicklungen und Zukunftsperspektiven
4. Mitgliederzufriedenheit

Datenschutz:

Alle Angaben werden vertraulich behandelt.

Onlineversion:

Sie können entweder den vorliegenden Fragebogen ausfüllen und uns zurücksenden oder die Befragung gleich online durchführen:

<http://ww3.unipark.de/uc/Stimmungsbarometer2011>

Falls Sie Fragen haben:

Fachhochschule Nordwestschweiz
Institut für Unternehmensführung
Adrian Urs Sidler
Peter Merian-Strasse 86, Postfach, 4002 Basel
079 797 42 24, adrian.sidler@fhnw.ch

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

Teil 1: Allgemeine Angaben zu Ihrer Organisation

1. Wo befindet sich Ihre Organisation?

(Bitte zutreffendes ankreuzen)

BS	Unteres Baselbiet	Oberes Baselbiet	AG	SO	Andere
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6

2. Wie viele Mitarbeitende beschäftigt Ihr Unternehmen?

Anzahl Mitarbeitende

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

1

Anzahl Vollzeitstellen

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

2

3. Wie viele Lehrlinge werden in Ihrem Unternehmen ausgebildet?

Anzahl Lehrlinge

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

1

4. Welche Rechtsform hat Ihr Unternehmen?

(Bitte zutreffendes ankreuzen)

AG	GmbH	Kollektiv- gesellschaft	Einzelfirma	Andere/ Welche?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5

5. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen?

(Bitte nur eine Antwort ankreuzen)

1	Industrie	<input type="radio"/>
2	Verarbeitendes Gewerbe	<input type="radio"/>
3	Gastgewerbe	<input type="radio"/>
4	Logistik und Spedition	<input type="radio"/>
5	Handel/Vertrieb	<input type="radio"/>
6	Chemie/Pharma	<input type="radio"/>
7	Finanzdienstleistungen (Banken/Versicherungen)	<input type="radio"/>
8	Treuhand / Consulting	<input type="radio"/>
9	Architektur/Werbung/Grafik/Design/PR	<input type="radio"/>
10	Gesundheit (Pflege, Spital, Heime, Physiotherapie etc)	<input type="radio"/>
11	Andere personenbezogene Dienstleistungen	<input type="radio"/>
12	Andere Dienstleistungen für Unternehmen	<input type="radio"/>
13	Andere Branche:	<input type="radio"/>

Teil 2: Standortfaktoren und politische Rahmenbedingungen

6. Wie zufrieden sind Sie mit der Qualität der folgenden Eigenschaften Ihres Standortes?

(Bitte Zutreffendes auf der Skala von 1-5 ankreuzen [1 = sehr zufrieden, 5 = gar nicht zufrieden])

						weiss nicht/ keine Angabe			
1	Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
2	Erreichbarkeit mit privaten Verkehrsmitteln (Parkplatzsituation)	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
3	Nähe zu Kunden/Partner	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
4	Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
5	Lohnniveau	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
6	Familienexterne Kinderbetreuung (Krippen-Angebote etc.)	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
7	Steuerbelastung/ Gebühren für staatliche Leistungen	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
8	Höhe der Infrastrukturkosten (Miete, Energie)	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
9	Zusammenarbeit mit Behörden	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>

7. Es folgen nun Aussagen zu politischen Rahmenbedingungen. Bitte kreuzen Sie an, inwieweit die jeweilige Aussage Ihre Meinung trifft.

(Bitte Zutreffendes auf der Skala von 1-5 ankreuzen [1 = trifft vollkommen zu, 5 = trifft gar nicht zu])

						weiss nicht			
1	Die Politik kümmert sich um die Anliegen der Unternehmen.	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>
2	Für unser Unternehmen ist der freie Zugang zum europäischen Markt von grosser Bedeutung.	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>
3	Der Staat soll Lehrbetriebe finanziell begünstigen.	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>
4	Das schweizerische Bildungssystem berücksichtigt die Bedürfnisse der Wirtschaft.	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>
5	Das Vertrauen der Bevölkerung in die Wirtschaft hat abgenommen.	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>
6	Das Rentenalter soll flexibilisiert werden.	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>
7	Wir wären bereit, aufgrund steuerlicher Anreize das Unternehmen in einen anderen Kanton zu verlegen.	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>
8	Wir wären bereit, aufgrund anderer Rahmenbedingungen (liberalere Gesetze, weniger Vorschriften) das Unternehmen in einen anderen Kanton zu verlegen	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>
9	Die Zahl der für Unternehmen relevanten Gesetze soll reduziert werden.	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>

Teil 3: Entwicklungen und Zukunftsperspektiven

8. Wie haben sich die folgenden Kennzahlen Ihres Unternehmens in den vergangenen drei Jahren in etwa entwickelt?

(Bitte Zutreffendes auf der Skala von 1-5 [1 = starke Zunahme, 5 = starke Abnahme] ankreuzen)

								weiss nicht/ keine Angabe	
1	Umsatz	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
2	Gewinn	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
3	Marktanteile	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
4	Investitionsvolumen	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
5	Anzahl Mitarbeitende	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
6	Wöchentliche/jährliche Arbeitszeiten	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
7	Anteil Teilzeit-Stellen	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
8	Lohnniveau	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>

9. Wie werden sich die folgenden Kennzahlen Ihres Unternehmens in den nächsten zwölf Monaten in etwa entwickeln?

(Bitte Zutreffendes auf der Skala von 1-5 [1 = starke Zunahme, 5 = starke Abnahme] ankreuzen)

								weiss nicht/ keine Angabe	
1	Umsatz	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
2	Gewinn	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
3	Marktanteile	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
4	Investitionsvolumen	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
5	Anzahl Mitarbeitende	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
6	Wöchentliche/jährliche Arbeitszeiten	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
7	Anteil Teilzeit-Stellen	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>
8	Lohnniveau	starke Zunahme	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	starke Abnahme	<input type="radio"/>

10. Welche Entwicklung resp. welches Ereignis bereitet Ihrem Unternehmen zurzeit die grössten Schwierigkeiten?

**11. Welche Bedeutung haben in Zukunft aus Ihrer Sicht die folgenden Themen/
Massnahmen aus dem Personalmanagement für den Erfolg Ihres Unternehmens?**

(Bitte Zutreffendes auf der Skala von 1-5 [1 = sehr bedeutend, 5 = unbedeutend] ankreuzen)

								weiss nicht / keine Angabe	
1	Betriebliches Gesundheitsmanagement	sehr bedeutend	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	unbedeutend	<input type="radio"/>
2	Weiterbildung und Personalentwicklung	sehr bedeutend	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	unbedeutend	<input type="radio"/>
3	Entlohnungs- und Bonussysteme	sehr bedeutend	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	unbedeutend	<input type="radio"/>
4	Lehrstellen anbieten/Lernende ausbilden	sehr bedeutend	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	unbedeutend	<input type="radio"/>
5	Massnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf	sehr bedeutend	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	unbedeutend	<input type="radio"/>
6	Regelmässige Mitarbeiterbefragungen	sehr bedeutend	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	unbedeutend	<input type="radio"/>
7	Mitsprachemöglichkeiten der Mitarbeitenden	sehr bedeutend	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	unbedeutend	<input type="radio"/>
8	Spezielle Arbeitsmodelle und Angebote (Altersteilzeit, Coaching etc.) für ältere Mitarbeitende	sehr bedeutend	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	unbedeutend	<input type="radio"/>

**12. Welche der folgenden Bereiche und Entwicklungen bereitet Ihnen in Bezug auf den
zukünftigen Erfolg Ihres Unternehmens Sorgen?**

(Bitte Zutreffendes auf der Skala von 1-5 [1 = grosse Sorgen, 5 = gar keine Sorgen] ankreuzen)

								weiss nicht/ keine Angabe	
1	Entwicklung der Lohnnebenkosten	grosse Sorgen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar keine Sorgen	<input type="radio"/>
2	Fachkräftemangel	grosse Sorgen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar keine Sorgen	<input type="radio"/>
3	Überalterung des Kaders/ mangelnder Kadernachwuchs	grosse Sorgen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar keine Sorgen	<input type="radio"/>
4	Forderungen der Gewerkschaften (wie mehr Lohn, mehr Ferien, mehr Mitbestimmung etc.)	grosse Sorgen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar keine Sorgen	<input type="radio"/>
5	Verengung des unternehmerischen Spielraums aufgrund neuer Gesetze und Vorschriften	grosse Sorgen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar keine Sorgen	<input type="radio"/>
6	Sonstiges:	grosse Sorgen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar keine Sorgen	<input type="radio"/>

Teil 4: Mitgliederzufriedenheit

Ihr Unternehmen ist Mitglied des Arbeitgeberverbandes Basel. Wir möchten in Erfahrung bringen, ob Sie mit den angebotenen Dienstleistungen zufrieden sind.

13. Wenn Sie an die letzten zwei Jahre denken, wie zufrieden waren Sie mit den nachstehend aufgeführten Dienstleistungen?

(Bitte Zutreffendes auf der Skala von 1-5 [1 = sehr zufrieden, 5 = gar nicht zufrieden] ankreuzen)

							weiss nicht/ keine Angabe		
1	Rechtsberatung	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
2	Fach- und Netzwerkveranstaltungen	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
3	Regionaler GAV	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
4	Informationsangebot (Schwerpunkt, elektronischer Newsletter, Website)	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
5	Öffentlichkeitsarbeit (Medienarbeit, Exponenten des AGV in Öffentlichkeit)	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>
6	Politisches Lobbying	sehr zufrieden	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	gar nicht zufrieden	<input type="radio"/>

14. Bitte kreuzen Sie an, inwiefern die nachfolgende Aussage für Sie zutrifft.

(Bitte Zutreffendes auf der Skala von 1-5 [1 = trifft voll zu, 5 = trifft gar nicht zu] ankreuzen)

							weiss nicht/ keine Angabe		
1	Die Mitgliedschaft beim AVG bringt mir/ unserem Unternehmen einen Mehrwert	trifft vollkommen zu	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	trifft gar nicht zu	<input type="radio"/>

15. Welchen Bereich oder welche Dienstleistung sollte der Arbeitgeberverband in Zukunft ausbauen oder abbauen?

(Bitte Zutreffendes auf der Skala von 1-5 [1 = sehr zufrieden, 5 = gar nicht zufrieden] ankreuzen)

							weiss nicht		
1	Fach- und Ausbildungsveranstaltungen	ausbauen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	abbauen	<input type="radio"/>
2	Kurse zu spezifischen Themen	ausbauen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	abbauen	<input type="radio"/>
3	Netzwerkveranstaltungen (Social Events)	ausbauen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	abbauen	<input type="radio"/>
4	Rechtsberatung	ausbauen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	abbauen	<input type="radio"/>
5	Öffentlichkeitsarbeit (Medienarbeit, Exponenten des AGV in Öffentlichkeit)	ausbauen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	abbauen	<input type="radio"/>
6	Informationsangebot (Schwerpunkt, elektronischer Newsletter, Website)	ausbauen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	abbauen	<input type="radio"/>
7	ausbauen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	abbauen	<input type="radio"/>
8	ausbauen	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	abbauen	<input type="radio"/>

Falls Sie im Zusammenhang mit den behandelten Fragen Bemerkungen oder Ergänzungen haben, benutzen Sie bitte dieses Feld.

II. Tabellenübersicht

Tab. 4: Branchen

Handel/Vertrieb	50	14%
Treuhand / Consulting	48	14%
Andere Dienstleistungen für Unternehmen	48	14%
Industrie	38	11%
Andere personenbezogene Dienstleistungen	29	8%
Gesundheit (Pflege, Spital, Heime, Physiotherapie etc)	25	7%
Logistik und Spedition	24	7%
Architektur/Werbung/Grafik/Design/PR	24	7%
Andere Branche	19	5%
Verarbeitendes Gewerbe	18	5%
Chemie/Pharma	14	4%
Finanzdienstleistungen (Banken/Versicherungen)	10	3%
Gastgewerbe	1	0%
	348	100%

Tab. 5: Qualität Standortfaktoren

	2011	2009
Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	1.67	1.83
Erreichbarkeit mit privaten Verkehrsmitteln (Parkplatzsituation)	2.21	2.41
Nähe zu Kunden/Partner	2.01	2.38
Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal	2.61	2.91
Lohnniveau	2.58	
Familienexterne Kinderbetreuung (Krippen-Angebote etc.)	3.36	3.39
Steuerbelastung/Gebühren für staatliche Leistungen	3.26	3.69
Höhe der Infrastrukturkosten (Miete, Energie)	2.91	2.99
Zusammenarbeit mit Behörden	2.45	2.82

Tab. 6: Politische Rahmenbedingungen

	2011	2009
Die Politik kümmert sich um die Anliegen der Unternehmen.	3.06	3.51
Für unser Unternehmen ist der freie Zugang zum europäischen Markt von grosser Bedeutung.	2.96	3.11
Der Staat soll Lehrbetriebe finanziell begünstigen.	2.53	2.48
Das schweizerische Bildungssystem berücksichtigt die Bedürfnisse der Wirtschaft.	2.79	3.17
Das Vertrauen der Bevölkerung in die Wirtschaft hat abgenommen.	2.83	
Das Rentenalter soll flexibilisiert werden.	2.14	
Wir wären bereit, aufgrund steuerlicher Anreize das Unternehmen in einen anderen Kanton zu verlegen.	3.8	3.75
Wir wären bereit, aufgrund anderer Rahmenbedingungen (liberalere Gesetze, weniger Vorschriften) das Unternehmen in einen anderen Kanton zu verlegen	3.75	
Die Zahl der für Unternehmen relevanten Gesetze soll reduziert werden.	2	1.78

Tab. 7: Entwicklung letzte 3 Jahre

	2011	2009
Umsatz	2.7	2.59
Gewinn	2.84	2.88
Marktanteile	2.8	2.85
Investitionsvolumen	2.77	2.76
Anzahl Mitarbeitende	2.92	2.86
Wöchentliche/jährliche Arbeitszeiten	2.91	2.88
Anteil Teilzeit-Stellen	2.93	
Lohnniveau	2.73	

Tab. 8: Entwicklung nächste 12 Monate

	2011	2009
Umsatz	2.74	3.28
Gewinn	2.91	3.48
Marktanteile	2.87	3.03
Investitionsvolumen	2.93	3.31
Anzahl Mitarbeitende	2.93	3.14
Wöchentliche/jährliche Arbeitszeiten	2.91	3.01
Anteil Teilzeit-Stellen	3.02	

Lohnniveau	2.85
------------	------

Tab. 9: Sorgenbarometer

	2011	2009
Entwicklung der Lohnnebenkosten	2.54	3.14
Fachkräftemangel	2.37	2.9
Überalterung des Kaders/mangelnder Kadernachwuchs	3.06	3.55
Forderungen der Gewerkschaften (wie mehr Lohn, mehr Ferien, mehr Mitbestimmung etc.)	2.92	3.26
Verengung des unternehmerischen Spielraums aufgrund neuer Gesetze und Vorschriften	2.38	2.55
Sonstiges	2.21	2.63

Tab. 10: Massnahmen Personalmanagement

	2011	2009
Betriebliches Gesundheitsmanagement	2.87	3.01
Weiterbildung und Personalentwicklung	1.98	2.16
Entlöhnungs- und Bonussysteme	2.56	3.4
Lehrstellen anbieten/Lernende ausbilden	3.04	2.87
Massnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf	2.7	2.86
Regelmässige Mitarbeiterbefragungen	3.13	
Mitsprachemöglichkeiten der Mitarbeitenden	2.64	2.87
Spezielle Arbeitsmodelle und Angebote (Altersteilzeit, Coaching etc.) für ältere Mitarbeitende	2.81	2.99

Tab. 11: Zufriedenheit letzte zwei Jahre

	2011	2009
Rechtsberatung	1.86	1.96
Fach- und Netzwerkveranstaltungen	2.22	2.27
Regionaler GAV	2.53	2.56
Informationsangebot (Schwerpunkt, elektronischer Newsletter, Website)	2.14	2.07
Öffentlichkeitsarbeit (Medienarbeit, Exponenten des AGV in Öffentlichkeit)	2.45	2.54
Politisches Lobbying	2.66	2.79

Tab. 12: Mehrwert AGV

	2011	2009
trifft voll zu	17%	13%
2	38%	31%
3	35%	33%
4	6%	16%
trifft gar nicht zu	4%	7%

Tab. 13: Angebotsveränderung AGV

	2011	2009
Fach- und Ausbildungsveranstaltungen	2.43	2.57
Kurse zu spezifischen Themen	2.32	2.35
Netzwerkveranstaltungen (Social Events)	2.69	2.51
Rechtsberatung	2.45	2.44
Öffentlichkeitsarbeit (Medienarbeit, Exponenten des AGV in Öffentlichkeit)	2.57	2.46
Informationsangebot (Schwerpunkt, elektronischer Newsletter, Website)	2.67	2.72

III. Tabellenübersicht Statistische Signifikanz

Sämtliche Variablen wurden auf eine statistische Signifikanz bezüglich Grösse, Branche und Standort überprüft. Dabei wurden folgende Kategorien gebildet:

Grössenkategorien:

- 0-10
- 11-250
- >250

Branchenkategorien:

- Finanzdienstleistungen
- Chemie/Pharma
- Andere

Standortkategorien:

- Basel-Stadt (BS)
- Basel-Land (BL)
- Andere

Die Grösse war der häufigste Einflussfaktor, während die Branche sowie Standort eher eine untergeordnete Rolle spielen. Falls eine Variable nicht erwähnt ist, bedeutet dies, dass keine statistische Signifikanz auszumachen war. Weiter gilt es zu beachten, dass die Fallzahlen teilweise sehr gering ausfallen (insb. bei Branche) und daher die Resultate mit Vorsicht zu geniessen sind. Folgende Reporte widerspiegeln Mittelwerte.

Frage 6 - Der Unternehmensstandort ist der Ort, an dem sich Ihr Unternehmen räumlich/ geografisch befindet. Wie zufrieden sind Sie mit der Qualität der folgenden Standortfaktoren?

1= sehr zufrieden, 5= gar nicht zufrieden

Report

Erreichbarkeit mit privaten Verkehrsmitteln

(Parkplatzsituation)

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.08	171	1.403
11-250	2.15	164	1.216
>250	2.11	27	1.050
Total	2.12	362	1.295

Report

Zusammenarbeit mit Behörden

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.25	165	1.172
11-250	2.45	165	.880
>250	2.26	27	.944
Total	2.35	357	1.032

Frage 7 - Es folgen nun Aussagen zu politischen Rahmenbedingungen. Bitte kreuzen Sie an, inwieweit die jeweilige Aussage Ihre Meinung trifft.

1= trifft vollkommen zu, 5= trifft gar nicht zu

Report

Die Politik kümmert sich um die Anliegen der Unternehmen.

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.93	155	1.320
11-250	2.94	155	.991
>250	2.25	24	1.260
Total	2.88	334	1.184

Report

Das schweizerische Bildungssystem berücksichtigt die Bedürfnisse der Wirtschaft.

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.65	153	1.143
11-250	2.69	158	.895
>250	2.71	24	1.268
Total	2.67	335	1.040

Report

Wir wären bereit, aufgrund steuerlicher Anreize das Unternehmen in einen anderen Kanton zu verlegen.

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	3.42	158	1.702
11-250	3.80	153	1.443
>250	3.09	22	2.045
Total	3.57	333	1.624

Report

Die Zahl der für Unternehmen relevanten Gesetze soll reduziert werden.

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	1.87	153	1.145
11-250	1.94	157	.928
>250	1.55	22	1.101
Total	1.88	332	1.046

Frage 8 - Wie haben sich die folgenden Kennzahlen Ihres Unternehmens in den vergangenen drei Jahren in etwa entwickelt?

1= starke Zunahme, 5= starke Abnahme

Report

Umsatz

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.67	162	1.142
11-250	2.49	162	.941
>250	2.36	22	1.177
Total	2.56	346	1.057

Report

Gewinn

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.80	162	1.159
11-250	2.61	161	1.013
>250	2.50	20	1.235
Total	2.69	343	1.099

Report

Anzahl Mitarbeitende

v_Standort	Mean	N	Std. Deviation
BS	2.79	187	.884
BL	2.95	107	.873
Andere	3.28	29	1.066
Total	2.89	323	.907

Report

Wöchentliche/jährliche Arbeitszeiten

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.66	160	1.040
11-250	2.91	161	.674
>250	2.86	22	.560
Total	2.79	343	.867

Report

Anteil Teilzeit-Stellen

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.66	140	1.244
11-250	2.82	161	.821
>250	2.77	22	.922
Total	2.75	323	1.032

Frage 9 - Wie werden sich die folgenden Kennzahlen Ihres Unternehmens in den nächsten zwölf Monaten in etwa entwickeln?

1= starke Zunahme, 5= starke Abnahme

Report

Wöchentliche/jährliche Arbeitszeiten

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.63	155	1.007
11-250	2.95	160	.570
>250	2.86	21	.359
Total	2.80	336	.807

Report

Anteil Teilzeit-Stellen

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.70	138	1.155
11-250	2.99	159	.711
>250	3.00	21	.548
Total	2.86	318	.932

Frage 11 - Welche Bedeutung haben in Zukunft aus Ihrer Sicht die folgenden Themen/ Massnahmen aus dem Personalmanagement für den Erfolg Ihres Unternehmens?

1= sehr bedeutend, 5= unbedeutend

Report

Regelmässige Mitarbeiterbefragungen

v_Branche	Mean	N	Std. Deviation
Finanzdienstleistungen	3.00	9	1.323
Chemie/Pharma	3.73	11	1.421
Andere	3.02	272	1.301
Total	3.04	292	1.309

Frage 13 - Wenn Sie an die letzten zwei Jahre denken, wie zufrieden waren Sie mit den nachstehend aufgeführten Dienstleistungen?

1= sehr zufrieden, 5= gar nicht zufrieden

Report

Politisches Lobbying

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.46	107	1.231
11-250	2.42	116	1.089
>250	1.10	10	1.370
Total	2.38	233	1.194

Frage 14 - Die Mitgliedschaft beim AVG bringt mir/ unserem Unternehmen einen Mehrwert

1= trifft voll zu, 5= trifft gar nicht zu

Die Mitgliedschaft beim AVG bringt mir/ unserem

Unternehmen einen Mehrwert * v_Standort

Die Mitgliedschaft beim AVG bringt mir/ unserem

Unternehmen einen Mehrwert

v_Standort	Mean	N	Std. Deviation
BS	2.44	154	1.029
BL	2.34	92	.941
Andere	2.38	26	1.023
Total	2.40	272	.997

Die Mitgliedschaft beim AVG bringt mir/unserem**Unternehmen einen Mehrwert * v_Grösse**

Die Mitgliedschaft beim AVG bringt mir/unserem

Unternehmen einen Mehrwert

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	2.52	129	1.090
11-250	2.33	141	.867
>250	1.89	9	1.167
Total	2.41	279	.991

Die Mitgliedschaft beim AVG bringt mir/unserem Unternehmen**einen Mehrwert * v_Branche**

Die Mitgliedschaft beim AVG bringt mir/unserem Unternehmen einen

Mehrwert

v_Branche	Mean	N	Std. Deviation
Finanzdienstleistungen	2.83	6	.753
Chemie/Pharma	2.75	8	1.035
Andere	2.39	239	1.002
Total	2.41	253	.999

Frage 15 - Welchen Bereich oder welche Dienstleistung sollte der Arbeitgeberverband in Zukunft ausbauen oder abbauen?

1= ausbauen, 5= abbauen

Report

Netzwerkveranstaltungen (Social Events)

v_Grösse	Mean	N	Std. Deviation
0-10	3.11	133	1.458
11-250	2.94	139	1.166
>250	2.83	12	1.801
Total	3.01	284	1.337

Report

Rechtsberatung

v_Branche	Mean	N	Std. Deviation
Finanzdienstleistungen	3.14	7	2.116
Chemie/Pharma	4.00	8	1.512
Andere	2.84	247	1.405
Total	2.88	262	1.438