

# twice

7. Ausgabe  
Herbst 2017



**FOKUS**

**ARE YOU  
DIGITAL?**

**STANDORT**

Gemeinsam stark für unsere Region

**AUS DER 'KAMMER**

Forderungen an die Basler Regierung

# IN DIESER AUSGABE

## FOKUS

### 4 Digitale Transformation ist unausweichlich



- 8 Digital Leadership gefragt
- 10 Anderes Wissen
- 12 Chancen für alle
- 14 Initiative «Are you digital?»
- 17 Machen Sie mutig mit in der digitalen Welt!

## STANDORT

### 18 Qualität ist Pflicht 20 tunBasel – ein Experiment zeigt Wirkung



### 22 Zusammen stark 24 Unsere Forderungen an die Basler Regierung



### 26 Energieeffizienz in Unternehmen zahlt sich aus

## AUS DER 'KAMMER

### 27 Mitglieder profitieren 28 «Europapolitik für Region zentral»

Interview mit Elisabeth Schneider-Schneiter



- 30 Raum gestalten
- 31 Lehrgang «Aussenhandelsfachmann/-frau»
- 31 Abstimmungen
- 32 FutureHealth Basel
- 33 Agenda
- 34 Impressionen

## IMPRESSUM

**twice** erscheint zweimal im Jahr (Frühjahr und Herbst) **HERAUSGEBER** Handelskammer beider Basel, St. Jakobs-Strasse 25, Postfach, 4010 Basel, T +41 61 270 60 60, F +41 61 270 60 05, E-Mail: info@hkbb.ch **REDAKTION** Jasmin Fürstenberger, j.fuerstenberger@hkbb.ch, Lucia Uebersax, l.uebersax@hkbb.ch **MITAUTORIN** Anne Theiss, Brenneisen Theiss Communications **ART DIRECTION** Brenneisen Theiss Communications **FOTOS** Pino Covino, Nik Hunger, Staatskanzlei Basel-Stadt, Andreas Zimmermann **DRUCK** Schaub Medien AG, Sissach



# REIF FÜR DEN WANDEL?

## LIEBE LESERIN, LIEBER LESER

Die Digitalisierung ist keine Frage, sondern eine Antwort. Sie eröffnet neue Geschäftsmodelle, indem sie ein anderes Verständnis von Kunden- und Geschäftsbeziehungen ermöglicht. Dies bringt Vorteile und Chancen mit sich – aber auch Verunsicherung: Wie gehen wir als Unternehmen mit dem Thema um? Was bedeutet es für mich als Arbeitnehmer?

Im Folgenden zeigen Beispiele aus der Praxis, welche neuen Wege und Chancen sich öffnen. Sie erfahren, wie wir mit der Initiative «Are you digital?» unsere Mitgliedunternehmen ganz konkret bei der Digitalisierung unterstützen. Professor Martin Vetterli, Präsident der EPFL, zeigt uns zudem auf, welche Anforderungen das Bildungssystem erfüllen muss, damit der Wirtschaft auch in Zukunft gut ausgebildete Fachkräfte zur Verfügung stehen.

Der Lehrplan 21 und mit ihm die Förderung der MINT-Fächer (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) sind gute Voraussetzungen, Kindern und Jugendlichen das notwendige Rüstzeug für den digitalen Wandel mitzugeben. Umso mehr freut es uns, dass das Interesse daran bei den Schülerinnen und Schülern in unserer Region stetig zunimmt. Die Erlebnis-schau tunBasel zog im Frühjahr über 14'000 Besucher an – davon 11'000 Schülerinnen und Schüler – und etablierte sich definitiv als muba-Highlight.

Aber nicht nur die Digitalisierung eröffnet neuen Chancen. Auch die Diskussionen um die Universität Basel und die geplante Spitalgruppe sind wichtige Schritte in eine erfolgreiche Zukunft unserer Region. Sie zeigen, dass eine kantonsübergreifende Zusammenarbeit von zentraler Bedeutung ist und unsere Region stärkt.

Ob digitaler Wandel, Uni Basel oder eine gemeinsame Spitalplanung – die Handelskammer beider Basel ist für Sie aktiv und kreativ mit dabei.

Dr. Franz A. Saladin, Direktor

# **DIGITALE TRANS- FORMATION**

**IST UNAUSWEICHLICH**





«Are you digital?» stellt sich kaum mehr als Frage. Denn die Digitalisierung ist da und fordert Unternehmen auf vielen Ebenen. Jeder Unternehmer muss sich vielmehr fragen, auf welchem Niveau der Digitalisierung das Unternehmen und seine Mitarbeitenden stehen.

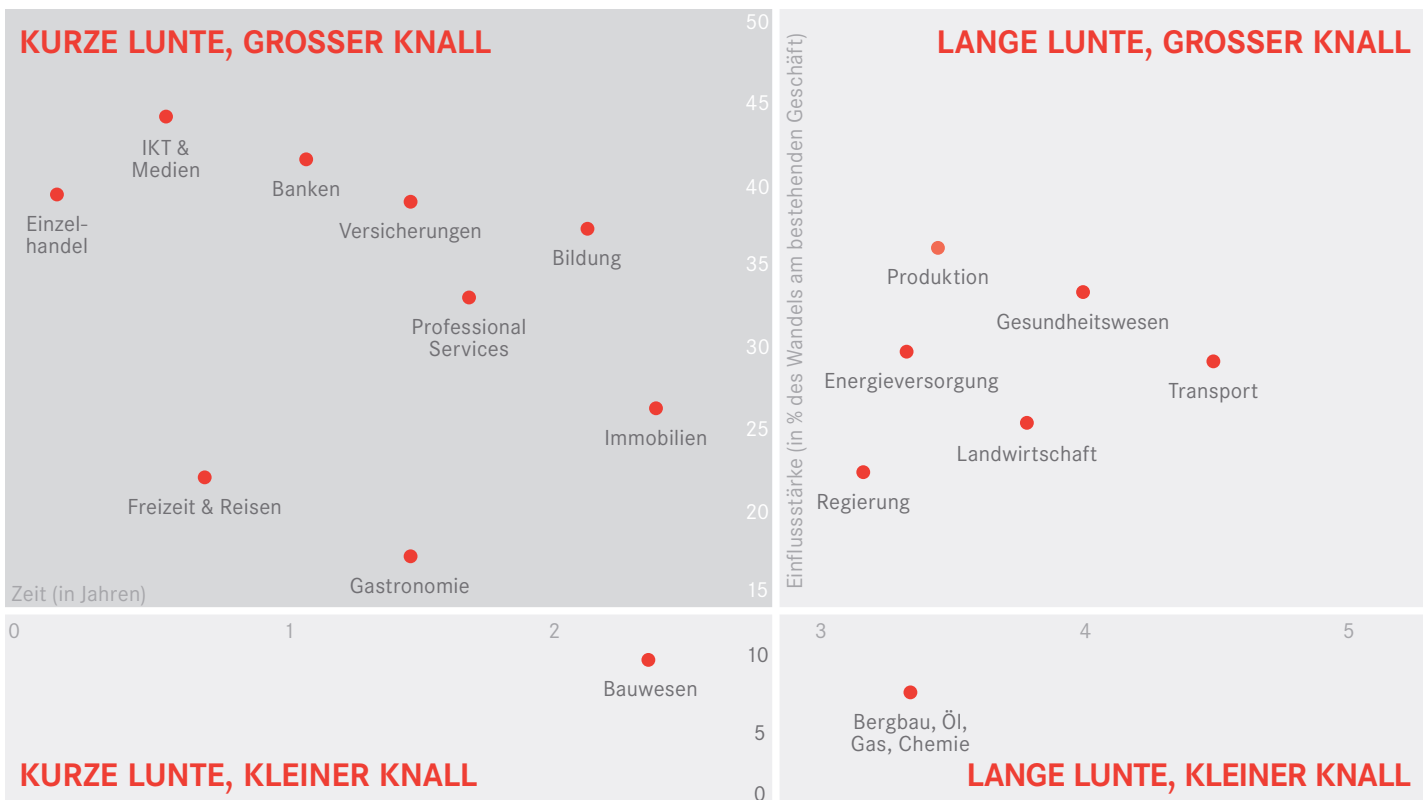
Von Prof. Martina Dalla Vecchia

Digitalisierung ist nicht neu. Seit in den 1980er-Jahren der PC in Unternehmen Einzug hielt, hat sich der Grad der Digitalisierung ständig erhöht. Heute betrifft die Digitalisierung das gesamte Unternehmen, was das Thema auch so anspruchsvoll macht.

Gerade in der Schweiz wird das mobile Internet flächendeckend und generationsübergreifend genutzt. Nicht nur die Generation Y ändert ihr Konsumverhalten, sondern der Wandel betrifft alle Kunden- und Dialoggruppen. Damit wachsen die Anforderungen an Produkte und Dienstleistung von der Marktseite her. Aber auch in den Unternehmen wollen heute die Mitarbeitenden die neuesten Unternehmenszahlen mit dem Tablet abrufen oder hoffen darauf, dass für sie repetitive Aufgaben durch Automation wegfallen.

#### **STRATEGIEN FÜR EIN DIGITALES ZEITALTER**

Das Internetbusiness präsentiert sich mittlerweile immer mehr als Dreiklassengesellschaft: Da sind als Erstes die Onlinehelden, die mit frechen Konzepten, ausgefeilter Technologie und durchdachten Prozessen die Kunden begeistern. Mit ziemlichem Abstand folgen an zweiter Stelle Unternehmen, die den Schritt bereits gewagt haben und mehr oder wenig erfolgreich im Onlinemarkt agieren. Und weit abgeschlagen an dritter Stelle kommen die vielen Unternehmen, die mit einer statischen Website vom Typ 1.0 im Web auftreten, die oft eine reine Selbstdarstellung ohne klare Kundenzentrierung ist. Für Letztere wird es immer schwieriger, den Anschluss zu finden, haben doch die Erfolgsstorys von Zalando, Netflix, Amazon und Co. die Messlatte hoch gesetzt. >



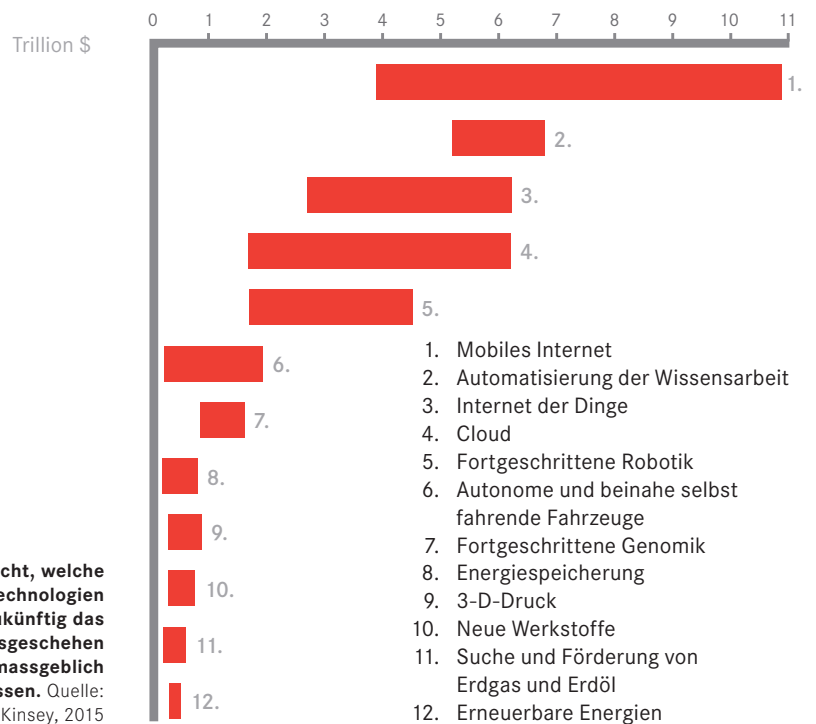
Global Disruption Map nach Industrien. Quelle: Heads! und Deloitte Digital, 2015

Wie gross die Veränderungen durch die Digitalisierung sein werden, hängt im Wesentlichen von zwei Faktoren ab: dem Zeitverlauf (Lunte) und der Einflussstärke (Knall) (siehe Global Disruption Map). Heads! und Deloitte Digital haben diese Korrelation anhand von 17 Branchen-Clustern mit ihren individuellen Szenarien für den digitalen Wandel genauer analysiert. Branchen, denen ein grosser Knall bevorsteht, sollten die digitale Transformation als zentrale Herausforderung betrachten. Im Szenario «Kurze Lunte, grosser Knall», bei Branchen wie Banken oder Versicherungen, besteht somit dringender Handlungsbedarf. In der Kategorie «Lange Lunte, grosser Knall» wird sich der Umbruch in drei bis fünf Jahren ereignen. Und für die anderen Branchen gilt: Jetzt die Zeit nutzen und das Unternehmen auf die zukünftigen Entwicklungen vorbereiten.

**TECHNOLOGIE BEEINFLUSST ARBEITSLEBEN**

Wirft man einen Blick auf die zukünftigen technologischen Entwicklungen und deren Auswirkung für die Wirtschaft (siehe Abbildung), dann zeigt sich, dass das mobile Internet unser Leben weiter stark beeinflussen wird. Aber auch die Automation von Wissensarbeit wird einen starken Ein-

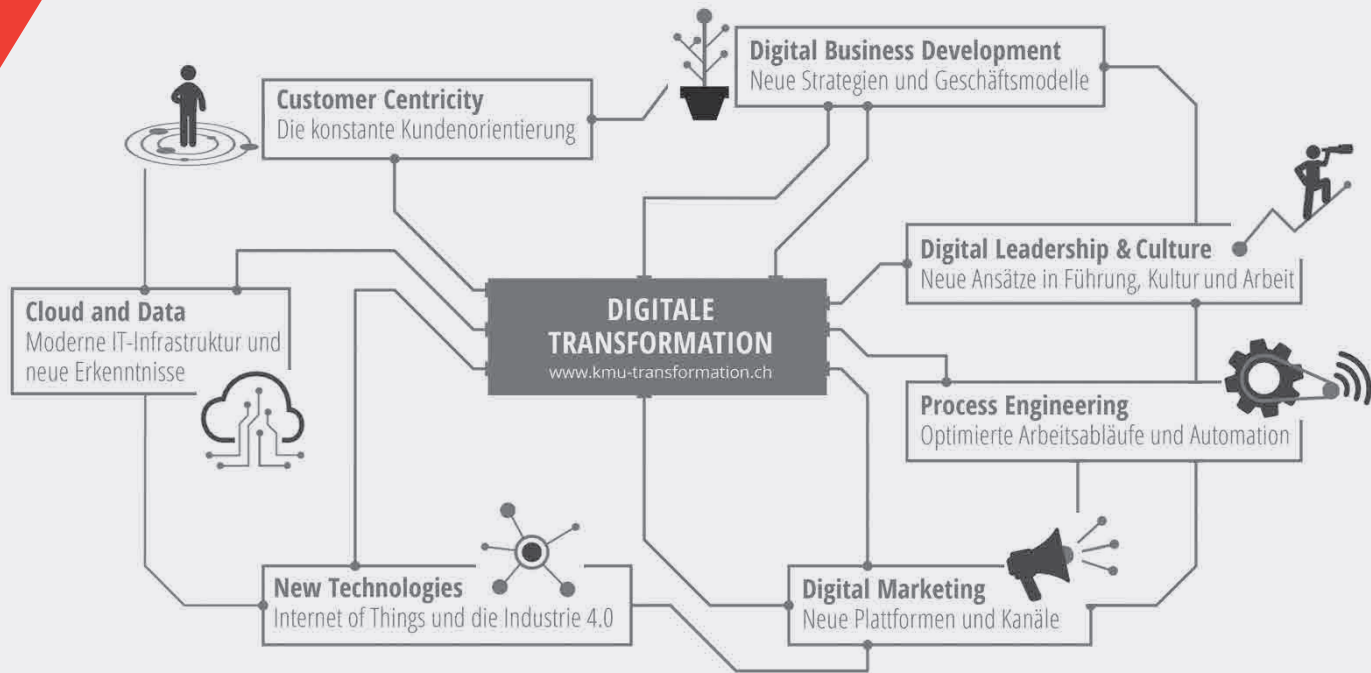
fluss auf unser Arbeitsleben haben. Besonders im Bereich Marketing zeichnet sich ab, dass Kundenansprache und Kampagnenmanagement durch manuelle Prozesse kaum mehr zu bewältigen sind. Hier sind bereits einige Unternehmen daran, Automationslösungen zu implementieren, die es ermöglichen, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern repetitive Arbeiten abzunehmen, Klickverhalten zu erkennen und die Kundenbeziehungen zu optimieren, indem sie die Prozesse stetig verbessern.



Die rasante technologische Entwicklung erschwert es selbst digitalen Profis, einzuschätzen, welche Anwendungen einen klaren Beitrag zum Unternehmensziel zu leisten vermögen. Dass viele Geschäftsleitungsmitglieder keinen digitalen Fachhintergrund haben, erschwert es für ein Unternehmen, die richtigen Weichen für die Zukunft zu stellen.

# 7

## HANDLUNGSFELDER DER DIGITALEN TRANSFORMATION



Peter, Marc K. (Hrsg.) 2017: KMU-Transformation: Als KMU die digitale Transformation erfolgreich umsetzen. Forschungsergebnisse und Praxisleitfaden. FHNW, Olten. [www.kmu-transformation.ch](http://www.kmu-transformation.ch)

Für ihre aktuelle Studie zur KMU-Transformation hat die Fachhochschule Nordwestschweiz 2'590 Personen in 1'854 Unternehmen befragt. Fazit: Digitalisierung zieht sich durch das gesamte Unternehmen. Folgende sieben Handlungsfelder lassen sich aus der Befragung ableiten:

- Kundenzentrierung:** Konstante Kundenorientierung.
- Digital-Business-Entwicklung:** Neue Strategien und Geschäftsmodelle.
- Digital Leadership & Kultur:** Neue Ansätze in Führung, Kultur und Arbeit.
- Cloud und Daten:** Moderne IT-Infrastruktur und neue Erkenntnisse.
- Neue Technologien:** Internet der Dinge und Industrie 4.0
- Prozess-Engineering:** Optimierte Arbeitsabläufe und Automation.
- Digital Marketing:** Plattformen und Kanäle richtig kombinieren.

Die Erkenntnisse aus der Studie gilt es, für das einzelne Unternehmen zu priorisieren und in einen Masterplan einzubetten. Daraus lassen sich wiederum der Handlungsbedarf und das Projektportfolio ableiten und welches neue Wissen, welche Systeme und Kompetenzen im Unternehmen benötigt werden.

### WIE DIGITALISIERUNG ANGEHEN?

Bewährt hat sich für Unternehmen, zunächst eine Standortbestimmung durchzuführen, so wie dies die Handelskammer beider Basel mit ihren Checkups im Rahmen von «Are you digital?» anbietet (siehe Seite 14 – 16). Da es vielfach bereits punktuell digitale Projekte oder Initiativen in Unternehmen gibt, ist es wertvoll, diese zusammenzutragen. Zugleich signalisiert eine unternehmensweite Standortbestimmung, dass man das Thema strukturiert angeht. Dies schafft Vertrauen und schärft das Bewusstsein für die Digitalisierung.

Liegt die Standortbestimmung vor, werden die Digitalisierungsprojekte priorisiert. Je nach Unternehmensausrichtung kann der Schwerpunkt in der Produktentwicklung liegen oder in der Gewinnung neuer Kunden. Versicherungen beispielsweise geben bereits heute bei der Entwicklung neuer Versicherungsangebote vor, dass diese mit einem Klick auf dem Smartphone von Kunden bestellt werden können.

Bei der Digitalisierung im Unternehmen gilt es, verschiedene Bereiche zu beachten. Neben Kunden und Lieferanten gilt elf internen Bereichen beim digitalen Fitness-Check-up ein besonderes Augenmerk: Führung, Organisation, Strategie, Logistik, Industrie 4.0, Businessmodelle, Kanäle, Customer Experience, Kultur, ICT und Innovation. Die Auswertung dieser elf Bereiche gibt eine Übersicht, wie «digital» ein Unternehmen unterwegs ist. ●

### LÖSUNGSANSATZ:

1. Standortbestimmung
2. Priorisierung
3. Wissensaufbau

# DIGITAL LEADERSHIP GEFRAGT

Um Digitalisierung im Unternehmen voranzutreiben, braucht es Führungspersönlichkeiten, die diesen Wandel vorleben. Das nötige Rüstzeug holen sich Manager auf Weiterbildungen zu Digital Leadership und mit Reisen zu den Start-up-Hubs dieser Welt (Silicon Valley, New York, Berlin). Dabei gilt es, die Tragweite der Digitalisierung zu verinnerlichen. Schliesslich geht es nicht darum, Produkte und Dienstleistungen digital aufzupeppen, sondern sie in eine digitale Welt zu integrieren. Zu den gefragten Kompetenzen in der digitalen Welt gehören:

## 1. DIGITAL MINDSET

Eintauchen in die digitalen Möglichkeiten und neuen Technologien: Digitalisierung ist dadurch geprägt, wie häufig ein Unternehmen digitale Systeme nutzt, wie es sich mit der Umwelt vernetzt, mit den Kunden kommuniziert, digitale Prozesse umsetzt und wie sich digitale Möglichkeiten auf das Businessmodell auswirken. Um dies zu beurteilen, braucht es ein tieferes Verständnis von Technologie und Abhängigkeiten.

## 2. CUSTOMER EXPERIENCE

Kundenverhalten verstehen, indem man die Customer Journey, die Reise des Kunden, wahrnimmt. Dies kann auf verschiedenen Ebenen stattfinden: Kundenerlebnis, Online- und Offline-Touchpoints, Schnittstellen zu Systemen und das Sammeln und Aufbereiten von Daten mit den entsprechenden Speicher- und Auswertungsmethoden. So wächst das Wissen über die Erwartungen der Kunden.

## 3. SMART DATA

Daten sind der Schlüssel, um Kunden noch besser zu verstehen und Prozesse zu optimieren. Es gilt, die vorhandenen Daten im eigenen Unternehmen zu kennen, zu kategorisieren und zu bewerten. Darüber hinaus lautet heute die Frage, wie weit die eigenen Daten durch öffentlich zugängliche Daten (Open Data) angereichert werden können, um neues Wissen zu generieren.

## 4. VERANTWORTUNG

Die digitale Welt hat längst Einzug in die Rechtsprechung gehalten. Manager müssen sicherstellen, dass die Rechtssicherheit beim Umgang mit Daten gewährleistet ist und digitale Informationen nachverfolgt werden können. Besonders das Thema Datenschutz wird uns 2018 beschäftigen. Das neue Datenschutzgesetz der Europäischen Union und sein Pendant in der Schweiz erhöhen die Anforderungen an die Führungsgremien von Unternehmen und Organisationen. Der digitale Wandel löst Unsicherheit aus. Viele Menschen fragen sich, inwieweit sie diesem Wandel gerecht werden können und wie lange der eigene Arbeitsplatz gesichert ist. Ängste und Widerstände wahrzunehmen, um entsprechende Massnahmen zu ergreifen, wird eine zentrale Aufgabe von Vorgesetzten. Führungskräfte werden somit zu «Change-Agenten des digitalen Wandels».

## 5. EXPERIMENTIEREN

Disruption kommt in der Regel nicht aus der eigenen Branche. Deshalb gilt es, mit innovativen, agilen Methoden, wie Design Thin-

king oder dem Business Model Canvas, das ganze Spektrum der Digitalisierung zu nutzen. Auf Unternehmensebene kann Disruption das Geschäftsmodell betreffen, in den einzelnen Bereichen kann sie die Prozesse verändern. So revolutioniert die Marketingautomation zum Beispiel im Marketing das Kampagnenmanagement.

## STRATEGIE FÜR EINE DIGITALE WELT

Die Digitalisierung ist da. Sie fordert Unternehmen auf vielen Ebenen: Beim Businessmodell ebenso wie bei der Kundenorientierung, dem Technologieeinsatz und der Führung. Digitalisierung ist die grosse strategische Herausforderung unserer Zeit: Unternehmen müssen dabei den Blick für das Wesentliche bewahren und sich nicht auf vielen Baustellen verzetteln. Schlussendlich geht es immer noch darum, einen Mehrwert für den Kunden zu erbringen – und dies mit dem bestmöglichen Ressourceneinsatz. Die Kunden stellen einen hohen Anspruch an die digitale Kompetenz von Unternehmen, ihren Produkten und Dienstleistungen. Es braucht also keine neuen digitalen Strategien, sondern eine Strategie für eine digitale Welt. ●

**PROF. MARTINA DALLA VECCHIA**, Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, entwickelte 2000 den ersten Fachhochschullehrgang der Schweiz für E-Commerce und Onlinemarketing.

Im Weiteren ist sie Co-Herausgeberin beim BPX-Fachverlag Best Practice eXperts aktiv und lebt ihr digitales Motto: «You are what you share!»





## GLOSSAR

### **Digitale Transformation:**

Kontinuierliche Veränderung von Gesellschaft und Wirtschaft durch neue digitale Technologien.

### **Industrie 4.0:**

Vernetzte Produktion, bei der Menschen, Anlagen und Produkte direkt miteinander kommunizieren und kooperieren.

### **Business Intelligence:**

Sammeln und systematisches Analysieren von unternehmensrelevanten Daten (Stichwort: Big Data).

### **Predictive Maintenance:**

Vorausschauende Instandhaltung, z.B. von Produktionsanlagen, auf Basis ständiger Überwachung aller Teile durch Sensoren.

### **Augmented Reality:**

Digitale Erweiterung der Wahrnehmung, z.B. durch Einblenden von Montageanleitungen in speziellen Datenbrillen.

### **Blockchain:**

Datenbank, die durch kryptografische Verkettung gesichert ist. Basis für sichere Transaktionen in dezentralen Systemen sowie Kryptowährungen wie Bitcoin.



# ANDERES WISSEN

twice sprach mit Professor Martin Vetterli, Präsident der École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL), über Bildung im Zeitalter der digitalen Transformation.

**Herr Professor Vetterli, viele befürchten, dass mit dem digitalen Wandel Jobs von Maschinen und Robotern erledigt werden. Teilen Sie diese Befürchtungen?**

Nein, diese Befürchtungen teile ich nicht. Aber ich bin überzeugt, dass sich durch die Digitalisierung die Jobprofile und die Anforderungen an die Bildung verändern werden. Die Angst, dass menschliche Arbeit maschinell ersetzt werden könnte, ist kein Phänomen der Digitalisierung, sondern ein wiederkehrendes Motiv in der Wirtschaftsgeschichte.

**Wie wird der digitale Wandel die Berufsbilder verändern?**

Wie gesagt, hat bislang jede technologische Revolution eine Veränderung in der Gesellschaft und damit auch in der Bildung mit sich gebracht. So hat beispielsweise die industrielle Revolution dazu geführt, dass wir uns von der Landwirtschaft zu einem der wichtigsten Standorte in der Medizintechnologie, der Pharmaforschung und den Ingenieurwissenschaften entwickelten.

**Welche Schlüsselkompetenzen braucht es in Zukunft?**

Die Digitalisierung führt dazu, dass umfassendes Wissen und übergreifende Kompetenzen in den Berufen immer wichtiger werden. Aufgrund der schnellen technologischen Fortschritte können bereits heute immer mehr Aufgaben automatisiert werden. Wenn standardisierte, repetitive Arbeiten wegfallen, gewinnen die typisch menschlichen Fähigkeiten – und damit auch die Angestellten für den Arbeitgeber an Bedeutung. Spezialisierte Fachkräfte werden deshalb immer weniger austauschbar.

**Sind wir mit unserem Schulsystem gut darauf vorbereitet?**

Ein gutes, für alle zugängliches Bildungssystem ist die wichtigste Voraussetzung, dass niemand den Anschluss an die digitale Zukunft verpasst. Mit unserem heutigen Schulsystem und dem Lehrplan 21 bringen wir gute Voraussetzungen mit. Gleichwohl muss sich das



Damit die Schülerinnen und Schüler bestmöglich für den digitalen Wandel vorbereitet sind, hat der Dachverband der Schweizer Lehrerinnen und Lehrer ein Positionspapier mit Forderungen entwickelt. Dabei stechen insbesondere drei Forderungen heraus:

Erstens müssten die **Lehrer periodisch weitergebildet** werden, da die technische Entwicklung rasant verlaufen kann.

Zweitens ist es heute mit dem klassischen Buch nicht mehr getan.

Die Lehrer fordern **digitales Unterrichtsmaterial**, um den Stoff besser vermitteln zu können.

Zudem sollten die Lehrpläne, aber auch die Beurteilung einzelner Fächer laufend angepasst werden.

Und drittens müssten Kantone und Gemeinden die **IT-Infrastruktur** auf den neusten Stand bringen.



[www.lch.ch](http://www.lch.ch)

Bildungssystem rasch auf die Kompetenzen, die auf dem Arbeitsmarkt gefragt sind, ausrichten. War im 19. Jahrhundert die Arithmetik eine wichtige Voraussetzung für die Industrialisierung der Schweiz, so ist es heute wichtig, dass Schülerinnen und Schüler über grundlegende Informatikkompetenzen verfügen und lernen, mit computergesteuerten Geräten umzugehen.

### *Welche Art von Unterricht wünschen Sie sich für die Zukunft?*

Kinder müssen lernen, Probleme methodisch so zurechtzulegen, dass sie nach bestimmten formalen Vorgaben auch von einem Computer gelöst werden können. Mit unserem Fach «Computational Thinking» an der EPFL lernen die Studierenden Werkzeuge kennen, um Probleme zu eruieren und Lösungen dafür zu finden. Die-

se Fähigkeit wird in der digitalisierten Welt immer wichtiger. Und dies muss auch im Unterricht in der Grundausbildung Eingang finden. ●

**PROF. MARTIN VETTERLI** Präsident der École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL)



- Daten nur einmal erfassen
- Schnell und einfach
- Immer aktuell, immer dabei
- Top-Kundensupport



**Jetzt testen [wmc.ch/iOffice](http://wmc.ch/iOffice)**

WMC IT Solutions AG Tel. +41 61 716 11 11 [info@wmc.ch](mailto:info@wmc.ch) [www.wmc.ch](http://www.wmc.ch)





# CHANCEN FÜR ALLE

Der digitale Wandel lässt keine Branche unberührt. Grossunternehmen wie Handwerksfirmen haben die Chancen erkannt und nützen die Digitalisierung, um ihre Prozesse zu optimieren und ihren Kunden massgeschneiderte Produkte anzubieten. Damit verändert sich vieles: vom Zahnarztbesuch bis hin zum Uhrenkauf.

Die Digitalisierung eröffnet den Unternehmen ungeahnte Möglichkeiten und verändert bisherige Geschäftsprozesse grundlegend. So können durch digitale Technologien nicht nur neue Produkte und Dienstleistungen entstehen, sondern ebenso innovative Geschäftsmodelle. Wichtig dabei: Für den Kunden muss ein Mehrwert entstehen. So beispielsweise auch beim Uhrenkauf. Innovativ sind seine Strategien, und der Erfolg gibt ihm Recht: Thomas Steinemann, Inhaber und Geschäftsführer der Schweizer Uhrenfabrik Philippe DuBois et fils. Vor sieben Jahren übernahm er die älteste Uhrenmarke der Schweiz. Doch zuvor musste er Kapital beschaffen.

## NEUE WEGE GEHEN

Er beschritt einen für das Luxussegment völlig ungewöhnlichen Weg: Crowdfunding. Damit trat er in ein neues Zeitalter ein. Heute hat die Firma DuBois et fils über 900 Aktionärinnen und Aktionäre aus über 30 Ländern. Diese werden über eine Aktionärsplattform betreut. Damit hat Steinemann als erstes Unternehmen weltweit die papierlose Aktionärsbeziehung realisiert. Auf

der Website können sich die Aktionäre austauschen. «Das ist wichtig. Es gibt eine Community, eine kleine, verschworene Gemeinde», sagt Thomas Steinemann und hat seither entschieden, alles über das Internet abzuwickeln. Aktionäre können ihre Aktien als PDF herunterladen und selbst ausdrucken. Wer sich für eine Uhr interessiert – alles limitierte Auflagen –, klickt das gewünschte Modell an und sieht sogleich, welche Nummern noch nicht vergeben sind. Mittlerweile können sogar registrierte Detailhändler Uhren von DuBois et fils verkaufen. Sie benutzen dieselbe Bestellmaske wie andere Kunden. Das Kästchen mit der von ihnen bestellten Seriennummer wird dann nicht durchgestrichen, sondern ändert lediglich die Farbe. Ein Kunde, der genau diese Nummer wünscht, erfährt beim Anklicken des Kästchens, bei welchem Händler die Uhr vorrätig ist.

## KUNDEN VON MORGEN KENNEN

«Wir müssen uns heute darüber im Klaren sein, wer unsere Kunden in fünf oder zehn Jahren sein werden und wie wir diese erreichen werden», so Thomas Steinemann.

«Auch in der Uhrenindustrie wird kein Stein auf dem anderen bleiben.» Dafür brauche es Weitsicht und Mut, an denen es bei Unternehmen oft mangelt. «Niemand hat eine Ahnung, wo und wie wir in Zukunft unsere Luxusuhren verkaufen. Trotzdem müssen wir bereits heute die Weichen dafür stellen», so Steinemann. «Digitalisierung ist weit mehr, als nur einen Webshop auf der Website zu integrieren.» Auch die Gesetzgebung müsse auf den digitalen Wandel reagieren: «Es muss möglich sein, dass eine Kapitalerhöhung elektronisch vorgenommen werden kann», so Steinemann.

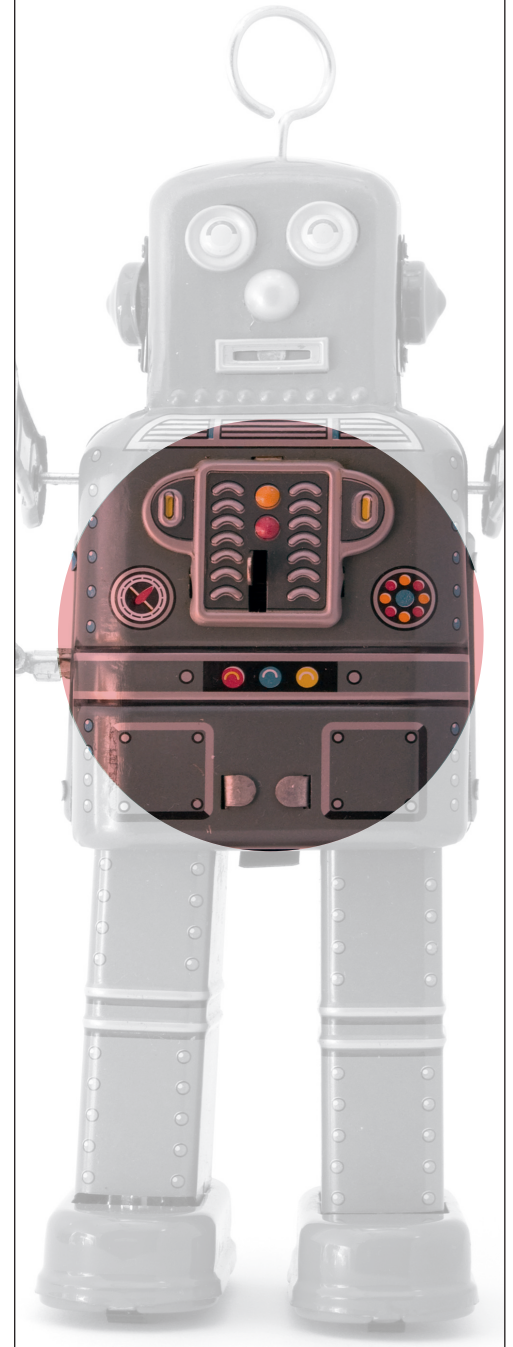
## GERÄTE VERNETZEN

Doch nicht nur für den Verkauf von Produkten öffnen sich durch die Digitalisierung neue Türen. Auch beim Zahnarzt ändert sich vieles: Die gesamte Behandlungsdauer wird durch den Einsatz moderner Technologie spürbar verkürzt. Durch das vorgängige Erstellen digitaler Simulationen für einen Zahnersatz beispielsweise wird deutlich weniger Ausschuss produziert und es sind weniger Arbeitsstunden für das Handling des Materials notwendig.





## *Künstliche Intelligenz*



**intelligent  
kommentiert**

Alleine das Wegfallen der physischen Röntgenaufnahmen und ihrer Entsorgung bedeutet einen grossen Schritt nach vorne. Während bisher Arbeitsschritte getrennt voneinander abliefen, gehen sie heute nahtlos ineinander über, von der Diagnostik bis zum Abschluss der Behandlung. Vor allem die Schnittstellen zwischen Kamera, CAD-Programm und Fertigungsgerät dürfen als wegweisend betrachtet werden. Es zeigt sich: Die Vernetzung mehrerer Geräte ist das Rückgrat vieler Digitalisierungsprojekte.

### **AUFTRÄGE DANK FACEBOOK**

Und das Beispiel von Holzconnection zeigt: Auch für eine Tischlerei bietet die Digitalisierung Chancen. Das Unternehmen Holzconnection mit Niederlassungen in der Schweiz und Deutschland gibt es bereits seit über 30 Jahren. Dank den digitalen Möglichkeiten hat es das Unternehmen geschafft, Billiganbietern und dem Onlineshop zu trotzen. Heute macht Holzconnection ein Viertel bis ein Drittel seines Umsatzes – inzwischen knapp 20 Millionen – über das Internet. Statt wie

früher in Magazinen und Zeitungen Anzeigen zu schalten, setzt das Unternehmen seit einigen Jahren auf Onlinewerbung. Vor allem das lokale Targeting bei Facebook machte sich schnell bemerkbar: Weil die Anzeigen nun gezielt Nutzer im Umkreis der Filialen ansprechen, hatten diese plötzlich 30 Prozent mehr Besucher; der Umsatz stieg innerhalb kurzer Zeit um 25 Prozent.

Holzconnection nennt sich selbst Tischlerei 2.0: Die Kunden können sich vor dem Kauf ansehen, wie das gewünschte Regal in ihrer Wohnung aussehen wird, entweder über eine Virtual-Reality-Anwendung oder als 3-D-Animation. Der fertige Entwurf wird digital an eine Partnerwerkstatt geschickt, in der alle Maschinen miteinander verknüpft sind.

Die Beispiele zeigen: Die Digitalisierung ist keine theoretische Zukunftsmusik oder ein Managementtrend für Konzerne. Vielmehr bringt sie greifbaren Nutzen mit sich – der in den nächsten Jahren vermutlich noch deutlich wachsen wird. ●

Helbing  
Lichtenhahn  
Verlag



# Are you DIGITAL?

Es gibt kein Thema, das die Schweizer Wirtschaft derzeit mehr in Atem hält als die Digitalisierung. Wie packen wir den digitalen Wandel in der Wirtschaft an? Die Initiative «Are you digital?» von der Handelskammer beider Basel zeigt Unternehmen, wie sie die Möglichkeiten der Digitalisierung für ihren Erfolg nützen.

Die Bestellung beim Onlinehändler, die Fahrt mit Uber oder die Fitnessmotivation durch die Smartwatch sind für die meisten von uns bereits selbstverständlich. Der digitale Wandel hält längst Einzug in unseren Alltag. Nicht nur in unserer Freizeit, sondern auch im Unternehmen, wo die technologische Entwicklung Chancen eröffnet. Beispielsweise in Form eines erweiterten Kundenkreises, effizienterer Prozesse oder optimierter Geschäftsmodelle. Gerade weil die Möglichkeiten, die sich mit der Digitalisierung bieten, fast unbegrenzt sind, herrscht aber oft gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen Unsicherheit, wie sich der digitale Wandel für sie gewinnbringend nutzen lässt.

## CHANCEN ERGREIFEN

Es ist offensichtlich, dass Unternehmen aus der Digitalisierung beträchtliche Chancen erwachsen, schon wenn sie sich nur drei Fragen stellen:

**Was ist mein Angebot?** Die Digitalisierung erfasst Produkte wie Dienstleistungen. Produkte können durch Vernetzung optimiert oder um online verfügbare Services ergänzt werden, Kundinnen und Kunden mit Feedbackoptionen in die Produktentwicklung eingebunden werden.

**Wie entsteht mein Angebot?** Interne Prozesse werden durch die digitale Transformation oft deutlich effizienter. Die Möglichkeiten reichen von der betriebswirtschaftlichen Software zur vollautomatischen Produktionsanlage, in der Werkstücke mit den Maschinen kommunizieren.

**Wie verdiene ich Geld?** Die Monetarisierung wird künftig immer mehr über alternative Modelle erfolgen. Produkte können pro Nutzung oder pro Zeit verrechnet statt einmalig verkauft werden.

## WETTBEWERBSFÄHIG BLEIBEN

Dank guter Rahmenbedingungen, politischer Stabilität und hervorragend ausgebildeter Fachkräfte gehört die Schweiz zwar zu den wettbewerbsfähigsten Ländern der Welt. Im Index der digitalen Wettbewerbsfähigkeit des Institute for Management Development belegt sie aber «nur» den 8. Platz. Nicht, dass die Unternehmer hierzulande sich der Tragweite des Themas nicht genügend bewusst wären. In einer Studie der Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers prognostizieren 76 Prozent von 300 befragten Schweizer KMU, dass sich der Markt durch die Digitalisierung in den nächsten fünf Jahren grundlegend verändern wird. 27 Prozent geben an, ihr Geschäftsmodell in den letzten fünf Jahren mit dem Ziel einer verstärkten Digitalisierung angepasst zu haben. Allerdings beziehen bisher nur 42 Prozent der Unternehmen Kunden in ihre Geschäftsprozesse ein.



[www.are-you-digital.ch](http://www.are-you-digital.ch)





## «ARE YOU DIGITAL?» UMFASST DREI KONKRETE MASSNAHMENPAKETE:

### Digital Checkup

Mit «Digital Checkup» lernen Mitgliedunternehmen der Handelskammer beider Basel in ein- bis zweitägigen, individuellen Workshops die Möglichkeiten der digitalen Transformation in ihrem Unternehmen kennen. Dabei werden Prozesse durchleuchtet und das Potenzial für die Etablierung neuer beziehungsweise für die Verbesserung bestehender Geschäftsmodelle identifiziert. Ausgewählte Partner der Handelskammer, allesamt Spezialisten für Digitalisierungsprojekte, führen die Workshops durch. Die Handelskammer trägt 75 Prozent der Kosten eines «Digital Checkups», das Unternehmen übernimmt die restlichen 2'500 Franken.

### Digital Project

Das Angebot richtet sich an Mitgliedunternehmen der Handelskammer beider Basel, die ein Projekt aus einem «Digital Checkup»-Workshop oder ein anderes Forschungs- und Entwicklungsprojekt im Bereich der Digitalisierung realisieren. Die Handelskammer übernimmt einen Teil des finanziellen Aufwands ausgewählter Projekte und greift auf ihr Netzwerk zu, um mit Kontakten zu Hochschulen und der KTI das Vorhaben auf den richtigen Weg zu bringen.

### Digital Talents

Auch mit einem ausgezeichneten Geschäftsmodell finden sich Investoren nicht von selbst – Jungunternehmerinnen und -unternehmer sehen sich zuerst mit der Herausforderung konfrontiert, die grundsätzliche Umsetzbarkeit ihrer Idee aufzuzeigen. Mit «Digital Talents» fördert die Handelskammer beider Basel ausgewählte Gründerinnen und Gründer aus Hochschulen bei der Realisierung von Start-ups mit digitalen Geschäftsmodellen mit einer finanziellen Zuwendung. Gleichzeitig vermittelt sie gezielt Kontakte innerhalb ihres Netzwerks.



# 3 FRAGEN AN PROJEKTLEITERIN DEBORAH STRUB



**DEBORAH STRUB** ist Projektleiterin von «Are you digital?».

## *Frau Strub, was bezweckt die Handelskammer mit «Are you digital?»?*

Mit unserer Initiative unterstützen wir den digitalen Wandel in der Region Basel. Die Digitalisierung nimmt ihren Lauf, wenn nicht im eigenen Unternehmen, so auf jeden Fall ausserhalb. Wer heute nicht bereit ist, seine Prozesse zu überdenken, könnte morgen von der Bildfläche verschwunden sein. In zahlreichen Gesprächen mit unseren Mitgliedern haben wir festgestellt, dass die Unternehmen sich der Bedeutung der Digitalisierung und des damit verbundenen Handlungsdrucks bewusst sind. Doch während die «Grossen» in diesem Bereich Beratung einkaufen, sind viele KMU unsicher, wie sie mit dem Thema umgehen sollen. Da springen wir mit unserer Initiative in die Bresche.

## *Wie packen KMU es denn am besten an?*

Das hängt vom individuellen Fall ab. Deshalb bieten wir auch individuelle Unterstützung an. Zwei Punkte sind jedoch essenziell: Die Geschäftsleitung muss einerseits bereit sein, sich nicht nur auf das Thema einzulassen, sondern Ideen auch in die Tat umzusetzen. Andererseits gilt es, sich in die Situation seiner Kundinnen und Kunden zu versetzen und zu fragen: Wie lässt sich mittels Digitalisierung zusätzlicher Nutzen für sie schaffen? Grundsätzlich sind wir eine sehr technologieaffine Region, als Folge der wirtschaftlichen Entwicklung der letzten 150 Jahre mit Fokus auf Logistik, Pharma und Finanzdienstleistungen. Eine gute Ausgangslage, um den digitalen Wandel anzugehen.

## *Braucht ein Unternehmen dafür zwingend externe Beratung?*

Eine rein interne Betrachtungsweise läuft oft darauf hinaus, dass man sich auf die Digitalisierung des Bestehenden beschränkt. Will man das vollständige Potenzial erfassen, muss man ganze Prozesse und Geschäftsmodelle hinterfragen. Da bringt einen die Aussensicht meistens weiter. Der fulminante Start von «Are you digital?» zeigt, dass das Bedürfnis nach externer Unterstützung ganz klar vorhanden ist. In den ersten Wochen haben sich bereits über 20 regionale Unternehmen für einen «Digital Checkup» angemeldet und acht haben sich für «Digital Project» beworben. ●



## *Machen Sie mutig mit* in der digitalen Welt!

Von Augustinerpater Hermann-Josef Zoche

**Digital Natives** – das sind Menschen, die im digitalen Zeitalter aufgewachsen sind. Die haben schon als Kinder mit piepsenden und blinkenden Gadgets gespielt, die allesamt klingen wie die Flipperautomaten in den 70er-Jahren. Jede Quietscheente, die sie hinter sich herzogen, hatte schon ein elektronisches «Quak-Quak-Quak» von sich gegeben.

Wir anderen, die wir vor 1980 geboren sind, werden Digital Immigrants genannt. Die Geräusche unserer Spielzeuge mussten wir analog erzeugen: das kräftige Blubbern eines Baggermotors oder die beschleunigenden Schaltgeräusche eines Rennwagens. Die Tafeln in unseren Schulen waren grün. Die quietschende Kreide war weiss und pulvrig. Wir hatten noch Mathelehrer, die nach dem virtuosen Gefuhrwerke an der schlecht geputzten Tafel Kreidestaub auf dem Sakko hatten oder eine gelbe Nasenspitze von der farbig gezeichneten Hypotenuse, deren Länge wir errechnen sollten. Unsere Hände stanken nach dem widerlichen Tafellappen. Welche Freude war es, mitten im Unterricht Kreide aus der Nachbarklasse holen zu dürfen.

Wir hatten keine weissen Smart Boards in den Klassenzimmern, jene interaktiven 220-Volt-Tafeln mit USB-Eingang, eingebautem Kurzdistanzbeamer, Touchscreen, Audiosystem und Plug-and-play-Funktion, die nicht mehr gewischt werden müssen, sondern auf Knopfdruck «sauber» sind.

Für die Digital Natives ist selbstverständlich, was wir mit offenen Mündern bestaunen. Sie können sich nicht mehr zurückversetzen in ein analoges Zeitalter, wo man als Student einmal die Woche aus der Telefonzelle zu Hause anrief.

Die Menschen verändern sich in der digitalen Welt. Die digitale Wahrnehmung verändert die Aktivitätszonen des Gehirns. Sie ergreift den Menschen und formt ihn. Ein Beispiel: Beim informellen Lesen am Bildschirm sind nur einige wenige Stellen im Gehirn aktiv. Informelles Lesen ist schnell, effizient, kurzzeitig, emotionslos. Gehirnschans von Menschen, die einen Roman lesen, zeigen ganz andere zerebrale Aktivitätsmuster, selbst dann, wenn der Roman mit einem Reader gelesen wird. Es ist viel mehr los im Gehirn, langsam, emotional, fantasievoll.

Eines aber ist immer derselbe Anspruch: Der Mensch ist ein Lernender – ganz gleich in welcher Welt. In Geschichte sollen keine Geschichtskennntnisse erworben werden, sondern anhand von erworbenen Geschichtskennntnissen soll erlernt werden, in geschichtlichen Prozessen zu denken; in Deutsch sollen die Schüler nicht Deutsch lernen (nur am Anfang), sondern sollen lernen, wie sich bestimmte Phänomene der Gesellschaft in der Literatur ausdrücken; in Mathematik sollen sie nicht rechnen lernen, sondern das Denken in organisierten geistigen Strukturen; in Religion sollen sie nicht religiöse Inhalte lernen, sondern sollen religiöse Inhalte als Zeugnisse des Glaubens verstehen lernen.

Die Inhalte werden im digitalen Zeitalter anders vermittelt (Self-learning-Angebote, Tutorials bei YouTube etc.), aber es geht immer noch um das gute alte Lernen, um Neugier, ums Wissenwollen, ums Forschen – und um einen Geist, der unbändig vorwärtsdrängt. Machen Sie mutig mit in der digitalen Welt! Beim Schiffbruch ist es zu spät, schwimmen zu lernen.

**HERMANN-JOSEF ZOCHÉ** ist Augustinerpater, Theologe, Philosoph und Managementberater.





Jet Aviation feiert in diesem Jahr ihren 50. Geburtstag. 1967 wurde sie gegründet, zehn Jahre später sorgte sie an der Pariser Flugshow mit einer alten Cathay Pacific 880 mit komplett neuer, luxuriöser VIP-Innenausstattung für Furore. Seither ist sie aus der Geschäftsluftfahrt nicht mehr wegzudenken.

Jet Aviation wurde ursprünglich als Flugzeugwartungsunternehmen in Basel gegründet, erweiterte aber nach und nach ihr Portfolio und expandierte weltweit. Bis 2005 befand sich das Unternehmen im Besitz der Familie Hirschmann. Danach ging es zunächst in europäische, 2008 in amerikanische Hände über. Die Schweiz blieb aber das Zuhause von Jet Aviation. Und als Schweizer Unternehmen wird es noch immer wahrgenommen. «Jet Aviation steht für Sicherheit, höchste Qualität und Diskretion. Uns ist wichtig, Kunden nicht bloss zufriedenzustellen, sondern ihnen mit unserem Wissen über Jahre hinweg

professionell und flexibel den besten Service zu bieten», so Rob Smith, Präsident der Jet-Aviation-Gruppe und Vizepräsident von General Dynamics.

#### NÄHER ZUSAMMENRÜCKEN

Doch es hat noch Luft nach oben: Das Unternehmen befindet sich zurzeit in einem digitalen Transformationsprozess, um zukünftig besser auf die Interessen, Wünsche und Bedürfnisse seiner Kunden eingehen zu können und intern näher zusammenzurücken. Bisher hat beispielsweise jeder Standort der Jet Aviation nach eigenen Prozessvorgaben gearbeitet. Er-

folgreich zwar, aus Unternehmenssicht aber nicht wirklich effizient. «Mit einer gemeinsamen Plattform und einheitlich definierten Prozessen und Abläufen können wir unsere Kunden noch besser verstehen und ihnen an jedem unserer Standorte den gleich hohen Servicestandard gewährleisten», so Rob Smith. «Bis alle auf der gleichen Plattform arbeiten, braucht es allerdings Zeit. Wir rechnen mit zwei bis drei Jahren.»

Best Practices von allen Standorten sollen für die ganze Firma übernommen werden und dabei helfen, dass das Unternehmen



von aussen wie von innen als Einheit wahrgenommen wird. Auch physisch werden die einzelnen Geschäftsbereiche näher zueinander rücken. Am EuroAirport Basel ersetzt Jet Aviation beispielsweise bis Ende 2018 die beiden kleineren Hangars 3 und 4 durch einen neuen Grossraumhangar mit 8'700 m<sup>2</sup>, der alle Bereiche vereint.

Neil Boyle, Senior Vice President Global VIP Completions und General Manager Jet Aviation Basel: «Die Industrie baut immer grössere Flugzeuge, die immer mehr Platz brauchen. Im neuen Hangar werden wir mehrere Grossraumflugzeuge gleichzeitig sowohl unterhalten als auch ausbauen können. Die substanzielle Investition ermöglicht uns mehr Flexibilität in der Planung und in der Ausführung. Sie ist nicht nur ein Bekenntnis zum Standort Basel, sondern auch für den EuroAirport, die Region und unsere Mitarbeitenden.»

### WAR FOR TALENTS

Die benötigten Fachkräfte zu finden, ist auch im Dreiland nicht einfach. In den Werkstätten der Jet Aviation ist höchste Präzision und handwerkliches Geschick gefragt. Der VIP-Ausbau eines Privatflugers ist in erster Linie Handarbeit. Dafür braucht es Polsterer, Schreiner, Mechaniker, Installateure und viele mehr. Doch top ausgebildete Handwerker zu finden, ist

nicht einfach. Solche zu bekommen, die nicht nur handwerklich den hohen Anforderungen genügen, sondern auch technisches Know-how und Verständnis für die Produktionsabläufe haben, praktisch unmöglich. Immer mehr Junge studieren. Technische Fertigkeiten gehen verloren. Und technische Ausbildungsinstitute haben es bisher verpasst, eine Brücke zu schlagen. Neil Boyle: «Wir mussten handeln. In der Aviatik gibt es viele Richtlinien und Vorschriften einzuhalten. Zusätzlich wollen wir höchsten Qualitätsansprüchen genügen. Deshalb kamen wir nicht umhin, unsere Mitarbeitenden selbst auszubilden. Eine Verantwortung, die wir seit 2004 sehr gerne übernehmen. Aber auch mit regionalen Handwerksbetrieben pflegen wir eine gute Zusammenarbeit. Vor allem in Spitzenzeiten sind wir auf sie angewiesen.»

### GEMEINSAME LÖSUNGSSUCHE

Der EuroAirport machte in letzter Zeit vor allem mit Steuerstreitigkeiten und Klagen über Fluglärm Schlagzeilen. Erstere sind beigelegt. Die Schweiz und Frankreich haben sich einigen können. Für die Rechtssicherheit am Flughafen braucht es nur noch die Zustimmung durch das französische Parlament. «Bezüglich Steuerabkommen war es wichtig, dass endlich eine definitive Entscheidung fiel. Wie alle am EuroAirport wollten auch wir endlich wissen, wo wir stehen», so Neil Boyle. Das Thema Fluglärm

und damit einhergehend die Diskussion um die Flugzeiten betreffen Jet Aviation weniger als kommerzielle Airlines. Gemeinsam mit der Flugzeugindustrie, die viel Zeit und Ressourcen in die Entwicklung leiserer Maschinen investiert, wird nach Lösungen gesucht. Denn nicht nur leiser, sondern auch effizienter und damit ökologischer sollen Flugzeuge werden. Neil Boyle: «Wir können die Originalhersteller nicht beeinflussen bei ihrer Entwicklung der nächsten Flugzeuggeneration, aber wir arbeiten gemeinsam am gleichen Ziel – die ökologischsten Optionen verfügbar zu haben. Dafür braucht es alle: Flugzeugentwickler, Flügeldesigner, Kraftstoffingenieure und viele mehr.»

Nach schwierigen Jahren sieht die Geschäftsfliegerei wieder rosigeren Zeiten entgegen. Jet Aviation jedenfalls ist bereit für weitere Höhenflüge. ●

**ROB SMITH** ist Präsident der Jet-Aviation-Gruppe und Vizepräsident von General Dynamics.

**NEIL BOYLE** ist Senior VP Global VIP Completions und General Manager Jet Aviation Basel.

### ÜBER JET AVIATION

Jet Aviation, 1967 von Carl W. Hirschmann in Basel gegründet, ist heute eine international tätige Tochtergesellschaft des US-Konzerns General Dynamics mit Hauptsitz in Basel. Sie beschäftigt rund 4'500 Mitarbeitende an über 30 Standorten in Europa, im Nahen Osten, in Asien, Nordamerika und in der Karibik. Die Dienstleistungen umfassen weltweit: Wartung und Reparatur, Flugzeuginnenausbau und -umbau, Engineeringarbeiten, Bodendienste und Abfertigung sowie Flugzeugmanagement, Airtaxi, Flugzeugverkauf und Personalvermittlung. Das Unternehmen zählt zu den führenden Dienstleistern in der Geschäftsluftfahrt weltweit.



[www.jetaviation.com](http://www.jetaviation.com)





# tunBasel

## EIN EXPERIMENT ZEIGT WIRKUNG

Die tunBasel hat sich zu einem Messehighlight etabliert und zeigt bereits erste Wirkung: Die Nachfrage an MINT-Fächern bei den Schülerinnen und Schülern ist in den letzten Jahren stetig gestiegen.

14'000 Besucherinnen und Besucher, davon über 11'000 Kinder und Jugendliche und rund 190 Schulklassen aus den Kantonen Basel-Stadt und Baselland haben im Frühjahr 2017 an der vierten tunBasel getüftelt und experimentiert und so spielerisch erlebt, wie spannend Technik und Naturwissenschaften sind. Dies entspricht einem Zuwachs von 20 Prozent gegenüber der letzten tunBasel von 2014. «Wir sind sehr stolz auf diesen Besucherrekord und freuen uns über das grosse Interesse an unserer Erlebnisschau», so Franz A. Saladin, Direktor der Handelskammer beider Basel und Präsident der Stiftung tunSchweiz.

### TÜFTELN, EXPERIMENTIEREN

Die Kinder und Jugendlichen liessen sich durch Fachpersonen von über 20 Partnern aus Unternehmen, Institutionen und Hochschulen altersgerecht in physikalische, chemische, mathematische oder technische Experimente einführen und fürs Forschen und Entdecken begeistern. «Gemeinsam

mit Fachleuten aus der Wirtschaft und Wissenschaft bringen wir an der tunBasel Kindern und Jugendlichen frühzeitig Technik und Naturwissenschaften näher, um so dem Nachwuchsmangel entgegenzuwirken», erläutert Franz A. Saladin. Denn der demografische Wandel und die grosse Berufsvielfalt machen es immer schwieriger, genügend interessierten und talentierten Nachwuchs zu finden. In vielen Branchen fehlt es schon heute an qualifizierten Fachleuten. Die Region Basel ist davon besonders betroffen. Denn für einen der wichtigsten Life Sciences-Standorte der Welt und eine der wertschöpfungsinintensivsten der Schweiz ist die Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften ein zentraler Standortfaktor für forschende Unternehmen.

14'000  
BESUCHER



### MIT BUILDING-AWARD AUSGEZEICHNET

Die Stiftung tunSchweiz erhielt Ende Juni im Kultur- und Kongresszentrum Luzern den Building-Award 2017 in der Kategorie Nachwuchsförderung im Bereich Technik. «Wir freuen uns sehr, dass mit dem Building-Award 2017 unser Engagement gewürdigt wird», erläutert Stiftungspräsident Franz A. Saladin. Die Stiftung tunSchweiz bündelt Kräfte und Mittel von Verbänden, Unternehmen und Privatpersonen mit dem Ziel, Kinder und Jugendliche für Technik und Naturwissenschaften zu begeistern und so Hemmschwellen vor den MINT-Fächern abzubauen, vor allem auch bei den Mädchen.

# 43

EXPERIMENTE



# 24

AUSSTELLER

## FACHKRÄFTEMANGEL

Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, hat sich die Handelskammer beider Basel die Förderung des beruflichen Nachwuchses in Technik und Naturwissenschaften zur Aufgabe gemacht. Denn machen Jugendliche nicht schon im Kindesalter positive Erfahrungen in den MINT-Fächern, so werden sie sich später kaum dafür interessieren. Und so lancierte die Handelskammer 2010 an der muba die erste tunBasel mit dem Ziel, Schülerinnen und Schüler schon frühzeitig für Naturwissenschaften und Technik zu begeistern und dadurch die Wahl entsprechender Berufe und Studiengänge zu fördern. Ein begeisterter Besucher meint dazu: «Ich finde es eine super Möglichkeit für die Jungen, erste Erfahrungen mit der Wissenschaft zu machen.»

Wie neueste Zahlen aus Baselland belegen, ist die Nachfrage an MINT-Fächern in den letzten Jahren stetig gestiegen. So belegen heute 36 Prozent der Schülerinnen und

Schüler Biologie und Chemie sowie Physik und Mathematik, gefolgt von Wirtschaft und Recht mit 29 Prozent und den Sprachen mit 23 Prozent. Der Trend Richtung Biologie und Chemie ist also ausgesprochen deutlich: Waren es 2006 noch 16 Prozent, sind es zehn Jahre später ganze 24 Prozent, die diese Fächer wählen. «Wir freuen uns sehr über diese Zahlen», so Saladin, «belegen diese doch, dass Anstrengungen wie die tunBasel Früchte tragen.» Und wie sich zeigt,

stossen die MINT-Fächer auch bei Mädchen immer mehr auf Interesse: Waren es 2014 noch 31 Prozent Mädchen, die sich an der tunBasel für Technik und Naturwissenschaften begeistern liessen, waren es dieses Jahr rund 43 Prozent.

Der anhaltende Erfolg der tunBasel hat sich herumgesprochen: Mittlerweile gibt es die tun auch in Bern, Zürich, Solothurn und in der Ostschweiz. ●





# ZUSAMMEN STARK



Die aktuelle Diskussion um die Universität Basel und die geplante Spitalgruppe macht deutlich: Eine kantonsübergreifende Zusammenarbeit stärkt unsere Region. Die Handelskammer beider Basel fordert Handlungsschritte.

Bikantonal getragene Institutionen wie die Universität Basel sind für unsere Region von grosser volkswirtschaftlicher Bedeutung und fördern die kulturelle Entwicklung der Region Basel. Mit der Ausbildung des akademischen Berufsnachwuchses trägt die Universität zur breit diversifizierten regionalen Wirtschaft und mit ihrer exzellenten Forschung wesentlich zur Innovationskraft und Wertschöpfung der Region bei. Denn: Für jeden Franken, den die Kantone in die Universität investieren, entsteht in der Region Basel ein Mehrwert von knapp drei Franken. «Bildung ist der Kern einer Wirtschaft, vor allem einer roh-

stoffarmen wie der schweizerischen», so Franz A. Saladin, Direktor der Handelskammer beider Basel. Vor allem im Life Sciences-Bereich geniesst die Universität einen exzellenten Ruf und trägt dazu bei, dass sich die Region als globaler Life Sciences Cluster etablieren konnte und so wertschöpfungsstark ist.

## STRATEGIEN ENTWICKELN

Damit sich die Universität im nationalen und internationalen Wettbewerb längerfristig unter den Hochschulen behaupten kann, müssen für die Universität Basel Strategien entwickelt und Prozesse einge-

leitet werden. In Gesprächen mit Vertretern von Universität, Politik und Wirtschaft hat die Handelskammer folgende vier Handlungsschwerpunkte eruiert, die gemeinsam angegangen werden müssen:

- **Ausrichtung und Trägerschaft**
- **Finanzierung und Drittmittel**
- **Immobilien und Standort**
- **Governance und Eignerstrategie**

Die Handelskammer ruft Politik, Wirtschaft und Universität zur Zusammenarbeit bei der Umsetzung dieser Forderungen auf. Sie bietet Hand, als kompetente





## GEMEINSAM PLANEN

Doch nicht nur für die Universität Basel zeigt sich das Potenzial einer engeren Zusammenarbeit: Auch die gemeinsame Gesundheitsversorgung und die Spitalgruppe zeigen die Chancen für unsere Region auf. Sowohl aus planerischer, medizinischer als auch aus betriebswirtschaftlicher Perspektive bietet die geplante Spitalgruppe grosse Vorteile und ist daher die richtige Antwort auf aktuelle und zukünftige Herausforderungen im Gesundheitsbereich. Franz A. Saladin: «Die gemeinsame Spitalplanung ist ein erster und längst überfälliger Schritt in die richtige Richtung.» So stärkt die gemeinsame Planung unsere Region als wichtigen Standort für Wirtschaft und Forschung und sichert langfristig die Hochschulmedizin in der Medizin. «Mit der Spitalgruppe gewinnt die klinische Forschung an Grösse und Gewicht und wird ein attraktiver Partner für die Life Sciences-Industrie in unserer Region», so Saladin weiter. «Wir fordern deshalb eine konsequente Umsetzung.» Heute ist das Universitätsspital das kleinste von insgesamt fünf Universitätsspitalern. Als Spitalgruppe würde Basel in die obere

Liga aufsteigen und durch mehr Fallzahlen von komplexen Behandlungen wieder attraktiver für die hoch spezialisierte Medizin werden.

## ZUSAMMENARBEIT FUNKTIONIERT

Dass eine Zusammenarbeit über die Kantonsgrenze hinaus zum Erfolg führt, beweist das Universitätskinderspital beider Basel (UKBB): Das Kinderspital ist ein Vorzeigemodell und geniesst nicht nur national, sondern auch international Anerkennung für seine Leistungen für die jüngsten Patientinnen und Patienten sowie in Lehre und Forschung. Das UKBB war schweizweit das erste Spital, das als öffentlich-rechtliche Anstalt aus den Verwaltungen ausgegliedert und von zwei Kantonen gemeinsam getragen wurde.

Es zeigt sich also: Eine bikantonale Zusammenarbeit lohnt sich und zahlt sich für die gesamte Region aus. Deshalb ruft die Handelskammer beider Basel zu einer verstärkten kantonsübergreifenden Zusammenarbeit auf, denn: «Zämme goht's besser.» ●

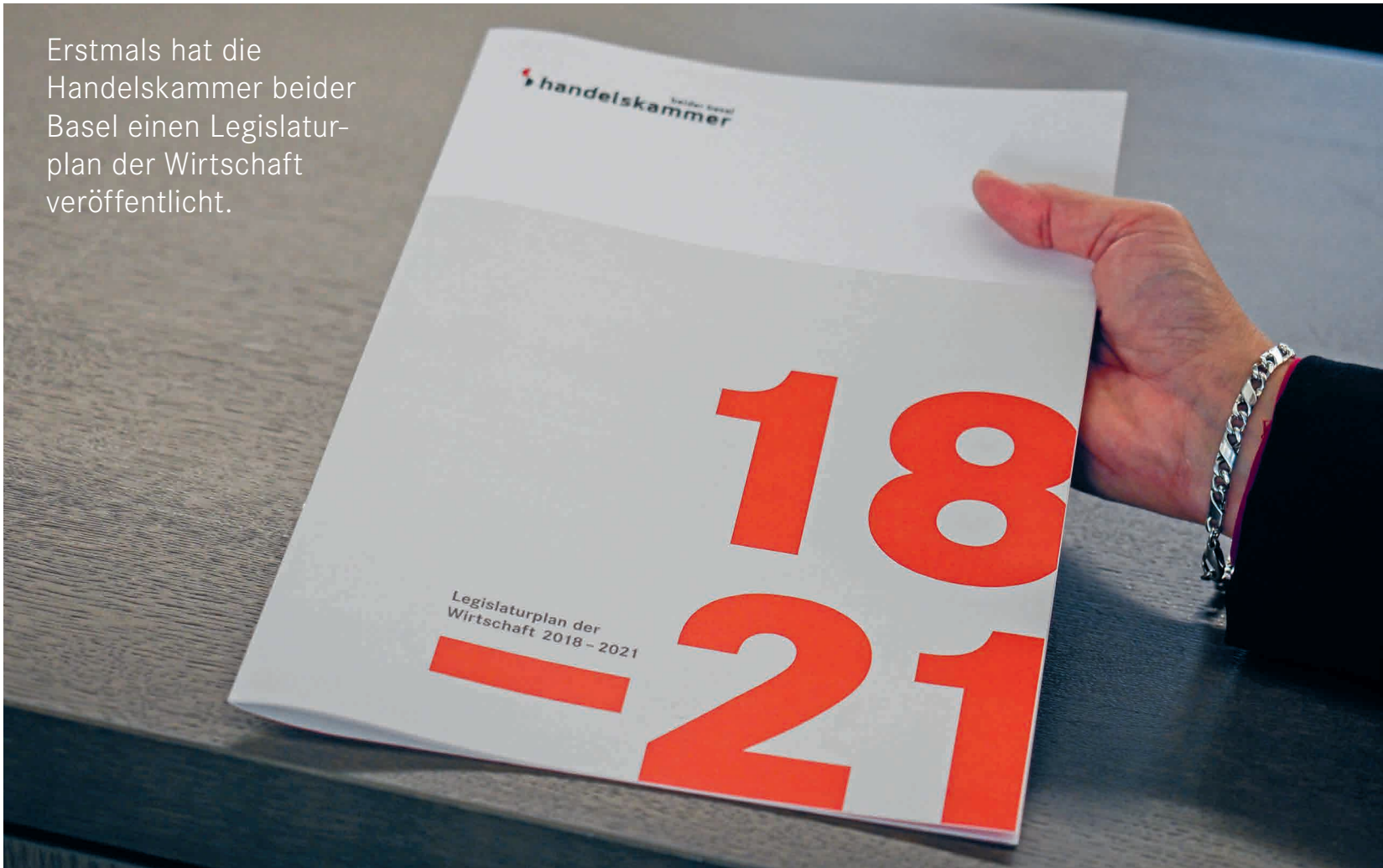
Ansprechpartnerin in den anstehenden Prozessen zu unterstützen, zu verbinden und zu kommunizieren.

Mit der Genehmigung des Leistungsauftrages und des Globalbudgets 2018 - 2021 wird einerseits Zeit gewonnen, um wichtige Strategien und Projekte (Eignerstrategie, Immobilienstrategie, Governance) anzugehen. Andererseits wird dadurch Planungssicherheit gewährleistet, damit die Universität erfolgreich ab dem 1. Januar 2018 in die neue Leistungsperiode starten kann.



# UNSERE FOR AN DIE BASLER REGIERUNG

Erstmals hat die Handelskammer beider Basel einen Legislaturplan der Wirtschaft veröffentlicht.



Was bringt Basel voran? Welche Weichen müssen wir frühzeitig stellen, damit unser Standort wettbewerbsfähig und attraktiv zum Arbeiten, Wohnen und Lernen bleibt? Mit ihrem Legislaturplan der Wirtschaft 2018 - 2021 stellt die Handelskammer beider Basel 17 konkrete Forderungen an die Basler Regierung für die nächsten vier Jahre.

#### **Input aus der Wirtschaft**

Die Handelskammer fordert unter anderem funktionierende Verkehrsinfrastrukturen, wettbewerbsfähige Steuersätze für Unternehmen und Privatpersonen sowie ausgezeichnete Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Denn fest steht: Unsere Region braucht gut ausgebildete Fachkräfte, damit sie auch in Zukunft wächst. Die Region muss innovativ und weltoffen bleiben, damit wir weiterhin ein wichtiger Standort

im Life Sciences-Bereich, wertschöpfungsstark und Magnet für Fachkräfte und Unternehmen sind.

#### **Impulse geben**

Als Impulsgeberin der Region sieht sich die Handelskammer beider Basel in der Pflicht, sich für Rahmenbedingungen einzusetzen, von denen Gesellschaft und Wirtschaft gleichwohl profitieren. Sie vereint viele Fachexperten und Praktiker, um gemeinsam für den Wohlstand der Region einzustehen und den Wirtschaftsstandort zu stärken: «Die enge Zusammenarbeit mit den Regierungen, Politikern und Unternehmern unserer Region hat uns zu einer Stimme gemacht, die gehört wird», ist Martin Dätwyler, stv. Direktor der Handelskammer beider Basel, überzeugt. ●



# DERUNGEN

## 3 FRAGEN AN REGIERUNGSRAT CHRISTOPH BRUTSCHIN

### *Was sagen Sie zum Legislaturplan der Wirtschaft?*

Christoph Brutschin: In zahlreichen Punkten besteht Übereinstimmung zwischen den Zielen des Regierungsrates und dem Legislaturplan der Wirtschaft: Das trimodale Containerterminal Basel Nord, die Entwicklung wirtschaftlicher Schwerpunktgebiete, die Erreichbarkeit auf Schiene, Strasse und Luft. Anderer Meinung sind wir bei der Lenkungsabgabe, welche die Handelskammer beider Basel streichen möchte: Dieses einfache, staatsquoten-neutrale Instrument belohnt das Stromsparen, auch bei den Unternehmen.

### *Welche Forderung hat aus Ihrer Sicht die höchste Priorität?*

Die Unterstützung der Wirtschaft für das trimodale Containerterminal Basel Nord, wo Strasse, Schiene und Wasser zusammengeführt werden und die Logistik in Basel gestärkt wird, ist sehr wichtig. Auch wird es die Unternehmen und Wirtschaftsverbände brauchen, damit die Steuervorlage 17 auf Bundesebene rasch und ausgewogen zustande kommt und dann auf kantonaler Ebene umgesetzt werden kann.



### *In welchen Bereichen kann sich der Wirtschaftsstandort Basel verbessern?*

Zentral ist, dass sich die Basler Life Sciences-Industrie die Digitalisierung zunutze macht und gestärkt aus der bevorstehenden Transformation hervorgeht. Das ist primär Sache der Unternehmen. Wir wollen aber gemeinsam mit den Unternehmen, den Hochschulen und den Spitälern, beispielsweise im Rahmen der Initiative «DayOne», einen Beitrag leisten und Basel zu einem führenden Hub für Precision Medicine entwickeln.

# 17

## FORDERUNGEN

- Weltoffen gegenüber Europa und dem Rest der Welt sein
- Zusammenarbeit im Life Sciences Cluster fördern
- Eignerstrategie für die Universität Basel ausarbeiten
- Gemeinsame Spitalplanung konsequent umsetzen
- Wirtschaftliche Schwerpunktgebiete erhalten
- Finanzierung der Durchmesserlinie Herzstück sicherstellen
- Trimodales Containerterminal Basel Nord unterstützen
- Betriebszeiten am EuroAirport erhalten
- Ausbau Hochleistungsstrassen forcieren
- Steuervorlage 17 kantonal rasch umsetzen
- Vermögenssteuerbelastung reduzieren
- Effizienz steigern oder Leistungsniveau anpassen
- Gesetzgebung hinsichtlich Digitalisierung überprüfen
- MINT-Förderung fortführen
- Harmonisierte Bildung gewährleisten
- Lenkungsabgabe auf Strom streichen
- VOC-Abgabe abschaffen



[www.hkbb.ch](http://www.hkbb.ch) > Standortpolitik > Publikationen/Themendossiers

# ENERGIEEFFIZIENZ

## IN UNTERNEHMEN ZAHLT SICH AUS

Beim Energieverbrauch können Unternehmen Geld sparen. Erhöhen sie ihre Energieeffizienz, senken sie ihre Energiekosten und können je nach Branche Abgaben zurückfordern. Die act Cleantech Agentur Schweiz und die Energie-Agentur der Wirtschaft beraten und begleiten Unternehmen im Auftrag des Bundes auf diesem Weg.



Schweizer Unternehmen zahlen nicht nur ihren Verbrauch an fossilen Brennstoffen wie Heizöl oder Erdgas, sondern müssen auch Abgaben darauf entrichten (siehe Box). Damit will der Bund CO<sub>2</sub>-Emissionen eindämmen. Mit Vereinbarungen zu Energieeffizienz- und CO<sub>2</sub>-Reduktionsmassnahmen können Unternehmen eine Rückvergütung auf diese Abgaben erhalten. Ein effizienter Energieverbrauch schont also nicht nur die Umwelt, sondern auch die Unternehmenskasse.

### ZIELE VEREINBAREN

Um Schweizer Unternehmen gegenüber Firmen aus dem Ausland nicht zu benachteiligen, führte die Schweiz das System der Abgabenrückerstattung ein. Das Prinzip ist einfach: Unternehmen vereinbaren mit dem Bund Energieeffizienz- und CO<sub>2</sub>-Reduktionsmassnahmen. Im Gegenzug werden sie von der Abgabe befreit, sofern sie die Vereinbarung erfüllen. Eine Vereinbarung, die sich auszahlt, wie das Beispiel von Leu Carrosserie & Spritzwerk AG aus Biel-Benken zeigt: Knapp 40'000 Franken konnte das Unternehmen dank der EnAW-Zielvereinbarung sparen. Die Energiekosten sanken jährlich um knapp 2'500 Franken.

### UNTERSTÜTZEN

Der Bund hat die beiden Agenturen Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) sowie act Cleantech Agentur Schweiz (act) mandatiert, die Unternehmen bei der Umsetzung der vereinbarten Massnahmen für eine höhere Energieeffizienz zu unterstützen.

Die EnAW ist eine Non-Profit-Organisation von der Wirtschaft für die Wirtschaft. Vom Grosskonzern bis hin zum KMU schätzen sie Unternehmen aus allen Branchen und Landesteilen. Dank der grossen Erfahrung und dem breiten Beraternetzwerk garantiert die EnAW, dass jeder Teilnehmer die für seine individuellen Bedürfnisse passende Fachperson an seiner Seite erhält. Im Zentrum der Beratung und Begleitung steht die Wirtschaftlichkeit der Umsetzung.

act und ihre lokalen Energiespezialisten (u.a. Endress&Hauser, EBL, Sinovis) unterstützen KMU und grosse Energieverbraucher aktiv bei der Befreiung von Abgaben und der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen. Die akkreditierten Energieprofis analysieren und begleiten den Betrieb Schritt für Schritt auf der Basis definierter Prozesse. Für den Auftraggeber ist zu jedem Zeitpunkt klar, welche Investitionen und Spar-

potenziale auf ihn warten. Diese lassen sich unverbindlich selbst mit dem Onlinerechner auf der act-Website abschätzen. Mit Hilfe effektiver Softwaretools findet act gemeinsam mit dem Kunden die wirtschaftlichsten und wirksamsten Massnahmen und bringt ihn schlank durch den Gesetzesvollzug. ●

Die Schweiz hat 2008 die CO<sub>2</sub>-Abgabe eingeführt: Der Obolus auf fossile Brennstoffe soll helfen, CO<sub>2</sub>-Emissionen zu senken. Die Abgabe beträgt aktuell 84 Franken pro Tonne CO<sub>2</sub>, was 22 Rappen pro Liter Heizöl bzw. 17 Rappen pro Kubikmeter Erdgas entspricht. Da das Ziel 2016 wieder verfehlt wurde, steigt die Abgabe per 2018 auf 96 Franken pro Tonne. Ein Teil dieser Einnahmen – bis anhin 300, neu 450 Mio. Franken – setzt der Bund für die Förderung von Sanierungen im Gebäudeprogramm ein. Ein weiterer Teil wird an Unternehmen mit einer verpflichtenden Zielvereinbarung rückerstattet, der Rest wird auf Basis der AHV-Lohnsumme an die Unternehmen und via Krankenkassen an die Bevölkerung rückverteilt.

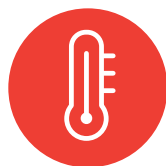
# MITGLIEDER PROFITIEREN

Die Handelskammer beider Basel bietet Unternehmen in der Region ein interessantes Dienstleistungsangebot. Mitglieder profitieren von vergünstigten Konditionen. Ein Blick auf die einzelnen Angebote lohnt sich.



## AUSGLEICHSKASSE «ARBEITGEBER BASEL»

Mitgliedfirmen profitieren von äusserst günstigen Verwaltungskosten der ak40 im Vergleich zu den staatlichen Ausgleichskassen. So spart man beispielsweise bei einer Lohnsumme von 500'000 Franken rund 1'000 Franken pro Jahr – eine Einsparmöglichkeit, die sich zu überprüfen lohnt.



## STIMMUNGSBAROMETER

Mitgliedfirmen erhalten zweimal jährlich die Gelegenheit, an der regionalen Konjunkturumfrage der Handelskammer teilzunehmen und sich einzubringen. Die Resultate der Umfrage bespricht die Handelskammer beider Basel unter anderem auch mit den Regierungen Basel-Stadt und Basel-Landschaft.



## RECHTSAUSKÜNFTE

Unternehmen der Region können sich beim Arbeitgeberverband Basel zu allen arbeitsrechtlichen Fragen beraten lassen. Telefonische Auskünfte sind für Mitgliedfirmen der Handelskammer kostenlos.



## EXPORTBERATUNG

Unternehmen der Region können sich beim regionalen Beratungsstützpunkt der S-GE, der sich bei der Handelskammer beider Basel befindet, kostenlos beraten lassen. Zudem profitieren Mitgliedfirmen dank der Kooperation mit S-GE mit 20 Prozent Rabatt auf den jährlichen Mitgliederbeitrag bei S-GE.



## SCHIEDSGERICHTSBARKEIT UND MEDIATION

Als Gründungsmitglied der Swiss Chambers' Arbitration Institution bietet die Handelskammer beider Basel Schiedsgerichtsbarkeit und Mediation an – ein ideales Angebot im Dienste des Konfliktmanagements.



## SEMINARRÄUME MIETEN

Die Handelskammer beider Basel vermietet an ihrem zentralen Standort an der St. Jakobs-Strasse 25 einen grossen Seminarraum mit modernster Technik. Der attraktive, modern eingerichtete Raum verfügt über kostenloses WLAN und eine Kaffee- und Mineralwasserstation. Der Raum kann für einen halben oder ganzen Tag gemietet werden. Mitglieder profitieren von Mietrabatt.



## STANDORTPOLITISCHE ARBEIT

Die Handelskammer beider Basel vertritt die Interessen der regionalen Unternehmen und sieht sich als deren wirtschaftspolitisches Sprachrohr. Sie will die politische Meinungsbildung beeinflussen, sei dies mittels Stellungnahmen bei Vernehmlassungen, politischen Lobbyings, konkreter Projekte oder Medienarbeit. Sie bietet damit wichtige Hintergrundinformationen für anstehende Entscheidungen in Regierung und Parlament. Neben theoretischen Entscheidungsgrundlagen analysiert sie zudem das aktuelle Wirtschaftsgeschehen und beurteilt Zukunftsszenarien. Sie nimmt aktiv am politischen Leben teil und lanciert Abstimmungsvorlagen im Sinne der Anliegen der Wirtschaft.



## VERTRETUNG UND MANDATSÜBERNAHME

Die Handelskammer beider Basel vertritt Mitgliedfirmen in Arbeitsgruppen, Kommissionen sowie Vorständen und führt Fremdsekretariate. Für die Unternehmen und Organisationen resultiert dadurch ein Zeitgewinn.



# EUROPAPOLITIK FÜR REGION ZEN

Seit Mitte Juni ist Elisabeth Schneider-Schneiter Präsidentin der Handelskammer beider Basel. twice hat sie auf Herausforderungen angesprochen und nach ihren Perspektiven befragt.

**Frau Schneider-Schneiter, bei Ihrem Amtsantritt haben Sie von Dialog zwischen Wirtschaft und Politik gesprochen. Was meinen Sie damit?**

In unserer hoch spezialisierten und globalisierten Wirtschaft ist es wichtig, die verschiedenen Akteure zusammenzubringen und ihnen Plattformen anzubieten, mit denen sie einen Informations- und Wissensaustausch pflegen können. Wirtschaft und Politik können damit ein gegenseitiges Verständnis entwickeln.

**Warum engagieren Sie sich für die regionale Wirtschaft?**

Die Region Basel ist meine Heimat und ich habe hier meine Wurzeln. Es ist deshalb naheliegend, dass mir das Wohl dieses Landesteils am Herzen liegt. Mein Engagement für die regionale Wirtschaft ist aber auch ein Engagement für die ganze Schweiz. Wir leben hier immerhin im zweitgrössten Wirtschaftsraum unseres Landes mit der pharmazeutischen Industrie als unangefochtener Exportlokomotive.

**Wo sehen Sie die aktuellen Herausforderungen für unsere Wirtschaft?**

Eine attraktive Wirtschaftsregion braucht gute und interessante Rahmenbedingungen, die Unternehmen anziehen und von denen Gesellschaft und Wirtschaft gleichwohl profitieren. Deshalb setzt sich die

Handelskammer für eine gute Verkehrsanbindung und wettbewerbsfähige Steuern ein. Sind die Unternehmen angesiedelt, brauchen sie qualifizierte Arbeitskräfte. Diese können nur durch ausgezeichnete Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, aber auch durch Arbeitskräfte aus dem Ausland generiert werden. Die rund 60'000 Grenzgängerinnen und Grenzgänger sind für uns existenziell und tragen zum Erfolg unserer Region bei. Der Zugang von Arbeitskräften aus der Europäischen Union zu unserem Arbeitsmarkt darf daher nicht beschränkt werden. Unsere regionale Wirtschaft ist auf einen offenen, grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt und die Verfügbarkeit von geeigneten Fachkräften angewiesen. Abschottungstendenzen wie Protektionismus oder Handelsbarrieren schaden unserem Wirtschaftsstandort.

**Was werden Ihre Schwerpunkte sein?**

Meine Schwerpunkte sind die konkreten Anliegen der regionalen Wirtschaft. Die Handelskammer beider Basel hat diese gerade kürzlich in ihrem Legislaturplan der Wirtschaft 2018 - 2021 (siehe dazu Seite 24 - 25) an die Basler Regierung zusammengefasst. Zudem werde ich mein Netzwerk in die Bundespolitik, aber auch in die schweizerischen Wirtschaftsverbände verstärkt einbringen. Ab 1. Januar 2018 werde ich die Aussenpolitische Kommission des Nationalrates präsidieren, was mir die Möglichkeit gibt, die aussenwirtschaftlichen Interessen unserer Region vermehrt in den Fokus zu rücken.

**Inwiefern sind aussenwirtschaftliche Interessen für uns relevant?**

Gerade die europapolitischen Fragen sind für unsere Region zentral. Die Wirtschafts-

region Basel ist mit international vernetzten Unternehmen, hohen Exporten, dem Bedarf an Fachkräften und zahlreichen Grenzgängern speziell davon betroffen. Deshalb setze ich mich für den Erhalt und die Weiterentwicklung der bilateralen Verträge ein. Die Personenfreizügigkeit und die bilateralen Verträge sind wichtig für das Erfolgsmodell unserer Region und der ganzen Schweiz.

**Profitiert unsere Region von Ihrer Vernetzung in Bundesbern?**

Grundsätzlich ja. Wirklich erfolgreich sind wir aber nur, wenn sich alle Akteure einig sind.

**Geben Sie uns ein konkretes Beispiel?**

Ein hervorragendes Beispiel für eine gute Zusammenarbeit ist das Projekt «Durchmesserlinie Herzstück S-Bahn Basel». Gemeinsam mit Vertretern aus den Nachbarkantonen und dem angrenzenden Ausland stehen wir geeint für das Herzstück ein.

**Wie sieht Verbandsarbeit künftig aus?**

Eine grosse Herausforderung stellt sicherlich die volle Nutzung der Digitalisierung dar. Die Initiative der Handelskammer beider Basel «Are you digital?» setzt hier die nötigen Impulse. Die Handelskammer ist ein innovativer Verband, der es nicht verpasst hat, die Strukturen an die moderne Wirtschaftswelt anzupassen. Unsere Mitglieder sind auf eine effektive Interessensvertretung und einen effizienten Wissenstransfer angewiesen - diesem Wandel wird sich die Verbandsarbeit stetig stellen müssen und ihre Tätigkeit darauf ausrichten. ●



# TRAL



## Was hat Sie in den ersten Monaten als Präsidentin der Handelskammer beider Basel...

- ... **beeindruckt?** Die professionelle Geschäftsstelle mit ihren kompetenten und motivierten Mitarbeitenden.
- ... **beansprucht?** Die Agenda, weil ich bei den Terminen 2017 noch nicht mitreden konnte.
- ... **überrascht?** Die spontane Kontaktaufnahme von vielen Unternehmern, die konkrete Anliegen diskutieren wollen.
- ... **geärgert?** Dass man mich dauernd fragt, wie ich dieses Pensum schaffe...
- ... **gefremdet?** Dass ich so viele positive Reaktionen nach meiner Wahl erhalten habe.

**ZUR PERSON** Seit Mitte Juni 2017 ist Nationalrätin Elisabeth Schneider-Schneiter Präsidentin der Handelskammer beider Basel. Bevor sie in den Nationalrat gewählt wurde, präsidierte sie 2006/07 den Landrat des Kantons Basel-Landschaft, dem sie ab 1999 angehörte und in dem sie von 2007 bis 2010 die CVP/EVP-Fraktion führte. Zurzeit amtiert Elisabeth Schneider-Schneiter als Vizepräsidentin der Aussenpolitischen Kommission des Nationalrates, deren Präsidium sie 2018 übernehmen wird. Weiter ist die Juristin aus Biel-Benken unter anderem Mitglied der Beratenden Kommission für internationale Zusammenarbeit, der Europaratsdelegation sowie des Parteipräsidiums der CVP Schweiz. Die gebürtige Baslerin ist verheiratet und Mutter zweier Kinder.





# RAUM GESTALTEN

Wir wohnen in einer dicht besiedelten Region. Die Raumplanungskommission der Handelskammer beider Basel trägt dazu bei, eine differenzierte und wirtschaftsfreundliche Raumplanung zu verfolgen.

Raumplanung ist komplex. Da sind zum einen die planerischen Instrumente: vom Raumkonzept Schweiz des Bundes über die kantonalen Richtpläne bis hinunter zu den kommunalen Nutzungsplänen. Zum anderen spielen die Interaktionen zwischen den unterschiedlichen Nutzergruppen des Raumes eine wichtige Rolle. Dann gibt es noch die gesetzlichen Rahmenbedingungen, welche diese Interaktionen regeln. Und nicht zuletzt ist noch die Gestaltung des Raumes zu nennen, die einem Ort überhaupt erst ein Gesicht gibt.

## BREITES WISSEN GEBÜNDELT

Deshalb ist vielschichtiges und qualifiziertes Wissen nötig, will man in raumplanerischen Fragen fundierte Beiträge leisten und Problemstellungen zielgerichtet angehen. Die Handelskammer beider Basel vereint in ihrer Raumplanungskommission ein breites Fachwissen. Raumpla-

ner sind ebenso vertreten wie Architekten, Baujuristen und Unternehmen. Die Mitglieder bringen ihre Expertisen an den Sitzungen ein und unterstützen die Handelskammer so in ihrer Arbeit. Als Sounding Board erfüllt die Kommission eine ganz zentrale Aufgabe: Sie stellt sicher, dass die Geschäftsstelle in den raumplanerischen Belangen im Sinne der Unternehmen argumentiert. Dabei überprüfen die Mitglieder nicht nur den Inhalt, sondern bringen auch Anliegen aus der Wirtschaft ein. Zum Beispiel dann, wenn ein Richtplan überarbeitet wird oder bedeutende Wirtschaftsflächen neu entwickelt werden.

## BEDÜRFNISSE AUFZEIGEN

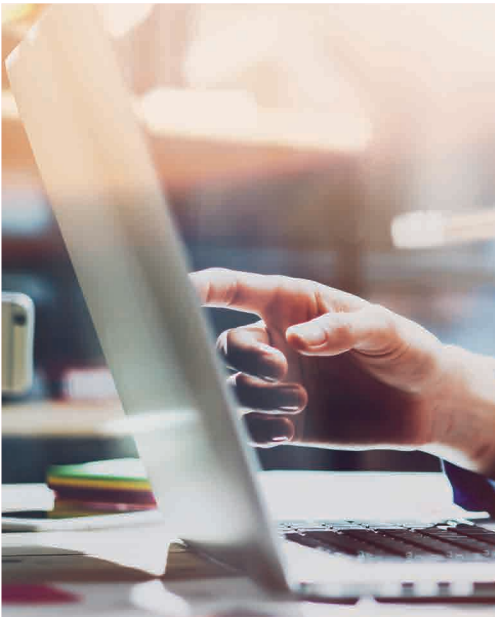
Weiter werden regelmässig Anlässe organisiert, in denen über die Entwicklungen auf Wirtschaftsflächen informiert wird. Umfragen zu den Flächenbedürfnissen

der Wirtschaft werden vorbereitet und die Erkenntnisse daraus fliessen in die Kommissionsarbeit ein. In einem Grundsatzpapier, das jeweils an die neuen Erkenntnisse angepasst wird, skizziert die Kommission die Anforderungen der Wirtschaft an die Raumplanung. Die Raumplanungskommission stellt auch immer wieder Ideen vor, um die öffentliche Diskussion aus neuen Perspektiven anzuregen. Jost Goebel, Präsident der Raumplanungskommission, meint hierzu: «In der Kommission finden engagierte Personen zusammen, debattieren und pflegen den Austausch mit Stakeholdern der Raumplanung. Gemeinsam betreiben wir ein aktives Monitoring der wichtigsten Wirtschaftsareale der Region.» ●

**DR. JOST L. GOEBL** ist Präsident der Raumplanungskommission der Handelskammer beider Basel.



# 26. JANUAR 2018: START DES LEHRGANGS AUSSENHANDELSFACHMANN/-FRAU IN BASEL



Aussenhandelsfachleute – Fachexperten des internationalen Handels – verfügen über vertiefte Kenntnisse im internationalen Speditionswesen, im Marketing, in Exportfinanzierung, in Zoll- und MWST- sowie im internationalen Recht. Aussenhandelsfachleute wissen, worauf es bei Geschäftsverhandlungen mit globalen Partnern ankommt und können Risiken und Chancen im globalen Handel beurteilen. International tätige Unternehmen brauchen ausgebildete Fachexperten im Aussenhandel mit aktuellem Wissen und Netzwerk. Und genau das bietet der Lehrgang Aussenhandelsfachmann/-frau.



[www.ssib.ch](http://www.ssib.ch)

## ABSTIMMUNGEN

Basel-Landschaft



### JA zur

- Änderung des Kantonalbankgesetzes (**Gegenvorschlag** zur zurückgezogenen **formulierten Gesetzesinitiative** «Für einen unabhängigen Bankrat»)

### JA zum

- Landratsbeschluss betr. Erteilung des achten generellen Leistungsauftrags im Bereich des **öffentlichen Verkehrs 2018 – 2021**

Sie interessieren sich für Lagerflächen und Verzollungsdienstleistungen im Dreiländereck ?

Informationen über unser Know-How in Breisach am Rhein finden Sie hier:

[www.kleyling.de](http://www.kleyling.de)  
Downloads / Informationen

**Kleyling**  
INTERNATIONALE TRANSPORTE + LOGISTIK



# FUTUREHEALTH BASEL

Unter dem Patronat der Handelskammer beider Basel findet am 26. Januar 2018 erstmals die FutureHealth Basel statt. Die Konferenz richtet sich an Akteure der Gesundheitsindustrie, identifiziert die Bedürfnisse von morgen und hilft, die Gesundheitswirtschaft der Zukunft zu gestalten.

Die Menschen werden immer älter, die Welt immer vernetzter und die steigenden Kosten stellen nicht nur bestehende Geschäftsmodelle vor grosse Herausforderungen, sondern ermöglichen auch den Markteintritt neuer branchenfremder Unternehmen. Diese Entwicklungen haben auch einen grossen Einfluss auf das Gesundheitswesen: «Neue Trends und technischen Fortschritt oder veränderte Patientenbedürfnisse werden den Gesundheitssektor in den nächsten Jahren grundlegend verändern», so Franz A. Saladin, Direktor Handelskammer beider Basel. Um diese Trends aufzuzeigen und zukunftsfähige Lösungsansätze zu präsentieren, initiieren die Handelskammer beider Basel und das Swiss Economic Forum die FutureHealth Basel.

## NEUES FORMAT MIT INTERNATIONALER AUSSTRAHLUNG

FutureHealth Basel unterscheidet sich deutlich von anderen Healthcare-Kongressen, die sich weitgehend an ein medizinisches Fachpublikum wenden. FutureHealth Basel ist businessorientiert aufgebaut, interdisziplinär und beleuchtet unternehmerisch-strategische Themen. Franz A. Saladin: «Wir freuen uns, mit FutureHealth Basel ein neues Konferenzformat mit internationaler Ausstrahlung nach Basel zu bringen.» Die neue Konferenz mit Keynote-Referaten, Workshops, Podiumsgesprächen sowie einer Networking- und Expo-Zone differenziert sich durch hohe Qualität, ein sorgfältig gestaltetes Programm und nutzenstiftende Speaker, Querdenker und Zukunftsforscher aus dem In- und Ausland.

Die Konferenz richtet sich nicht nur an Entscheidungsträger von Life Sciences- und MedTech-Unternehmen, Spitälern, Technologiefirmen, Logistikunternehmen, Behörden und Krankenversicherungen,

sondern auch an die jungen Wilden der Branche. «FutureHealth Basel leistet Inspiration und bietet Platz für branchenübergreifendes Networking», so Dominik Isler, CEO Swiss Economic Forum. «Mit Daniel Kraft, einem weltweit führenden Experten für die Transformation von Healthcare, Medizin und Technik, haben wir einen renommierten Referenten an Bord. Damit wollen wir internationalen Input nutzen, um nationalen Impact zu erzielen.» Partnerschaften mit dem Thinkthank W.I.R.E., dem World Economic Forum (WEF) oder Exponential Medicine garantieren inhaltlichen Tiefgang.

## LIFE SCIENCES HUB

Nirgendwo sonst auf der Welt gibt es so viele Life Sciences-Arbeitsplätze auf so engem Raum: Rund 30'000 Personen arbeiten in der Region in diesem Bereich und leisten damit einen wichtigen Beitrag zum Wirtschaftswachstum: «Basel gehört zu den innovativsten Regionen weltweit. Mit FutureHealth Basel wollen wir dies weiter stärken», so Franz A. Saladin. ●



[www.nzz-futurehealth.com](http://www.nzz-futurehealth.com)

## AGENDA

### NOVEMBER

Mi, 8. November 2017  
Handelskammer vernetzt

#### 7. cluster-forum

Do, 9. November 2017  
Patronat der Handelskammer  
**Absolventenmesse Basel**

Di, 14. November 2017  
**W&W im Dialog –  
künstliche Intelligenz in der Medizin**

### 2018

### JANUAR

Mi, 3. Januar 2018  
Handelskammer vernetzt  
**Neujahrsempfang 2018**

Mittwoch, 8. November 2017

#### 7. cluster-forum

#### Digitalisierung in der Logistik

Wo? Swiss Auditorium,  
Flughafen Basel

Wann? 16.00 – 19.00 Uhr

**Handelskammer vernetzt** interessante Menschen, schafft neue Kontakte und fördert den Dialog.

**Handelskammer fokussiert** auf aktuelle Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, führt Debatten zu Themen und Trends unserer Region und bildet Meinungen.

**Handelskammer informiert** im Rahmen von Weiterbildungen. Nebst zahlreichen Schulungen zum Exportgeschäft zählen auch Angebote zur Entwicklung persönlicher Skills und Managementfähigkeiten zur Veranstaltungsreihe.

Die Agenda wird laufend aktualisiert auf



[www.hkbb.ch](http://www.hkbb.ch) > Dienstleistungen > aktuelle Veranstaltungen

Mittwoch, 3. Januar 2018  
**Neujahrsempfang 2018**

Wo? UBS Forum,  
Aeschenvorstadt 1, Basel

Wann? 18.00 Uhr  
(Türöffnung 17.30 Uhr)

Wer? Mitglieder und geladene Gäste  
Der Vorstand und die Geschäftsstelle der Handelskammer beider Basel laden ihre Mitglieder herzlich zum traditionellen Neujahrsempfang ein.

**n|w** Fachhochschule  
Nordwestschweiz



## Sind Sie fit für die digitale Zukunft?

Weiterbildung und Beratung an der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW

[www.fhnw.ch](http://www.fhnw.ch)



**AUS DER 'KAMMER**



Andreas Meier, Franz A. Saladin,  
Bundesrat Guy Parmelin, Martin Dätwyler



Frank Linhart, Barbara Gutzwiller



Cathrin und Lucius Bosshard

**21. GENERALVER-  
SAMMLUNG DER  
HANDELSKAMMER  
BEIDER BASEL**  
12. JUNI 2017



Christina Hatebur, Urs Wiedmer



Eva Jenisch, Elisabeth Metzger



Falko Schlottig, Regina Ammann



Franz A. Saladin, Bundesrat Guy Parmelin,  
Martin Dätwyler



Lukas Engelberger, Conradin Cramer



Matthias Leuenberger, Monika Rühl,  
Ueli Sandmeier



Matthias Schweighauser, Eva Herzog



Stephan Zimmermann, Elisabeth Schneider-  
Schneiter, alt Bundesrätin Ruth Metzler



Yumi Fischbach und Heike Bihlmann



Thomas Staehelin, Elisabeth Schneider-Schneiter



# SOMMERAPÉRO DER HANDELS- KAMMER BEIDER BASEL

15. AUGUST 2017



Andreas Ungricht, René Diesch



Andreas Zappalà, Martina Bernasconi,  
Domenico Urgese, Luca Urgese



André Schaub, Franz A. Saladin, Peter Eisenring



Anita Gimmel, Andreas Fischer, Karin Nyffeler



Baschi Dürr, Lukas Engelberger



Daniela Schneeberger, Oskar Kämpfer



Elisabeth Augstburger, Joël A. Thüning



Florian Landolt, Heiner Vischer,  
Balhasar Bessenich



Jean-Pierre Tappy, Claude Janiak



John Häfelfinger, Sam Keller, Dieter Kohler



Elisabeth Schneider-Schneiter,  
Robert-Jan Bumbacher



Marcus Dudler, Anton Lauber, Beat Jans



Samuel T. Holzach, Sabine Pegoraro,  
Mario Gasparini, Carlo Conti



**informiert.  
fokussiert.  
vernetzt.**

**Die nächste twice-Ausgabe  
erscheint im Frühjahr 2018.**

**Handelskammer beider Basel**

St. Jakobs-Strasse 25  
Postfach  
4010 Basel  
T +41 61 270 60 60  
F +41 61 270 60 05  
E-Mail: [info@hkbb.ch](mailto:info@hkbb.ch)

[www.hkbb.ch](http://www.hkbb.ch)

