



# Evaluation «Standortpromotion» Basel Area

**Bereichsbeurteilung «Standortpromotion» zur  
Leistungsperiode 2020 bis 2023**

Bericht im Auftrag der Standortförderung Basel-Landschaft, in Vertretung der Standortförderungen Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Jura



**Evaluation «Standortpromotion»  
Basel Area**

Bericht im Auftrag der Standortförderung Basel-Landschaft, in Vertretung der Standortförderungen  
Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Jura

Autoren:  
Dr. Stephan Vaterlaus  
Patrick Zenhäusern

Olten, 18. Januar 2023

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>1</b>	<b>Ausgangslage .....</b>	<b>5</b>
1.1	Auftrag.....	5
1.2	Aufbau Bericht .....	5
<b>2</b>	<b>Review der Evaluationsergebnisse 2019.....</b>	<b>6</b>
2.1	Statutarischer Leistungsauftrag .....	6
2.2	Organisation, Prozesse und Instrumente.....	7
2.3	Ansiedlungen.....	8
<b>3</b>	<b>Eckpunkte zu Basel Area.....</b>	<b>9</b>
3.1	Governance, Finanzierung und Personal .....	9
3.2	Organisation und Prozesse bei der Standortpromotion .....	11
3.3	Summarische Beurteilung aus externer Sicht.....	14
3.4	Zwischenfazit .....	16
<b>4</b>	<b>Standortpromotion und Innovationsförderung bei Basel Area Business &amp; Innovation .....</b>	<b>16</b>
4.1	Bedeutung der Ökosysteme für die Standortpromotion .....	16
4.2	Gemeinsames Management der zentralen Bereiche von Basel Area .....	18
4.2.1	Standortpromotion bzw. Investment Promotion.....	18
4.2.2	Innovationsförderung bei Basel Area .....	18
4.2.3	Beurteilung der Zusammenarbeit .....	20
4.3	Zwischenfazit .....	21
<b>5</b>	<b>Leistungsausweis Basel Area 2018 bis 2021.....</b>	<b>22</b>
5.1	Datengrundlage.....	22
5.2	Ansiedlungen.....	23
5.2.1	Ansiedlung nach Branchen.....	24
5.2.2	Ansiedlung nach Ländern.....	25
5.2.3	Entwicklung in den Kantonen .....	25
5.3	Zwischenfazit .....	27
<b>6</b>	<b>Schlussfolgerungen.....</b>	<b>27</b>
6.1	Ergebnisse der Evaluation «Standortpromotion» .....	27
6.2	Evaluationsbasierte Empfehlungen .....	30
6.2.1	Aufbau eines Monitoring-Systems .....	30

---

6.2.2	Stärkung der Synergien zwischen Innovationsförderung und Standortpromotion.....	30
6.2.3	Aktives Management der relevanten «Ökosysteme».....	31
<b>7</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>32</b>
7.1	Leistungsauftrag von Basel Area.....	32
7.2	Verwendetes Material und Expertengespräche .....	32
7.3	Ausgewählte Ergebnisse der Ansiedlungen.....	34

# 1 Ausgangslage

## 1.1 Auftrag

Die Trägerkantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Jura (im Folgenden Region Basel) führen mit Basel Area Business & Innovation (im Folgenden Basel Area) eine gemeinsame Innovationsförderung und Standortpromotion. Die 2015 gegründete und seit 2016 operative Basel Area befindet sich inzwischen in der zweiten vierjährigen Leistungsperiode. Auch im Hinblick auf die Gewährung der Beiträge für die dritte Leistungsperiode lassen die Trägerkantone mit Bezug zum Leistungsauftrag von Basel Area deren Geschäftstätigkeit evaluieren. Verwendet wird die Evaluation einerseits für die Finanzierungsanträge in den Kantonen. Die Trägerkantone sind andererseits generell an einer neutralen Begutachtung der Aktivitäten von Basel Area interessiert, wobei sich der vorliegende Auftrag spezifisch auf die Evaluation der Standortpromotion bezieht, nicht dagegen auf diejenige der Innovationsförderung, die durch die Kantone separat erfolgt.

Die Evaluation der Standortpromotion beruht auf den Polynomics zur Verfügung gestellten Unterlagen sowie auf Expertengesprächen mit den Kantonsvertretern und dem Management von Basel Area. Aufgrund des Budgets und des zeitlichen Rahmens konnten im Einvernehmen mit der Auftraggeberin keine eigenen Datenerhebungen und insofern auch keine vertiefte Beurteilung der Richtigkeit der Polynomics zur Verfügung gestellten Daten und Aussagen durchgeführt werden.

In die Evaluation der Standortpromotion fliessen die Ergebnisse im Sinne von Ansiedlungszahlen von Basel Area der Jahre 2018 bis 2021 ein, wogegen die Daten für 2022 zum Zeitpunkt der Evaluation noch nicht zur Verfügung standen.

Die Evaluation verfolgt im Sinne der Auftraggeberin folgende Zielsetzungen:

- Analyse der Umsetzung der Empfehlungen der Evaluation aus dem Jahr 2019;
- Umsetzung des Leistungsauftrages von Basel Area mit Blick auf die Standortpromotion;
- Erfüllung der Erwartungen aus der Sicht der Trägerkantone;
- Zusammenspiel und Synergien zwischen Standortpromotion und Innovationsförderung;
- Einbettung der Ausrichtung von Basel Area im Ökosystem-Kontext;
- Beurteilung der erzielten Resultate (Ansiedlungen, Arbeitsplatzentwicklung).

## 1.2 Aufbau Bericht

Im nachfolgenden Abschnitt 2 wird aufgezeigt, wie Basel Area die Ergebnisse und Empfehlungen der Evaluation zur ersten Periode der Standortpromotion umgesetzt hat. Abschnitt 3 befasst sich mit den Eckwerten der Standortpromotion von Basel Area. Dabei steht die Evaluation des Leistungsauftrags, also dessen Erfüllung im Vordergrund. Es werden die Organisation und Prozesse im Bereich Standortpromotion dargelegt und die Arbeit der Standortpromotion aus Sicht der Trägerkantone gewürdigt. In Abschnitt 4 wird das Zusammenspiel zwischen Standortpromotion und Innovationsförderung und dessen Synergien erläutert sowie die Einbettung der Ausrichtung der Standortpromotion im zunehmend wichtiger werdenden Ökosystem-Kontext beurteilt. In Abschnitt 5 diskutieren wir den Leistungsausweis von Basel Area in der Periode 2018 bis 2021, bevor wir in Abschnitt 6 eine summarische Beurteilung der Aktivitäten in der zweiten Periode von Basel Area vornehmen und darauf basierend ausgewählte Empfehlungen bzw. Anregungen aus ökonomischer Sicht ableiten. Abschnitt 7 enthält den Anhang mit den relevanten Materialien für die Evaluationsarbeiten.

## 2 Review der Evaluationsergebnisse 2019

Die von den Trägerkantonen der Basel Area Business & Innovation in Auftrag gegebene Evaluation vom 12. März 2019 bezog sich auf den Bereich Standortpromotion von Basel Area für die Jahre 2016 und 2017. Wie die aktuelle Evaluation basierte sie auf den Polynomics zur Verfügung gestellten Unterlagen, durchgeführten Expertengesprächen, Statistiken von Basel Area und Erkenntnissen aus Evaluationen anderer regionalen Standortpromotionen der Schweiz.

Der Auftrag zur Evaluation der Standortpromotion bezog sich spezifisch auf drei Themenfelder, nämlich erstens die Umsetzung des statutarischen Leistungsauftrags, zweitens die Organisation, die Prozesse und eingesetzten Instrumente von Basel Area, sowie drittens der Fokus bezüglich Zielmärkte und Schwerpunktbranchen und die erzielten Ansiedlungsergebnisse.

Im Folgenden fassen wir die damalige Beurteilung zusammen.

### 2.1 Statutarischer Leistungsauftrag

Wir stellen die Erkenntnisse der Evaluation aus dem Jahr 2019 zum statutarischen Leistungsauftrag zusammen, stellen die darauf basierenden Empfehlungen dar und beschreiben kurz, wie Basel Area in diesem Kontext inzwischen weiter vorangeschritten ist.

#### Erkenntnisse der Evaluation 2019 zum statutarischen Leistungsauftrag

Grundlage der Aktivität von Basel Area bildet der Art. 2 der Statuten von 2015 (siehe Anhang, Abschnitt 7.1). Aus der Perspektive der Standortpromotion lassen sich auf dieser Grundlage folgende Leistungsaufträge ableiten:

- Promotion im In- und Ausland;
- Akquisition und Ansiedlung;
- Immobilienvermittlung;
- Förderung der Markterschliessung im Ausland;
- Erfassung von Kundenrückmeldung zur Qualität und Weitergabe der Informationen an die Mitglieder des Vereins.

Zum Leistungsauftrag konnte in der Evaluation 2019 festgehalten werden, dass die definierten Leistungsziele von Basel Area den Erwartungen der Träger entsprechen. Die Arbeit der Standortpromotion von Basel Area zeichnet sich durch eine professionelle und äusserst engagierte Arbeitsweise der verantwortlichen Mitarbeitenden aus. Die Vertreter der Trägerkantone sind als Mitglieder im Vorstand in die Aktivitäten von Basel Area involviert und entsprechend gut informiert.

Eine explizite Leistungsvereinbarung mit den Trägerkantonen und spezifische Leistungsziele für die Standortpromotion fehlten 2019. Auf quantitative Zielsetzungen beispielsweise im Sinne von Ansiedlungszahlen wurde verzichtet, zumal zahlreiche von Basel Area nicht steuerbare Einflussfaktoren auf einen Standortentscheid einwirken.

#### Empfehlungen basierend auf der Evaluation 2019

Wir haben als Ergebnis der Evaluation 2019 angeregt, die Erwartungen der Trägerkantone gegenüber Basel Area für die zweite Leistungsperiode (2019 bis 2023) im Rahmen einer Leistungsvereinbarung klarer zu umreissen, dies vor allem mit Blick auf die Fokussierung auf Branchen und

Unternehmensfunktionen. Der Leistungsauftrag sollte jedoch genügend flexibel formuliert werden, so dass Basel Area jederzeit auf sich ändernde Rahmenbedingungen im internationalen Standortwettbewerb reagieren kann.

### **Weiteres Vorgehen (nach 2019 bis heute)**

Seit der Evaluation 2019 hat jeder der drei Kantone einen Leistungsauftrag erstellt, der zwischen den Kantonen harmonisiert wurde. So wird zum Beispiel geregelt, dass die Trägerschaft mindestens zweimal während der Laufzeit des Vertrages die Strategie von Basel Area überprüft, mit dem Ziel, die Stärken der Region Basel und ihrer Teilregionen herauszuarbeiten und eine darauf ausgerichtete Umsetzungsstrategie zu erarbeiten. Zudem pflegen die Kantone den regelmässigen Kontakt mit Basel Area und erarbeiten so laufend ein zunehmend harmonisiertes Verständnis zur Standortpromotion.

## **2.2 Organisation, Prozesse und Instrumente**

Wir stellen die Erkenntnisse der Evaluation des Leistungsauftrages aus dem Jahr 2019 zu Organisation, Prozessen und Instrumente zusammen, stellen die darauf basierenden Empfehlungen dar und beschreiben kurz, wie Basel Area in diesem Kontext inzwischen weiter vorangeschritten ist.

### **Erkenntnisse der Evaluation 2019 zu Organisation, Prozesse und Instrumente**

Im international härter geführten Standortwettbewerb hat sich Basel Area durch die Kombination von eigenen Aktivitäten, das Nutzen von nationalen Organisationen (z. B. Switzerland Global Enterprise, SG-E<sup>1</sup>), den Einbezug von Repräsentanten in den Zielmärkten sowie dem Aufbau eines Netzwerkes mit weiteren Multiplikatoren wie international tätigen Beratungshäusern trotz der relativen Kleinheit der Organisation optimal positioniert. In ihrer Standortpromotion nimmt Basel Area für die Region Basel eine strikt neutrale Position gegenüber den drei Trägerkantonen ein. Aus Sicht von Polynomics sind die Zuständigkeiten zwischen Basel Area und den kantonalen Wirtschaftsförderungsorganisationen sinnvoll und klar geregelt und werden von allen Akteuren auch nachgelebt. Dank einer fokussierten Definition von Zielmärkten kann Basel Area möglichen Verzerrungen wirksam entgegentreten. Weniger fokussiert fällt dagegen die Definition der Zielbranchen aus.

### **Empfehlung basierend auf der Evaluation 2019**

Im Hinblick auf die Vermarktung der Region Basel sind die komplementären Stärken der drei Trägerkantone relevant, was auch Implikationen auf die Definition von Zielbranchen und anvisierten Unternehmensfunktionen hat. Mit Blick auf die Notwendigkeit einer konkreteren Fokussierung auf Zielbranchen haben wir eine strategische Diskussion innerhalb des Vorstands und Eigner von Basel Area angeregt. Diese strategische Diskussion sollte als Ergebnis ähnlich der Definition der Zielmärkte eine klare Strategie bezüglich Zielbranchen und Zielunternehmensfunktionen beinhalten, die die relativen Standortvorteile der Region Basel und somit aller drei Trägerkantone berücksichtigt.

---

<sup>1</sup> Switzerland Global Enterprise (S-GE) ist die offizielle Schweizer Beratungs-, Vermarktungs- und Plattformorganisation für Exportförderung und Standortpromotion in allen Schweizer Landesteilen und in dreissig Ländern.

### Weiteres Vorgehen (nach 2019 bis heute)

Seit der Evaluation 2019 wurden mehrere Workshops im Rahmen des Vorstands zum Thema der strategischen Ausrichtung geführt. Die Umsetzung der Empfehlung hat auch Eingang in die Leistungsvereinbarungen gefunden, indem mindestens zwei Mal während der Vertragslaufzeit eine entsprechende strategische Diskussion im Vorstand zu führen ist. Inzwischen wurde überdies der Vorstand von Basel Area erweitert. Es sind nun auch die Handelskammern der drei Kantone darin vertreten. Diese Erweiterung war wichtig, damit das Gewicht der globalen Optik im Gegensatz zur branchenspezifischen Optik an Bedeutung gewinnen konnte. Strategisch diskutiert wurde vor allem, wie die Fokusbranche Life Sciences weiterhin gefördert werden kann, ohne dass die anderen Bereiche verdrängt werden. Entscheidend ist auch der zunehmende Fokus auf Ökosysteme (vgl. dazu Ausführungen in Abschnitt 4.1). Inzwischen wurde gut erkannt, dass es mit Hilfe der Kommunikation des Variantenreichtums in den drei Kantonen besser möglich ist, keine Optionen zu vergeben und trotzdem nicht vom bisherigen Spezialisierungsfokus abzuweichen.

## 2.3 Ansiedlungen

Wir stellen die Erkenntnisse der Evaluation des Leistungsauftrages aus dem Jahr 2019 zu den Ansiedlungen zusammen, stellen die darauf basierenden Empfehlungen dar und beschreiben kurz, wie Basel Area in diesem Kontext inzwischen weiter vorangeschritten ist.

### Erkenntnisse der Evaluation 2019 zu den Ansiedlungen

Basel Area hat in den Jahren 2016 und 2017 in allen drei Kantonen Unternehmen angesiedelt. Die Verteilung der Ansiedlungen insgesamt und nach Sektoren sowie nach geografischer Herkunft unterscheiden sich zwischen den Kantonen. Ein typisches Unternehmen, das sich in den Jahren 2016 und 2017 in der Region Basel angesiedelt hat, stammt aus den USA, war im Sektor Life Sciences tätig und begann die Tätigkeit mit einem bis zwei Mitarbeitenden. Es erwartet ein Wachstum in den nächsten drei bis fünf Jahren von rund 20 Arbeitsplätzen. Im nationalen Quervergleich agiert die Basel Area in den Jahren 2016 und 2017 sehr erfolgreich. Einzig die Kantone Zug und Schaffhausen sind in der Unternehmensansiedlung erfolgreicher. Von einer Ansiedlung profitiert jedoch nicht nur der Standortkanton. Zum einen ändern sich die relevanten Standortfaktoren im Verlauf des Unternehmenswachstums (mehr Fläche, geringere Mieten). Zum anderen fallen oft positive externe Effekte in den Nicht-Standortkantonen an (Wohnsitznahme der Mitarbeitenden, Einkäufe bei Zulieferern etc.).

### Empfehlung basierend auf der Evaluation 2019

Obwohl in den Jahren 2016 und 2017 die drei Kantone unterschiedlich von den Ansiedlungen profitiert haben, sind weder ein Alleingang der Kantone (Verlust an Synergien, höhere Kosten) noch das Abstellen auf die nationale Standortpromotion (eher geringe Qualität, wenig Möglichkeit der kantonalen Präsentation) effektive Optionen zur gemeinsamen Vermarktung der Region Basel über die Basel Area. Wir haben in diesem Kontext angeregt, die für Standortentscheidungen relevanten kantonalen Verwaltungen im Hinblick auf eine «Verkaufssensibilisierung» zu schulen.

### Weiteres Vorgehen (nach 2019 bis heute)

Im Rahmen der Expertengespräche bestätigen die Kantonsvertreter und die Geschäftsleitung von Basel Area Business & Innovation, dass inzwischen das Kundenverständnis bei den kantonalen Verwaltungen gewachsen ist. Es gibt vermehrt auch «runde Tische», an denen konstruktive Lö-

sungen gesucht werden. Für Basel Area ist vor allem die gute Zusammenarbeit mit den Steuerbehörden zu erwähnen. Für die kantonalen Wirtschaftsförderungen sind es primär die Baubehörden und die für Wirtschaft und Arbeit (AWA/KIGA) zuständigen Behörden. Bei allen Verwaltungen, die in die Arbeit von Basel Area involviert sind (z. B. auch Bildungsdirektionen) sind die Sensibilität und das Verständnis für deren Arbeit grösser als bspw. bei politischen Entscheidungsträgern, die nicht direkt mit dieser Arbeit vertraut sind.

## 3 Eckpunkte zu Basel Area

Im Folgenden ordnen wir die Standortpromotion in den Kontext von Basel Area ein (Abschnitt 3.1), äussern uns zu Organisation und Prozessen der Standortpromotion (Abschnitt 3.2) und ziehen basierend auf der Einschätzung der Trägerkantone ein erstes Zwischenfazit (Abschnitt 3.3).

### 3.1 Governance, Finanzierung und Personal

Der Verein Basel Area Business & Innovation ist eine Non-Profit-Organisation. Sie zeichnet für die Standortpromotion verantwortlich, unterstützt vorwiegend ansiedlungsinteressierte Firmen bei der Standortsuche und fördert wachstumsstarke Initiativen, um den Wirtschaftsraum der Kantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Jura zu etablieren. Basel Area betreibt auch den Switzerland Innovation Park (SIP).

Die Träger von Basel Area sind die Kantone Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Jura. Zur Finanzierung der Aktivitäten von Basel Area fliessen im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) auch Bundesmittel, wobei diese lediglich für den Bereich Innovation und nicht für die Aktivitäten der Standortpromotion verwendet werden dürfen.

Der Vereinsvorstand setzt sich aus zehn Personen zusammen. Jeder der drei Kantone ist durch einen Vertreter im Vorstand aktiv. Dazu kommen Vertreter der Privatwirtschaft (jeweils zwei aus den Kantonen) und ein neutraler Präsident. Im Vorstand sind somit mehrheitlich Vertreter der Privatwirtschaft, wobei die Vertreter der Kantone die Vereinsversammlung und damit das oberste Beschlussfassungsorgan der Organisation bestellen.

Die Trägerkantone beteiligen sich an der Betriebsfinanzierung von Basel Area. Für die Periode 2020 bis 2023 gewährten die Kanton Basel-Stadt und Basel-Landschaft eine Finanzhilfe von insgesamt CHF 3'872'000 oder jährlich CHF 968'000, wohingegen der Kanton Jura über die Periode 2020-2023 einen Betrag in der Höhe von CHF 711'000 als finanziellen Beitrag beisteuert. Zusätzlich ist ein Mitarbeitender beim AWA des Kanton Jura angestellt, bringt sich aber mit einem Pensum von 80% im Bereich «International Markets & Business Affairs» bei Basel Area ein. Diese Beträge werden sowohl für die Standortpromotion als auch die Innovationsförderung verwendet. Für Zusatzaufträge können weitere Mittel fliessen.

Die Trägerkantone bilden zusammen ein regionales Innovationssystem (RIS). Dieses wird im Bereich der Innovationsförderung durch das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) mit insgesamt CHF 4'292'222 für die Periode 2020-2023 und somit jährlich mit CHF 1'073'000 unterstützt. Insgesamt wurde 2021 für den Bereich «International Markets & Business Affairs» 2021 CHF 1'826'000 eingenommen. Im Rahmen der Innovationsförderung können Projekte zudem durch Drittmittel mitfinanziert werden. Daher arbeitet Basel Area mit verschiedenen Partnern zusammen.

Einerseits bietet Basel Area die Dienstleistungen Standortpromotion und Innovationsförderung an und arbeitet mit den zentralen Bereichen «International Markets & Business Affairs» sowie «Innovation & Entrepreneurship».

- Basel Area arbeitet eng mit den Standortförderungen der Trägerkantone zusammen und unterhält eine Vielzahl von Partnerschaften mit Verbänden, Technologie- und Gründerzentren, Hochschulen und privaten Unternehmen.
- Mit dem Switzerland Innovation Park Basel Area (SIP Basel Area) bietet Basel Area andererseits Technologie- und Businessparks und Innovationsflächen zur Nutzung an. Auch sind dort die Akzelerator-Programme von Basel Area beheimatet, die von Privatunternehmen, Stiftungen und den Kantonen (lediglich Programmfinanzierung, keine Beiträge an die unterstützten Firmen) mit namhaften Summen unterstützt werden.

Aktuell sind bei Basel Area rund 50 meist in Teilzeit angestellte Mitarbeitende (exkl. Vorstand) tätig.

Bei «International Market & Business Affairs» sind 16 Personen angestellt. Davon sind neun Personen mit 5.3 Vollzeitäquivalenten in der Schweiz tätig. In fünf Ländern arbeiten sieben Repräsentanten mit 3.7 Vollzeitäquivalenten für die Standortpromotion.

Die vertraglich auf Mandatsbasis für Basel Area arbeitenden Repräsentanten sind Profis aus der Branche, die für sich auch weitere Einnahmen-Standbeine führen. Für Basel Area arbeiten aktuell Repräsentanten in Korea (0.2 Stellenprozent), Indien (0.8 Stellenprozent), Frankreich (0.5 Stellenprozent, über den Kanton Jura), China (2 Mal 0.5 Stellenprozent) und USA (0.7 und 0.5 Stellenprozent).

**Tabelle 1 Entwicklung der Vollzeitstellen im Bereich Standortpromotion**

FTE 2018 - 2022	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2022 (prov.)
Standortpromotion <sup>2</sup>	5.4	5.5	5.7	5.3	5.3

*Die Tabelle enthält die Vollzeitstellen bei Basel Area für die Standortpromotion.*

Quelle: Basel Area (2022).

Wird die Erfolgsrechnung von Basel Area auf die verschiedenen Bereiche Standortpromotion und Innovationsförderung aufgeteilt, resultiert für das Jahr 2023 für den Bereich Standortpromotion folgendes Budget (nicht enthalten sind dabei die Personalkosten der zwei vom Kanton Jura zu 50 Prozent zur Verfügung gestellten Mitarbeiter):

<sup>2</sup> Gemäss Angaben von Basel Area reflektiert der Bestand jeweils den Stichtag per 31.12. (kein Durchschnitt).

**Tabelle 2 Budget Standortpromotion 2023**

Erfolgsrechnung (in TSD CHF)	
<b>Ertrag</b>	
Erträge Promotion & Akquisition	
<b>Total Ertrag exkl. Mittelflüsse aus anderen Bereichen und Projekten für International Markets</b>	1'488
<b>Mittelflüsse aus anderen Bereichen und Projekten für International Markets</b>	493
<b>Total Ertrag International Markets</b>	1'981
<b>Aufwand</b>	
Aufwand Abteilung International Markets & Business Affairs	-597
Projektaufwand Marketing	-50
<b>Total Aufwand für Dienstleistungen, Aktivitäten, Material</b>	<b>-647</b>
<b>Personalaufwand</b>	<b>-1'246<sup>3</sup></b>
<b>Sonstiger Betriebsaufwand, Abschreibungen, Finanzerfolg</b>	<b>-206</b>
<b>Total Aufwand International Markets</b>	<b>2'099<sup>4</sup></b>

Quelle: Basel Area Business & Innovation.

### 3.2 Organisation und Prozesse bei der Standortpromotion

Basel Area beabsichtigt mit der Standortpromotion neue Unternehmen für die Region Basel zu erkennen und von den Standortvorteilen dieser Region zu überzeugen. Bei einer allfälligen Expansion in die Region Basel werden diese Unternehmen individuell und massgeschneidert unterstützt. Dies geschieht mit dem Ziel, der Region Basel mehr Wertschöpfung und Arbeitsplätze und damit einhergehend auch Steuervolumen zuzuführen. Dazu fungiert die Abteilung «International Markets & Business Affairs» von Basel Area als Verkaufsorganisation. Sie verkauft das Produkt «Region Basel» international und berät ansiedlungswillige Unternehmen.

Im Rahmen ihrer Arbeit unterscheidet die Standortpromotion im Wesentlichen drei Prozessschritte (siehe dazu Abbildung 1):

<sup>3</sup> Inklusive Anteil am Shared Personal bei Marketing, Kommunikation, Finanzen, HR, IT.

<sup>4</sup> Rund 100'000 aus Reserven.

**Abbildung 1 Wertschöpfung der Standortpromotion von Basel Area**



Die Arbeit der Standortpromotion der Basel Area verläuft nach einem strukturierten Prozess. Vom (initiierten) Erstkontakt bis zur Einbindung der Kantone werden mehrere Schritte durchlaufen. Auch die persönliche Beratung und Unterstützung bei der Ansiedlung wird von Basel Area umgesetzt. Im Vergleich dazu wird dieser letzte Prozessschritt in anderen Regionen der Schweiz bereits von den kantonalen Behörden umgesetzt.

Quelle: Darstellung in Anlehnung an Basel Area.

### Promotion des Standortes

Wichtige Aspekte mit Blick auf den Prozessschritt «Promotion des Standortes» sind:

- Zur Promotion im Ausland werden u. a. soziale Medien und Veranstaltungen im In- und Ausland eingesetzt. Auch wird in dieser Phase mit der nationalen Standortförderungsorganisation SG-E zusammengearbeitet. Zudem spielen in diesem Zusammenhang auch die grossen weltweit tätigen Beratungshäuser eine wichtige Rolle (z. B. bei der Organisation von «Beauty Contests»).
- In den Zielmärkten Nordamerika, Europa (Deutschland, Frankreich) und Asien (China, Indien, Südkorea) arbeitet Basel Area mit lokal verankerten Repräsentanten (siehe Abschnitt 3.1) zusammen.
- Zentral für Projekte aus entfernteren Märkten ist der etablierte Kontakt zu den weltweit tätigen Beratungshäusern, von denen sich in Europa ansiedlungswillige Unternehmen für ihre Standortentscheidungen gerne beraten lassen.
- Basel Area verkauft jeweils die ganze Region Basel im Ausland. Es werden keine Umsiedlungen von Unternehmen zwischen den Trägerkantonen und innerhalb der Schweiz aktiv unterstützt.
- «Walk in», also spontan mit Basel Area Kontakt aufnehmende Kunden, dürften im Wesentlichen eine Frucht der Promotionsarbeiten (Awareness Building, Image Building) sein.

## Identifikation von «Leads»

Lead- und Prospect-Management ist der Kern der Tätigkeit der Standortpromotion. Wichtige Aspekte dazu sind:

- Im Zentrum steht die Bewirtschaftung der Kundenleads sowie Partnering-Events, Messebesuche und Konferenzen. Im Pandemie-Jahr 2020 hat Basel Area den Ansiedlungsprozess komplett digitalisiert. Messen, Roadshows und Partnering-Veranstaltungen wurden durch Online-Konferenzen und Webinare ersetzt. Auch gibt es einen Basel Area Business & Innovation Podcast.
- Im Rahmen der Erarbeitung der Strategie mit Blick auf die Leistungsperiode 2024 bis 2027 untersucht Basel Area primär ausländische lokale Ökosysteme mit Blick auf das Investment-Promotionspotenzial. Dieser «Ökosystemansatz», der den Plattformgedanken stärker in den Fokus rückt, unterscheidet sich dabei bspw. vom Porter-Cluster-Konzept, bei dem ein engerer «Branchencluster» betont wird.
- Die vertraglich auf Mandatsbasis und in Teilzeit für Basel Area tätigen Repräsentanten im Ausland sind Profis aus der Branche. Eine wichtige Frage ist in diesem Kontext, inwieweit die heute verfügbaren Ressourcen vor dem Hintergrund der geplanten Strategie von SG-E ausreichend sein werden respektive optimal eingesetzt sind.
- Durch den Ökosystem-Gedanken treten zunehmend Startups in den Vordergrund, die mit enormen finanziellen Mitteln ausgestattet, aber noch nicht kommerziell tätig sind. Diese suchen das Ökosystem mit dem «kollaborativen Geist», zu dem sie dazugehören wollen.
- Ein wichtiger Aspekt ist die «Vermarktung» des Faktors «genügend Talente». Dabei geht es nicht darum, dass genügend junge Talente ausgebildet werden, sondern dass aufgrund der grossen Pharmafirmen und des vielschichtigen Ökosystems viele Talente hier sind und zum anderen Basel auch aufgrund der hohen Lebensqualität attraktiv für Zuwanderer ist.
- Im «Quality of living city ranking» 2019 von Mercer liegt Basel auf Platz 10. Weitere Städte in den Top Ten sind Zürich (Platz 2) und Genf (Platz 9).<sup>5</sup> Dagegen schafft es Basel im Expat City Ranking 2021, also unter im Ausland lebenden und arbeitenden Personen, auf Platz 9<sup>6</sup>. Diese Rangierung darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass gerade auch im Bereich der Attraktivität für global tätige Arbeitskräfte auch Handlungsbedarf für die Region Basel identifiziert wurde (Sinniah, 2023).
- Beim Lead- und Prospect-Management werden näher gelegene Märkte wie Europa oder weiter entfernte Märkte wie die USA oder Asien unterschieden. Unternehmen aus entfernteren Märkten suchen primär nach einem «Headquarter». Mit Blick auf Arbeitsplätze handelt es sich in letzterem Fall um grössere Projekte, womit die Kooperation mit Multiplikatoren (SG-E, Repräsentanten, weltweit aktive Beratungshäusern) wichtig ist.

<sup>5</sup> Siehe <https://mobilityexchange.mercer.com/Insights/quality-of-living-rankings>. Mercer ist mit dem «Quality of living city ranking» der führende Anbieter von Daten zur Lebensqualität von Arbeitnehmern, die ins Ausland entsandt werden.

<sup>6</sup> Siehe [https://cms-internationsgmbh.netdna-ssl.com/cdn/file/cms-media/public/2021-11/Expat-Insider\\_City-Ranking-Report-2021\\_1.pdf](https://cms-internationsgmbh.netdna-ssl.com/cdn/file/cms-media/public/2021-11/Expat-Insider_City-Ranking-Report-2021_1.pdf). Das Expat City Ranking setzt sich aus verschiedenen Kategorien wie der Lebensqualität und den Lebenskosten etc. zusammen. Hinter Basel erreichten die anderen untersuchten Schweizer Städte Platz 21 (Lausanne), Platz 34 (Zürich) und Platz 47 (Genf). Insgesamt wurden 57 Städte untersucht.

### Persönliche Beratung und Unterstützung bei der konkreten Ansiedlung

Im letzten Prozessschritt stehen unter anderem die folgenden Aspekte im Vordergrund:

- Kommt für ein ansiedlungswilliges Unternehmen die Region Basel in Frage, unterstützt Basel Area entsprechende «Beauty Contests», an denen die Region präsentiert wird. Hat sich jedoch das Unternehmen für einen der drei Kantone als möglicher Standort entschieden, vertritt Basel Area die Interessen des ausgewählten Kantons. Es folgt die persönliche Beratung des Unternehmens durch Basel Area. Eine Frage in diesem Zusammenhang ist, inwieweit die heutige Organisation mit einer kantonsübergreifenden Basel Area und drei separaten kantonalen Wirtschaftsförderungen auch im Hinblick auf Vertraulichkeit und Transparenz noch zielführend ist (siehe dazu auch Abschnitt 4.2.3).
- Im Vergleich zu Basel Area vollziehen andere regionale Standortpromotion wie bspw. Greater Geneva Bern Area (GGBA) das «Handover» an die Kantone früher. Basel Area nimmt dagegen auch weitgehend die persönliche Beratung wahr, dies unter Einbezug der kantonalen Verwaltungen wie die Steuerverwaltung, Arbeitsämter (Arbeits- und Betriebsbewilligungen) oder die kantonalen Wirtschaftsförderungen.

### 3.3 Summarische Beurteilung aus externer Sicht

Mit Blick auf die Evaluation der Standortpromotion Basel Area sind folgende Rahmenbedingungen von Bedeutung:

- Die Region Basel steht in einem intensiven internationalen Standortwettbewerb, weshalb jeweils auch die Aussenwahrnehmung von Bedeutung ist<sup>7</sup>. Vergleichsweise kleine Standortpromotionen sind somit stärker herausgefordert.
- Auch national steht die Region Basel im Wettbewerb mit Regionen, die vergleichbare Standortvorteile aufweisen (z. B. Zug oder Genf).
- Die Differenzierbarkeit der eigenen Standortstärken im Vergleich zu anderen Konkurrenzstandorten ist herausfordernd, weshalb auch die Bedeutung von Ökosystemen in den Fokus der Standortpromotion gelangt (siehe dazu Abschnitt 4.1).

Organisation und Prozesse der Standortpromotion lassen sich unter diesen Rahmenbedingungen wie folgt beurteilen:

- Grundsätzlich verkauft Basel Area die gesamte Region Basel und fokussiert erst dann auf einen Kanton, wenn das ansiedlungswillige Unternehmen entsprechende Präferenzen hat. Die Expertengespräche mit Vertretern der Trägerkantone und von Basel Area haben gezeigt, dass diese Neutralität seitens Basel Area gelebt und anerkannt wird.
- Die Zuständigkeiten zwischen den verschiedenen Akteuren sind definiert und werden eingehalten. Die Kantone sind für das attraktive Produkt (attraktive und wirtschaftsfreundliche Standortbedingungen) zuständig, zu dem die Innovationsförderung von Basel Area und der Switzerland Innovation Park Basel Area ebenfalls einen Beitrag leisten. Die Standortpromotion von Basel Area ist dagegen für die Verpackung, den Verkauf und die Beratung, die kantonalen Wirtschaftsförderungen für die Bestandspflege zuständig. Im Rahmen der Expertengespräche wurde diesbezüglich erwähnt, dass ein Verbesserungspotential im Hinblick

<sup>7</sup> Im aktuellen City Brand Index, der 13 Attribute in verschiedenen Dimensionen misst, liegt Basel auf dem 48. Platz von 50 kleineren und grösseren Städten (siehe dazu <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/London-Ranks-as-the-Top-City-Brand>).

auf Rückmeldungen von Basel Area zu den Verkaufserfahrungen an die Trägerkantone besteht.

- Aus der Sicht der Kantone wird teilweise nach wie vor eine Diskrepanz mit Blick auf die strategische Ausrichtung der Standortpromotion wahrgenommen. Dabei geht es darum, dass die Kantone unterschiedliche Standortfaktoren aufweisen:
  - Kanton Basel-Stadt: Life Science/Biotech und Headquarter (Vision Stadt);
  - Kanton Jura: Günstige Flächen, Maschinenbau, Uhrenindustrie (Vision Land)<sup>8</sup>;
  - Kanton Basel-Landschaft: Kombination der beiden vorangehenden Kantone, wobei auch unterschiedliche Branchenschwerpunkte an den verschiedenen Standorten auszumachen sind (z. B. Allschwil, Pratteln, Muttenz).

Letztlich haben die Kantone für sich die Frage nach wie vor nicht abschliessend geklärt, was aus ihrer Sicht Basel Area im Ausland primär vermarkten sollte. Wo dagegen im Ausland die Aktivitäten stattfinden, steht mit dem Fokus auf spezifische Zielländer nicht in Frage. Es sind die Zielländer Nordamerika, Deutschland, Frankreich, China, Indien, und Korea. Aber auch mit Blick auf die Zielbranchen ist im Vergleich zur Evaluation 2019 im Lichte der Vermarktung spezifischer Ökosysteme ebenfalls ein klarerer Fokus ersichtlich.

- Mit den Leistungen der Standortpromotion von Basel Area werden die von den Trägerkantonen in den Statuten von Basel Area formulierten Erwartungen insgesamt erfüllt. Wir konstatieren auf der Grundlage der Expertengespräche mit den Vertretern der Trägerkantone, dass Basel Area ihr Mandat zur Standortpromotion sehr gut erfüllt.
- Insbesondere hat sich Basel Area während der Corona-Krise gut positioniert. Über Webinare wurde eine permanente Gesprächskultur aufgebaut. Zahlreiche Aktivitäten aus der Innovationsförderung konnten auf diese Weise von der Standortpromotion genutzt werden. Die Ansiedlungszahlen haben sich entsprechend weiterhin gut entwickelt (siehe dazu auch Tabelle 3).

**Tabelle 3      Ansiedlungsentwicklung aufgrund von Basel Area**

Aktivitäten	2018	2019	2020	2021	Total
Kundenbesuche in der Region Basel	69	90	38	41	238
Kundenbesuche im Ausland	186	194	206	169	755
Beratungen	403	573	466	522	1964

*Zwischen 2018 und 2021 hat das Team «International Markets & Business Affairs» zusammen mit den «Multiplikatoren» insgesamt 993 Kunden besucht (über 70 Prozent mehr als in der Periode 2015 bis 2018!). 238 Kunden wurden von Basel Area am Standort Basel im Rahmen ihrer Standortsuche betreut.*

Quelle: Basel Area (2022).

<sup>8</sup> Basel Area hat durch den Bereich Produktionstechnologien bewusst einen Bereich etabliert, bei dem die Stärken der ländlichen Regionen im Mittelpunkt stehen, wie z. B. Landpreise und ein Umfeld aus Produktionsfirmen.

### 3.4 Zwischenfazit

In Bezug auf die Organisation und die Prozesse im Bereich Standortpromotion von Basel Area und die Ansiedlungsentwicklung darf folgendes festgehalten werden:

- Grundsätzlich existiert eine klare Arbeitsteilung zwischen den kantonalen Wirtschaftsförderungen und Basel Area, wobei die Übergabe der Betreuung von Ansiedlungen im Vergleich mit anderen Kantonen relativ spät im Prozess erfolgt.
- Es herrscht ein klar strukturierter Prozess der Standortpromotion, der die verschiedenen «Tools» von der Promotion des Standortes bis zur effektiven Ansiedlung regelt.
- Die persönliche Vertretung im Ausland ist bei Basel Area im Vergleich mit anderen ähnlichen Organisationen in der Schweiz eher weniger ausgeprägt.
- Aufgrund der klaren Prozesse und der Aktivitäten im Bereich Innovationsförderung konnten auch die Herausforderungen während der «Corona-Jahre» bei Basel Area insgesamt aber auch bei der Standortpromotion im Speziellen gut gemeistert werden.

## 4 Standortpromotion und Innovationsförderung bei Basel Area Business & Innovation

Vorliegend wird die Arbeit der Standortpromotion und der Innovationsförderung in den Ökosystem-Kontext von Switzerland Global Enterprise (S-GE) eingebettet und auf dieser Grundlage aufgezeigt, wie sich das Synergiepotenzial und die Zusammenarbeit zwischen den beiden Bereichen darstellt.

Im Folgenden ordnen wir die Standortpromotion in den Kontext von Basel Area ein (Abschnitt 3.1), äussern uns zu Organisation und Prozessen der Standortpromotion (Abschnitt 3.2) und ziehen basierend auf der Einschätzung der Trägerkantone ein erstes Zwischenfazit (Abschnitt 3.3).

### 4.1 Bedeutung der Ökosysteme für die Standortpromotion

Traditionell wurden Standort-Promotionsaktivitäten in Anlehnung an das Porter-Konzept der Branchencluster umgesetzt. Das Aufkommen der Startup- und Plattformökonomie verlangt jedoch nach einer umfassenderen Einbettung der Standortpromotion. Dazu geeignet ist das Ökosystem-Konzept, das im Folgenden erläutert wird.

Der Ökosystemgedanke lässt sich im Ansatz bereits in volkswirtschaftlichen Bedeutungsstudien erkennen. Fokussiert eine Bedeutungsstudie für einen Sektor auf die direkte und indirekte Wertschöpfung der betrachteten Branche (über Input-Output-Multiplikatoren), geht der Ökosystem-Ansatz über diese Branchengrenze hinaus. Der in Bedeutungsstudien ermittelte Multiplikator stellt damit eine Mindestgrösse dar, denn beim Terminus Ökosysteme wird typischerweise von stark vernetzten Akteuren aus unterschiedlichen Branchen ausgegangen, die innovative Produkte und Dienstleistungen auf der Grundlage führender Technologien und partnerschaftlich anbieten.

Ökosysteme sind als sich dynamisch entwickelnde Gemeinschaften von Unternehmen unterschiedlichster Grösse und Ausrichtung, Startups, Forschungszentren und Universitäten, Investoren, Berater, Anwälte, Kantone und Regulierungsbehörden etc. zu verstehen. Der Mehrwert von Ökosystemen steigt durch regionale Spill-over-Effekte, durch gemeinsam genutzte Ressourcen,

durch gemeinsame Geschäftsmodelle und durch die Hinzufügung weiterer Akteure (Netzwerkeffekte<sup>9</sup>) überproportional an.

Der Ökosystem-Fokus wurde ursprünglich von den verschiedenen Regionen (wie Basel Area, GZA etc.) angeregt und später durch Switzerland Global Enterprise (SG-E) aufgegriffen. Basierend auf einer nationalen Ökosystem-Studie regt SG-E an, dass die Schweiz ihre Ressourcen bündeln und sich neu auf fünf spezifische Ökosysteme fokussieren sollte, nämlich auf:

- Life Sciences,
- Future of Food / FoodTech,
- Future of Finance,
- Industrie 4.0 und
- Digitaltechnik.

Für die fünf Ökosysteme werden von SG-E sechs spezifische zugrundeliegende Technologien und Fähigkeiten hervorgehoben, nämlich Robotik, Daten und Analytik (inkl. Künstliche Intelligenz), Blockchain, Biotechnologie, Mikrotechnologie sowie Materialwissenschaft und Ingenieurwesen.

Die führende Rolle der Schweiz bei Life Sciences und Future of Finance ist weltweit anerkannt, wobei Future of Finance für die Region Basel weniger im Vordergrund steht. Drei der von SG-E präferierten Ökosysteme entsprechen ebenfalls den von Basel Area in den Fokus gerückten Ökosystemen.

- Das aus Sicht von Basel Area wichtigste Ökosysteme liegt weiterhin im Themenfeld Life Sciences. Dank Unternehmen wie Syngenta oder Bayer Crop Sciences ist aber ebenfalls Future of Food bzw. FoodTech und AgroTech ein Ökosystem-Schwerpunkt<sup>10</sup>. Dazu kommt als drittes Ökosystem Industrie 4.0 hinzu.
- Aus der Perspektive der Standortpromotion bedeutet die Ökosystem-Neuaufrichtung, dass die Arbeit der Repräsentanten im Ausland spezifischer fokussiert wird. Es sind entsprechend die «Pendent-Ökosysteme» im Ausland zu finden und anzusprechen. Im Kontext mit Life Sciences oder Future of Food bzw. FoodTech stehen vermehrt auch Forschungsk Kooperationen im Vordergrund, die ebenfalls Ansiedlungen generieren können.

Die von SG-E angedachte Bewerbung von fünf ausgewählten Ökosystemen hat aus der Perspektive der Standortpromotion von Basel Area spezifische Vor- und Nachteile. Ein Vorteil besteht darin, dass die von SG-E geplanten Ökosysteme mehrheitlich deckungsgleich mit der strategischen Fokussierung von Basel Area sind. Nachteilig ist, dass damit einhergehend auch andere Regionen der Schweiz auf die drei Ökosysteme von Basel Area setzen und dort fokussierter tätig sind. Somit steigt der Druck auf Basel Area, in den Pendent-Ökosystemen im Ausland besser präsent zu sein.

<sup>9</sup> Netzwerkeffekte sind auch für Plattformen zentral. Allerdings ist nicht jedes plattformbasierte Geschäftsmodell zugleich ein Ökosystem. Vice versa wird auch nicht jedes Geschäftsmodell eines Ökosystems über eine Plattform technologisch umgesetzt. Dies ist allerdings häufig der Fall, weil Plattformen die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells massiv beschleunigen.

<sup>10</sup> Im Rahmen der Expertengespräche wurde in diesem Kontext auch auf weitere diesbezügliche Initiativen in der Region wie das gemeinsame Projekt zwischen dem Ebenrain-Zentrum für Landwirtschaft, Natur und Ernährung (Ebenrain), der Bio-Nordwestschweiz und dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) in Frick hingewiesen.

Für die Standortpromotion ist im Ökosystem-Kontext eine vergleichsweise noch engere Abstimmung mit den kantonalen Wirtschaftsförderungen wichtig, also zwischen den Trägerkantonen und Basel Area, die mit ihren Akzeleratoren und Initiativen bereits zunehmend ökosystem-kompatibel unterwegs ist. Durch das Ziel, den führenden Industrien der Basel Area mit verschiedenen Initiativen zu Wachstum zu verhelfen, baut sie bereits effizient an Ökosystemen bestehend aus Gesundheitsbranche, Life Sciences und Produktionstechnologien.

## 4.2 Gemeinsames Management der zentralen Bereiche von Basel Area

Die strategische Neuausrichtung von S-GE auf Ökosysteme wurde bei Basel Area bereits vor sieben Jahren initiiert, indem die beiden Bereiche «Innovationsförderung» und «Standortpromotion» unter eine gemeinsame Geschäftsleitung gestellt wurden. Die Absicht bestand darin, den Innovationsstandort zu vermarkten. Dazu braucht es die enge Zusammenarbeit zwischen dem Entwicklungs- und Unternehmens-Pflegeteam und den Akquisitionsteams, die zentral geführt werden. Es gibt bei Basel Area darüber hinaus ein Marketing-/Kommunikations-Team, das eine Scharnierfunktion wahrnimmt.

Im Folgenden wird das Zusammenspiel der Standortpromotion und der Innovationsförderung aufgezeigt. Daher werden die beiden Aufgabenbereiche vorerst funktional voneinander abgegrenzt und anschliessend der Synergiegehalt der beiden Aktivitäten herausgearbeitet.

### 4.2.1 Standortpromotion bzw. Investment Promotion

Standortpromotion impliziert im Grundsatz, dass Investitionen in der Region Basel gefördert werden. Einzelpersonen und Unternehmen soll geholfen werden, einen idealen Standort für die Weiterentwicklung ihres Geschäfts im Grossraum Basel zu finden.

Die Beratung erfolgt umfassend mit Blick auf Aufbau und Präsenz in der Region. Angeboten werden zahlreiche Unterstützungsmassnahmen, die zum Aufbau einer Unternehmenspräsenz beitragen. Dazu führt Basel Area ein umfangreiches Partnernetz aus verschiedensten Bereichen wie Technologie, Immobilien, Unternehmensgründung, Finanzierung, Relocation usw.

Im Kern werden gezielt potenzielle Ansiedlungskunden angesprochen und während des gesamten Ansiedlungsprozesses umfassende Dienstleistungen geleistet. Sie umfassen die massgeschneiderte Unterstützung und Hilfe bei Entscheidungsfindungen im Prozess der Expansion von Geschäftsaktivitäten in die Region (siehe dazu Abschnitt 3.2).

### 4.2.2 Innovationsförderung bei Basel Area

Die Innovationsförderung erfolgt im Kern mit zwei unterschiedlichen Aktivitätsfeldern.

- Einerseits soll mit der Innovationsförderung Innovation beschleunigt werden. Wer innovative Geschäftsideen hat (unabhängig ob Startup, KMU oder eingessenes Unternehmen), wird von Basel Area beraten. Es gibt dazu Förderprogramme, Impulsprojekte, Veranstaltungen und Workshops sowie kollaborative Arbeitsräume.
- Bei der Innovationsförderung fungiert Basel Area seit 2018 andererseits als Betreiber einer der fünf Standorte des Schweizerischen Innovationsparks (Switzerland Innovation). Der Switzerland Innovation Park Basel Area (SIP Basel Area) ist eine Infrastrukturgesellschaft,

die vom Innovationsteam der Basel Area betrieben wird. Sie ist an vier Standorten (Allschwil, Basel, Jura und Novartis Campus in Basel) aktiv.<sup>11</sup>

Am Hauptstandort Allschwil liegt der Schwerpunkt auf Biotechnologie und Medizintechnik, in Basel selbst auf digitaler Gesundheit und im Jura auf Medizintechnik, digitaler Gesundheit, Gesundheitstechnologie sowie industrieller Transformation. In den Innovationsparks werden Betriebe betreut bezogen auf Projekte, auf Betriebszusammenführungen, zur Durchführung von Anlässen, im Kontext mit der Kontaktvermittlung zwischen Start-ups und etablierten Firmen etc.

- Basel Area vermietet mit dem Hut des Innovationsparks-Vertreters Büroflächen<sup>12</sup>, weshalb diesbezüglich eine «Firewall» gegenüber der Standortpromotion besteht, die gegenüber dem Standortentscheid neutral ist.

In den Innovationsparks führt Basel Area Business & Innovation Katalysatorprojekte und fungiert als Akzelerator und Inkubator für Startups. Unternehmen werden auf diese Weise bei der Suche nach dem idealen Umfeld für den Ausbau ihrer Geschäftsidee und ihres Innovationspotenzials unterstützt.

Die Akzelerator-Programme bringen Unternehmer und Innovatoren in Kontakt mit Experten, Partnern, Gleichgesinnten und Investoren. Sie funktionieren jeweils nach einem ähnlichen Prinzip, indem sie im Rahmen eines Selektionsprozesses nach Projekten oder Startups in spezifischen Bereichen suchen, bei denen spezifische Technologien und Infrastrukturen im Zentrum stehen. Daher beteiligen sich auch Privatunternehmen und Stiftungen finanziell mit namhaften Unterstützungsbeiträgen. Ziel ist es, das Ökosystem bestehend aus Gesundheitsbranche, Life Sciences und Produktionstechnologien auszubauen. Angesprochen sind Gründer und Hightech-KMU.

- Beim Akzelerator «BaseLaunch» steht der Bereich Innovation in Therapeutika und Biotechnologie im Fokus. Es werden Firmengründungen und die Zusammenarbeit mit etablierten Biopharma-Partnern unterstützt. BaseLaunch widmet sich Startups von BioTech und Pharma Development. Pharmaunternehmen und Risikokapitalfonds unterstützen Jungunternehmen bei der Entwicklung hochmoderner Therapeutika.

Maximal wird ein Projekt, um das man sich bewerben kann, mit CHF 500'000 unterstützt. Basel Area gestaltet Packages mit privatem Geld, Flächen und berät Firmen. Spezifisches Knowhow holt die Standortpromotion bei der Innovationsförderung. BaseLaunch hilft ab der Gründung bis zur «Series-A-Finanzierung» beim Aufbau des Unternehmens.

«BaseLaunch» wurde im Frühjahr 2017 lanciert und wird im Innovationspark-Standort Allschwil (Kanton Basel-Landschaft) und im Tech Park Basel (Kanton Basel-Stadt) geführt, der sich auf Biotechnologie und Medizintechnik fokussiert.

- Beim Akzelerator «DayOne» geht es um die Förderung innovativer Startups im Gesundheitsbereich. Im Gesundheitsökosystem der Basel Area finden sich weltweit führende Forschungsinstitute, Medizintechnik-, Biopharma- und Diagnostikunternehmen. Die Zukunft ist Präzisionsmedizin und personalisierte Medizin. Es geht um die optimale Nutzung digitaler Technologien und um ein kollaboratives Umfeld. DayOne bietet daher Stakeholdern aus

<sup>11</sup> Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang, dass in der Region auch weitere Akteure wie zum Beispiel die Universitäten oder Fachhochschulen Innovationsförderung betreiben.

<sup>12</sup> Aktuell wird der Innovationspark über Mieten finanziert. Mieter sind eigene Startups, Startups aus dem Ausland und Grossfirmen, sowie die Akzeleratoren-Programme, die Firmensiedlungen generieren. Marginale weitere Einnahmen sind von Veranstaltungen. Die Kantone finanzieren bis 2032 ein allfälliges Defizit.

verschiedenen Disziplinen und Branchen Events, Katalysatorprojekte, Akzelerator-Programme für Startups etc. an. Seit Herbst 2021 können sich bei DayOne auch Unternehmen aus der Prävention, Diagnostik und Behandlung für einen Platz im Förderprogramm bewerben.

«DayOne Healthcare» wurde 2018 gestartet. Das Akzelerator-Programm wird schwergewichtig im Innovationspark im Kanton Basel-Stadt (Novartis Campus) beherbergt, der sich auf digitale Gesundheit fokussiert.

- Beim Akzelerator «i4Challenge» (Industrie 4.0 Challenge) geht es um den Bereich der industriellen Transformation. Dabei werden Startups und KMU und neue Ideen im Bereich Industrie 4.0 unterstützt. i4Challenge fördert Produktionstechnologien und ein innovatives Industrieökosystem. Die teilnehmenden meist Startups und KMU erhalten Zugang zu Partnern, Mentoren, Gleichgesinnten und potenziellen Kunden.

«i4Challenge» wurde 2018 gestartet und wird vom Innovationspark des Kantons Jura in der Nähe von Delémont geleitet, der sich auf digitale Gesundheit, Gesundheitstechnologie, industrielle Transformation und Medizintechnik fokussiert.

### 4.2.3 Beurteilung der Zusammenarbeit

Den Expertengesprächen entnehmen wir, dass die gemeinsame Geschäftsleitung für die Standortpromotion und die Innovationsförderung insgesamt positiv zu beurteilen ist. Die Zusammenarbeit funktioniert im Grundsatz, wobei die Vernetzung zwischen den Teams der Standortpromotion und der Innovationsförderung sowie die vertikale Vernetzung mit den Kantonen noch optimiert werden könnte.

Offen ist, inwieweit zwischen Innovation und Standortpromotion die gleiche Denkweise in den Teams herrscht. In der Standortpromotion sind Verkäufer, in der Innovationsförderung sind primär Moderatoren aktiv. Hilfreich wäre es, für die anvisierten Ökosysteme gemeinsame und kantonsübergreifende Teams zu schaffen, die sich institutionalisiert austauschen und dadurch stärker auf konkrete Trends und Fragestellungen eingehen können. Darüber hinaus könnten auch die technischen Hilfsmittel für die Zusammenarbeit optimiert werden. Bisher fehlt bspw. eine Plattform, auf der gemeinsame Präsentationen gespeichert sind, auf die alle Zugriff haben. Auf diese Weise könnten Basel Area und die Trägerkantone besser «mit einer Stimme» sprechen.

Eine weitere Frage, die sich die Trägerkantone stellen sollten, ist diejenige nach der grundsätzlichen Arbeitsteilung zwischen der kantonsübergreifenden Basel Area und den kantonal organisierten Wirtschaftsförderungen. Die aktuelle Organisation und Aufgabenteilung beinhaltet an vielen Stellen Konflikt- und Abgrenzungsthemen. Diese stellen heute aufgrund der personellen Ausgestaltung und der grundsätzlich erfolgreichen Arbeit von Basel Area kein Problem dar. Sollte sich aber die personelle Zusammensetzung bei den Trägerkantonen ändern, oder sich eine weniger erfolgreiche Phase von Basel Area einstellen, ist offen, inwieweit die heutigen Strukturen geeignet sind, solche Krisensituationen zu meistern.

Auf der Grundlage der Expertengespräche geht hervor, dass sich über die im Zeitpfad gestiegene Bedeutung der Innovationsparks die Abstimmung zwischen Innovationsförderung und Standortpromotion verbessert hat. In der Vergangenheit waren die Erwartungen an Basel Area im Zweifel höher als das, was Basel Area bieten konnte. Mit den Innovationsparks konnte ein sehr guter Ausgleichsmechanismus geschaffen werden. Durch die Innovationsparks haben die Kantone eine eigenständige Visibilität.

In den von Basel Area entwickelten Akzeleratoren-Programmen wie DayOne oder BaseLaunch ist die Akquisition und Innovationsförderung verschmolzen. Mit BaseLaunch werden Projekte aus der ganzen Welt akquiriert und aus diesen Unternehmen gebildet. Innovation ist insofern eine zentrale Verkaufsmassnahme. Grundsätzlich kann man sich nur gut verkaufen, wenn man tiefe Fachkenntnisse hat. Insbesondere spielen die Akzeleratoren in den Kantonen eine wichtige Rolle, weil so ausländische Firmen angesprochen werden können. Noch erfolgen bei Basel Area rund 60 Prozent der Ansiedlungen im Bereich Life Sciences. Wichtig ist insofern, zusätzlich weitere Unternehmen im Bereich Chemie und Produktionstechnologien anzusiedeln.

Eine Verbesserung wird aus Expertensicht erwartet, in dem Masse wie die Akzeleratoren die gleichen oder zumindest die ähnlichen Zielbranchen und -märkte wie die Standortpromotion ansprechen. Auf diese Weise würden sie als Marketing-Instrument dienen, von dem die Standortpromotion direkt profitieren könnte. Die Kantonsvertreter gehen davon aus, dass die Akzeleratoren die Kerntreiber der Standortpromotion sein müssten. Daher wird im Rahmen der Expertengespräche auch die Frage aufgeworfen, inwieweit aus der Perspektive der Vermarktung der Trägerkantone von Basel Area die Innovationsförderung von Basel Area primär aus dem Management der Akzeleratoren bestehen sollte.

Basel Area ist inzwischen in einer Art «Steady state». Die zwei Kulturen «Promotion» und «Innovation» sind zunehmend synergetisch aktiv. Auch das dritte Element, der inzwischen durch Basel Area gemangte Switzerland Innovation Park (SIP AG) ist erfolgreich. Der Innovationspark als Teil der Innovationsförderung fungiert als Katalysator für (Startup-)Innovation und Fortschritt. Das durch den Innovationspark wachsende Innovationsumfeld in der Region Basel ist wiederum sehr zentral für den Erfolg der Standortpromotion der Basel Area.

### 4.3 Zwischenfazit

In Bezug auf das Zusammenspiel Innovationsförderung und Standortpromotion von Basel Area kann folgendes festgehalten werden:

- Basel Area hat die Empfehlungen der Evaluation 2019 in ihre Arbeit einbezogen. Vor allem die Strategiediskussionen dürften die Zusammenarbeit zwischen den Regionen untereinander und mit Basel Area mit Blick auf die Standortpromotion befruchtet haben. In der zweiten Periode sind von Basel Area auch die Entwicklungsarbeiten für die gemeinsame Vermarktung des Standorts durch Innovationförderung und Standortpromotion) erfolgreich fortgesetzt worden.
- Basel Area will in doppelter Hinsicht Wertschöpfung in die Region Basel bringen. Zum einen ist sie mit der klassischen Standortpromotion aktiv, bei der auch etablierte Unternehmen angesiedelt werden (wie z. B. Moderna). Zum anderen sind es Akzeleratoren-Projekte, bei denen die Innovationsförderung eine zentrale Rolle spielt.
- Die Innovationsparks können für die Standortpromotion und die Innovationsförderung eine Scharnierfunktion wahrnehmen, zumal sie drei Akzeleratoren beherbergen. Sie könnten daher die gleichen Zielbranchen und -märkte wie die Standortpromotion ansprechen und auf diese Weise als Marketing-Instrument dienen, von dem die Standortpromotion direkt profitiert.

- Organisationen nutzen vermehrt Ökosysteme, um innovativer zu sein, ihren Betrieb und Prozesse umzugestalten, Sektorengrenzen zu hinterfragen und damit ihren Kunden und Stakeholdern besser zu dienen. Die Orchestrierung von Daten, Technologie und Beziehungen kann die transformative Kraft von Ökosystemen nutzbar machen.
- Insgesamt geht der Trend bei der Standortpromotion in Richtung Ökosysteme. Vorteilhaft ist diesbezüglich, dass Switzerland Global Enterprise plant, sich auf ähnliche Ökosysteme zu fokussieren, wie dies bei Basel Area der Fall ist. Davon dürften Basel Area, aber auch andere regionale Standortpromotionen in der Schweiz profitieren.
- Durch den nationalen Ökosystemfokus hat sich der Standortwettbewerb innerhalb der Schweiz intensiviert. Basel Area ist somit gehalten, im Rahmen der Suche nach Pendant-Ökosystemen im Ausland verstärkt aktiv zu sein und ihre Ressourcen mehr als bisher zu bündeln.
- Schliesslich stellt sich im Kontext der aktuellen Organisation die Frage, wie «krisenresistent» die Arbeitsteilung zwischen der kantonübergreifenden Organisation Basel Area und den kantonalen Wirtschaftsförderungen ist.

## 5 Leistungsausweis Basel Area 2018 bis 2021

Als zentrales Ergebnis der Standortpromotion von Basel Area ist die Ansiedlung von Unternehmen und der damit verbundenen Arbeitsplätze zu sehen. Dies geht auch aus den durchgeführten Expertengesprächen mit den Trägern von Basel Area hervor und stellt auch das Selbstverständnis der Verantwortlichen von Basel Area dar. Ein wichtiger Aspekt bei der Evaluation der Tätigkeiten der Standortpromotion von Basel Area beschäftigt sich infolgedessen mit den Erfolgen bezüglich Ansiedlung in den letzten Jahren.

In den nachfolgenden Abschnitten gehen wir zunächst auf die Datengrundlage ein (Abschnitt 5.1) und betrachten anschliessend die erfolgten Ansiedlungen aus verschiedenen Perspektiven (Abschnitt 5.2). Dabei wird der Ansiedlungserfolg hinsichtlich der Branchen- und Länderverteilung analysiert und auf die Kantone geschlüsselt betrachtet. Wir beschliessen das Kapitel mit einem weiteren Zwischenfazit (Abschnitt 5.3).

### 5.1 Datengrundlage

Die Grunddaten für die Analyse der Ansiedlungen in den Jahren 2018 bis 2021 wurden uns für diese Evaluation von Basel Area zur Verfügung gestellt und von uns im Hinblick auf verschiedene Analysenoptiken zusammengefasst sowie ausgewertet. Eine Plausibilisierung der Grunddaten konnte jedoch nicht durchgeführt werden.<sup>13</sup>

Zudem ist zu erwähnen, dass es sich bei den nachfolgenden Auswertungen nicht um alle in den entsprechenden Jahren in der Region Basel angesiedelten Unternehmen handelt. Gemäss Evaluationsauftrag untersuchen wir bei den Ansiedlungen diejenigen, die in Zusammenhang mit der Standortpromotion von Basel Area stehen. Selbstverständlich haben sich in den Jahren 2018 bis

<sup>13</sup> Eine detaillierte Übersicht über die für die Analyse verwendeten Daten findet sich im Anhang im Abschnitt 7.3.

2021 auch noch weitere Unternehmen entschieden, ihre Zelte am Standort Basel aufzubauen. Dabei kann es sich beispielsweise um Standortverlagerungen aus andere Kantone handeln, die ohne Vermittlung von Basel Area oder einer anderen Behörde in die Region Basel gezogen sind.

## 5.2 Ansiedlungen

In der letzten Evaluation der Standortpromotion konnten für die beiden betrachteten Jahre 2016 und 2017 31 Unternehmen pro Jahr angesiedelt werden. Betrachtet man die für diese Evaluation relevante Zeitperiode der Jahre 2018 bis 2021, lag dieser Wert mit 32 Unternehmen pro Jahr praktisch gleich hoch. Dies ist insofern beachtlich, als mit den Jahren 2020 und 2021 die beiden Corona-Jahre in diese Zeitperiode gefallen sind. Von den 128 über die Jahre 2018 bis 2021 insgesamt in der Region Basel neu angesiedelten Unternehmen zeichnete Basel Area für 76 Prozent der Ansiedlungen verantwortlich. Bei 14 Prozent der neu angesiedelten Unternehmen war die nationale Standortpromotion SG-E involviert, bei 6 Prozent andere kantonale Behörden (vgl. Tabelle 4).

Mit diesen 128 neuen Unternehmen war ein Zuwachs von knapp 500 Arbeitsplätze verbunden. Somit startete ein neu angesiedeltes Unternehmen im Durchschnitt der Jahre mit rund 4 Arbeitsplätzen (vgl. Tabelle 4). Betrachtet man diese Durchschnittsgrösse über die Kantone, so weisen die neu angesiedelten Unternehmen im Kanton Jura eine leicht höhere durchschnittliche Anzahl an Arbeitsplätzen auf (4.9) als in den anderen Kantonen. Die könnte vermutlich auch mit der eher auf Produktion orientierten Unternehmensfunktionen im Kanton Jura zusammenhängen.

**Tabelle 4: Entwicklung der Neuansiedlungen und Arbeitsplätze**

Neuansiedlungen	2018	2019	2020	2021	Total	Durchschnitt pro Jahr
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>39</b>	<b>128</b>	<b>32.0</b>
Basel Area	25	25	17	30	97	24.3
S-GE	2	3	8	5	18	4.5
Kantonale Behörde	1	1	2	4	8	2.0
Andere	5	0	0	0	5	1.3
Arbeitsplätze	2018	2019	2020	2021	2022	Durchschnitt pro Jahr
Arbeitsplätze	139	66	129	164	498	124.5
Arbeitsplätze pro Unternehmen	4.2	2.3	4.8	4.2	3.9	3.9

*In der Tabelle sind die Neuansiedlungen der Jahre 2018 bis 2021 sowie das Total und der Durchschnitt pro Jahr in Bezug auf die für die Ansiedlung verantwortliche Organisation abgetragen. Bei drei Viertel der Ansiedlungen war die Basel Area involviert. Zudem zeigt die Tabelle die mit den Ansiedlungen verbundenen Arbeitsplätze in der Region Basel sowie die durchschnittliche Grösse der neu angesiedelten Unternehmen.*

Quelle: Daten BaselArea, Auswertung und Aufbereitung Polynomics.

Die relativ kleine Unternehmensgrösse ist für Neuansiedlungen der klassische Fall. Geht es um die Wahl eines neuen Hauptsitzes für den europäischen Markt (Headquarterfunktion) und/oder um einen Markteintritt in den schweizerischen Markt (Vertriebsfunktion), wird typischerweise mit wenigen Mitarbeitenden gestartet.

In diesem Zusammenhang wäre es für die Evaluation wünschenswert, wenn die jeweils pro Jahr neu angesiedelten Unternehmen systematisch hinsichtlich ihrer Entwicklung beobachtet würden.

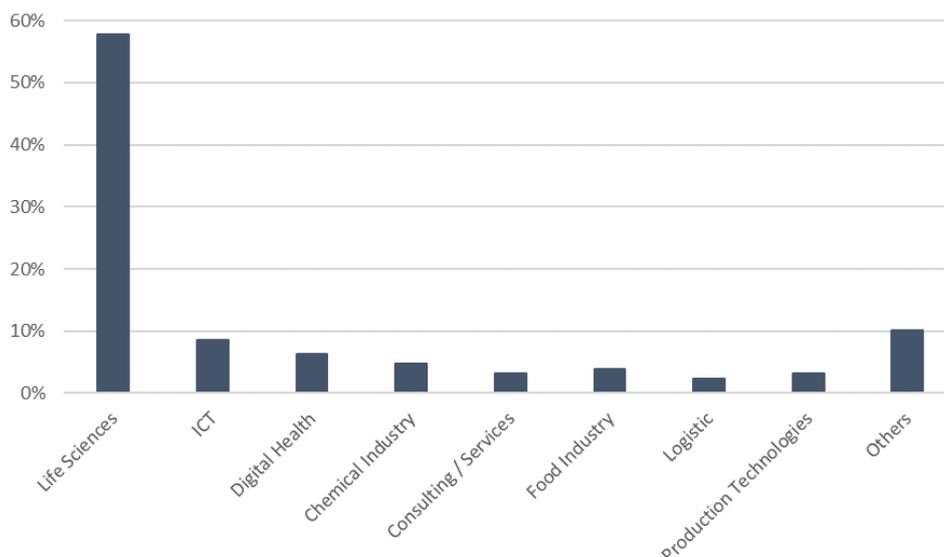
Wir vermuten, dass gerade bei erfolgreichen Ansiedlungen die Zahl der Arbeitsplätze über die Zeit zunimmt. Die in der Statistik dokumentierten neu geschaffenen Arbeitsplätze im Ansiedlungsjahr repräsentieren somit nur einen Teil des Erfolges der Standortpromotion von Basel Area.

### 5.2.1 Ansiedlung nach Branchen

Die Region Basel mit den Trägerkantonen Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Jura verfügt über viele ausgezeichnete Standortfaktoren, deren Ausprägung nicht in allen Kantonen gleich ist. Diese unterschiedliche Standortqualität führt auch dazu, dass sich die Ansiedlungsvoraussetzung sowohl hinsichtlich Branchen als auch Unternehmensfunktionen unterscheiden. Etwas vereinfacht zusammengefasst, sind es im Kanton Basel-Stadt eher Branchen und Unternehmensfunktionen, die weniger Fläche benötigen, wohingegen im Kanton Jura tendenziell Unternehmensfunktionen mit stärkerem Flächenbedarf interessant sind. Der Kanton Basel-Landschaft verfügt schliesslich über eine Kombination der beiden Aspekte sowie eine breite Palette an Branchen.

Wirft man einen Blick auf die Branchen, aus denen die angesiedelten Unternehmen stammen, so dominierte auch in den letzten Jahren die Pharma- und Chemische Industrie. Interessant ist, dass die Abhängigkeit der Standortpromotion von Basel Area von diesen Unternehmen in den letzten Jahren im Vergleich zur Evaluation der Jahre 2016 und 2017 abgenommen hat. Betrug der Anteil der Neuansiedlungen von Pharma- und Chemieunternehmen in den Jahren 2016/2017 noch rund 70 Prozent, waren es in den Jahren 2018 bis 2021 nur noch 62 Prozent. Erfreulich ist, dass es der Standortpromotion gelungen ist, Unternehmen aus weiteren Zukunftssektoren wie der Informationstechnologie oder der «Digital Health» für eine Ansiedlung in der Region Basel zu überzeugen. Deren Anteil betrug in den letzten Jahren bereits 15 Prozent.

**Abbildung 2 Neuansiedlungen nach Branchen in Prozenten am Total für die Jahre 2018-2021**



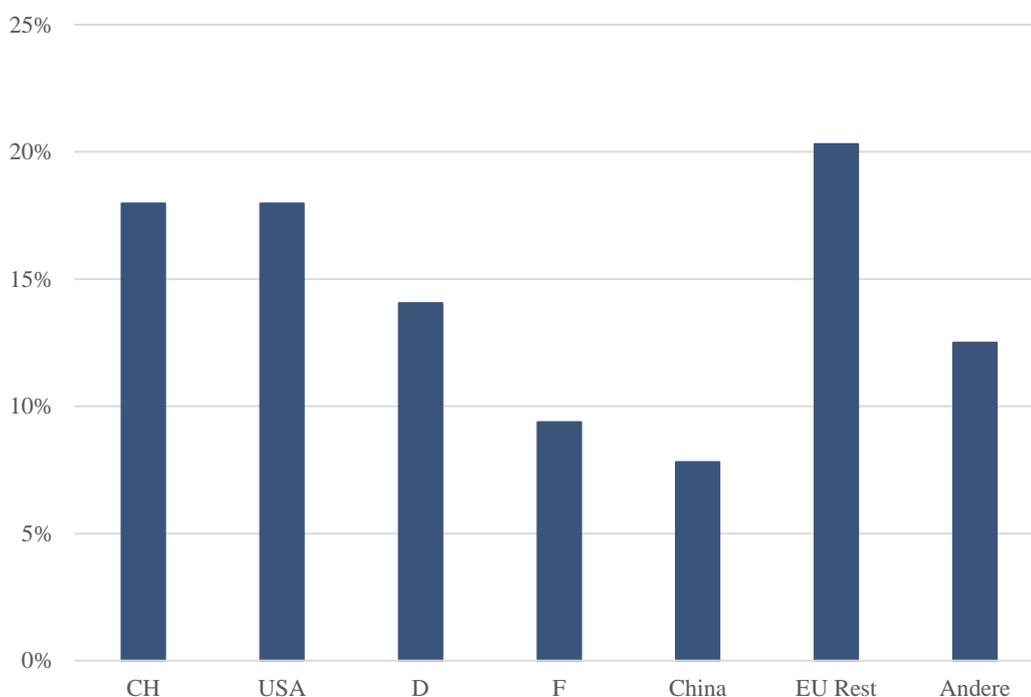
*In der Abbildung sind die für die Jahre 2018 bis 2021 erfolgten Neuansiedlungen nach Branchen in Prozent des Totals abgetragen. Über alle Kantone dominiert die Ansiedlung von Unternehmen aus der Life-Sciences-Branche. Aber weitere Zukunftsbranchen wie die ICT-Branchen oder Unternehmen mit Bezug zu Digital Health konnten in den letzten Jahren in Basel angesiedelt werden.*

Quelle: Daten BaselArea, Auswertung und Aufbereitung Polynomics.

## 5.2.2 Ansiedlung nach Ländern

Um Unternehmen in die Region Basel zu ziehen, fokussiert sich Basel Area auf ausgewählte Zielmärkte. In der letzten Evaluation dominierten die Ansiedlungen aus den USA mit einem Faktor von fast 2.5 gegenüber den Ländern Schweiz Deutschland und Frankreich. Diese starke Ausrichtung auf die USA kann in der aktuellen Evaluation nicht mehr festgestellt werden. In der Abbildung 3 sind die Ansiedlungen der Jahre 2018 bis 2021 als Anteil der gesamten Ansiedlungen den jeweiligen Ländern zugeordnet. Die Abbildung verdeutlicht, dass die USA immer noch ein wichtiges Ursprungsland für in der Region Basel angesiedelte Unternehmen darstellt. Mit einem Anteil von 18 Prozent an allen Neuansiedlungen ist die USA gleichbedeutend wie Ansiedlungen aus der Schweiz<sup>14</sup>. Aber auch Länder wie Deutschland und etwas abgeschwächt Frankreich konnten ihre Bedeutung als Ursprungsländer im Vergleich zur letzten Evaluation deutlich steigern.

**Abbildung 3 Neuansiedlungen nach Ländern in Prozenten am Total für die Jahre 2018-2021**



*Im Gegensatz zur letzten Evaluation dominieren die USA als Ursprungsland für Ansiedlungen nicht mehr. Länder wie die Schweiz, Deutschland und Frankreich haben an Bedeutung gewonnen.*

Quelle: Daten BaselArea, Auswertung und Aufbereitung Polynomics.

## 5.2.3 Entwicklung in den Kantonen

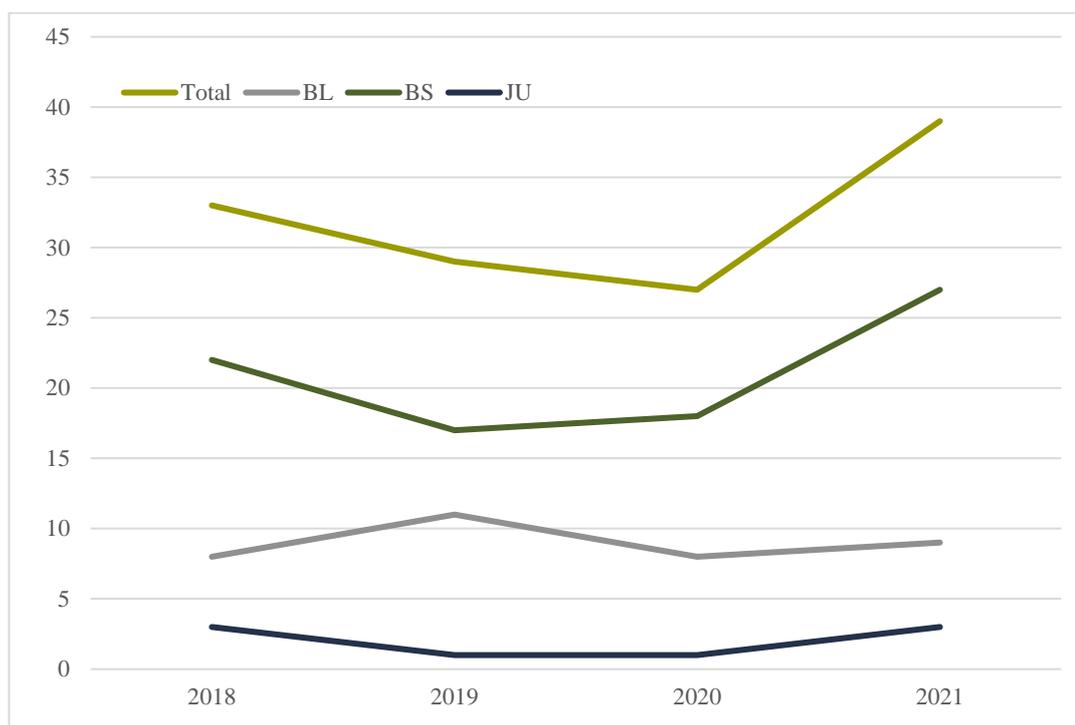
Das Ausmass an Ansiedlungen in den Jahren 2018 bis 2021 ist wie bereits in der letzten Evaluationsperiode in den drei Kantonen unterschiedlich ausgefallen. Am meisten Unternehmen haben

<sup>14</sup> Bei Zuzügen aus der Schweiz wird Basel Area nur aktiv, wenn die zuziehende Firma von sich aus auf Basel Area zukommt und um Unterstützung, Informationen oder Beratung bittet (Vermittlung von Kontakten, Liegenschaftsuche, etc.). Es handelt sich somit nicht um Neuansiedlungen. Bei bereits in der Schweiz ansässigen Firmen gibt es unter den Kantonen und Wirtschaftsregionen untereinander ein Gentlemen-Agreement, sich nicht Unternehmen gegenseitig abzuwerben.

sich in den Evaluationsjahren im Kanton Basel-Stadt angesiedelt. Insgesamt siedelten sich in den vier Jahren 84 Unternehmen oder 21 Unternehmen pro Jahr im Kanton Basel-Stadt an. Damit liegt der Anteil an Ansiedlungen im Kanton Basel-Stadt bei rund zwei Drittel aller Neuansiedlungen in der Region Basel. Diese Dominanz konnte bereits in der vergangenen Evaluationsperiode ausgemacht werden.

Wie die Abbildung 4 verdeutlicht, haben sich die Ansiedlungen in den drei Kantonen über die Jahre unterschiedlich entwickelt. Vor allem im Jahr 2019 musste sowohl im Kanton Basel-Stadt als auch im Kanton Jura ein leichter Rückgang in Kauf genommen werden, wohingegen im Kanton Basel-Landschaft im Jahr 2020 weniger Ansiedlungen zu verzeichnen waren. Erfreulich ist, dass in den Jahren 2020 und 2021 und somit in den «Corona-Jahren» kein grosser Einbruch an Neuansiedlungen verzeichnet werden musste. Im Gegenteil hat die Anzahl an Neuansiedlungen im Jahr 2021 in der Region Basel insgesamt zugenommen. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass es Basel Area gelungen ist, trotz widriger Umstände ihre Promotionsaktivitäten weiter auch über neue virtuelle Tools hochzuhalten. Zum andern ist aber auch darauf hinzuweisen, dass eine Ansiedlungsentscheidung oft mehrere Jahre Zeit benötigt. Insofern ist es durchaus möglich, dass negative Auswirkungen der «Corona-Jahre» sich erst in den kommenden Jahren bemerkbar machen werden.

**Abbildung 4** Ansiedlungen nach Trägerkantonen von Basel Area



*In der Abbildung sind die Ansiedlungen nach Trägerkantonen von Basel Area abgetragen. Wie bereits in der letzten Evaluation dominieren dabei die Ansiedlungen im Kanton Basel-Stadt, gefolgt von Ansiedlungen in den Kantonen Basel-Landschaft und Jura. Erfreulicherweise führten die «Corona-Jahre» nicht zu einem Einbruch bei den Neuansiedlungen.*

Quelle: Basel Area.

### 5.3 Zwischenfazit

In Bezug auf die Entwicklung der Ansiedlungen in der Region Basel kann folgendes festgehalten werden:

- In der Evaluationsperiode 2018 bis 2021 haben sich insgesamt 128 Unternehmen in der Region Basel angesiedelt. Damit wurden rund 500 Arbeitsplätze neu geschaffen.
- Die durchschnittliche Grösse eines angesiedelten Unternehmens beträgt rund 4 Arbeitsplätze und entspricht damit der Unternehmensgrösse aus der letzten Evaluation.
- Die meisten Neuansiedlungen sind mit einem Anteil von zwei Dritteln im Kanton Basel-Stadt zu verzeichnen. Nach wie vor dominieren Unternehmen aus der Life-Science-Branche, wobei der Anteil dieser Branche an den gesamten Ansiedlungen von gut 70 Prozent auf 60 Prozent gesunken ist.
- Im Gegensatz zur letzten Evaluation hat die USA ihre dominante Stellung als Ursprungsland von ansiedlungswilligen Unternehmen verloren. In den letzten Jahren wurde die Schweiz, aber auch Deutschland und Frankreich wichtiger.

## 6 Schlussfolgerungen

### 6.1 Ergebnisse der Evaluation «Standortpromotion»

Die Ergebnisse der Evaluation können wie folgt zusammengefasst werden:

#### Umsetzung der Empfehlung der letzten Evaluation

In der Evaluation der Standortpromotion wurden drei Empfehlungen abgeleitet. Diese Empfehlungen hat Basel Area in den letzten Jahren umgesetzt respektive daran gearbeitet. Im Konkreten können wir folgendes in Bezug auf die Empfehlungen festhalten:

- Es wurde angeregt, einen flexiblen Leistungsauftrag zu formulieren, der die komplementären Stärken der drei Kantone berücksichtigt. Seit der vergangenen Evaluation hat jeder der drei Kantone einen Leistungsauftrag erstellt, der zwischen den Kantonen harmonisiert wurde. Im Rahmen des Leistungsauftrages wird zum Beispiel vertraglich geregelt, dass die Trägerschaft mindestens zweimal während der Laufzeit des Vertrages die Strategie von Basel Area mit dem Ziel überprüft, die Stärken der Region Basel und ihrer Teilregionen herauszuarbeiten und eine darauf ausgerichtete Umsetzungsstrategie zu erarbeiten. Zudem pflegen die Kantone den regelmässigen Kontakt mit Basel Area und erarbeiten so laufend ein zunehmend harmonisiertes Verständnis zur Standortpromotion.
- Es wurde angeregt, vor dem Hintergrund der sich ändernden Rahmenbedingungen beispielsweise im Steuerbereich eine gemeinsame Strategiediskussion im Vorstand zu führen. Seit der Evaluation wurden mehrere Workshops im Rahmen des Vorstands zum Thema der strategischen Ausrichtung geführt. Die Umsetzung der Empfehlung hat auch Eingang in die Leistungsvereinbarungen zwischen den Trägerkantonen und Basel Area gefunden, indem mindestens zwei Mal während der Vertragslaufzeit eine entsprechende strategische Diskussion im Vorstand zu führen ist. Der Vorstand wurde überdies inzwischen auch erweitert. Es sind nun auch die Handelskammern der drei Kantone darin vertreten. Diese Erweiterung

war wichtig, damit das Gewicht der globalen Optik im Gegensatz zur branchenspezifischen Optik an Bedeutung gewinnen konnte.

- Es wurde angeregt, dass die verschiedenen in Ansiedlungen involvierten kantonalen Akteure stärker im Hinblick auf die «Verkaufskompetenz» sensibilisiert werden. Im Rahmen der Expertengespräche bestätigen die Kantonsvertreter und die Geschäftsleitung von Basel Area Business & Innovation, dass inzwischen das Kundenverständnis bei den kantonalen Verwaltungen gewachsen ist. Es gibt vermehrt auch «runde Tische», an denen konstruktive Lösungen gesucht werden. Für Basel Area ist vor allem die gute Zusammenarbeit mit den Steuerbehörden zu erwähnen. Für die kantonalen Wirtschaftsförderungen sind es primär die Baubehörden und die für Wirtschaft und Arbeit (AWA) zuständigen Behörden. Bei allen Verwaltungen, die in die Arbeit von Basel Area involviert sind (z. B. auch Bildungsdirektionen) sind die Sensibilität und das Verständnis für deren Arbeit grösser als bspw. bei Politikern, die nicht direkt mit dieser Arbeit vertraut sind.

### **Schlussfolgerungen in Bezug auf die Organisation und Prozesse**

Die Standortpromotion bzw. Investment Promotion von Basel Area folgt einer klar strukturierten Wertschöpfung, die die verschiedenen Prozesse und Subprozesse von der Promotion des Standortes bis zur effektiven Ansiedlung regelt. Die Wertschöpfung der Standortpromotion erfolgt der Reihe nach in den drei Prozessschritten

- Promotion des Standorts,
- Identifikation von «Leads» und Kontaktaufnahme sowie
- persönliche Beratung und Unterstützung bei der konkreten Ansiedlung.

Dabei besteht zwischen den kantonalen Wirtschaftsförderungen und Basel Area eine klare Arbeitsteilung. Im Vergleich zu anderen regionalen Standortpromotionen in der Schweiz erfolgt die Übergabe der Betreuung von Ansiedlungen an den Kanton erst später. Im Vergleich zu anderen Regionen wird die persönliche Beratung und die Unterstützung bei der konkreten Ansiedlung noch weitreichend durch Basel Area und noch nicht durch den jeweiligen Kanton durchgeführt.

Die persönliche Vertretung im Ausland ist bei Basel Area im Vergleich mit anderen regionalen Standortpromotionen der Schweiz einsatzbezogen weniger gut dotiert. Dies bedeutet, dass Basel Area im Vergleich zu diesen Organisationen die Wertschöpfungsprozesse der Standortpromotion einerseits mit vergleichsweise weniger Personal und andererseits mit Blick auf die betreuten Prozesse umfassender abdeckt. Dank der klaren Prozesse der Standortpromotion und der Aktivitäten im Bereich Innovationsförderung konnten im Übrigen auch die Herausforderungen während der «Corona-Jahre» gut gemeistert werden.

Schliesslich sei an dieser Stelle auch auf die Konfliktpotentiale aufgrund der grundsätzlichen Organisation zwischen der kantonsübergreifenden Basel Area und den kantonspezifischen Wirtschaftsförderungen eingegangen. Aufgrund der erfolgreichen Arbeit von Basel Area und der aktuellen personellen Besetzung der Vertreter der Trägerkantone hat sich eine entsprechend vertrauensvolle Zusammenarbeit ergeben. Sollte sich jedoch die personelle Zusammensetzung ändern, oder sich eine weniger erfolgreiche Phase von Basel Area einstellen, stellt sich die Frage, inwieweit die aktuelle Organisation entsprechend «krisenresistent» ist.

## Schlussfolgerungen in Bezug auf das Zusammenspiel Innovationsförderung und Standortpromotion

Die basierend auf der Evaluation 2019 angeregten Strategiediskussionen dürften die Zusammenarbeit zwischen den Regionen untereinander und die Standortpromotion von Basel Area befruchtet haben. Auch hat Basel Area die Entwicklungsarbeiten für die gemeinsame Vermarktung des Standorts durch Innovationförderung und Standortpromotion erfolgreich fortgesetzt.

Zur Steigerung der Wertschöpfung in der Region arbeitet Basel Area mit zwei unterschiedlichen Standbeinen. Zum einen ist sie mit der klassischen Standortpromotion unterwegs, mit deren Hilfe Startups und auch etablierte Unternehmen angesiedelt werden. Zum anderen sind es Akzeleratoren-Projekte, bei denen die Innovationsförderung eine zentrale Rolle spielt. Die Innovationsparks, deren Geschäftsleitung ebenfalls von Basel Area wahrgenommen wird, können für die Standortpromotion und die Innovationsförderung eine Scharnierfunktion wahrnehmen. In dem Masse, wie die Akzeleratoren-Projekte in den Parks die gleichen Zielbranchen und -märkte wie die Standortpromotion anstreben, würden sie als Marketing-Instrument dienen, von dem die Standortpromotion direkt profitieren könnte.

Unternehmen und Organisationen sind laufend auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, wie sie innovativer sein können, ihren Betrieb und Prozesse umgestalten und letztlich ihren Kunden und Stakeholdern besser dienen können. Dabei orientieren sie sich zunehmend an sog. Ökosystemen. Ökosysteme verstehen sich als Gemeinschaften von Startups und Unternehmen unterschiedlicher Grösse und Ausrichtung, Forschungszentren und Universitäten, Investoren, Berater, Regulatoren etc. Ihr Wert steigt durch regionale Spill-over-Effekte, gemeinsame Ressourcennutzung, Geschäftsmodelle und weitere Akteure überproportional an.

Von drei der fünf durch Switzerland Global Enterprise geplanten Ökosystemen profitiert auch die Basel Area. Es sind die Ökosysteme Life Sciences, Future of Food / FoodTech sowie Industrie 4.0. Durch den nationalen Ökosystemfokus wird allerdings auch der Standortwettbewerb innerhalb der Schweiz intensiver. Basel Area ist somit gehalten, im Rahmen der Suche nach Pendent-Ökosystemen im Ausland fokussierter aktiv zu sein und ihre Ressourcen mehr als bisher zu bündeln.

## Schlussfolgerungen in Bezug auf die Ansiedlungserfolge

Ein wesentlicher Bestandteil bei der Evaluation einer Organisation, die über Standortpromotion Unternehmensansiedlungen bezweckt, ist der mit der Tätigkeit verbundene Leistungsausweis. Betrachtet man die Ansiedlungen pro Jahr, so konnten in der Evaluationsperiode 2018 bis 2021 in etwa gleich viele Unternehmen in die Region Basel geholt werden, wie in der vorangehenden ersten Periode der Geschäftstätigkeit von Basel Area. Pro Jahr sind dies gut 30 Unternehmen. Über die gesamte betrachtete Periode 2018 bis 2021 geht es somit um 128 Unternehmen. Damit verbunden waren rund 500 neu entstandene Arbeitsplätze. Die durchschnittliche Grösse eines angesiedelten Unternehmens beträgt rund 4 Arbeitsplätze und entspricht damit der Unternehmensgrösse aus der letzten Evaluation.

Die meisten Neuansiedlungen sind mit einem Anteil von zwei Dritteln im Kanton Basel-Stadt zu verzeichnen. Nach wie vor dominieren Unternehmen aus der Life-Sciences-Branche, wobei der Anteil dieser Branche an den gesamten Ansiedlungen von gut 70 Prozent auf 60 Prozent gesunken ist. Im Gegensatz zur letzten Evaluation hat die USA ihre dominante Stellung als Ursprungsland von ansiedlungswilligen Unternehmen verloren. In den letzten Jahren wurde die Schweiz aber

auch Deutschland und Frankreich wichtiger. Besonders bemerkenswert ist, dass die Neuansiedlungen trotz der beiden «Corona-Jahre» 2020 und 2021 nicht eingebrochen sind. Offen bleibt zurzeit noch die Frage, ob aufgrund der in der Regel längeren Vorlaufzeit einer Ansiedlung negative Effekte dieser aussergewöhnlichen Situation zeitverzögert eintreten werden.

## 6.2 Evaluationsbasierte Empfehlungen

Basierend auf der durchgeführten Evaluation sehen wir Handlungsbedarf in drei Themenfeldern. Es sind dies der Bedarf nach einem langfristigen Ansiedlungsmonitoring von Basel Area, sodann die weitere **Stärkung der Synergien zwischen Innovationsförderung und Standortpromotion** sowie schliesslich die Herausforderung des **Managements der Ökosysteme**. Basierend auf diesem dreifachen Fokus leiten wir entsprechende Empfehlungen zu Handen der Trägerkantone von Basel Area ab.

### 6.2.1 Aufbau eines Monitoring-Systems

Die vorliegende Evaluation besteht im Kern auf einer Ex-post-Betrachtung des Erfolgs der Standortpromotion bzw. der Investment Promotion von Basel Area, sprich: der durch die Aktivitäten der Standortpromotion erwirkten Ansiedlungen und geschaffenen Arbeitsplätze. Wie oben erwähnt, handelt es sich pro Periode um eine Grössenordnung von etwas über 30 Neuansiedlungen und im Durchschnitt um rund 4 Arbeitsplätze pro Ansiedlung.

Aufgrund der Polynomics vorliegenden Informationen ist es jedoch nicht möglich, die Nachhaltigkeit dieser Ansiedlungen insbesondere seit Beginn der Standortpromotions-Aktivitäten von Basel Area nachzuzeichnen. Es ist uns nicht bekannt, wie sich die angesiedelten Unternehmen seither entwickelt haben, oder wie viele der durch die Arbeit von Basel Area ausgelösten Ansiedlungen heute noch bestehen. Mit anderen Worten besagt unsere Evaluation, zumindest was unsere quantitativen Auswertungen betrifft, lediglich etwas über die direkten Erfolge der Standortpromotion aus. Die indirekten und darüberhinausgehenden ökosystem-relevanten Wirkungen, die auf Arbeiten von Basel Area zurückgeführt werden können, sind nicht bekannt.

Wir regen daher an, nicht nur Ansiedlungen zu erfassen, sondern insbesondere die Entwicklung der durch Basel Area angesiedelten Unternehmen zu beobachten. Nur auf diese Weise ist es letztlich möglich, den langfristigen Erfolg von Basel Area in Bezug auf Arbeitsplätze, Umsatz und Steuern zu verfolgen.

Ein entsprechendes Monitoring der Entwicklung der bisherigen Ansiedlungserfolge von Basel Area würde Hinweise für die kantonale Verwaltung geben, ob der Umgang mit den Neuansiedlungen «nachhaltig» ist. Insbesondere könnte ein Monitoring Hinweise auf den langfristigen Leistungsausweis von Basel Area mit Blick auf die Entwicklung der Ökosysteme liefern (vgl. dazu auch Empfehlung unter Abschnitt 6.2.3).

Wir empfehlen im Grundsatz zu prüfen, mit welchem Fokus das Monitoring in Zukunft arbeiten sollte: Ist es nach wie vor der Ansiedlungserfolg bezogen auf die Periode, oder sollte das Monitoring insbesondere die Entwicklung der angesiedelten Unternehmen sowie darüber hinaus auch die Beobachtung ökosystemrelevanter Faktoren beinhalten?

### 6.2.2 Stärkung der Synergien zwischen Innovationsförderung und Standortpromotion

Aus der Evaluation geht hervor, wie die Nutzung von Synergien zwischen der Innovationförderung und der Standortpromotion beide Bereiche befruchtet. Allerdings besteht weiteres Potenzial zur Optimierung dieser Zusammenarbeit sowie der vertikalen Vernetzung mit den Kantonen.

Folgende Anregungen sind als Beispiele zu verstehen, wie mit Blick auf die Stärkung der Synergien zwischen der Innovationförderung und der Standortpromotion vorgegangen werden könnte.

- Einerseits könnten mit Blick auf die Ökosysteme gemeinsame und kantonsübergreifende Teams geschaffen werden. Diese könnten sich institutionalisiert austauschen und auf diese Weise stärker auf konkrete Trends und Fragestellungen eingehen.
- Andererseits könnten die technischen Hilfsmittel für die Zusammenarbeit optimiert werden (z. B. gemeinsam nutzbare Plattform). Auf diese Weise könnten Basel Area und die Trägerkantone einfacher kommunizieren und gegen aussen «mit einer Stimme» auftreten.

In Anlehnung an eine Anregung aus den Expertengesprächen regen wir darüber hinaus zu prüfen an, inwieweit die Akzeleratoren zugleich die Kerntreiber der Standortpromotion sein sollten. Für diesen Fall würde es sich anbieten, dass die Aktivitäten in den Akzeleratoren-Projekten mit den Zielbranchen und -märkten abgestimmt werden, die die Standortpromotion bereits anvisiert.

Schliesslich ist aus unserer Sicht wichtig, dass auch die Zusammenarbeit respektive die Schnittstellen zwischen der kantonsübergreifenden Basel Area und den kantonalen Wirtschaftsförderungen im Hinblick auf sich verändernde Umfeldbedingungen wie beispielsweise die geplante Einführung der OECD-Mindeststeuer oder im Hinblick auf eine sich ändernde personelle Zusammensetzung seitens der Trägerkantone kritisch hinterfragt und optimiert werden.

### 6.2.3 Aktives Management der relevanten «Ökosysteme»

Durch das Ziel, den führenden Industrien mit verschiedenen Initiativen zu Wachstum zu verhelfen, baut Basel Area bereits effizient an Ökosystemen bestehend aus Gesundheitsbranche, Life Sciences und Produktionstechnologien. Dies bedeutet, dass drei der schweizweit durch Switzerland Global Enterprise (S-GE) anvisierten fünf Ökosysteme zugleich auch Ökosysteme von Basel Area sind. Damit nimmt der Wettbewerb zwischen den regionalen Standortpromotionen in der Schweiz zu und es gilt für Basel Area, auf diese neue Herausforderung zu antworten. Wir empfehlen auf diesem Hintergrund

- einerseits, dass die Standortpromotion von Basel Area im Ökosystem-Kontext eine vergleichsweise noch engere Abstimmung mit den kantonalen Wirtschaftsförderungen umsetzt, also zwischen den Trägerkantonen und Basel Area, die mit ihren Akzeleratoren und Initiativen bereits zunehmend ökosystem-kompatibel unterwegs ist.
- andererseits, dass Basel Area eine summarische Kosten-Nutzen-Analyse der Arbeiten der bisherigen Repräsentanten vornimmt. Dabei stehen zwei Fragen im Vordergrund. Erstens: Inwieweit sind die Repräsentanten bereits in Pendent-Ökosystemen tätig (Korrekturbedarf)? Zweitens: Ist Basel Area in den Pendent-Ökosystemen mit den optimalen Ressourcen vertreten (Experten-Knowhow, zeitliche Verfügbarkeit der Repräsentanten)?

## 7 Anhang

### 7.1 Leistungsauftrag von Basel Area

Grundlage für die Aktivität von Basel Area bilden die Statuten von 2015 (Art. 2):

<sup>1</sup> *Der Verein bezweckt die gemeinsame Innovationsförderung und Standortpromotion in der Nordwestschweiz.*

<sup>2</sup> *Er hat das Ziel, einen Beitrag zu einem nachhaltigen und qualitativen Wachstum der Wertschöpfung zu leisten durch:*

- a) *die Förderung von Innovationsprojekten in Unternehmen und die Unterstützung von Neugründungen in innovativen und wertschöpfungsstarken Branchen;*
- b) *die Förderung der Vernetzung von Unternehmen sowie die Verbesserung des Wissens- und Technologietransfers (WTI) zwischen Unternehmen und Forschungsinstitutionen;*
- c) *die Förderung eines attraktiven Innovationsklimas in der Region;*
- d) *die Promotion des Wirtschaftsstandorts im In- und Ausland;*
- e) *die Akquisition auswärtiger Unternehmen und deren Betreuung bis zum Ansiedlungsentcheid sowie allfällige weiterführende Unterstützungen in Zusammenarbeit mit den Kantonen. Wo sinnvoll können die Kantone auch vor dem Ansiedlungsentcheid bei der Akquisition einbezogen werden*
- f) *die Immobilienvermittlung in Zusammenarbeit mit den Kantonen;*
- g) *die Förderung der Markterschliessung im Ausland;*
- h) *Die Erfassung von Kundenrückmeldungen zur Qualität der Standortfaktoren und Rahmenbedingungen in der Region und Weitergabe dieser Informationen an die Mitglieder des Vereins.*

*Der Verein arbeitet eng mit den kantonalen Innovations-, Wirtschafts-, oder Standortförderungsorganisationen zusammen. Der Verein kann für spezifische Aufgaben auch Aufträge an kantonale Innovations-, Wirtschafts-, oder Standortförderungsorganisationen geben. Wo nötig oder sinnvoll, arbeitet der Verein zudem mit anderen nationalen, regionalen oder im grenznahen Ausland ansässigen Innovations-, Wirtschafts-, oder Standortförderungsorganisationen zusammen und bietet Kooperationsplattformen für Aktivitäten mit gleicher oder ähnlicher Ausrichtung an.*

### 7.2 Verwendetes Material und Expertengespräche

Die Durchführung der Evaluation der Standortpromotion von Basel Area Business & Innovation stützte sich in der zur Verfügung stehenden knappen Zeit und unter Berücksichtigung der zur Verfügung stehenden Mitteln zum einen auf verschiedene externe und interne Unterlagen. Zum anderen wurden mit verschiedenen Akteuren Expertengespräche durchgeführt.

#### Materialien

- Basel Area Business & Innovation:
  - Budget 2022 und 2023;
  - Diverse Auswertungen zu den Ansiedlungen in den Jahren 2018, 2019, 2020 und 2021;
  - Jahresabschluss 2018, 2019, 2020 und 2021;
  - Revisionsberichte 2019, 2020 und 2021;
  - Vereinsstatuten und diverse Gründungsdokumente;

- Vertragliche Vereinbarungen mit den Trägerkantonen
  - Vertrag betreffend Ausrichtung einer Finanzhilfe in Form eines Betriebsbeitrages. Öffentlich-rechtlicher Vertrag zwischen dem Kanton Basel-Stadt und dem Verein, BaselArea;
  - Leistungsvereinbarung betreffend Ausgabenbewilligung für die Entrichtung von Betriebskostenbeiträgen an den Verein Basel Area, öffentlich-rechtlicher Vertrag zwischen dem Kanton Basel-Landschaft und dem Verein «BaselArea»;
  - Contrat de prestations entre la République et Canton de Jura et l'association BaselArea concernant le fonctionnement du Système d'innovation régional Bâle-Jura.
- BAK (2021), Startup-Ökosystem in der Schweiz: Schnellere Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse in der Wirtschaft, Studie im Auftrag des SBFI, <https://www.sbf.admin.ch/sbf/de/home/dienstleistungen/publikationen/publikationsdatenbank/bak-startup.html>, Basel.
- Basel-Landschaft (2018), Vorlage an den Landrat Ausgabenbewilligung für die Entrichtung von Betriebskostenbeiträgen an den Verein Basel Area für die Periode 2020 bis 2023, Partnerschaftliches Geschäft 2019/455, 25. Juni 2019.
- Ernst & Young (2022), Ansiedlungserfolg der Greater Zurich Area AG im Zeitraum 2018-2021 sowie 2009-2021, Evaluation im Auftrag der Greater Zurich Area AG, Zürich;
- Müller-Stewens, G. und Stonig, J. (2019), Unternehmens-Ökosysteme und Plattformen: Auf dem Weg zu einem geteilten Verständnis, in: Die Unternehmung, 73/4, 374-380.
- Porter, M. E. (1990), The Competitive Advantage of Nations, in: Harvard Business Review, March-April, <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>.
- Sinniah, T. (2023), Attract and Accomodate Global Employees in the Region of Basel, on behalf of Kanton Basel-Landschaft und BLKB, Magniti GmbH, Basel (unveröff.).
- Switzerland Global Enterprise (2022), Analysis of Ecosystems, Full Version / Short Version, April, Zürich.
- Switzerland Global Enterprises (2022), Investment Summit 2022, Zürich.
- Theodoraki, C. and Catanzaro, A. (2021), Widening the borders of entrepreneurial ecosystem through the international lens, in: The Journal of Technology Transfer, published online: 23 February 2021.
- Vaterlaus, S., P. Zenhäusern, und D. Meyer (2019). Evaluation BaselArea.Swiss, Bereichsbeurteilung «Standortpromotion» zur Leistungsperiode 2016 bis 2019, Bericht im Auftrag der Standortförderung Basel-Landschaft, in Vertretung der Standortförderungen Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Jura, Polynomics, Olten.

### Expertengespräche

Im Rahmen der Evaluation konnten wir mit verschiedenen Akteuren Expertengespräche durchführen. Konkret fanden Gespräche mit folgenden Personen statt (alphabetische Reihenfolge):

- Paul Eschmann, Head of International Markets and Business Affairs, Basel Area Business and Innovation;

- Samuel Hess, Leiter Bereich Wirtschaft, Amt für Wirtschaft und Arbeit, Kanton Basel-Stadt;
- Dr. Christof Klöpfer, CEO, Basel Area Business and Innovation;
- Thomas Kübler, Leiter Standortförderung Baselland, Kanton Basel-Landschaft;
- Claude-Henri Schaller, Chef du Service de l'économie et de l'emploi, Canton du Jura.

### 7.3 Ausgewählte Ergebnisse der Ansiedlungen

**Tabelle 5      Ansiedlungen im Kanton Basel-Landschaft**

Total Unternehmen	2018	2019	2020	2021	Total
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>36</b>
BaselArea	8	10	5	7	30
S-GE		1	3	1	5
Kantonale Behörde				1	1
Andere					
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>36</b>
Life Sciences	5	9	6	5	25
ICT					
Digital Health				1	1
Chemical industry				1	1
Consulting / Services					
Food Industry	2				2
Logistic		1			1
Production Technologies			1	1	2
Andere	1	1	1	1	4
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>36</b>
CH	2	1	4	3	10
USA	1	1			2
D	2	3		1	6
F	1	1	1	2	5
China				1	1
EU Rest	2	4		2	8
Andere		1	3		4

*In der Tabelle sind die Ansiedlungen für den Kanton Basel-Landschaft für die Jahre 2018 bis 2021 nach diversen Kriterien aufgeschlüsselt abgetragen.*

Quelle: Datengrundlage Basel Area. Aufbereitung Polynomics.

**Tabelle 6      Ansiedlungen im Kanton Basel-Stadt**

Total Unternehmen	2018	2019	2020	2021	Total
<b>Total</b>	22	17	18	27	84
BaselArea	14	15	11	22	62
S-GE	2	2	5	4	13
Kantonale Behörde	1		2	1	4
Andere	5				5
<b>Total</b>	22	17	18	27	84
Life Sciences	9	11	12	15	47
ICT	4		2	3	9
Digital Health	1	3		3	7
Chemical Industry	4		1		5
Consulting / Services		1	1	2	4
Food Industry		1	1	1	3
Logistic	1			1	2
Production Technologies	1			1	2
Andere	2	1	1	1	5
<b>Total</b>	22	17	18	27	84
CH	3	2	1	5	11
USA	6	7	3	4	20
D	7		4	1	12
F				2	2
China	3		5	1	9
EU Rest	2	3	4	9	18
Andere	1	5	1	5	12

*In der Tabelle sind die Ansiedlungen für den Kanton Basel-Stadt für die Jahre 2018 bis 2021 nach diversen Kriterien aufgeschlüsselt abgetragen.*

Quelle: Datengrundlage Basel Area. Aufbereitung Polynomics.

**Tabelle 7      Ansiedlungen im Kanton Jura**

Total Unternehmen	2018	2019	2020	2021	Total
<b>Total</b>	3	1	1	3	8
BaselArea	3		1	1	5
S-GE					0
Kantonale Behörde		1		2	3
Andere					0
<b>Total</b>	3	1	1	3	8
Life Sciences	1			1	2
ICT	1		1		2
Digital Health					0
Chemical Industry					0
Consulting / Services					0
Food Industry					0
Logistic					0
Production Technologies					0
Andere	1	1		2	4
<b>Total</b>	3	1	1	3	8
CH	1			1	2
USA				1	1
D					0
F	2	1	1	1	5
China					0
EU Rest					0
Andere					0

*In der Tabelle sind die Ansiedlungen für den Kanton Jura für die Jahre 2018 bis 2021 nach diversen Kriterien aufgeschlüsselt abgetragen.*

Quelle: Datengrundlage Basel Area. Aufbereitung Polynomics.

**Tabelle 8      Ansiedlungen im in der gesamten Region Basel**

Total Unternehmen	2018	2019	2020	2021	Total
<b>Total</b>	33	29	27	39	128
BaselArea	25	25	17	30	97
S-GE	2	3	8	5	18
Kantonale Behörde	1	1	2	4	8
Andere	5	0	0	0	5
<b>Total</b>	33	29	27	39	128
Life Sciences	15	20	18	21	74
ICT	5	0	3	3	11
Digital Health	1	3	0	4	8
Chemical Industry	4	0	1	1	6
Consulting / Services	0	1	1	2	4
Food Industry	2	1	1	1	5
Logistic	1	1	0	1	3
Production Technologies	1	0	1	2	4
Andere	4	3	2	4	13
<b>Total</b>	33	29	27	39	128
CH	6	3	5	9	23
USA	7	8	3	5	23
D	9	3	4	2	18
F	3	2	2	5	12
China	3	0	5	2	10
EU Rest	4	7	4	11	26
Andere	1	6	4	5	16

*In der Tabelle sind die Ansiedlungen in der gesamten Region Basel für die Jahre 2018 bis 2021 nach diversen Kriterien aufgeschlüsselt abgetragen.*

Quelle: Datengrundlage Basel Area. Aufbereitung Polynomics.

Polynomics AG  
Baslerstrasse 44  
CH-4600 Olten

[www.polynomics.ch](http://www.polynomics.ch)  
[polynomics@polynomics.ch](mailto:polynomics@polynomics.ch)

Telefon +41 62 205 15 70