

# Mitgliedererhebung 2022

14.03.2022

## **Inhaltsverzeichnis**

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	2
<i>1. Zusammenfassung</i>	3
<i>2. Resultate der Mitgliedererhebung</i>	5
2.1 Weiterempfehlungsbereitschaft und Verbleibeabsicht	5
2.2 Net Promoter Score	8
2.3 Zufriedenheit	9
<i>3. Resultate der Nicht-Mitgliedererhebung</i>	12
3.1 Marktpotential	12
3.2 Offenheit für Mitgliedschaft	13
3.3 Interessen der Nicht-Mitglieder	15
<i>4. Anhang</i>	17
4.1 Fragenkatalog Mitglieder-Erhebung	17
4.2 Fragenkatalog Nicht-Mitglieder-Erhebung	18

## 1. Zusammenfassung

Resultate der Mitglieder- und Nichtmitgliederumfrage

### **Grundsätzlich positives Feedback mit gezieltem Verbesserungspotenzial**

**Die Mitglieder stellen dem SBV ein insgesamt positives Zeugnis aus und empfehlen eine Mitgliedschaft beim SBV grossmehrheitlich weiter. Sie heben über die verschiedenen Dienstleistungen aber auch Verbesserungspotenzial hervor. Der SBV ist durchaus interessant für neue Mitglieder. Vor allem kleinere Unternehmen sind heute noch nicht Mitglied des SBV. Das zeigt die im Herbst durchgeführte Umfrage mit Mitgliedern und Nichtmitgliedfirmen des Bauhauptgewerbes.**

Der SBV hat im Herbst 2021 eine Online-Erhebung unter seinen Mitgliedfirmen sowie unter Nicht-Mitgliedern des Bauhauptgewerbes durchgeführt. Die Umfrage soll dem SBV Erkenntnisse über die Zufriedenheit und die Relevanz seiner Leistungen liefern. Die Mission des SBV ist es, den Mitgliedfirmen einen wahrnehmbaren Mehrwert zu liefern. Dies beinhaltet, nachhaltig Nutzen zu planen, zu entwickeln, zu vermitteln und dann auch zu liefern.

Insgesamt sind die Mitgliedunternehmen den Leistungen des SBV gegenüber positiv eingestellt. Auf einer Skala von 1-5 erreicht die Gesamtzufriedenheit den Wert 3.61. Der Wert variiert zwischen den Kantonen zwischen 3.31 und 3.94 Punkten. In der Erhebung wurde explizit erwähnt, dass die Mitglieder ihre Einstellung gegenüber dem SBV und nicht gegenüber den Sektionen zum Ausdruck bringen sollen.

Die Mitgliedunternehmen empfehlen häufig eine Mitgliedschaft weiter. Auf einer Skala von 1-10 erteilen sie im Durchschnitt 7.65 Punkte. Umgekehrt gehen 85% der Mitglieder davon aus, dass sie selbst auch in den nächsten drei Jahren Mitglied beim SBV bleiben. Dieser Wert berücksichtigt ebenfalls die Planung des Unternehmens, beispielsweise ob es seine Geschäftstätigkeit auf absehbare Zeit einstellen wird.

Die Mitglieder schätzen die verschiedenen Dienstleistungen des SBV als sehr relevant für sich ein. Es gibt keine Angebote, die als unwichtig eingestuft und an den Bedürfnissen vorbeizielten würden. Die Resultate zeigen jedoch ebenfalls auf, wo die Erwartungen der Mitglieder noch nicht ganz erfüllt sind. So sind etwa die Wettbewerbsbedingungen, das politische Lobbying und das Branchenimage in den Augen der Mitglieder äusserst wichtig und bei ihnen sollte der SBV die Zufriedenheit steigern. Die Umfrage gibt Hinweise, welche Angebote der SBV verbessern und ausweiten sollte, um die Zufriedenheit seiner Mitglieder zu erhöhen und neue Baufirmen für sich zu gewinnen.

Im Bauhauptgewerbe gibt es rund 5'000 Unternehmen. Mehr als die Hälfte davon sind bereits Mitglied beim SBV. Das Mitgliedschaftspotenzial bei mittleren und grossen Firmen wird bereits gut ausgeschöpft. Potenzial gibt es noch bei kleinen Firmen.

Die Ergebnisse lassen erkennen, dass die Nicht-Mitglieder keine hohe Ablehnung per se gegenüber dem SBV aufweisen. Der SBV hat gute Chancen, auf offene Ohren zu stossen, um für eine Mitgliedschaft zu werben.

Nicht-Mitglieder betrachten über alle Unternehmensgrössen hinweg Kollektivleistungen wie die Nützlichkeit der Gesamtarbeitsverträge, das duale Bildungssystem, der Branchenzusammenhalt und das politische Lobbying als die wichtigsten Angebote. Je nach Betriebsgrösse und Region sind individuelle Angebote wie die technische Beratung, die Rechtsberatung und die Rechtsmerkblätter relevant.

Die Rücklaufquoten betragen 14% (Mitglieder) bzw. 7% (Nicht-Mitglieder) sind erfahrungsgemäss als «befriedigend» einzuordnen.

## 2. Resultate der Mitgliedererhebung

Der SBV hat im Herbst 2021 eine Online-Erhebung unter seinen Mitgliedfirmen sowie unter Nicht-Mitgliedern des Bauhauptgewerbes durchgeführt. Die Umfrage soll dem SBV Erkenntnisse über die Zufriedenheit und die Relevanz seiner Leistungen liefern. Die Mission des SBV ist es, den Mitgliedfirmen einen wahrnehmbaren Mehrwert zu liefern. Dies beinhaltet, nachhaltig Nutzen zu planen, zu entwickeln, zu vermitteln und dann auch zu liefern.

Im Bauhauptgewerbe gibt es rund 5'000 Unternehmen mit mindestens einem Angestellten, von denen etwas mehr als die Hälfte Mitglied beim SBV sind. Rund 110 Betriebe verlassen den SBV pro Jahr. Das entspricht einer Abwanderungsquote von 4.4%. Lediglich 20% von den 110 Betrieben kündigen ihre Mitgliedschaft. Die anderen 80% fusionieren, geben das Geschäft auf, gehen in Konkurs oder vollziehen eine Rechtsformänderung bzw. Umfirmierung. Die Gesamtzahl der SBV-Mitglieder ist leicht sinkend, da der SBV weniger Unternehmen neu rekrutiert als ihn verlassen.

Die Datengrundlage für die Ergebnisse ist eine im Herbst 2021 durchgeführte Online-Erhebung unter den Mitgliedfirmen und unter Nicht-Mitgliedern. Die Rücklaufquoten betragen 14% (Mitglieder) bzw. 7% (Nicht-Mitglieder) und sind erfahrungsgemäss als «befriedigend» einzuordnen.

Nachfolgend werden die Erkenntnisse der Umfrage bei den Mitgliedern und Nichtmitgliedern gegliedert nach den wichtigsten Parametern der Umfrage aufgezeigt.

### 2.1 Weiterempfehlungsbereitschaft und Verbleibeabsicht

Die Weiterempfehlungsbereitschaft wird mit der Frage «Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eine Mitgliedschaft beim SBV einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen würden?» erhoben und erfasst die Antworten der Unternehmer auf einer Skala von 1 bis 10, sehr unwahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich. Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist eine wichtige Grösse, denn ein Mitglied steht mit seinem Namen für die Empfehlung ein. Es wird die Mitgliedschaft nur mit ruhigem Gewissen weiterempfehlen, wenn es selbst davon überzeugt ist.

Auf Ebene Schweiz resultierte ein Ergebnis von 7.65 Punkten, was im Vergleich zu anderen Branchen und Verbänden als gut einzustufen ist. Abbildung 1 zeigt die Weiterempfehlungsbereitschaft je Kanton. In der Erhebung wurde explizit erwähnt, dass die Mitglieder ihre Einstellung gegenüber dem SBV und nicht gegenüber den Sektionen zum Ausdruck bringen sollen.



Abbildung 2: Weiterempfehlung und Absicht Verbleib, aufgeschlüsselt nach Kantonen

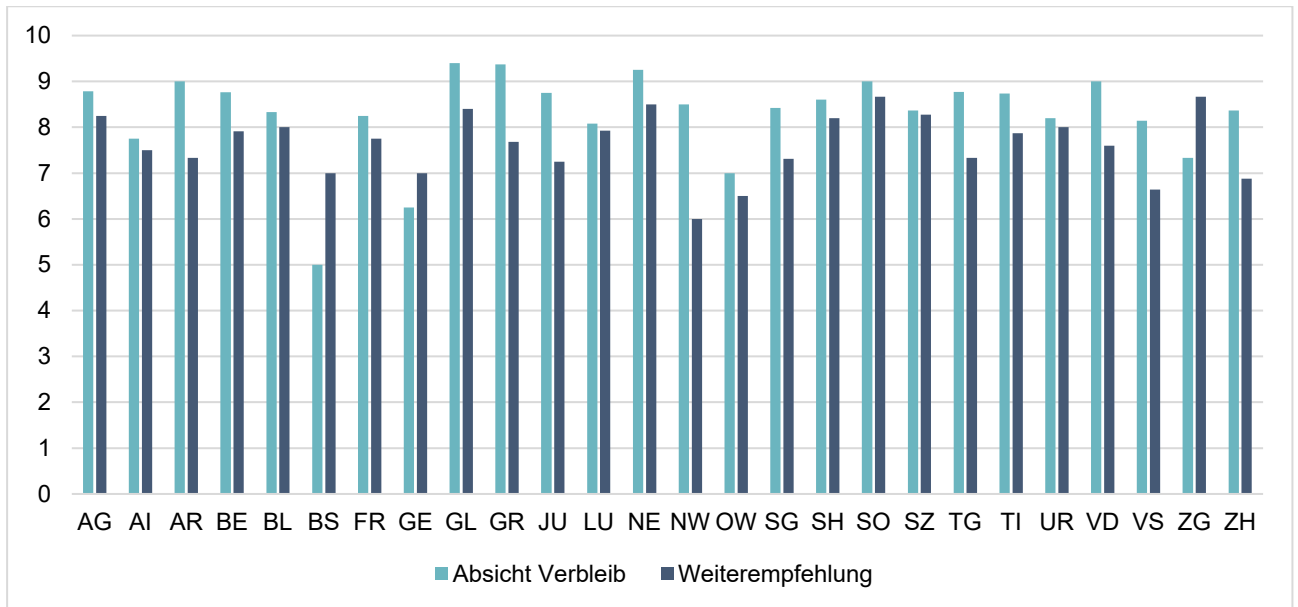
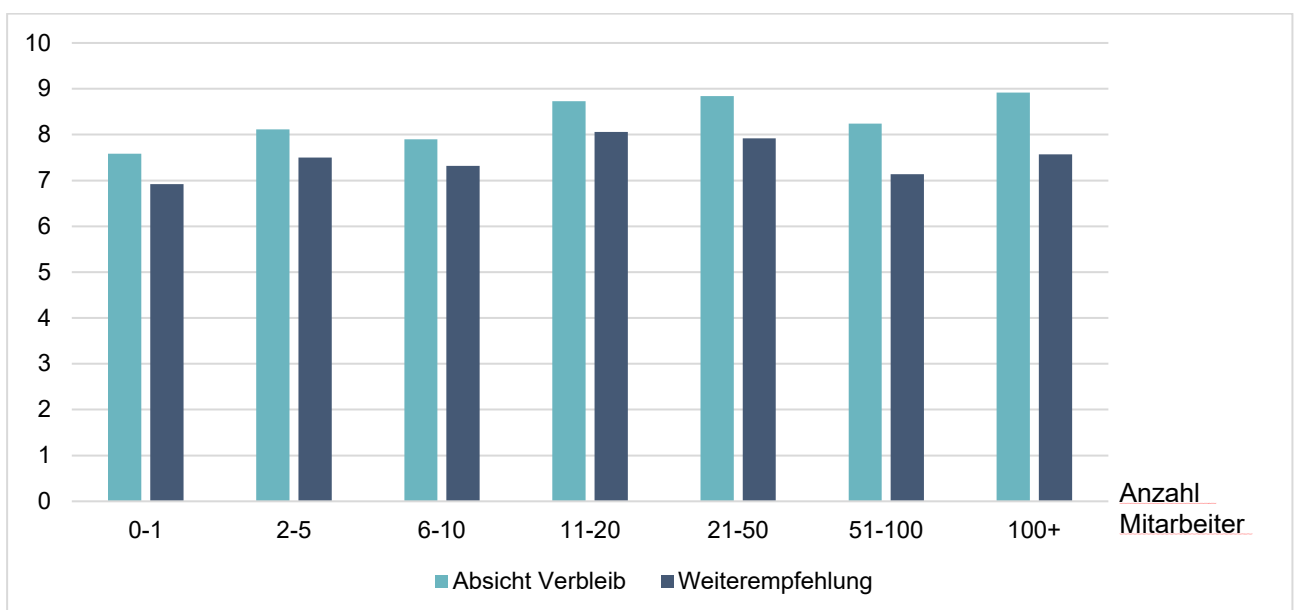


Abbildung 3 zeigt die Rückmeldungen der Unternehmer nach Betriebsgrösse. Im Vergleich zur kantonalen Streuung sind die Unterschiede nach der Betriebsgrösse deutlich weniger stark ausgeprägt. Am höchsten sind Weiterempfehlungsbereitschaft und Verbleibeabsicht bei Unternehmen mit 11-20, mit 20-50 und mit mehr als 100 Mitarbeitenden. Sehr kleine Betriebe und Unternehmen an der Schwelle zu Grossbetrieben weisen tendenziell etwas tiefere Werte aus (0-1, 2-5, 6-10, sowie 51-100 Mitarbeitende)

Abbildung 3: Weiterempfehlung und Absicht Verbleib, aufgeschlüsselt nach Unternehmensgrösse



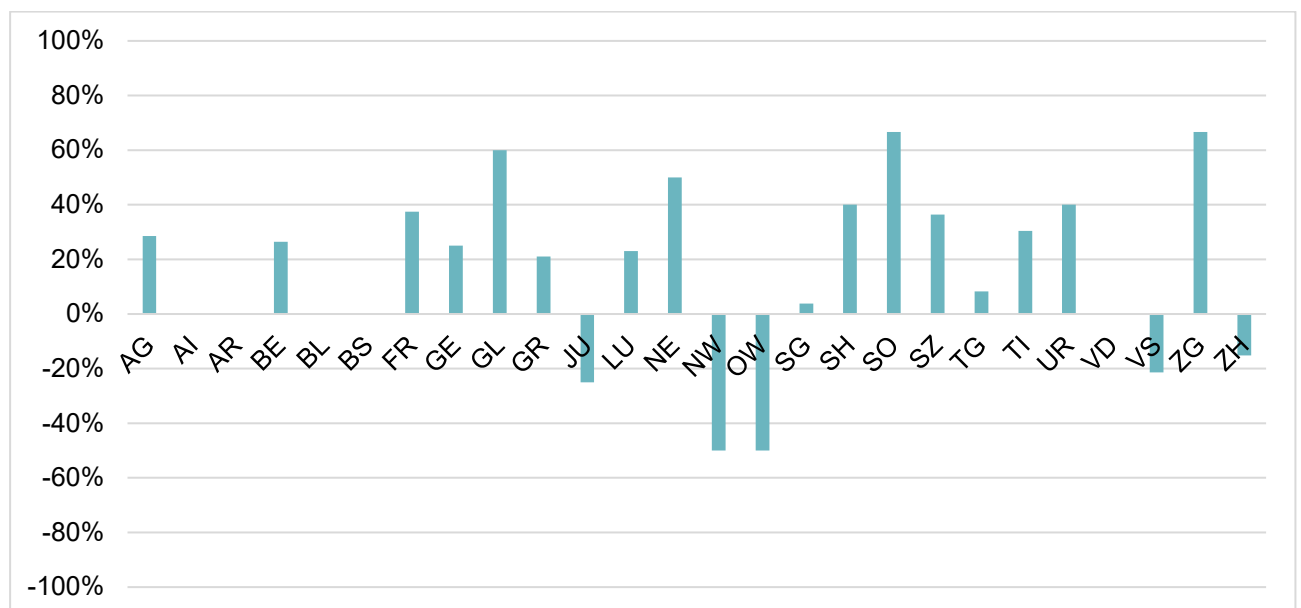
## 2.2 Net Promoter Score

Von der Weiterempfehlungsbereitschaft lässt sich ein etablierter und vergleichbarer Wert, der «Net Promoter Score NPS», ableiten. Der NPS ist ein gängiges Benchmarking-Instrument für die Kundenbindung, welches den Vergleich zwischen Branchen und Organisationen erlaubt. Im Gegensatz zum simplen Durchschnitt der Weiterempfehlungsbereitschaft berücksichtigt der NPS auch die Variation in den Antworten: Kritische Bewertungen werden stärker gewichtet als positive; mittlere Bewertungen bleiben unberücksichtigt. Die Skala reicht von -100 bis +100 Punkte. Positive Werte deuten auf eine deutliche, mehrheitliche Mitgliederbindung hin.

Der Net Promoter Score für den SBV beträgt auf Ebene Schweiz 16.2 Punkte. Dieser Net Promoter Score ist im Vergleich zu anderen Branchen und Verbänden ist als «gut» einzustufen. Werte ab 30 Punkten gelten als «sehr gut». Der SBV befindet sich in einer guten Ausgangslage, er kann sich aber realistischerweise noch verbessern.

Der Net Promoter Score gibt zudem Einblick, wie stark die Rückmeldungen innerhalb eines Kantons bzw. einer Unternehmensgrössenkategorie variieren: Der NPS erfasst in einem gewissen Sinne die Varianz innerhalb dieser Zellen, da er die Werte an den beiden Enden des Antwortspektrums für die Berechnung der Kennzahl verwendet. Die Resultate zeigen, dass die Variation im NPS stark durch regionale Charakteristika und weniger durch die Betriebsgrösse getrieben ist. Bezüglich der geographischen Ebene weisen die Kantone NW, OW, JU, VS und ZH negative Werte aus. Die Kantone ZG, SO; GL, NE, UR, SH und FR weisen die höchsten «Scores» aus.

Abbildung 4: Net Promoter Score, aufgeschlüsselt nach Kantonen



Im Gegensatz zur kantonalen Variation ist der NPS bei allen Betriebsgrössenkategorien positiv. Am höchsten ist er bei Unternehmen mit 11-20, 20-50, und mehr als 100 Mitarbeitenden. Sehr kleine Unternehmen und Unternehmen an der Schwelle zu Grossbetrieben weisen die niedrigsten Werte aus.



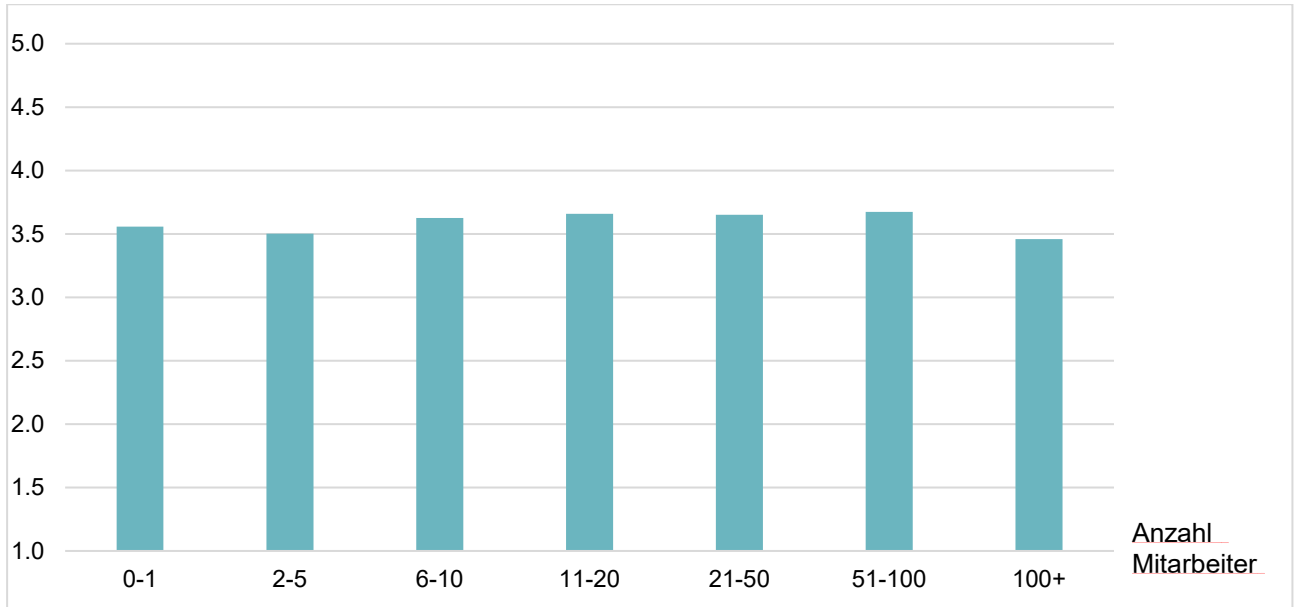
## 2.3 Zufriedenheit

Ob ein Mitglied beim SBV bleibt und ob es eine Mitgliedschaft Dritten weiterempfehlen würde, hängt entscheidend von seiner Zufriedenheit mit den Angeboten des SBV ab. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Gesamtzufriedenheit je Kanton. Die Gesamtzufriedenheit widerspiegelt die durchschnittliche Zufriedenheit über alle Produkte und Dienstleistungen des SBV hinweg.

Abbildung 5: Durchschnittliche Gesamtzufriedenheit mit Angeboten des SBV je Kanton

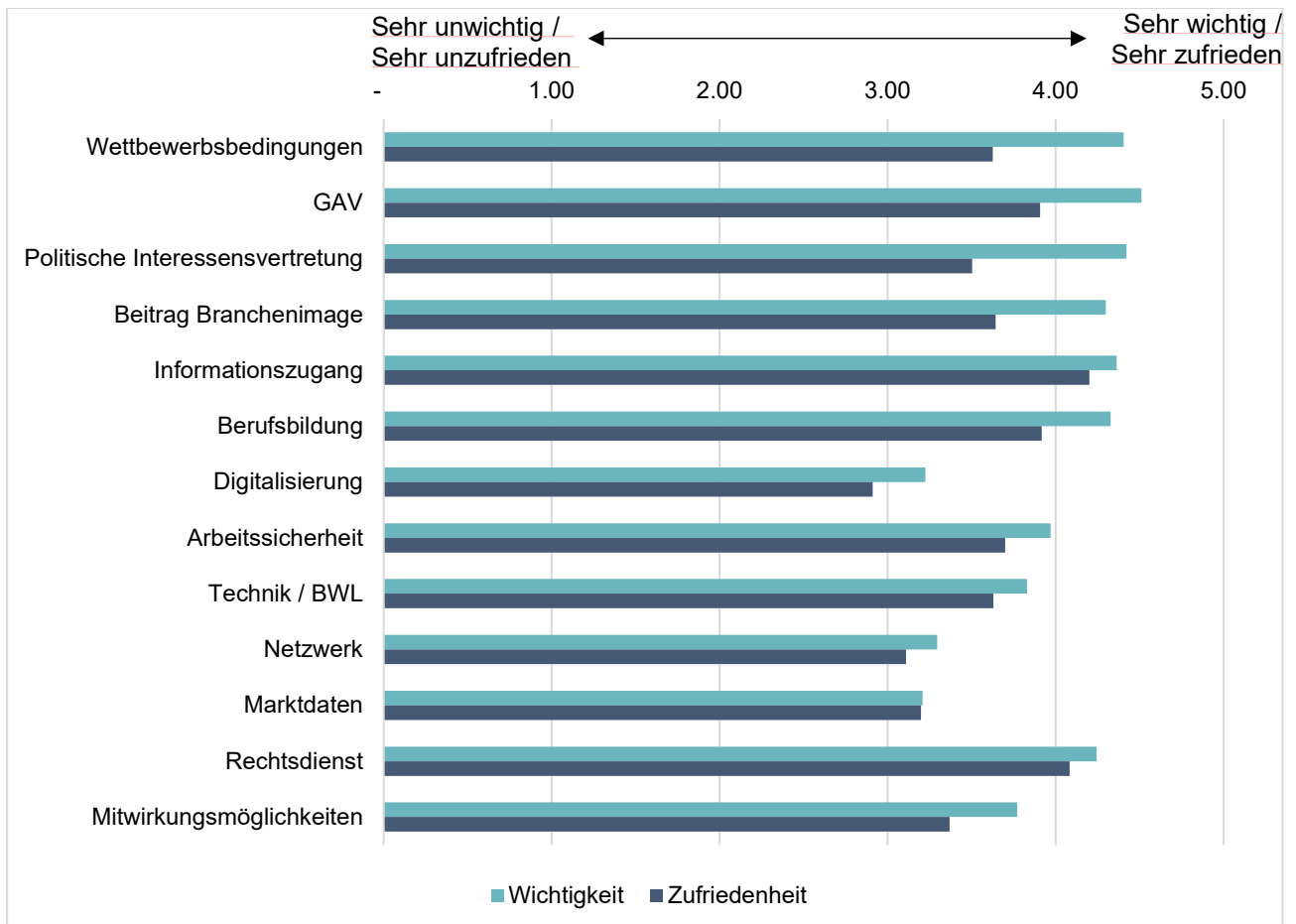


Abbildung 6: Gesamtzufriedenheit, aufgeschlüsselt nach Unternehmensgrösse



Der SBV bietet ein grosses Spektrum an Produkten und Dienstleistungen an. Die Mitglieder sollten anhand einer Skala von 1 bis 5 Punkten angeben, wie zufrieden sie mit den spezifischen Angeboten des SBV sind und für wie wichtig sie sie erachten. Die Wichtigkeit kann man auch als Erwartungshaltung interpretieren, wie zufriedenstellend ein Angebot sein sollte. Abbildung 7 zeigt die durchschnittlichen Bewertungen.

Abbildung 7: Durchschnittliche Zufriedenheit und Wichtigkeit mit SBV-Angeboten aus Sicht der Mitglieder



Jene Angebote, die als sehr wichtig eingestuft werden (4.5 Punkten oder mehr), sind Kernanliegen der Mitglieder. Es ist weder realistisch noch erstrebenswert, dass alle Angebote jeweils eine Wichtigkeit und Zufriedenheit von 5 Punkten erreichen. Effektiv und effizient ist es hingegen, wenn die Zufriedenheit der Wichtigkeit entspricht.

Der SBV wird im Laufe des Jahres 2022 den konkreten Handlungsbedarf je Angebot prüfen und konkrete Massnahmen zur Steigerung der Zufriedenheit der Mitglieder sowie zur Anwerbung neuer Mitglieder umsetzen.

Es ist geplant, die Erhebung alle zwei Jahre durchzuführen. Damit wird es möglich sein, ab der zweiten Welle (geplant für 2023) die Entwicklung über die Zeit und die Verlinkung von erhobenen Werten mit tatsächlichen Handlungen, wie etwa Verbandseintritt oder -austritt, zu verfolgen. Der SBV wird die Wirksamkeit seiner Massnahmen überprüfen können.

### 3. Resultate der Nicht-Mitgliedererhebung

Neben seinen eigenen Mitgliedern hat der SBV ebenfalls eine Erhebung unter Firmen des Bauhauptgewerbes durchgeführt, die kein Mitglied beim SBV sind. Ziel dieser Nicht-Mitgliedererhebung war es, Hindernisse auf dem Weg zur Mitgliedschaft zu identifizieren.

#### 3.1 Marktpotential

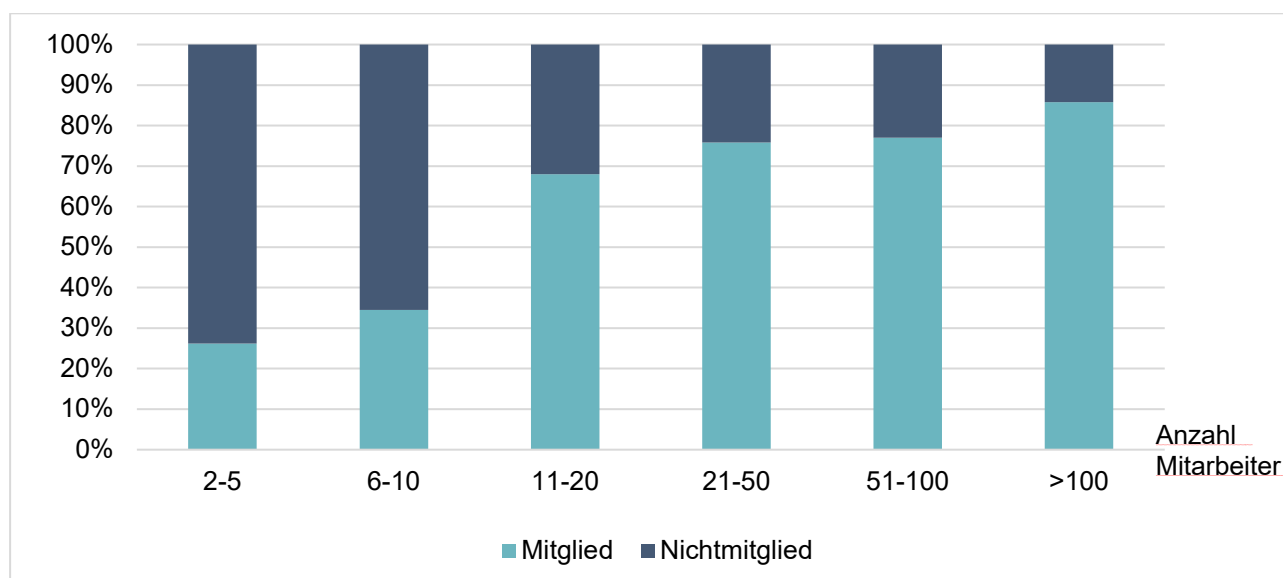
Die folgende Tabelle zeigt das Potential an, d.h. jene Betriebe und Mitarbeiter, die kein Mitglied des SBV sind. Die Zahlen beziehen sich auf jene Nicht-Mitglieder, für welche dem SBV die Kontaktdaten zur Verfügung stehen, so dass er sie in Cluster (= Zielgruppen) einteilen und entsprechend mit Kommunikationsmassnahmen erreichen kann.

Tabelle 1: Anzahl Betriebe und Mitarbeitende, die kein Mitglied des SBV sind

Kategorie Unternehmensgrösse	Betriebe	Mitarbeitende
0-1	63	63
2-5	651	1953
6-10	564	3948
11-20	178	2670
21-50	132	4224
51-100	48	3312
100+	24	4920
<b>Total</b>	<b>1.660</b>	<b>21.090</b>

Die nachfolgende Grafik zeigt für jede Betriebsgrösse, wie viele Unternehmen Mitglied beim SBV sind oder aber werden könnten. Die Anteile der Nicht-Mitglieder könnten in jeder Kategorie leicht unterschätzt werden, weil nicht für alle Nicht-Mitglieder die Kontaktdaten zur Verfügung stehen.

Abbildung 8: Verteilung der Mitglieder und Nicht-Mitglieder im Bauhauptgewerbe nach Betriebsgrösse



60-70% der kleinen Betriebe mit 2 - 5 bzw. 6 - 10 Mitarbeitern sind kein Mitglied beim SBV. In dieser Gruppe besteht interessantes Potential für den SBV. Ein Teil dieser Unternehmen dürfte noch recht jung sein, sie könnten mit der Zeit wachsen und weitere Angebote des SBV in Anspruch nehmen.

20% bis 30% der mittelgrossen Unternehmen (11 – 50 bzw. 51 - 100 Mitarbeiter) sind nicht Mitglied des SBV. Bei diesen mittelgrossen Unternehmen könnten das grösste Potential bestehen, da sie mehrere Hundert Betriebe und ein paar Tausend Beschäftigte umfassen, was eine grosse Nachfrage nach den Dienstleistungen und Produkten des SBV impliziert.

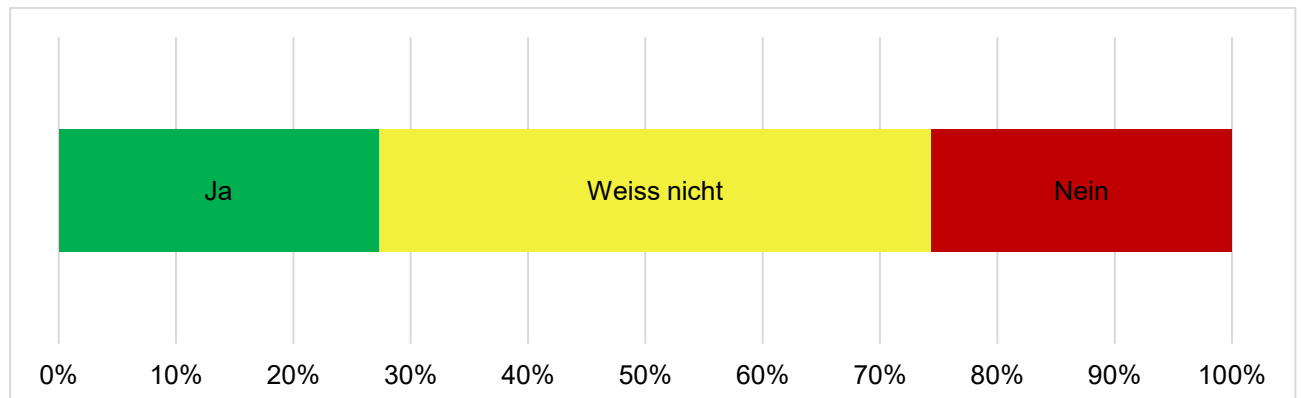
Es gibt rund zwei Dutzend Nicht-Mitglieder mit mehr als 100 Beschäftigten. Das Kosten-Nutzen-Verhältnis ist in dieser Gruppe am effizientesten, da mit der Rekrutierung eines Unternehmens auf einen Schlag mehrere Hundert Arbeitnehmer vertreten werden.

Die Nicht-Mitglieder werden in Cluster gemäss ihrer Herkunft und ihrer Betriebsgrösse eingeteilt, damit man ihre Bedürfnisse genau identifiziert und sie mit angemessenen Marketingaktivitäten angeworben werden können.

### 3.2 Offenheit für Mitgliedschaft

Etwa ein Viertel der Nicht-Mitglieder signalisieren offen ihr Interesse an einer Mitgliedschaft. Ein weiteres Viertel hingegen bekundet kein Interesse. Die Hälfte aller Unternehmen zeigt sich unschlüssig.

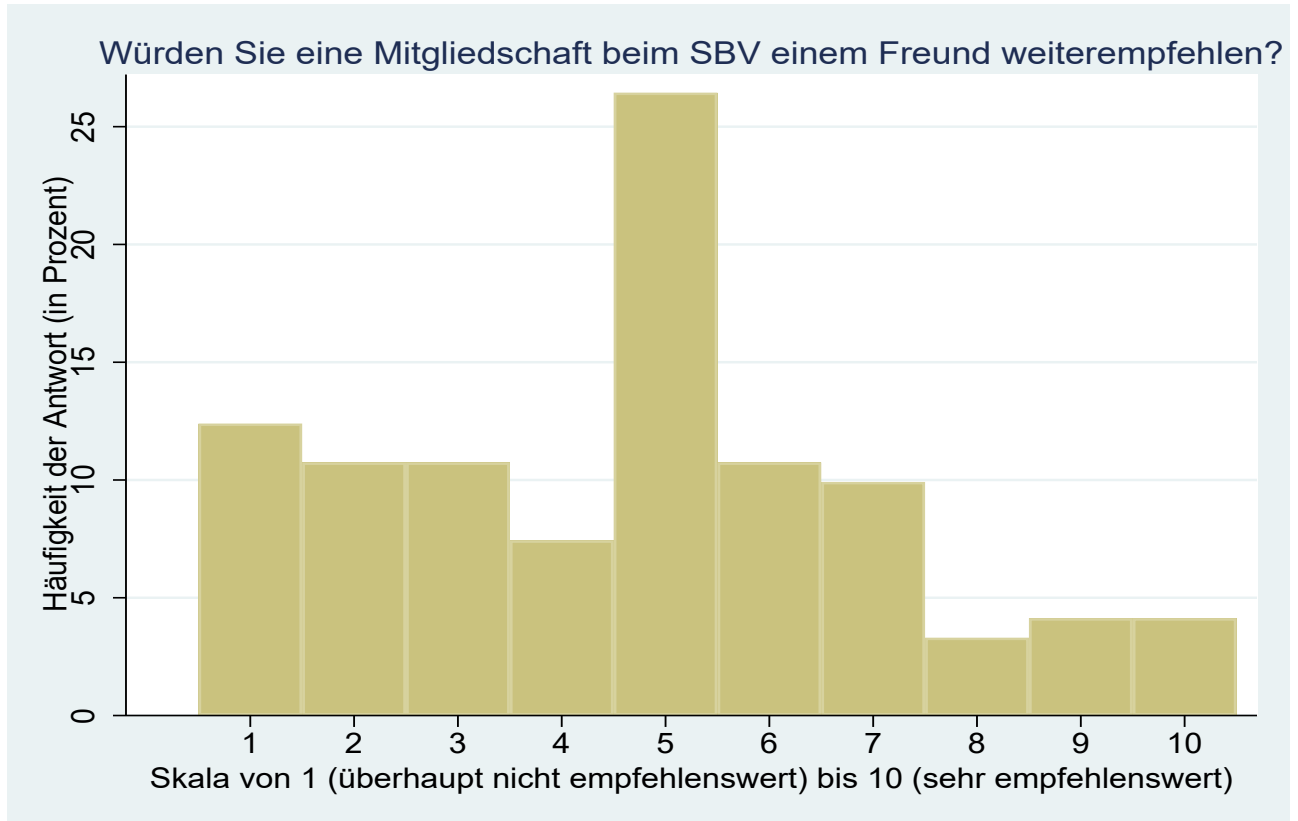
Abbildung 9: Anteile der Antworten auf «Kommt eine Mitgliedschaft beim SBV für Sie in Frage?»



Die Analyse zeigt, dass wenn sich ein Nicht-Mitglied gut informiert fühlt, so erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, dass es offen für eine Mitgliedschaft ist. Die klare Mehrheit der Nicht-Mitglieder ist offen für Kommunikationsmassnahmen, damit sie der SBV über seine Angebote informiert. Die Kommunikationsmassnahmen genügen jedoch nicht, um die Unternehmen mit einer ablehnenden Haltung zu einer Mitgliedschaft zu bewegen.

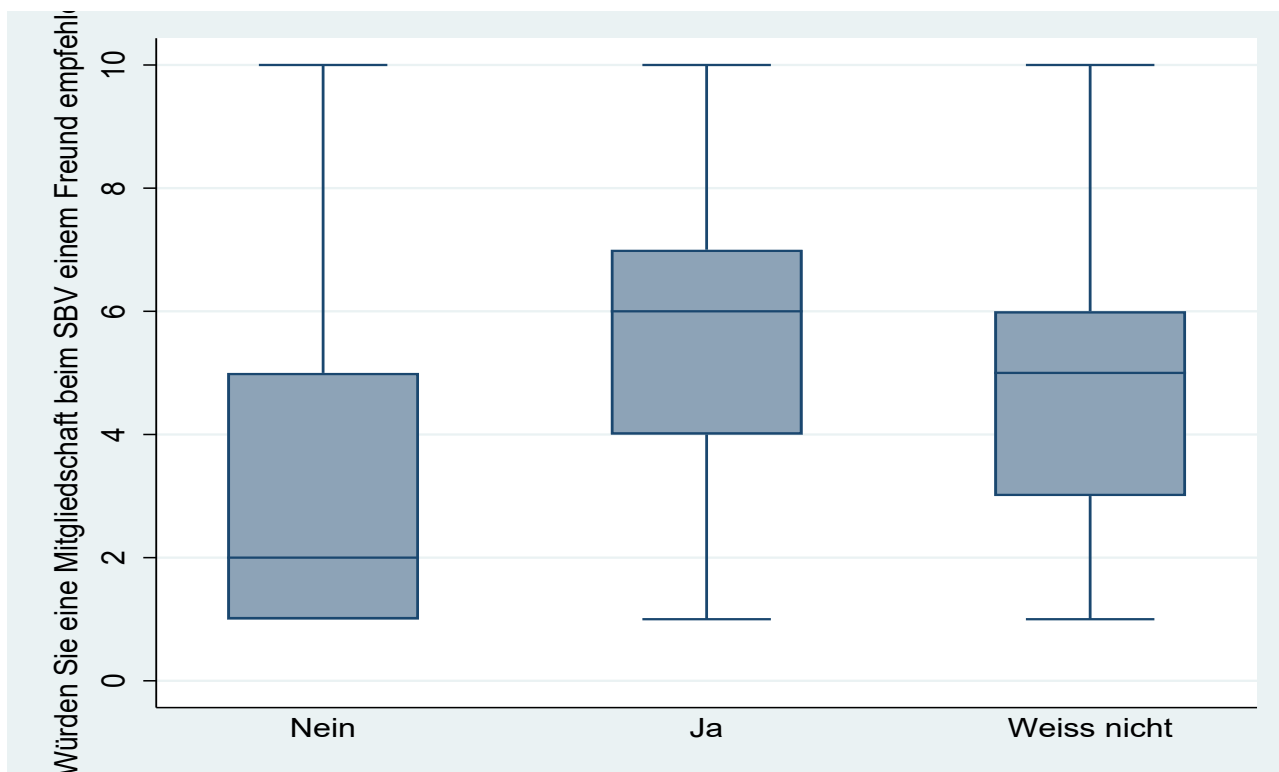
Die Nicht-Mitglieder sollten auf eine Skala von 1 (überhaupt nicht) bis 10 (sehr empfehlenswert) angeben, ob sie eine Mitgliedschaft beim SBV einem Freund weiterempfehlen würden.

Abbildung 10: Verteilung der Weiterempfehlungsbereitschaft der Nicht-Mitglieder



Die Mehrheit der Antworten konzentriert sich im mittleren Bereich bei 5 Punkten. Ferner ist festzuhalten, dass etwas mehr Nicht-Mitglieder die SBV-Mitgliedschaft tendenziell eher nicht weiterempfehlen würden, aber es ist ein doch überraschend grosser Anteil positiv aufgeschlossen.

Abbildung 11: Weiterempfehlungsbereitschaft der Nicht-Mitglieder je nach eigener Einstellung zu einer möglichen SBV-Mitgliedschaft



Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen den Variablen, ob ein Nicht-Mitglied selbst Interesse an der SBV-Mitgliedschaft hat und ob es die Mitgliedschaft einem Freund weiterempfehlen würde. Jene Unternehmen, die für sich selbst keine Mitgliedschaft in Betracht ziehen, würden im Durchschnitt nur 2 Punkte für die Weiterempfehlung vergeben. Die unschlüssigen Unternehmen erteilen im Schnitt 5 Punkte, die interessierten Nicht-Mitglieder gar 6 Punkte. Daher ist es legitim zu schliessen, dass eine höhere Weiterempfehlungsrate ebenfalls eine höhere Selbstneigung zu einer SBV-Mitgliedschaft impliziert.

Zusammengefasst lässt sich erkennen, dass die Nicht-Mitglieder keine hohe Ablehnung per se gegenüber dem SBV aufweisen. Der SBV hat gute Chancen, auf offene Ohren zu stossen, um für eine Mitgliedschaft zu werben.

### 3.3 Interessen der Nicht-Mitglieder

Betrachtet man die Nicht-Mitglieder, so sind über alle Cluster hinweg die Nützlichkeit der Gesamtarbeitsverträge, das duale Bildungssystem und der Branchenzusammenhalt die wichtigsten Grössen. Indem der SBV diese Themen bewirtschaftet – inhaltlich und kommunikativ – gewinnt er Sympathie in allen Clustern, unabhängig von Betriebsgrösse und Sprachregion.

Gleichermassen gehören zu den Top 3 Angeboten für praktisch alle Nicht-Mitglieder-Cluster die technische Beratung, die Rechtsberatung und die Rechtsmerkblätter. Hingegen stösst die Übernahme der Finanzverwaltung auf praktisch kein Interesse.

KMU würden sich ein erfolgreicheres Politiklobbying wünschen. Kleine und mittelgrosse Unternehmen äussern Interesse an einer zentralen Einkaufsplattform und Branchenvergünstigungen. Zugang zu BWL-Tools (etwa Kalkulationshilfen) sind ebenfalls beliebt unter mittelgrossen Unternehmen.

Deutschsprachige Nicht-Mitglieder legen Wert auf Branchenzusammenhalt und das duale Bildungssystem. Der Nutzen von Gesamtarbeitsverträgen wird als mittelmässig bis gut umschrieben. Der Beitrag des SBV zum Branchenimage und zur Berufswerbung sowie sein politisches Lobbying sind mittelprächtig. Die Mitgliedschaftsgebühr wird als weniger kritisch erachtet als im Vergleich zur lateinischen Schweiz.

Französischsprachigen Nicht-Mitgliedern ist das duale System am wichtigsten. GAV werden etwas positiver beurteilt als bei deutschen Baufirmen. Viel Aufholpotential hat der SBV gemäss Meinung der französischsprachigen Nicht-Mitgliedern beim Lobbying, Branchenimage, der Berufswerbung und der Mitgliedschaftsgebühr. Ebenfalls muss der SBV klarer hervorstreichen, welchen Nutzen er KMU bietet.

Italienischsprachigen Nicht-Mitgliedern sind die GAV am wichtigsten. Branchenzusammenhalt und duales System rangieren ebenfalls oben. Bei den restlichen Bewertungen sind sie näher an den deutschen als französischen Firmen.



## 4. Anhang

### 4.1 Fragenkatalog Mitglieder-Erhebung

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eine Mitgliedschaft beim SBV einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen würden? Skala von 1 bis 10
Wie wahrscheinlich ist es, dass Ihre Firma in den nächsten drei Jahren Mitglied beim SBV bleibt? Skala von 1 bis 10
Bitte beurteilen Sie nachfolgend die Leistungen des SBV. Zustimmung ( 1 = stimme nicht zu, 5 = stimme voll zu) Wichtigkeit ( 1 = nicht wichtig, 5 = sehr wichtig)
1. Der SBV sichert faire und gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Firmen in der Branche.
2. Der SBV setzt die Gesamtarbeitsverträge (Landesmantelvertrag, Baukader usw.) wirksam durch
3. Der SBV vertritt die Interessen der Mitglieder effektiv in der Politik und im regulatorischen Umfeld.
4. Der SBV beeinflusst durch seine Medienarbeit das Image zugunsten der Branche.
5. Der SBV informiert rechtzeitig und verständlich über die für unser Unternehmen relevanten Themen.
6. Der SBV gestaltet unter Einbezug der Unternehmen optimale Rahmenbedingungen für eine arbeitsmarktorientierte und attraktive brancheneigene Aus- und Weiterbildung.
7. Die Angebote des SBV im Bereich Technik und Betriebswirtschaft (z.B. Kalkulationshilfen, Tools, telefonische Hotline) schaffen für unsere Firma einen Mehrwert.
8. Die Angebote des SBV im Bereich Arbeitssicherheit (z.B. Merkblätter, telefonische Hotline) sind für meine Arbeit hilfreich.
9. Die Angebote des SBV im Bereich Digitalisierung (z.B. Marktanalyse BIM) sind für unsere Firma nützlich.
10. Die Angebote des SBV im Bereich Rechtsdienst (z.B. Merkblätter, telefonische Hotline) empfindet unsere Firma als nützlich.
11. Die Angebote des SBV im Bereich Markt und Konjunktur (z.B. Statistiken, Quartalerhebung, Bauindex, Lohnerhebung) bieten unserer Firma einen Mehrwert.
12. Die Angebote des SBV im Bereich Netzwerk (z.B. Erfahrungsgruppen) sind für unsere Firma hilfreich.
13. Ich kann beim SBV meine Meinung kundtun und bei den Entscheidungen des Verbands mitwirken.
Um mir einen grösseren Mehrwert zu bieten, sollte der SBV Folgendes unternehmen: Offene Frage
Was müsste geschehen, damit Ihre Firma ihre Mitgliedschaft beim SBV kündigen würde? Offene Frage

## 4.2 Fragenkatalog Nicht-Mitglieder-Erhebung

1. Wie gut fühlen Sie sich über den SBV und seine Dienstleistungen informiert?
2. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eine Mitgliedschaft beim SBV einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen würden?
3. Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen. (1 = Ich stimme nicht zu, 5 = Ich stimme voll zu.)
  - Die Gesamtarbeitsverträge wie etwa der Landesmantelvertrag sind für das Bauhauptgewerbe nützlich.
  - Die Unternehmen im Bauhauptgewerbe müssen zusammenhalten.
  - Der SBV vertritt nur die Interessen von Grossunternehmen, kleine und mittlere Betriebe finden kein Gehör.
  - Gemessen an seinen Leistungen ist die Mitgliedschaftsgebühr beim SBV angemessen.
  - Die duale Berufsbildung ist für das Bauhauptgewerbe sehr wichtig.
  - Der SBV engagiert sich wirksam in der Berufswerbung für die Bauberufe.
  - Der SBV setzt sich wirksam für die Interessen des Bauhauptgewerbes in der Politik ein.
  - Der SBV trägt positiv zum Image des Bauhauptgewerbes in der Öffentlichkeit bei.
4. Hätten Sie Interesse an den folgenden Dienstleistungen und Produkten, wenn sie bereits in der SBV-Mitgliedschaftsgebühr enthalten wären? (Bitte maximal 3 markieren).
  - Merkblätter und andere Informationen zu rechtlichen Themen (z.B. GAV, Lohnabrechnung)
  - Telefonische Rechtsberatung
  - Technische Beratung (z.B. Normen, Arbeitssicherheit, Umwelt)
  - Tools zur Betriebsführung (z.B. Excel-Programme für Teuerungskalkulationen)
  - Telefonische Beratung zur Betriebsführung
  - Übernahme der Finanzverwaltung
  - Abwicklung der Sozialversicherungen (AHV, Familienkasse, BVG, usw.)
  - Erfahrungsgruppen, zum Austausch mit anderen Bauunternehmern über aktuelle Themen und Problem
  - Vergünstigungen für Branchenangebote (z.B. für die Ausbildung von Lehrlingen oder für Fortbildungen)
  - Informationen über branchenrelevante politische Entwicklungen in der Schweiz
  - Zentrale Einkaufsplattform, um Baumaterial zu Vorzugskonditionen auf einfache Art zu bestellen
5. Kommt für Sie eine Mitgliedschaft beim SBV in Frage?
  - Ja, potentiell schon.
  - Nein, kein Interesse.
  - Ich weiss es nicht.
6. (Optional) Was sind Ihre Gründe, dass Sie kein Interesse an einer Mitgliedschaft haben?
7. (Optional) Was müsste sich beim SBV ändern, damit Sie eine Mitgliedschaft in Betracht ziehen würden?
8. Was sind Ihrer Meinung nach die Probleme in der Branche, die der SBV am dringendsten lösen sollte?

9. Sind Sie Mitglied bei einem anderen Verband (ausser einer SBV-Sektion)?

- Ja.
- Nein.
- Anderer Verband: