Dezember 2004

PULS.

Bündner Wirtschaftstrends

Prognosen der Graubündner Kantonalbank

Industrie und Gewerbe: **Positive Entwicklung.** Tourismus: **Handeln, nicht warten.**

Detailhandel: **Verhaltene Entspannung.** Baugewerbe: **Kurzfristige Stabilität.**

HK Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden

Bündner Gewerbe Verband

Hotelierverein Graubünden

Die Südostschweiz

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden

Graubündner Kantonalbank

graubünden

Jean-Daniel Gerber, seco

--- Impulse für Graubünden.

Jean-Daniel Gerber zum neuen Wirtschaftsleitbild Graubündens.
Wir vom seco befassen uns intensiv mit dem Thema «Wachstumsschwäche» der Schweiz. Insgesamt können wir sagen, dass in der Schweiz die beiden Grossregionen Zürich-Basel und Genf-Lausanne die Wirtschafts-Lokomotiven sind. Das schweizerische Berggebiet hingegen verzeichnet eine weit unterdurchschnittliche Wirtschaftsentwicklung.

Aufgrund der aktuellen Trends wie Globalisierung, Ausdehnung des EU-Binnenmarkts und zunehmende Mobilität, gehen wir im nächsten Jahrzehnt von zunehmenden wirtschaftlichen Risiken für das Berggebiet aus. Deshalb ist es für den Standort Graubünden wichtig, sich mit den Möglichkeiten der wirtschaftlichen Entwicklung frühzeitig auseinander zu setzen.

Das vorliegende Wirtschaftsleitbild Graubünden (Beilage) ist ein wertvoller Diskussionsbeitrag. Wertvoll insbesondere darum, weil das Wirtschaftsleitbild eine leicht nachvollziehbare und überzeugende Auslegeordnung zur Situation des Wirtschaftsstandortes Graubünden liefert. Zudem präsentieren die Verfasser ein Leitbild, das frei von parteipolitischen oder fundamentalistischen Denkhaltungen ist und das einige wichtige Politikbereiche enttabuisiert. Dadurch legt das Leitbild eine Basis für konstruktive Dialoge zwischen allen Gruppierungen.

Ich wünsche mir, dass Sie vom vorliegenden Diskussionsantrag Gebrauch machen und dass die Politiker und Wirtschaftsführer die Forderungen des Wirtschaftsleitbildes nach und nach behandeln, weiterentwickeln und umsetzen können.

Ich wünsche den Bündnerinnen und Bündern dazu viel Erfolg.

Jean-Daniel Gerber
Direktor Staatssekretariat für Wirtschaft seco

PULS Nummer 21, Dezember 2004
Telefon 081 256 83 13, Fax 081 256 99 98
pr@gkb.ch
PULS Bündner Wirtschaftstrends, Prognosen der Graubündner Kantonalbank, Unternehmenskommunikation, Postfach, 7002 Chur, für Ihre Reaktionen und Bestellungen.

PULS erscheint zweimal jährlich in Zusammenarbeit von Graubündner Kantonalbank (D. Michel, J. Etter, D. Gartmann), Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (E. Arpagaus, K. Oppliger), Bündner Gewerbeverband (J. Michel), Die Südostschweiz (H. Bärtsch), Hotelierverein Graubünden (Dr. J. Domenig), Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden (Dr. M. Ettisberger)
Konzept: Bernet PR, Gestaltung: clus Werbeagentur
Fotos: P. de Jong, Ursula Meisser (Seite 11)
Lithos und Druck: Südostschweiz Print AG

Titelbild: Truffer AG (siehe Seite 11)

Alle Zahlen in den Grafiken dieser Ausgabe mit Ausnahme der Angaben auf Seite 3 sind den Konjunkturtests der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich (KOF) entnommen.

Impuls Ticker:

Soeben erschienen: Diese **Publikationen** des Amtes für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, AWT, können Sie bei www.awt.gr.ch bestellen. Das **«Wirtschaftsleitbild Graubünden»,** Leitlinien und Anhaltspunkte für eine wachsende Wirtschaft. Die **Wertschöpfungsstudie über den Tourismus** im Kanton Graubünden von der Hochschule für Wirtschaft und Tourismus, HWT. • Statistisches zu Wirtschaft und Gesellschaft in Graubünden finden Sie im **«Durchblick 2004 – Graubünden in Zahlen»** – erhältlich an allen GKB-Schaltern, als PDF-Datei im «Service-Center» bei www.gkb.ch oder beim AWT. • **Seminar vom 19. Januar 2005 in Chur.** Grundausbildung für Personalvorsorgeeinrichtungen (Pensionskassen) und ihre Kommissionsmitglieder (Arbeitnehmer- und Arbeitgeberverband). Weitere Informationen erhalten Sie bei info@kgv-gr.ch.

Ski-Weltcup-Finale in Lenzerheide: 9. – 13. März 2005

--- Hin zum Wachstum.

Fokus Graubünden:

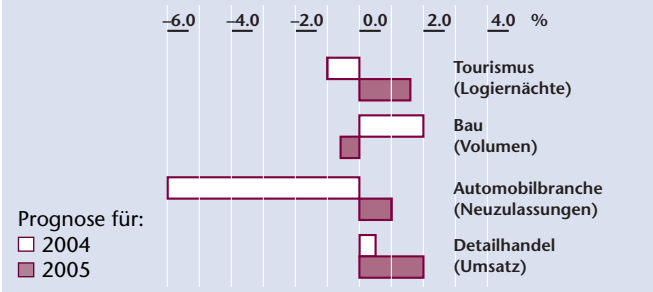
Der **Tourismus** konnte in der Sommersaison 2004 nicht an die positive Entwicklung des Ausnahmesommers 2003 anknüpfen. Trotzdem dürften die Logiernächte gegenüber 2002 zugenommen haben. Für das Tourismusjahr 2004/05 rechnen wir dank verbesserten konjunkturellen Rahmenbedingungen mit 1.5 % mehr Hotelübernachtungen.

Die **Bündner Bauwirtschaft** leidet im laufenden Jahr trotz höheren Bauvolumens unter Wertschöpfungsrückgang. Die Bauunternehmen werden auch im kommenden Jahr unter Preisdruck bleiben. Trotz eines konjunkturell verbesserten Umfeldes rechnen wir im Jahr 2005 nicht mit stark steigenden Bauvolumen (GKB-Prognose –0.5 %). Den Grund dafür sehen wir in den anhaltenden Sparmassnahmen der öffentlichen Hand sowie in den steigenden Zinsen.

Die **Automobilbranche** hat sich wider Erwarten nicht erholt. Basierend auf den aktuellen Daten rechnen wir im laufenden Jahr mit einem Rückgang der Neuzulassungen um 5 bis 10 %. Für das Jahr 2005 gehen wir aber aufgrund der konjunkturellen Verbesserung sowie eines gewissen Nachholbedarfes von leicht steigenden Absatzzahlen aus: Wir erwarten ein Plus von 1 %.

Höhere Ausgaben für Krankenkassen und die gestiegenen Benzinpreise führten 2004 dazu, dass die Umsätze im **Detailhandel** nur leicht anstiegen. Dieser Trend wurde durch das Ausbleiben ausländischer Gäste noch verstärkt. Für das kommende Jahr erwarten wir mit 2 % eine leichte Verbesserung – aufgrund der besseren Entwicklung im Tourismus sowie leicht besserer Konsumentenstimmung.

Bündner Trends 2004
Quelle: Graubündner Kantonalbank

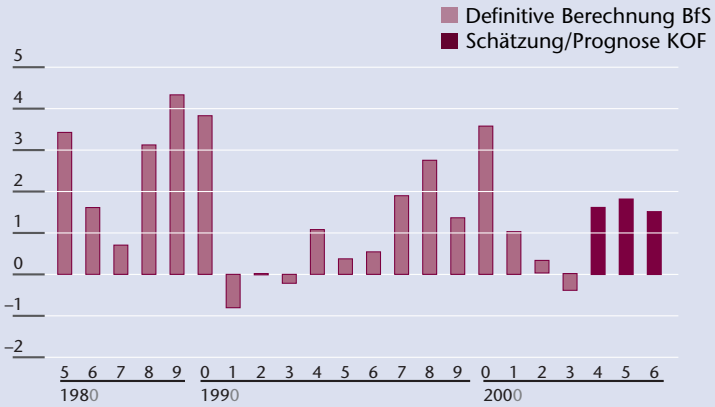


Fokus Schweiz:

Die anhaltend hohen Ölpreise und die Abschwächung der globalen Konjunktur dämpfen auch das Wachstum des schweizerischen Bruttoinlandprodukt. Wir erwarten für das laufende Jahr nur noch ein Wachstum von 1.9 %.

Für das Jahr 2005 gehen wir von einem Wirtschaftswachstum von knapp 2 % aus. Eine Schlüsselposition nehmen dabei die Exporte ein – trotz einer leichten Abschwächung der globalen Wachstumsdynamik. Weiter sehen wir eine positive Entwicklung des privaten Konsums voraus. Zum einen dürfte die verhaltene Konsumbereitschaft der letzten Jahre einen Nachholeffekt bei den dauerhaften Konsumgütern nach sich ziehen. Zum anderen sollten eine leichte Entspannung am Arbeitsmarkt sowie Lohnerhöhungen die Stimmung der Konsumenten positiv beinflussen.

Bruttoinlandprodukt CH
Reale Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %



--- Positive Entwicklung.

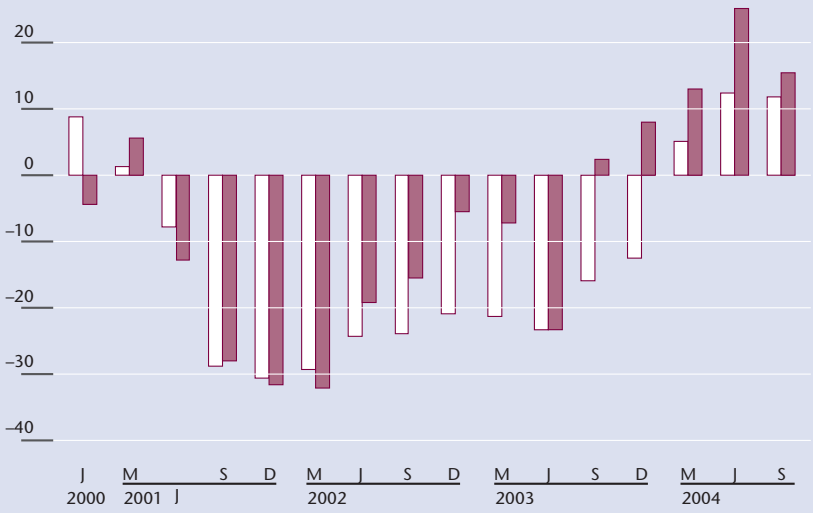
Entwicklungsschub in der Bündner Wirtschaft – ein Drittel aller Unternehmer beurteilt die Geschäftslage positiver als im Vorjahr und prognostiziert einen weiteren Aufschwung. Nur jeder Achte sieht schwierigeren Zeiten entgegen.

Vom verstärkten Wachstum der Schweizer Wirtschaft profitieren auch Bündner Betriebe. Markant ist der Aufschwung aber nicht. Die Produktionsreserve reicht für 2.5 Monate und die Auslastung liegt bei 75 %. Gefragt sind Gebrauchsgüter. Die Exporte ziehen an. Der verbesserte Geschäftsgang liegt über dem Schweizer Schnitt (Grafik 1). Es profitieren exportorientierte Unternehmen und die Branchen Chemie/Kunststoff, Holz, Maschinen- und Fahrzeugbau.

40 % der Befragten, hauptsächlich aus Maschinen- und Fahrzeugbau sowie der Holzbranche, sprechen von einem angestiegenen Auftragsbestand (Grafik 2). Mehrheitlich unverändert bleiben die Bestände bei Chemie und Konsumgütern, beim Holz- und Metallgewerbe.

Laut KOF wird der Anstieg der Wertschöpfung landesweit fortschreiten – auf schwachem Niveau. Kurzfristig wird die Produktion weiter ansteigen, ab Mitte 2005 aber stagnieren. Graubünden unterliegt den gleichen Rahmenbedingungen. 29 % der Unternehmer erwarten höhere Bestellungseingänge, 45 % eine höhere Produktion. Für das Winterhalbjahr sehen deshalb 93 % eine gleich bleibende oder positive Entwicklung voraus. Überdurchschnittlich sind die Prognosen für die Chemie- und die Konsumgüterindustrie, gefolgt von der Holzbranche (Grafik 3). Eine Abschwächung des US$ könnte die positive Entwicklung beeinträchtigen.

Grafik 1
Beurteilung des Geschäftsganges
im Vergleich zum Vorjahresmonat
Mehrheit der Antworten
in % per März, Juni, September, Dezember



Elmar Morscher, CEO
Integra Biosciences AG,
Chur

--- Labtools aus Chur.

Ich bin stolz auf unser neu strukturiertes Unternehmen. Wir entwickeln, produzieren und vertreiben Laborgeräte – Labtools – für die Bereiche Mikrobiologie und Zellkultur. Diese sind weltweit aus der Forschung, der medizinischen Diagnostik und der Lebensmittelkontrolle nicht mehr wegzudenken. In diesen Märkten konzentrieren wir uns auf Nischen und bieten unseren Kunden Werkzeuge an, die ihnen die Laborarbeit erleichtern.

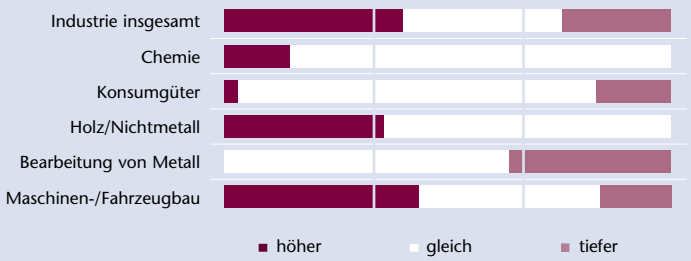
30 Mitarbeitende:
davon 15 Biologen und Ingenieure
Umsatz: 8 Mio. CHF, mit einem
Wachstumsziel von 10 – 15 %

25 % des Umsatzes wollen wir mit neuen Produkten erwirtschaften. Durch die enge Zusammenarbeit unserer Biologen und Ingenieure mit den Kunden gelingt es uns, deren Bedürfnisse schnell zu erkennen und die Erkenntnisse in neue Produkte umzusetzen. Der «Pipetboy» ist ein Beispiel: Weltweit werden jährlich 50'000 solche Dosiergeräte nachgefragt. Wir liefern 12'000 – nahezu 25 % also.

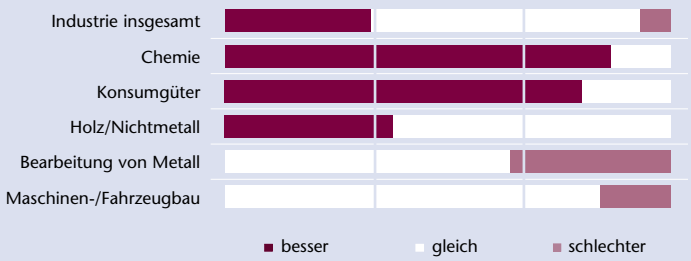
Die Integra Biosciences AG in Chur entstand 2003 aus dem Zusammenschluss von drei Unternehmen: der Zürcher Handelsfirma Integra Biosciences AG, dem Churer Fertigungsunternehmen Petra Labortechnik AG und der Churer Entwicklungsfirma Tecuria Engineering AG, welche ich 1988 mitgegründet hatte. Bemerkenswert ist, dass wir zehn hoch qualifizierte Arbeitsplätze aus der Region Zürich nach Chur holen konnten.

Wir leben zu 95 % vom Export. Unser weltweites Verkaufsnetz umfasst über fünfzig Vertriebspartner. Diese vertreiben unsere Produkte und unterstützen die Anwender vor Ort. Die Beziehung zu den Anwendern ist ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg. Deshalb pflegen wir diese Beziehung intensiv: Mit Reisen in die verschiedenen Länder einerseits und Schulungen der Händler in Chur andererseits.

Grafik 2
Auftragsbestand September
im Vergleich zum Vormonat
Anteil der Antworten in %



Grafik 3
Geschäftsentwicklung
Prognose für die nächsten sechs Monate
Anteil der Antworten in %



--- Handeln, nicht warten.

Auf den ernüchternden Winter folgte ein magerer Sommer. Mehr als die Hälfte des Bündner Gastgewerbes ist mit der Ertragslage und den Umsätzen unzufrieden. Und nach den Erwartungen wird das Wintersemester keine Besserung bringen.

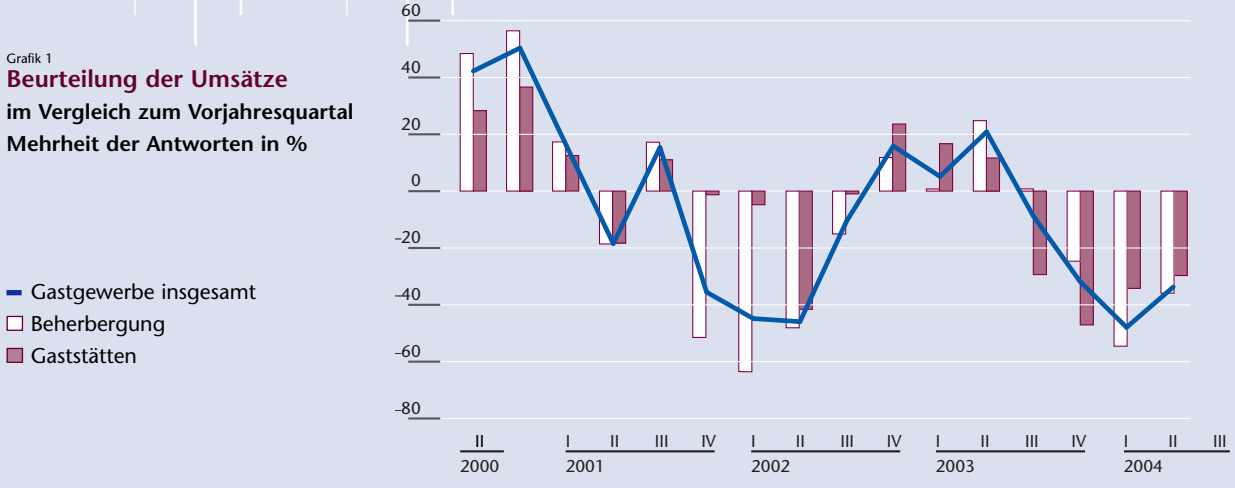
Während in Österreich seit 1997 die Zahl der Logiernächte kontinuierlich um 8 % anstieg, sank sie in Graubünden um 3 %. Gegenüber dem Vorjahr gingen im Sommer 04 die Logiernächte um 2.5 %, also 40'000 Übernachtungen, zurück. Der Test der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) zeigt: Bei 59 % der befragten Unternehmen gingen die Umsätze gegenüber dem Vorjahresquartal zurück. Nur 25 % verzeichneten ein Plus (Grafik 1). Die Gaststätten profitierten noch vom Tagestourismus und wiesen etwas bessere Resultate auf.

Die Mehrheit der Befragten berichtete von rückläufigen Ergebnissen (Grafik 2). Einen unveränderten oder besseren Ertrag meldeten 40 % der Betriebe (34 % der Hoteliers und 57 % der Restaurateure). Die Ertragsschwäche führt dazu, dass weniger in die Modernisierung der Betriebe investiert wird.

Die Erwartungen sind deshalb gedämpft. Nur ein Achtel der Hoteliers und Gastwirte erwartet im 4. Quartal 2004 mehr Gäste. Die Hälfte stellt sich auf tiefere Absätze ein (Grafik 3). Auch hier sind die Einschätzungen der Gastwirte etwas besser als die der Hoteliers.

Die unbeeinflussbaren Rahmenbedingungen wie Wechselkurse, Ausgabeverhalten der Gäste in wirtschaftlich schwierigen Zeiten und ausländische Mitbewerber zwingen die Unternehmer zum Handeln. Sie müssen die Bedürfnisse der Gäste kennen, Schwachstellen ihres Betriebes aufdecken und Änderungen herbeiführen.

Grafik 1
Beurteilung der Umsätze
im Vergleich zum Vorjahresquartal
Mehrheit der Antworten in %



Conradin Malär,
OK-Präsident Weltcup,
Lenzerheide

--- Weltcup-Finale mit Kopf, Herz und Hand.

Wir stecken mitten in der Organisation des Weltcup-Finals 2005, der vom 9. – 13. März in Lenzerheide stattfindet. In allen Bereichen der Organisation (Head Office, Finanzen, Bergbahnen, Technik, Logistik, Services & Events, Marketing & Sales, F&B) wird seit anfangs Juni 04 auf Hochtouren gearbeitet. An den vier Wettkampftagen erwarten wir rund 25'000 Zuschauer. Rund 300 freiwillige Helfer und 120 Mann aus Militär und Zivilschutz werden im Einsatz stehen. Die Kosten für das Finale – budgetiert mit rund 2,34 Mio. Franken – sind durch Defizitgarantien sichergestellt: Von den Gemeinden Vaz/Obervaz und Parpan sowie dem Tourismusverein Lenzerheide Valbella, den regionalen Bergbahnen und dem Kanton Graubünden. Rund 1,64 Mio. Franken stellen Sponsoringeinnahmen und Eintritte sicher.

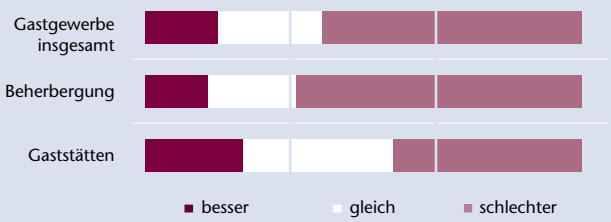
Organisation FIS-Finale
9. – 13.3.05
Weltcup Lenzerheide
300 freiwillige Helfer
Budget 2,5 Mio. CHF

Mit der neuen Ski-Trainings- und Weltcup-Strecke Silvano Beltrametti bieten wir einen Trainingsbetrieb, der bis heute in der Schweiz einzigartig ist. Ich bin überzeugt, dass dieses Projekt unsere Region langfristig noch bekannter und beliebter machen wird, und wir daraus schliesslich einen Gewinn erzielen werden.

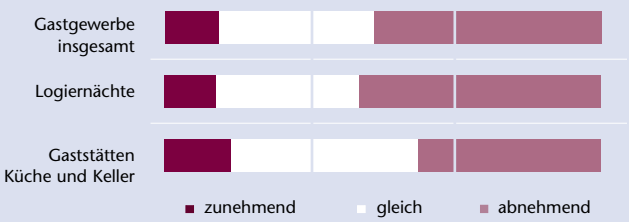
Dieses Projekt löste wichtige Kooperationen aus. Beispielsweise sind im Kern-OK neben den Tourismusvereinen auch unsere beiden grossen Bergbahngesellschaften vertreten – die Lenzerheide Bergbahnen Danis Stätz AG und die Rothornbahn & Scalottas AG. Die Bergbahnen haben ihre Marketinggelder des laufenden Geschäftsjahres gezielt für den Weltcup-Final eingesetzt. Die Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden, Tourismusvereinen, Bergbahnen, Beherbergern sowie dem Handel und Gewerbe ist ausgezeichnet.

Ich bin stolz darauf, dass der gemeinsame Fokus auf den Weltcupfinal diese Kooperationen ausgelöst hat. Ein Vorgehen, welches auch für andere Projekte in unserer Destination anwendbar ist.

Grafik 2
Ertragslage
im Vergleich zum Vorjahresquartal
Anteil der Antworten in %



Grafik 3
Absatzerwartungen
Mengen für das 2. Quartal 2004
Anteil der Antworten in %



--- Verhaltene Entspannung.

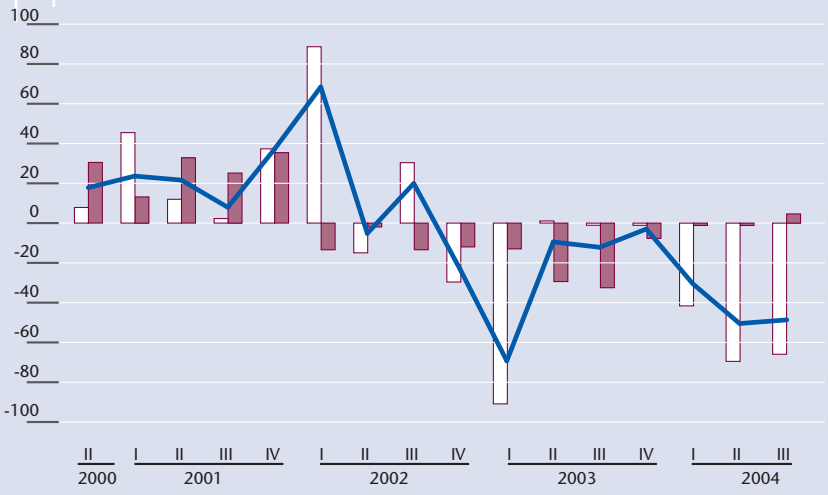
Die bessere Konsumentenstimmung kurbelt den Detailhandel kaum an. Der Food-Bereich entwickelte sich unbefriedigend, während sich im Nonfood-Bereich eine Entspannung abzeichnet.

Rund 30 % der befragten Detailhandelsunternehmen konnten ihre Umsätze gegenüber dem Vorjahr erhöhen. 56 % melden konstante und 14 % tiefere Zahlen (Grafik 2). Die beiden grössten Detailhandelsketten steigerten in Graubünden die Umsätze im Sommerhalbjahr um 0.8 respektive 3.2 %. Die kleinen und mittleren Geschäfte haben an Boden verloren.

Trotz des Umsatzplus bezeichnen über 57 % der Detaillisten ihren Geschäftsgang als unbefriedigend. Dies zeigt die Umfrage der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF). Nur 7 % melden gute Resultate. Das Geschäft der Bündner Detaillisten hat sich in den Beobachtungsmonaten März, Juni und September verschlechtert (Grafik 1). Dieses Ergebnis zeigt, dass das Problem bei den Margen liegt. Wegen der verschärften Konkurrenz versuchen die Unternehmen Kunden anzulocken mit Sonderangeboten, Aktionen und Ausverkäufen.

Über 90 % der Detailhändler erwarten für das Winterhalbjahr eine unveränderte Entwicklung. Denn das geringe Wachstum der Realeinkommen bewirkt eher einen Spareffekt als Ausgabelust. Immerhin rechnen 20 % der Detailhändler im Nonfood mit höheren Zahlen. Hingegen wird im Food-Bereich kaum eine Verbesserung erwartet (Grafik 3).

Grafik 1
Beurteilung des Geschäftsganges
im Vergleich zum Vorjahresquartal
Mehrheit der Antworten
in %



Anne Kaiser,
Inhaberin Galerie Anne Kaiser,
Chur

---Erlebniswelt Detailhandel.

Als Galerie-Besitzerin versuche ich, mit Kunst und Antiquitäten die Menschen zu berühren, ihnen Freude zu bereiten, Sie zu bereichern – auch in menschlicher Hinsicht.

Dinge suchen und verkaufen, die nicht einer kurzen Modeströmung unterworfen sind, das finde ich spannend. Denn für mich haben Wohnen und Atmosphäre etwas mit der Seele zu tun. Ich bin überzeugt, dass eine Antiquität oder ein Nomadenteppich eine einzigartige Ausstrahlung hat. Es sind nicht einfach Luxusgüter, sondern kulturelle Erzeugnisse, die neben dem wirtschaftlichen einen ideellen Wert besitzen. Mir geht es darum, diesen Wert aufzuzeigen. Sicher, auch ich bin als selbständige Unternehmerin auf einen finanziellen Gewinn angewiesen. Trotzdem, mein wahrer Gewinn sind die Auseinandersetzung mit Kultur und die Begegnung mit Menschen.

Gegründet 1990, 2 Mitarbeiterinnen Umsatz: 800'000 CHF, Stammkunden: 30% aus Kurorten, 40% aus Chur und Umgebung, 30% ausserkantonal

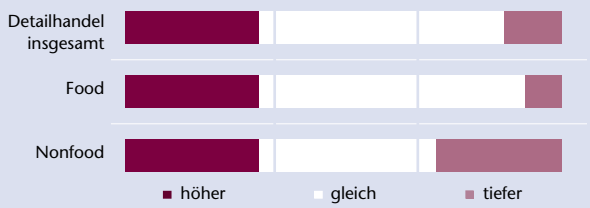
Dieses Zwischenmenschliche wird immer wichtiger. Das ist eine grosse Chance für den Detailhandel. Immer häufiger wird es Menschen geben, die Qualität vor Konsum stellen und die mit Wenigem, aber Besserem, zufrieden sind.

Wer selbständig ist, arbeitet selbst ständig: Geschäftsöffnungszeiten, Einkauf, Lieferungen, Buchhaltung – alles will erledigt sein. Das verlangt Eigenverantwortung und Initiative.

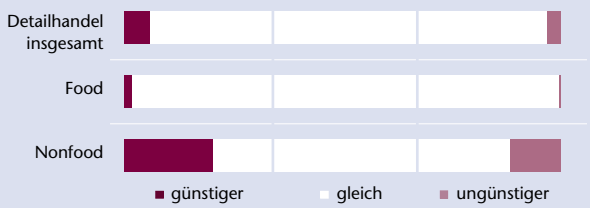
Ich bin der Meinung, dass der Detailhandel die Schönheit und Lebendigkeit im historischen Siedlungskern von Chur bewahrt. Wir sind wichtige Farbtupfer. Ohne uns gliche eine Geschäftsstrasse der anderen. Wir bieten unseren Kunden Erlebniswelten auf kleinstem Raum. Und wir sind Fachleute auf unseren Gebieten.

Für mich ist der kleine, inhabergeführte Detailhandel ökonomisch und ökologisch die beste Geschäftsform. Deshalb bin ich überzeugt, dass der Detailhandel gute Zukunftsaussichten hat.

Grafik 2
Erzielte Umsätze
im Vergleich zum Vorjahresmonat September
Anteil der Antworten in %



Grafik 3
Erwartete Geschäftsentwicklung
Prognose für die nächsten sechs Monate
Anteil der Antworten in %



--- Kurzfristige Stabilität.

Die wirtschaftlich starken Gebiete Bündner Rheintal und Oberengadin bewegen das Bündner Baugewerbe, und der Spardruck für Investitionen und Renovationen lässt etwas nach. Trotz um 20 % gesunkenem öffentlichem Submissionsvolumen gegenüber 2003 haben sich Bautätigkeit und Geschäftsgang verbessert.

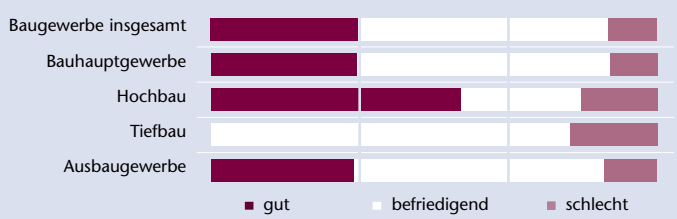
Die Oktober-Umfrage der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) zeigt, dass sich die Situation in der Baubranche verbessert. Bis Ende September stieg die Summe der Bauzeitversicherungen gegenüber dem Fünf-Jahres-Durchschnitt um 18 %. Vor sechs Monaten beurteilten 9 % der befragten Bauunternehmen die Geschäftslage als gut – im Oktober waren es bereits 33 % (Grafik 1).

Per Saldo bestätigen 16 % der Unternehmer eine höhere Bautätigkeit gegenüber dem Vorjahresquartal. Vor sechs Monaten war es noch umgekehrt. Die positiven Stimmen kommen hauptsächlich aus dem Hochbau (Grafik 2). Noch im Januar 2004 berichteten im Tiefbau 40 % der Befragten von unveränderten und 60 % von geringeren Umsätzen. Im Oktober weist die KOF-Studie nun 29 % Unternehmen mit gesteigerten, 56 % mit unveränderten und 15 % mit gesunkenen Umsätzen aus.

Eine Prognose für das Winterhalbjahr im Baugewerbe ist schwierig. Der Auftragsbestand reicht für drei Monate aus, allerdings mit ungenügenden Margen. So sind die Erwartungen für neue Aufträge in den nächsten sechs Monaten eher bescheiden (Grafik 3). Die mittelfristigen Prognosen der Marktexperten bewegen sich zwischen leichter Umsatzverbesserung und Stagnation.

Die Personalbestände blieben gegenüber dem letzten Jahr stabil, nachdem sie in den Jahren 1998 bis 2003 um durchschnittlich 1 % pro Jahr gesunken waren.

Grafik 1
Beurteilung des Geschäftsganges
Anteil der Antworten in %



Pius Truffer,
Eigentümer Truffer AG,
Vals

--- Ich mache Stein lebendig.

«Wir können nur mit dem Herzen richtig sehen.» Diese Worte spricht der kleine Prinz von Antoine de Saint-Exupéry. «Der kleine Prinz» ist ein leidenschaftliches Plädoyer für Freundschaft und fundamentale Logik.

Doch was haben diese philosophischen Gedanken mit der Geschäftswelt zu tun? Für die Truffer AG sehr viel. Sie wurden zum Leitmotiv unserer Marketingbemühungen.

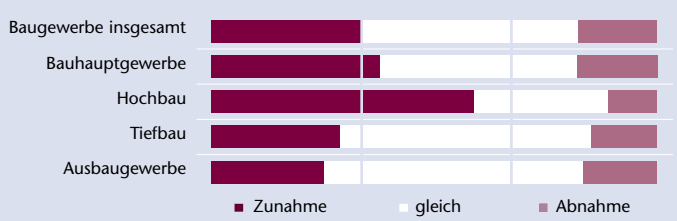
Truffer AG, Familienunternehmen
Abbau von Valser Quarzit
Ganzjahres-Mitarbeiter 20
Cash Flow > 30 % des Umsatzes
Exportanteil 35 – 40 %

Stein, unser Produkt, ist auf der ganzen Welt verfügbar. Wieso soll der Valser Stein besser sein als der Stein aus China oder den USA? Die Märkte sind gesättigt, Produkte zu jeder Zeit an jedem Ort verfügbar. Um uns abzuheben, müssen wir immaterielle Werte vermitteln. Denn die Produkte-Qualität ist längst zur Selbstverständlichkeit geworden.

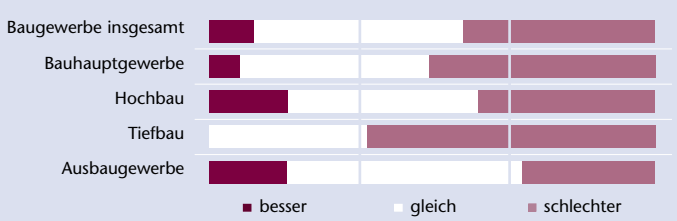
Wir können nur Emotionen wecken, wenn wir Achtung vor der Wahrheit haben und den Ernst der Worte verstehen. Klare Aussagen, was wir für einen Kunden tun können und was nicht, schaffen Vertrauen. Wenn ich bedenke, wie Durchtriebenheit und Ränkespiele den Bausektor dominieren, so fehlt jede Verlässlichkeit für eine Partnerschaft. Statt mit dem Herzen zu sehen, betreibt man hier egoistische Nutzenoptimierung. Der Kunde fühlt keine Wertschätzung.

Entscheidend für uns ist, dass wir unsere Grenzen erkennen. Können wir aus dem Berg den Stein gewinnen, den der Kunde erwartet? Oder müssen wir feststellen, dass seine Wünsche die Möglichkeiten der Natur überschreiten? Unsere Welt ist die Welt des Steinbruchs. Diese bringen wir dem Kunden näher und erfahren gleichzeitig etwas von seiner Welt. Unser Umgang im Team, mit dem Stein und den Kunden gibt dem Valser Quarzit Ausstrahlung, vermittelt eine Lebenshaltung. Wie kämen wir sonst ins Herz der Schweiz, auf den Bundesplatz?

Grafik 2
Bautätigkeit im Vergleich zum Vorjahresquartal
Anteil der Antworten in %



Grafik 3
Auftragserwartung
Prognose für die nächsten sechs Monate
Anteil der Antworten in %



Erwin Rutishauser,
Direktor Rhätische Bahn,
Chur

--- Ich will optimieren, nicht maximieren.

Herr Rutishauser, Sie sind seit dem 1. November Direktor der RhB. Was hat Sie gereizt, diese Stelle anzunehmen?
Die Aufgaben mit imageträchtigen Produkten in einem interessanten Markt – im Inland und Ausland; Infrastruktur und Rollmaterial dieser einzigartigen Gebirgsbahn, die Finanzen, die spannenden Menschen.

Welches sind Ihre Werte?
Ich lebe und erwarte Offenheit, Klarheit und Fairness. Also, offen aufeinander zugehen, ehrlich sein. Gegenüber dem Unternehmen und den Partnern bereit sein, sich veränderten Rahmenbedingungen zu stellen, und daraus heute und morgen ein erfolgreiches Unternehmen zu gestalten.

Welche Zukunft sehen Sie für die RhB?
Die Rahmenbedingungen werden härter, denn die Mittel sind knapp. Ich unterscheide drei Bereiche: Markt, Kosten und Zusammenarbeit. Im Markt wollen wir uns als touristische Erlebnisbahn positionieren, die Pendler stärker an uns binden und Güterverkehr und Autoverlad ausweiten. Um die Kosten in den Griff zu kriegen, müssen wir vor allem in Produktivität und Qualität bestehen. Und zu guter Letzt bin ich offen für Kooperationen. Sei es im Marktauftritt, bei der Beschaffung und beim Unterhalt von Rollmaterial, bei der Infrastruktur, im Engineering oder bei der IT. Da sind wir dran. Wir sind auch Mitglied von Rail plus, einer Organisation mit sechs Meterspurbahnen. Hier versuchen wir Synergien zu nutzen.

Was bedeutet das für die Arbeitsplätze im Kanton?
Die RhB ist die grösste Meterspurbahn in der Schweiz. Sie geniesst einen hohen Stellenwert im Kanton. Wir verstehen uns als führenden Transportanbieter des öffentlichen Personen- und Güterverkehrs im zentralen Alpenraum. Wenn die kleine Rote es schafft, am Markt erfolgreich zu bleiben und Know-how vermehrt für Dritte einzusetzen, kann sie die Arbeitsplätze sicherstellen.

Was ist Ihnen wichtig?
Ein starker öffentlicher Verkehr stärkt den Tourismus – ein starker Tourismus stärkt die RhB. Wir müssen das gute Image auch in Zukunft mit entsprechenden Leistungen bestätigen. Und damit in Europa als Bahn im Meterspurbereich eine Führerrolle einnehmen; ganzheitlich, nicht nur in einem bestimmten Bereich. Dazu braucht es Dialog, Auseinandersetzung und Zusammenarbeit. Die Losung heisst: Gesamtheitlich optimieren, nicht in kleinen Teilen maximieren und uns mit einer motivierten RhB-Mannschaft den Herausforderungen stellen.

Versuchen Sie die RhB als Bild zu beschreiben. Wie sieht dieses Bild aus – heute und morgen?
Ich sehe die RhB, modernes Rollmaterial, herzliche Mitarbeiter und fröhliche Kunden. Im Hintergrund eine schöne Landschaft, Sonne am Himmel mit ein paar Wolken, die es zu beobachten gilt. Aus der Bahn schauen viele lachende Menschen. Das Bild von morgen ähnelt jenem von heute. Einzig, aus dem Zug winken noch mehr Fahrgäste aus noch mehr Nationen.