Dezember 2005

PULS.

Bündner Wirtschaftstrends

Prognosen der Graubündner Kantonalbank

Industrie und Gewerbe: **Zugpferd Export.** Tourismus: **Bessere Zeiten in Sicht.**

Detailhandel: **Verhaltener Optimismus.** Baugewerbe: **Ausbaugewerbe in Rekordlaune.**

HK Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden

Bündner Gewerbeverband
Dachorganisation der gewerblichen Wirtschaft

Hotelierverein Graubünden

Die Südostschweiz

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden

Graubündner Kantonalbank

graubünden

Jan Mettler,
Präsident Bündner Gewerbeverband

---Was sehr lange währt …

Seit 1985 verspricht die Politik in Graubünden die Steuern für juristische Personen zu senken. Zaghafte Versuche wurden gemacht, doch brachten sie wenig. Bündner Unternehmen bezahlen in der Schweiz die höchsten Steuern. Potenzielle Neuansiedlungen und bedeutende Investitionen von ansässigen Unternehmen ersticken dadurch im Keim. Arbeitsplätze gehen sang- und klanglos verloren. Von der Chance, neue zu schaffen, wollen wir gar nicht erst sprechen.

Regierung und Grosser Rat haben auf diese negative Entwicklung reagiert. In einer Grundsatzdiskussion hat die Mehrheit des Grossen Rates der Entlastung bei der Besteuerung juristischer Personen zugestimmt. Damit wird sich Graubünden im interkantonalen Steuerwettbewerb im Mittelfeld positionieren. Ob dies ausreicht, wird sich zeigen, denn andere Kantone werden nachziehen. Sicher ist, dass wir im Mittelfeld bleiben wollen.

Der neu zusammengesetzte Grosse Rat berät spätestens in der zweiten Hälfte des kommenden Jahres die Vorlage im Detail. Die Wirtschaft erwartet, dass das Parlament die Gesamtinteressen des Kantons in den Vordergrund stellt und auch bei einer allfälligen Volksabstimmung hinter dem Vorhaben steht. Ein Standort Graubünden mit hohen Personalkosten und hohen Steuern kann nicht überleben. Das müssen auch jene Kreise verstehen, die der Ansicht sind, die längst fällige Steuerrevision sei nicht sozialverträglich. In der Erwartung, dass alles endlich gut wird …

Jan Mettler
Präsident Bündner Gewerbeverband

PULS Nummer 23, Dezember 2005
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, M. Maissen), 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
Lithos und Druck: Südostschweiz Print AG

Titelbild: Hamilton AG (siehe Seite 5)

Alle Zahlen in den Grafiken dieser Ausgabe mit Ausnahme der Angaben auf Seite 3 und Seite 8 sind den Konjunkturtests der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich (KOF) entnommen.

Impuls Ticker:

Liebe Leserinnen und Leser: Ihre Meinung ist uns wichtig!

In der Mitte dieser Ausgabe finden Sie eine Karte mit Fragen zum Inhalt. **Bitte nehmen Sie sich fünf Minuten Zeit.** Sie helfen uns damit, den PULS in Zukunft inhaltlich und optisch noch stärker auf Ihre Bedürfnisse auszurichten.

Wir danken Ihnen herzlich, Ihr PULS-Redaktionsteam.

---Leichte Erholung zum Auftakt.

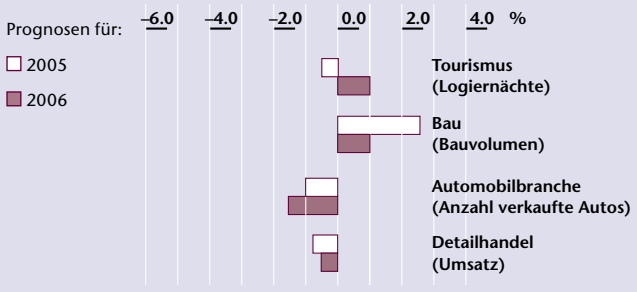
Fokus Graubünden

Trotz hoher Erdölpreise erwarten Ökonomen für die Schweiz und die angrenzenden Länder 2006 ein leichtes Wachstum. Dies kann die Arbeitsmarktsituation positiv beeinflussen und das Konsumverhalten – wenn auch auf bescheidenem Niveau – stabilisieren. Wir rechnen mit einer positiven Entwicklung im **Tourismus** und einem Wachstum der Logiernächte um 1 %. Dazu beitragen dürften die konstante Nachfrage aus dem Inland und die erfreulichen Zunahmen bei den Gästen aus dem asiatischen Raum. Keine Erholung sehen wir bei der Zahl der Gäste aus Deutschland.

Die **Bauwirtschaft** profitiert 2006 von einem anhaltend tiefen Zinsniveau. Der positive Trend beim Wohnungsbau könnte jedoch an Dynamik verlieren. Regionale Unterschiede bleiben bestehen. Chur und Umgebung weisen auch in Zukunft das grösste Wachstum vor. Im Tiefbau werden nach der Fertigstellung der Umfahrung Klosters Mittel frei für Unterhaltsarbeiten im ganzen Strassennetz. Deshalb erwarten wir für 2006 ein Plus von 1 %.

Der negative Trend der Vorjahre in der **Automobilbranche** ist gebrochen. Per Ende August resultiert nur noch ein Minus von ca. 0.5 % bei der Anzahl verkaufter Autos. Die hohen Ölpreise verhindern aber im kommenden Jahr eine weitere Erholung. Das bestehende Wirtschaftswachstum verbessert die Kauflust der privaten Konsumenten nicht nachhaltig.

Bündner Trends 2005
Quelle: Graubündner Kantonalbank, November 2005

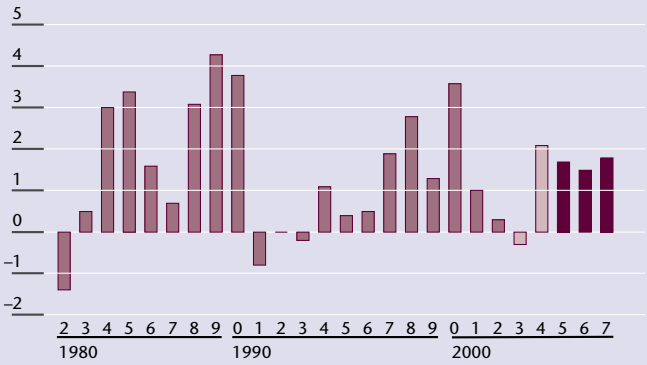


Der Wettbewerb im **Detailhandel** nimmt weiter zu, eine Folge davon sind sinkende Margen im Food-Bereich. Weniger davon betroffen ist der Non-Food-Bereich, allerdings herrscht auch in diesem Segment ein harter Preiskampf.

Fokus Schweiz

Die Wirtschaft befindet sich nach der Schwächephase von Ende 2004 wieder auf moderatem Wachstumskurs. Sowohl der Einkaufsmanagerindex als auch das Konjunkturbarometer der Konjunkturforschungsstelle weisen auf schnelleres Wachstum hin. Impulse gehen von den Exporten aus. Der private Konsum wird sich wegen der hohen Erdölpreise und der anhaltenden Arbeitslosigkeit weniger dynamisch entwickeln. Es ist jedoch nicht mit einem starken Einbruch zu rechnen. Das erwartete Wachstum wird 2006 tendenziell zu höheren Löhnen führen. Die Inflationsrate bleibt im nächsten Jahr trotz stark gestiegener Energiepreise auf tiefem Niveau. Wir rechnen deshalb mit einer anhaltend expansiven Geldpolitik der Nationalbank und tiefen Zinsen.

Bruttoinlandprodukt CH
Reale Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %



---Zugpferd Export.

Die Schweizer Industrie hat an Fahrt gewonnen. Im Bündner Gewerbe hat sich die Stimmungslage im letzten Halbjahr aber verdüstert. Je nach Branchenzugehörigkeit variiert das Bild. Exportorientierte Betriebe sind zufrieden mit dem bisherigen Geschäftsgang und blicken zuversichtlich in die Zukunft. In den binnenorientierten Branchen herrscht diesbezüglich eher Skepsis.

Seit Mitte Jahr entwickelt sich die Schweizer Industrie positiv. Die Bündner Produzenten dagegen beurteilen den Geschäftsgang der letzten vier Quartale kontinuierlich schlecht (Grafik 1). Allerdings gibt es Unterschiede innerhalb der einzelnen Branchen: Mittelgrosse Unternehmen, exportorientierte Betriebe, Hersteller von Konsumgütern sowie der Maschinen- und Fahrzeugbau sind mit ihrem Geschäftsgang nach wie vor zufrieden.

Die Produktionsreserven reichen für eineinhalb Monate und sind somit gesunken, die Anlagen sind zu 71 % ausgelastet. Die Auftragsbestände sind bei 27 % aller befragten Unternehmen höher als im Vormonat, dagegen melden 23 % einen tieferen Bestand (Grafik 2).

In den kommenden zwei Jahren rechnet die Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) mit einer weiteren Wertschöpfungszunahme in der Schweizer Industrie – dies dank Export, Ausrüstungsinvestitionen und privatem Konsum.

Die Mehrheit der Bündner Unternehmer ist bezüglich Entwicklung ihres Geschäfts vorsichtig optimistisch: 70 % rechnen für das kommende Winterhalbjahr mit unveränderten Ergebnissen (Grafik 3). Auch hier sind grosse Unterschiede in den einzelnen Branchen auszumachen: Positive Beurteilungen fällen die Konsumgüterindustrie und die exportorientierten Branchen. Bei der Holzbranche hingegen halten sich neutrale und negative Stimmen fast die Waage.

Grafik 1

Beurteilung des Geschäftsganges
im Vergleich zum Vorjahresmonat
Mehrheit der Testantworten
in % per März, Juni, September und Dezember

Andreas Wieland, Geschäftsleiter Hamilton Schweiz, Bonaduz

---Mit Vollgas in die Zukunft.

«Es gibt keine stagnierenden Märkte, nur stagnierende Manager.» Ich weiss, das klingt hart, doch diese Devise gilt für das ganze Kader der Hamilton – auch für mich. Und wir liegen richtig: Dem Unternehmen geht es ausgezeichnet. Umsatz und Ertrag steigen Monat für Monat. Wir sind schuldenfrei, unabhängig und haben viele neue Produkte in der Pipeline.

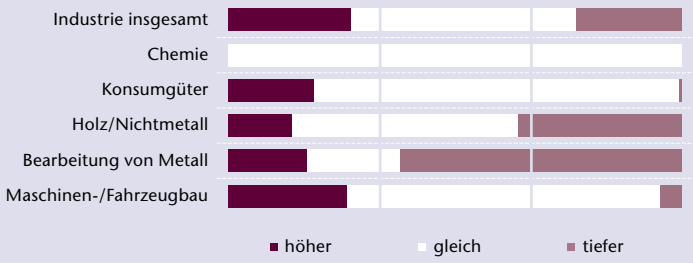
Mitarbeitende Bonaduz: ca. 450
Wichtigster Markt:
China mit 13 % Anteil
Stärkste Wachstumsrate 2005:
Deutschland + 55 %,
Umsatzprognose 2006: + 12 %

Vor vier Jahren organisierten wir das Unternehmen nach Absatzmärkten. Daraus entstanden die vier Einheiten Beatmungsgeräte, Roboter, Messgeräte sowie Spritzen und Pipetten. Jedes einzelne Geschäftsfeld ist profitabel. Wir arbeiten mit Fünfjahresplänen, die laufend überprüft und aktualisiert werden. Auch die Leistungen der gesamten Geschäftsleitung werden vierteljährlich gemessen. Und, notabene, diese Quartalsberichte sind für alle Mitarbeitende zugänglich. Das Kader muss Vorbild und Motivator sein. Nur was wir selber leben, können wir von unseren Mitarbeitenden verlangen.

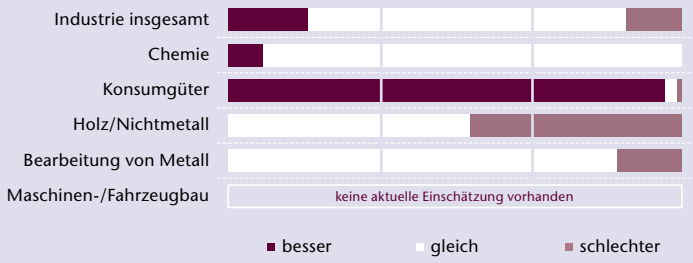
Wir sind klar leistungsorientiert. Unser Produktionschef erwirtschaftet einen Drittel seines Umsatzes für externe Auftraggeber. Dadurch bleibt er am Puls des Marktes. Zudem dürfen unsere Businesseinheiten extern beschaffen, wenn unsere internen Preise nicht konkurrenzfähig sind. Mitarbeitende akquirieren wir oft direkt an internationalen Universitäten. Topleute wirken wie ein Magnet auf andere, davon profitieren wir wiederum bei der Personalselektion.

Disziplin und Glaubwürdigkeit sind Schlüsselworte. In der schwierigen Turnaround-Phase musste ich oft einsame Entscheide treffen, die für andere nicht immer verständlich waren. Doch ich hatte Leute, die an die Hamilton und mich geglaubt haben und heute wichtige Schlüssel-Mitarbeitende sind. Und für diese tun wir fast alles – damit wir auch in Zukunft gemeinsam Gas geben können.

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



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



---Bessere Zeiten in Sicht.

Ertrags- und Umsatzentwicklung sind trotz einem Plus bei den Logiernächten unbefriedigend. Für das vierte Quartal 2005 erwarten aber knapp ein Drittel der Befragten bessere Zahlen.

Die verfügbaren Zahlen der Hotelübernachtungen bis Ende August sind um 1.3 % höher als im Vorjahressommer. Graubünden Ferien ist zuversichtlich, dass dieses Resultat bis Saisonende gehalten werden kann.

Die Umfrage der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) zeigt die Kehrseite der Medaille: Die Teilnehmer melden für das zweite und dritte Quartal 2005 im Vorjahresvergleich schlechtere Umsatzzahlen. Dabei beurteilen die Beherbergungsbetriebe die Umsätze zum ersten Mal nach sechs Quartalen besser als die Gaststätten (Grafik 1).

Nicht anders sieht das Bild bezüglich Ertrag aus: Die Hälfte aller Befragten verzeichnet rückläufige Ergebnisse. Nur knapp zwei von zehn Betrieben melden eine bessere Ertragslage. Die Einschätzungen der Gastwirte und Hoteliers sind dabei deckungsgleich (Grafik 2). Höhere Übernachtungszahlen und tiefere Erträge – die Erklärung dürfte bei kürzeren Aufenthalten und der zunehmenden Preissensibilität der Gäste liegen.

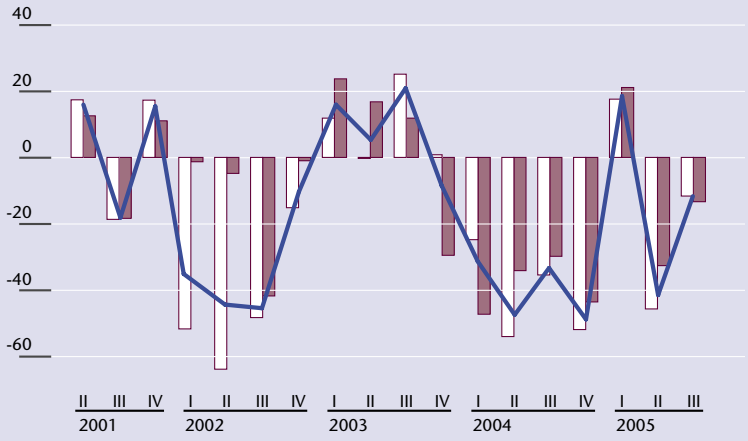
Das vierte Quartal verspricht besser zu werden: 29 % der Befragten rechnen gegenüber dem Vorjahr mit besseren Umsatz- und Ertragszahlen. Die Einschätzungen der Hoteliers sind dabei positiver als die der Gastwirte (Grafik 3).

Das BAK Basel Economics rechnet für das kommende Jahr mit einer Zunahme der Zahl der Logiernächte um 0.9 %. Diese Entwicklung darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die einzelnen Betriebe ihr Angebot noch stärker fokussieren müssen.

Grafik 1

Beurteilung der Umsätze

im Vergleich zum Vorjahresquartal
Mehrheit der Testantworten in %



Bettina Plattner-Gerber,
Direktion Hotel Castell,
Zuoz

---Kunst erleben.

«Ich habe Träume und Visionen und Sie auch.» Das war der erste Satz, den Ruedi Bechtler, Hauptaktionär der Castell Zuoz AG, an uns richtete. Im November 2002 übernahmen mein Mann Richard und ich das Hotel Castell und führten es bis Mitte März 2004 in bisheriger, verlebter Form. Eine gute Restauration, Authentizität und die Motivation des Teams waren schon damals wichtige Faktoren, um unsere Gäste trotz der misslichen Bedingungen zu begeistern.

Mitarbeitende: 45

Auslastung 04/05: 53 %
Umsatz 04/05: ca. 4 Mio. CHF

Budget Auslastung 05/06 : 65 %
Budget Umsatz 05/06:
ca. 4.5 Mio. CHF

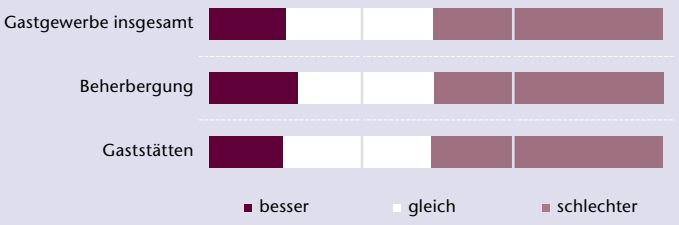
(Geschäftsjahr jeweils
8.5 Monate)

Nach Umbau und Neueröffnung im Dezember 04 ist das Castell heute ein Treffpunkt für Gäste, die sich in einem von Natur, Kunst und Architektur geprägten Umfeld entspannen wollen. Ihr gemeinsamer Nenner ist das Interesse an modernen Lebensentwürfen und die Lust, sich überraschen zu lassen. Mit der zeigenössischen Kunst und Architektur sowie dem orientalischen Dampfbad, dem Hamam, lösen wir auf den verschiedensten Ebenen Emotionen aus. Doch dies allein genügt nicht. Unsere Gäste sollen die hohe Dienstleistungsbereitschaft und die Begeisterung unseres Teams jederzeit spüren. Nur so erreichen wir unser Ziel – zu den allerbesten Ferienhotels der Schweiz zu gehören.

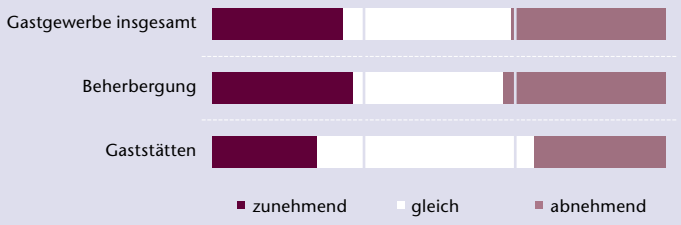
Wir fördern die Mitarbeitenden und binden sie in das Unternehmen ein. Unser kontinuierliches internes Schulungsprogramm beinhaltet nicht nur fachspezifische Aspekte. Wir diskutieren zum Beispiel die Rolle der Gastronomie oder der zeitgenössischen Kunst und vieles mehr. So stärken wir die Identifikation mit dem Unternehmen und steigern die Motivation.

Gegen aussen legen wir die Schwerpunkte auf Medienarbeit und die persönliche Beziehungspflege. Auch hier profitieren wir von unserem Kunstkonzept – als emotionaler Wegbereiter für neue spannende Begegnungen und Erlebnisse.

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



Grafik 3
Absatzerwartungen
Mengen für das vierte Quartal 2005
Anteil der Antworten in %



---Verhaltener Optimismus.

Hier präsentieren wir jeweils Zahlen und Umfrageergebnisse zur Situation im Bündner Detailhandel. Die Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) kann diesmal keine Zahlen zum Detailhandel liefern. Eine kurzfristig realisierte Befragung der Bündner Grossverteiler und Warenhäuser zeigt leicht steigende Prognosen für die kommende Wintersaison.

Der Grund für die fehlenden Zahlen sind methodische Schwierigkeiten bei der Integration der Detailhandelsstatistik des Bundesamtes für Statistik in die neue Detailhandelsumfrage der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF). Auf Anfrage waren die Grossverteiler Migros und Coop sowie die Warenhäuser Manor und Globus aber spontan bereit, an einer Kurzumfrage teilzunehmen. Deshalb können wir Ihnen nachfolgend ein – wenn auch kein vollständiges – Stimmungsbild zum Bündner Detailhandel präsentieren.

Die befragten Unternehmen beurteilen den diesjährigen Geschäftsgang als zufriedenstellend bis gut. Dies widerspiegelt die derzeitige Gesamteinschätzung der vier Umfrageteilnehmer (siehe Grafik).

Im Bereich Food stagnierten die Umsätze bei der Hälfte der Befragten oder sind sogar tiefer als im Vorjahr. Im Non-Food-Bereich präsentiert sich das Bild positiver: Die Mehrheit meldet eine gleich bleibende oder sogar eine bessere Umsatzentwicklung.

Für das Winterhalbjahr 05/06 sind die Grossverteiler und Warenhäuser zuversichtlich. Sie rechnen damit, dass sie – unter Bereinigung saisonaler Effekte – ihre Marktanteile halten können. Je ein befragter Teilnehmer erwartet eine bessere Geschäftsentwicklung im Bereich Non-Food beziehungsweise prognostiziert höhere Umsätze im Food-Bereich.

Grafik

Beurteilung des Geschäftsganges

Saisonal bereinigte Entwicklungstrends für Graubünden

Quelle: Umfrage Amt für Wirtschaft und Tourismus im November, Angaben von Migros und Coop Graubünden, Manor und Globus Chur.

	Rückblick Jan.–Sept. 05	Prognose Okt. 05–März 06
Geschäftsverlauf	→	→
Umsatz Food	→	→
Umsatz Non-Food	→	→

Rico Dürst,
Inhaber New Sunsport Goods, Landquart

---Mit Herzblut dabei.

Wir bewegen uns in einem extremen Verdrängungsmarkt. Auch die besten Produkte sind austauschbar, nur die dazugehörigen Serviceleistungen nicht. Die Sportgeschäfte in den Touristenorten können nur überleben, wenn sie Wünsche der Gäste innert kürzester Frist erfüllen. Hier setzen wir mit unserem garantierten 24-Stunden-Lieferservice an. Wir verstehen uns als Partner der Sportgeschäfte, und nur wenn es ihnen gut geht, geht es uns auch gut.

Mitarbeitende: 15
Budget 05: ca. 6 Mio. CHF
Umsatzprognose 06: + 10%

Die New Sunsport Goods verkauft Sportartikel im oberen Preissegment. Dazu gehören zum Beispiel Palmer-Snowboards, Carrera-Skibrillen und unsere eigene Bekleidungslinie Storm. Wir sind überzeugt, dass sich alle – auch der Einzelhandel – fokussieren müssen. Unser Credo heisst: Stärken bewusst pflegen und nicht alles machen wollen. Weitere wichtige Elemente sind Marktnähe und Glaubwürdigkeit. Und diese leben wir gleich dreifach: Erstens pflegen wir mit unseren Kunden einen intensiven und persönlichen Austausch. Zweitens sind alle unsere Mitarbeitenden aktive und begeisterte Sportlerinnen und Sportler und drittens gewinnen wir durch unsere Sponsoringaktivitäten wertvolle Marktkenntnisse.

Die Vorbestellungen der Bündner Sportgeschäfte für die Wintersaison 05/06 waren etwas verhalten. Dennoch glauben wir an ein Wachstum von bis zu 10% gegenüber dem Vorjahr. Dies unter anderem, weil wir unser Sortiment neu mit Swix ergänzen konnten und mit Trisport in Hünenberg eine Kooperation im Bereich Informatik und Finanzen eingegangen sind. Die Ostschweiz ist für die New Sunsport Goods ein grosser und wichtiger Markt. In Graubünden beliefern wir über 50 Sportgeschäfte, die Premium-Produkte führen. Landquart ist deshalb ein idealer Standort. Doch Landquart hat nicht nur geografische Vorteile. Hier finden wir unser wichtigstes Kapital: gut ausgebildetes und motiviertes Personal. Mitarbeitende, die die Lebensqualität der Region schätzen und ihre Arbeit mit Herzblut verrichten.

---Ausbaugewerbe in Rekordlaune.

Die Bauwirtschaft läuft rund: Der Wohnungsbau profitiert vom attraktiven Zinsumfeld, das Submissionsvolumen ist gegenüber dem Vorjahr um 22 % gestiegen. Ein Wermutstropfen bleibt – am Horizont zeichnet sich eine abnehmende Nachfrageentwicklung ab. Besonders im Oberengadin rechnet der Graubündnerische Baumeisterverband mit deutlich weniger Nachfrage im Wohnungsbau.

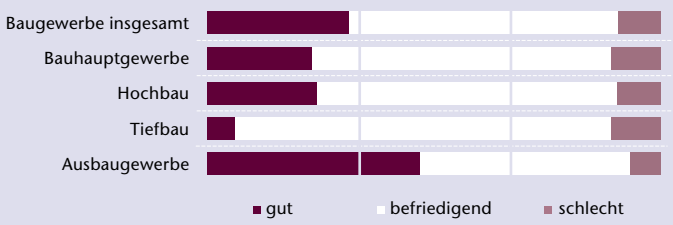
Bis Ende September 2005 erhöhte sich die Summe der neu abgeschlossenen Bauzeitversicherungen gegenüber der Vorjahresperiode nur noch um 1.2 %. Im letzten Jahr betrug die Zunahme über die ersten neun Monate satte 12.3 %.

Neun von zehn Unternehmern der Baubranche beurteilen den Geschäftsgang aber nach wie vor als gut oder befriedigend. Im Ausbaugewerbe meldeten sogar 47 % der Befragten einen guten Geschäftsgang – ein Höchststand seit Einführung der Bauumfrage vor drei Jahren (Grafik 1).
Bei der Bautätigkeit berichten 29 % der Unternehmer von einer Zunahme, 15 % von einer Abnahme gegenüber dem Vorjahresquartal. Dabei stammen die positiven Signale aus Hoch- und Tiefbau (Grafik 2).

Der Auftragsbestand im gesamten Baugewerbe reicht für die nächsten drei Monate aus. Die Erwartungen sind für das kommende Winterhalbjahr – unter Ausschluss saisonaler Schwankungen – gedämpft: Nur gerade 6 % der befragten Unternehmer rechnen mit einer besseren, über die Hälfte aber mit einer schlechteren Auftragslage für die kommenden sechs Monate (Grafik 3).

Der Personalbestand im Bauhauptgewerbe ist gegenüber dem letzten Jahr um 3.6 % gesunken. Die Mehrheit aller Umfrageteilnehmer rechnet im nächsten Halbjahr mit einer stabilen Beschäftigungslage.

Grafik 1
Beurteilung des Geschäftsganges
in % der befragten Unternehmer in Graubünden



Michael Zindel, Delegierter des Verwaltungsrates und Vorsitzender der Geschäftsleitung der CRESTA Beteiligungen AG, Chur

---Regionale Verankerungen pflegen.

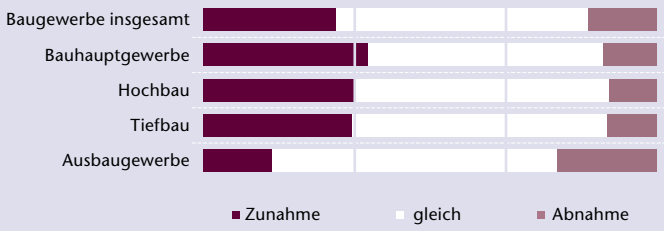
Chancen im Baugewerbe haben entweder grosse oder kleine Bauunternehmen mit tiefen Fixkosten sowie Nischenanbieter. Dazwischen ist die Luft sehr dünn. Die CRESTA ist in Graubünden der grösste Anbieter, aber mit knapp 400 Mitarbeitenden sind wir national gesehen an der unteren Grenze. Grösse allein ist jedoch nicht entscheidend, ebenso wichtig ist die regionale Verankerung. So haben wir die bestehenden Marken METTLER, PRADER, MARAZZI und ZINDEL, sowie unsere Neugründungen CRESTAGEO und CRESTALOG nicht unter CRESTA fusioniert. Im Gegenteil, wir pflegen die autonomen Auftritte und Firmenkulturen ganz bewusst. Unsere Unternehmen werden von Spezialisten geleitet, die das Geschäft und ihre Region wie ihre Hosentasche kennen. Einzig in der Administration und in den Werkhöfen sind wir vernetzt. Wir sparen dadurch beim Einkauf, seien das Maschinen, Baumaterialien oder Dienstleistungen. Das ist in unserer Branche, wo praktisch nur noch der Preis zählt, überlebenswichtig.

Mitarbeitende: knapp 400
in der Hochsaison
Umsatz 05 Baudienstleistungen:
ca. 70 Mio. CHF
Umsatz 05 Immobilienbereich:
ca. 15 Mio. CHF

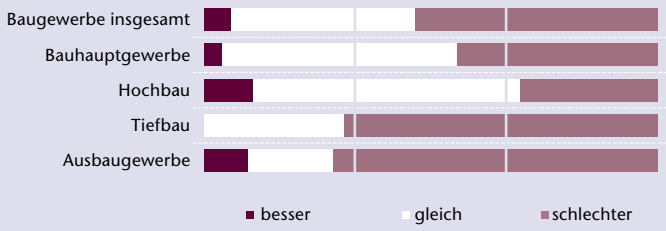
Unter dem Dach der CRESTA bieten wir das ganze Spektrum an Baudienstleistungen an. Zusätzlich sind wir als Generalunternehmer und im Immobilienbereich tätig. Das ist ein grosser Vorteil: Wir sind weniger von den Schwankungen in den einzelnen Baubereichen betroffen.

In unserem Kernmarkt Nordbünden rechnen wir für das nächste Jahr mit einem gleich bleibenden Volumen und nach wie vor sehr tiefen Preisen. Im Churer Rheintal stehen bedeutende Hochbau-Bauvorhaben an. Im Tiefbau schliesst der Kanton grössere Projekte ab, wie zum Beispiel die Umfahrung Klosters. 2006 werden so Mittel frei für reguläre Unterhaltsarbeiten. Und davon wollen wir profitieren – denn die Wertschöpfung im Tiefbau ist bedeutend höher als im Hochbau. Das ist wichtig, denn nur mit einem gesunden Ertrag können wir in einem noch härter werdenden Konkurrenzumfeld überleben.

Grafik 2
Bautätigkeit im Vergleich zum Vorjahresquartal
in % der befragten Unternehmer in Graubünden



Grafik 3
Auftragserwartungen
Die Prognose für die nächsten sechs Monate
Anteil der Testantworten in %



Prof. Dr. Heinz Rico Scherrieb, Leiter des Instituts für Tourismus- und Freizeitforschung der Hochschule für Technik und Wirtschaft, Chur

---High-touch – berührende Momente.

Sie sind ein deutscher Professor mit langjähriger Berufspraxis in Österreich; hören die Bündnerinnen und Bündner auf Ihre Ratschläge?
Selbstverständlich, doch wenn Strukturbereinigungen anstehen, ist dies immer ein schmerzhafter Prozess. Das war im Tirol in den 90er Jahren nicht anders. Aber einfach auf bessere Zeiten zu warten bringt nichts. Während vor allem in Familienbetrieben dringend notwenige Investitionen zu lange aufgeschoben wurden, fehlt es generell an Innovationen.

Graubünden wird sich in Zukunft noch viel stärker gegen Destinationen aus dem Ausland durchsetzen müssen, denn Gäste vergleichen weltweit.

Bedeutet Strukturbereinigung automatisch weniger Destinationsmarken?
Ja, aber das alleine reicht nicht. Gefragt sind thematische Angebotschwerpunkte, und die können durchaus auch kantonsübergreifend funktionieren. Ein typisches, leider aber negatives Beispiel hierfür ist die ganze Thematik um die Region Heidiland.

Kantonale Verwaltungsgrenzen und historisch bedingte Destinationsgrenzen sind dem Gast von heute gleichgültig. Was zählt, ist ein klar positioniertes Angebot, eine erstklassige Unterkunft und gelebte Gastfreundschaft. Die Landschaft allein kann Mängel auf diesen Sektoren nicht mehr ausgleichen.

Wo sehen Sie Chancen für Graubünden?
Graubündens Stärke ist und bleibt die Wintersaison. Diese müssen die Tourismusfachleute stärken und nicht versuchen, mit allen Mitteln auch eine Sommerdestination zu bleiben. Achtung, das heisst aber nicht, dass Graubünden weitere Bergbahnen braucht. Nicht High-tech, sondern High-touch ist gefragt.

Was verstehen Sie darunter?
Damit meine ich einerseits das Angebot. Eine Schnee-Garantie und Alternativen zum Skifahren sind dabei nur noch Standard. Die Kunden erwarten ein erstklassiges Wellness-Angebot, professionelle Abendunterhaltung und sehr gutes Essen. Ein breites Angebot ist entscheidend – auch wenn klar ist, dass der Gast nie alle Optionen nutzen kann und wird.

Noch wichtiger ist die Dienstleistungsbereitschaft und Gastfreundschaft. High-touch – berührende Momente: Der Gast erinnert sich an die kleinen Extras, die nicht im Prospekt stehen. Die Besucher wollen überrascht werden, im Zentrum stehen. Wir Touristiker müssen uns immer wieder in Erinnerung rufen, dass die Ferienzeit für den Gast enorm kostbar ist.