

Industrie und Gewerbe: Vorzeichen stehen gut Tourismus: Vor schwierigem Sommer?

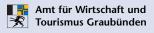
Detailhandel: Die Grossen im Plus Baugewerbe: Zauberwort (Kooperation)

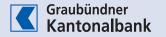






DIE SÜDOSTSCHWEIZ







2 Standpunkt



Daniel Michel

PULS Nummer 20 Juni 2004
Telefon 081 256 83 13, Fax 081 256 99 98
pr@gkb.ch
PULS Bündner Wirtschaftstrend, Prognosen der Graubündner
Kantonalbank, Unternehmenskommunikation, Postfach, 7002 Chur, für Ihre Reaktionen und Bestellungen.

PULS erscheint zweimal jährlich in der 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
Lithos und Druck: Südostschweiz Print AG

Titelbild: Polycontact AG (siehe Seite 4).

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

--- Umsatz durch Achtsamkeit

Der berühmte Meister Ikkyu – einer der grossen Einsichtigen Ostasiens – wurde von einer Delegation besucht. Die Besucher baten den Weisen, ihnen den Weg zu echter Lebens-Meisterschaft zu erklären. Meister Ikkyu lachte, stand auf und schrieb in schöner Schrift das Wort ‹Achtsamkeit›. «Ist das alles, wolltet ihr nicht noch etwas hinzufügen?», fragten die Besucher. Wieder lachte der Meister und schrieb ‹Achtsamkeit›. «Wir sehen nicht viel Tiefes oder Geistliches in dem, was ihr gerade geschrieben habt!», meinten die Besucher. Erneut lachte Meister Ikkyu und schrieb für sie ‹Achtsamkeit›. «Was bedeutet dieses Wort ‹Achtsamkeit› überhaupt?», erkundigte sich daraufhin der Wortführer der Besucher halb verärgert. Der Meister antwortete: «Achtsamkeit beinhaltet Aufmerksamkeit und Bewusstsein, verbunden mit Gelassenheit. Wir können auch von gelassener Achtsamkeit sprechen. Achtsamkeit bedeutet auch, offen sein für die Einzigartigkeit aller Menschen, Dinge und Ereignisse. Achtsamkeit ist voll entwickelte Aufmerksamkeit.»

Nehmen wir uns diese Anekdote zu Herzen und widmen den Menschen in unserem Umfeld – Verwandten, Freunden, Mitarbeitenden – unsere volle Aufmerksamkeit. Gerade auch Kundinnen und Kunden oder den Gästen unseres Kantons. Wirtschaftliche Veränderungen werden dadurch schneller in Gang kommen, als durch das ewige Lamento über mangelndes Wachstum. Versuchen wir es: Umsatz durch Achtsamkeit.

Daniel Michel, Leiter Marketing Graubündner Kantonalbank

Impuls Ticker:

Ab sofort: die **neusten statistischen Informationen zu Wirtschaft und Gesellschaft im Kanton** sind auf der Website des Amtes für Wirtschaft und Tourismus des Kantons – www.awt.gr.ch – unter **«Statistik»** zu finden.

• Seminar Hotellerie: **«Hotelkooperationen realisieren – wie vorgehen»** – Das Wirtschaftsforum Graubünden bietet ein praxisorientiertes Seminar mit aktuellem Bezug. Am 22. Juni in Champfèr, am 9. Juli in Chur – jetzt anmelden mit dem beiliegenden Talon oder info@wirtschaftsforum-gr.ch. • Die durchschnittliche Lebenserwartung eines Unternehmens beträgt heute 15 Jahre. Fehlende, falsche oder zu späte Nachfolgeplanung sind dafür verantwortlich. Das Tagesseminar **«KMU-Nachfolge im Spannungsfeld der Familien- und Unternehmensinteressen»** vermittelt Wissen zu betriebswirtschaftlichen, steuerlichen und rechtlichen Aspekten. Die qualifizierten Referenten sind Praktiker aus der Region. Einladung gewünscht? PULS-Talon ausfüllen!

--- Der Aufschwung klopft an

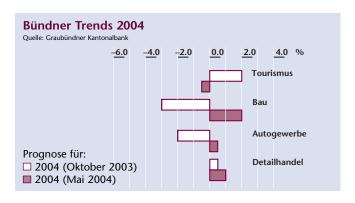
Fokus Graubünden:

Der **Tourismus** konnte in der Wintersaison 2003/2004 die Erwartungen nicht ganz erfüllen. Gründe dafür waren oft schlechtes Wochenend-Wetter und das Ausbleiben von Gästen aus Deutschland. Insgesamt haben sich die Logiernächte im Vorjahresbereich eingependelt. Für den Sommer sehen wir, aufgrund der starken Vorgabe des Vorjahres und des anhaltend starken Schweizerfrankens, ebenfalls keine positive Entwicklung. Übers ganze Jahr erwarten wir, dass die Logiernächte um 0.5 % zurückgehen (Prognose Oktober 2003: Plus 2.0 %).

Zwar erhöhten sich in der **Bauwirtschaft** die Arbeitsvorräte um 16.5%. Aber die Zunahme erfolgte fast ausschliesslich im Tiefbau durch Grossprojekte und die Sanierung des San-Bernardino-Tunnels. Dank des tiefen Zinsniveaus und der sich auch in Graubünden langsam abzeichnenden Konjunkturerholung erwarten wir für das Jahr 2004 leicht ansteigende Bauvolumen. Trotzdem werden der anhaltende Preisdruck und die kleinbetriebliche Struktur zu einer Fortsetzung des Bereinigungsprozesses führen.

In der **Automobilbranche** ist seit Februar ein Stimmungswandel zu beobachten. Nach dem Rückgang der Neuzulassungen um 8.9% im Jahr 2003 dürfte der Abwärtstrend jetzt ein Ende finden. Wir gehen davon aus, dass im laufenden Jahr die Vorjahreszahlen leicht übertroffen werden.

Der **Detailhandel** bleibt weiterhin stabil. Einen Lichtblick bietet die erwartete Konjunkturerholung. Wir rechnen aber nicht mit grossen Umsatzgewinnen.



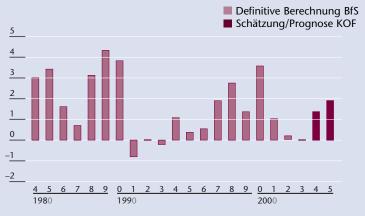
Fokus Schweiz:

Die Schweizer Wirtschaft geht einer deutlichen Erholung entgegen. Gemäss der Schweizerischen Nationalbank ist im laufenden Jahr ein BIP-Wachstum von 1.5 % bis 2.0 % durchaus realistisch.

Das Wachstum wird sich in den kommenden Monaten breiter abstützen. Neben einer robusten Zunahme der Exporte und der Ausrüstungsinvestitionen wird auch der private Konsum weiter steigen. Wir sind der Ansicht, dass sich die ab Mitte 2004 erwartete Besserung auf dem Arbeitsmarkt positiv auf den privaten Konsum auswirkt. Aufgrund der immer noch tiefen Kapazitätsauslastungen sehen wir für das laufende Jahr keine Inflationsgefahren.

Als grösste Gefahr für den Aufschwung sehen wir ein Abflachen der internationalen Konjunktur, wenn die historisch ausserordentlichen finanz- und geldpolitischen Massnahmen in den USA wegfallen.





--- Vorzeichen stehen gut

Die wirtschaftliche Entwicklung ist breiter abgestützt als vor sechs Monaten. Der Geschäftsgang bessert sich. Trotz wachsendem Bestellungsvolumen ist der Auftragsbestand noch nicht befriedigend.

Das wirtschaftliche Umfeld der letzten sechs Monate hat sich schweizweit verbessert. Sinkende Jahresteuerung, gebremster Beschäftigungsabbau, rückläufige Arbeitslosenzahlen und eine Zunahme der Konsumausgaben geben positive Impulse. Wie der Test der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) vom April zeigt, hat sich die Geschäftslage der Bündner Unternehmen deutlich verbessert (Grafik 1). Zusätzlich akquirierte Aufträge und ein erhöhter Auftragsbestand bringen eine bessere Produktionsauslastung. Trotzdem wird die Nachfrage als ungenügend eingeschätzt.

Die ungenügende Nachfrage bremst den Aufschwung. Obwohl: Verglichen mit dem letzten Jahr hat sich der Auftragsbestand bei den Konsumgütern verbessert. Und gegenüber dem Vormonat heben sich der Maschinen- und Fahrzeugbau sowie die Holzbearbeitung ab (Grafik 2). Drei Viertel der Betriebe blicken zurück auf unveränderte Verkaufspreise und die Hälfte auf eine stabile Ertragslage. Für einen Fünftel verbesserte sich diese gar. Die Beschäftigtenzahlen und die technischen Kapazitäten werden gut eingestuft und die Produktionsauslastung ist im letzten Halbjahr von drei auf sieben Monate gestiegen.

Die Vorzeichen für steigende Preise stehen gut. Erwartet werden auch höhere oder unveränderte Bestellungseingänge. Die Unternehmer der Hauptbranchen (Grafik 3) sind überzeugt, dass sich die Geschäftslage in den nächsten sechs Monaten verbessern wird. Einzig der Maschinenund Fahrzeugbau rechnet mit einer unveränderten Entwicklung.



Christian Gauer, Geschäftsleiter Polycontact AG, Chur



--- Von Chur bis China

Die Firma Polycontact AG entwickelt, produziert und vertreibt elektromechanische Schalter. Unsere Spezialität liegt darin, kundenspezifische Lösungen vor allem im Bereich Automobilindustrie anzubieten. Mit unserer Kernkompetenz als klassischer Schalterhersteller haben wir uns am Markt etabliert.

Durch die Fokussierung auf den Bereich Automotive wird das Gegründet 1959, 120 Mitarbeitende und 30 Heimarbeitende, Kunden: führende Automobilhersteller wie DaimlerChrysler, VW, Audi, Porsche oder Bentley.

tiefer

aleich

Unternehmen zukünftig über 90% des Umsatzes in Fremdwährungen erzielen. Somit spielen bei der strategischen Positionierung die jeweiligen standortspezifischen Rahmenbedingungen wie der Wechselkurs, die behördlichen Auflagen und die Lohnkosten eine wesentliche Rolle.

Polycontact AG bekennt sich zum Standort Chur und wird dort die Entwicklungskompetenz sowie die hoch automatisierte Produktion weiter gezielt ausbauen. Dabei nutzen wir das Potenzial der nahe gelegenen Hochschulen sowie das ausgezeichnete Fachwissen unserer Mitarbeiter.

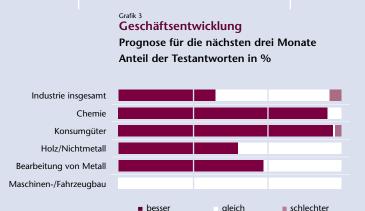
Wir müssen uns offen zeigen bezüglich des Trends zur Internationalisierung. Neue Zielmärkte unserer Kunden bestimmen zukünftig zusammen mit den Herstellkosten den Fertigungsstandort. Aus diesem Grund müssen wir neue Märkte erschliessen und werden in China einen Billig-Produktionsstandort aufbauen.

Der ganze Sensorikmarkt wird in den nächsten Jahren stark wachsen. Dabei bearbeitet Polycontact vor allem interessante Nischenmärkte, in welchen wir uns durch Innovation und Flexibilität von den Mitbewerbern klar unterscheiden.

Die Visionen und Strategien des Mehrheitsaktionärs Markus Looser führen uns zu immer neuen Herausforderungen. Wir als Bündner Unternehmung freuen uns auf die Eroberung globaler Märkte.



höher



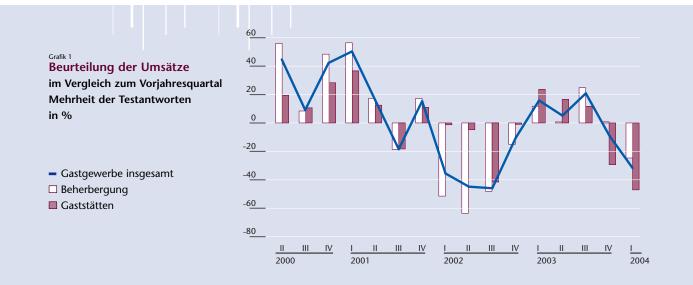
--- Vor schwierigem Sommer?

Auf den glanzvollen Sommer folgt ein durchschnittlicher Winter, wie der Test der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) zeigt. Trotz bester Schneeverhältnisse. Die Erwartungen bleiben zurückhaltend.

Nachdem die Hotellerie die Vorjahresumsätze im 4. Quartal 2003 halten konnten, fielen diese im 1. Quartal 2004 wieder zurück. Die Hälfte der Hoteliers verzeichnete tiefere Umsätze, nur ein Drittel konnte den Umsatz steigern. Bei den Gastwirten standen gar zwei Drittel schlechtere Umsätze einem Fünftel Plusmeldungen gegenüber. So fällt die Kurve nach drei guten Quartalen im 2003 am Ende der Wintersaison tief ins Minus (Grafik 1).

Ähnlich zeigt sich die Ertragslage (Grafik 2): Wie wollen rund drei Viertel der Unternehmer ihren Betrieb in Schwung halten, das Angebot verbessern, im Wettbewerb mithalten, wenn die Rechnung nicht stimmt oder knapp aufgeht? Innovation und Anpassung an das moderne Gästeverhalten – zahlreichere aber kürzere Aufenthalte, mehr Erlebnis und Abwechslung, Abwanderung vom Massentourismus – sind die Herausforderungen des Unternehmers, will er seinen Betrieb gewinnorientiert in die Zukunft führen.

Von Dezember bis Februar erzielte Graubünden 2.4% mehr Logiernächte als vor einem Jahr; für den Winter insgesamt wird mit Zahlen im Rahmen der vorangegangenen Saison gerechnet. Die Erwartungen an das 2. Quartal 2004 stehen im Schatten der gesunkenen Umsatz- und Ertragszahlen. Nur ein Fünftel der Hoteliers und Gastwirte rechnet mit steigenden Logiernächten oder Mehrumsatz. 42% der Betriebe befürchten einen Absatzrückgang (Grafik 3).



Kurt Baumgartner, Hotel Belvédère. Scuol



--- Der Abend für die Gäste

Meinen typischen Tag starte ich um halb neun, zwei Tage gar um halb sieben. Auswärtige Besprechungen lege ich auf den frühen Morgen, um aus den Federn zu müssen. Täglich um zehn Uhr ist Kaderbesprechung, damit alle wissen, was läuft. Am Nachmittag nehme ich alle möglichen Termine wahr mit Architekten, Banken, Versicherungen.

Die Herausforderung für ein mittelgrosses Unternehmen wie das unsrige ist es, von der täglichen Büroarbeit nicht

aufgefressen zu werden. Man sollte eine Liquiditätsplanung haben, einen Business-

Zimmerbelegung 2003: 82 – 86%, 55 Mitarbeitende, Umsatz 2003: 6 Mio. CHF, Schwerpunkt Wellness

plan, ein Marketingkonzept, ein Leitbild, ein Unternehmenskonzept, eine Mitarbeiterpolitik. Da muss man Acht geben, den Kontakt zum Kunden nicht zu verlieren. Ich widme mich am Abend ausschliesslich dem Gast.

Seit dem Beginn 1999 hier in Scuol verzeichneten wir ein immenses Wachstum: die Logiernächte stiegen von 5'000 auf 30'000 und unser Umsatz von 1.3 Mio. auf 6 Mio. CHF. Dies verdanken wir zu einem grossen Teil auch dem Vereinatunnel. Ein Hotelier kann noch so gut sein; die Rahmenbedingungen müssen stimmen.

Ein Vorteil unseres Hauses ist sicherlich, dass wir bis auf vier Wochen im Frühling immer geöffnet haben. Wir können so mehr Stabilität garantieren, da die Mitarbeitenden im Jahresverhältnis angestellt sind. Dies ist enorm gut und zahlt sich aus; wir haben eine sehr geringe Fluktuation. Wenig Wechsel im Team bedeutet Stabilität für Chef, Mitarbeiter und Kunden; dies ist ganz klar ein Qualitätsfaktor. Und Qualität wird je länger je wichtiger.

Das Belvédère bietet vom kleinen bis zum sehr grossen Doppelzimmer alles. Heute sind immer mehr Einzelzimmer gefragt. Somit planen wir, unsere kleineren Doppelzimmer zu Einzelzimmern umzufunktionieren und gleichzeitig grössere Doppelzimmer anzuhängen.





Absatzerwartungen Mengen für das 2. Quartal 2004 Anteil der Testantworten in %



--- Die Grossen im Plus

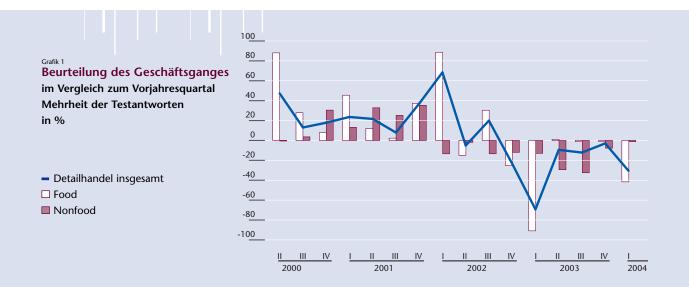
Das Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) meldet eine Besserung der Konsumentenstimmung innert Jahresfrist, damit liegt sie nur noch 22 Indexpunkte hinter dem langfristigen Mittelwert. Die Konsumenten bleiben zurückhaltend.

Gemäss der jüngsten Umfrage der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) hat sich das Geschäft der Bündner Detaillisten im März wieder verschlechtert, besonders im Foodbereich (Grafik 1). Genauer stehen den 59 % der negativ beurteilenden Testteilnehmern nur 28 % mit besserem Geschäftsgang gegenüber.

In der Schweiz verloren die Detailhandelsumsätze 2003 gesamthaft 0.4%. Bei Nahrungsmittel und Raucherwaren stiegen sie um 2.6%, während die Bekleidung 3% und die übrige Warengruppe 1.2% einbüsste. In Graubünden meldeten vor allem kleinere Läden rückläufige Volumen. Die Grossverteiler Coop, Globus, Lagrischa, Manor und Migros allein verkauften zusammen 1.8% mehr; der 10-Jahresdurchschnitt liegt bei plus 1.4%. Diese Vergleichszahlen bestärken die Annahme, dass Verbrauchs- und Versorgungsgüter zunehmend in Zentren eingekauft werden.

Noch von Dezember bis Februar waren in Graubünden die Verkäufe im Vergleich zu den Vorjahresmonaten besser ausgefallen. Im März berichteten 61% der befragten Testteilnehmer von tieferen, 9% von unveränderten und 30% von höheren Umsätzen. Im Foodbereich vermeldeten 71% tiefere und 29% höhere Zahlen; im Nonfood je ein Drittel höhere, konstante oder tiefere (Grafik 2).

Trotz verhaltener Kauflust, werden für den Sommer steigende oder gleich bleibende Umsätze vorhergesagt (Grafik 3).



Markus Koch: Café, Restaurant, Feinbäckerei, Confiserie Puntschella, Pontresina



--- Mein nächstes Ziel ist St. Moritz

Wir bieten mehr Abwechslung als andere: bunte Torten, Konfekte, Confiserie, knusprige Brotsorten. So stellen wir beispielsweise das «Paillasse Brot» in einem besonderen Verfahren her, mit sehr langer Teigruhe und in einem sorgfältigen Backgang. Das Resultat ist ein knus-

priges, geschmacksintensives Brot. Nicht zu vergessen ist unser ebenfalls selber zubereitetes

40 Mitarbeitende, Umsatz 2003: 6.5 Mio. CHF, Ziel 10 Mio. CHF, Standorte: Pontresina, S-chanf, Samedan, La Punt

Speiseangebot: Teigwaren, Nudeln, Gnocchi. Und dann achte ich auch darauf, dass unser Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt.

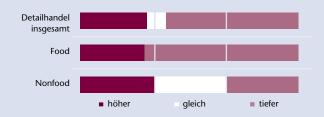
Mein Erfolgsrezept ist, mich nicht auf den Lorbeeren auszuruhen. Die Ladenhüter müssen raus und das Sortiment soll wechseln; da beziehe ich die Einrichtung mit ein. Mein Motto lautet: Neues bringen. Nicht auf Gäste warten, sondern die Gäste holen. Ich bin überaus entwick-

lungsfreudig und versuche früh zu erkennen, was Trend ist. Die Ideen dazu hole ich mir in den Ferien, an Fachmessen oder auch aus Fachzeitschriften. Oft werde ich dann kopiert. Meine Mitbewerber finden mich einen innovativen, risikofreudigen und verrückten Typ. Ich mache viel und bringe immer wieder Neues.

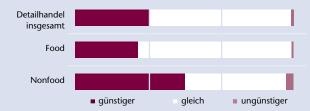
Momentan führen wir das «Puntschella» in Pontresina, das «Puntschellina» in S-chanf, den «Online Shop Café Puntschella» und die «Furnaria Baidan» in La Punt. Mein nächstes Ziel ist, in St. Moritz eine Filiale zu eröffnen, denn ich möchte die Infrastruktur von Pontresina, die wir vor drei Jahren aufgebaut haben, noch ganz auslasten. Auch Ausland-Projekte hege ich: Engadiner Spezialitäten in Saudiarabien und in Amerika.

Erklärtes Ziel ist, dass wir ein Familienbetrieb bleiben. So bin ich stolz, dass unser ältester Sohn bei uns bereits im zweiten Lehrjahr als Konditor/Confiseur arbeitet.





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



--- Zauberwort (Kooperation)

Das Bündner Baugewerbe kommt nicht richtig in Fahrt: Der Spardruck der öffentlichen Hand steigt, die Privatwirtschaft baut weniger und der Wohnungsbau geht zurück.

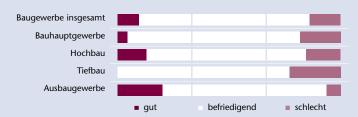
Das geringe Wachstumspotenzial der Branche vermag das Geschäft nicht zu beleben. Wo nur der Preisdruck wächst, steigt die Anspannung. Das Bündner Baugewerbe hat in den letzten Jahren die unternehmensinternen Optimierungsmassnahmen ausgeschöpft. Jetzt sind vermehrt Kooperationen gefragt.

Gemäss Umfrage der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) beurteilen über drei Viertel der Bündner Bauunternehmer den Geschäftsgang gerade als befriedigend. «Gut» melden nur der Hochbau und die Regionen Chur, Oberengadin und Davos. Leicht besser steht das Ausbaugewerbe da, mit Aufträgen im Sanierungsbereich (Grafik 1). Verglichen mit März 2003 hat sich die Situation knapp verbessert. Die regionalen Unterschiede sind gross.

Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Bautätigkeit verbessert. Rund ein Fünftel der befragten Unternehmen verzeichnete höhere Umsätze, ein gutes Drittel erlebte Einbussen. Dem Hochbau fällt ein grösserer Anteil zu (Grafik 2). Angespannt bleibt die Wettbewerbssituation trotzdem.

Die Einschätzungen vom März für die kommenden sechs Monate zeigen, dass die Unternehmer mehr Aufträge erwarten; auch für den Tiefbau (Grafik 3). Sanierungsarbeiten wie im San-Bernardino-Tunnel oder Grossbaustellen wie die Umfahrung Flims sorgen für Auftrieb. Die Preissituation bleibt angespannt. Entlassungen sind keine zu befürchten, obschon die Geräte nicht ausgelastet sind und die Aufträge durchschnittlich für vier Monate ausreichen.

Grafik 1
Beurteilung des Geschäftsganges
Anteil der Testantworten in %



Heini Caviezel, Geschäftsführer Caviezel AG, Chur



--- Von der Küche in die gute Stube

Wir stellen alles selber her, das ist unsere Eigenheit. So beispielsweise auch Sicherheits- und Brandschutztüren, deren Produktion spezielle Maschinen erfordert. Dieser moderne Maschinenpark zeichnet uns aus und bringt uns auch Schreiner als Kunden.

Eine unserer weiteren Spezialitäten ist der Möbelbau; hier entwerfen wir teil14 Vollzeitangestellte, 3 Lehrlinge,
2 Teilzeitkräfte, Umsatz 2003:
2,5 – 3,0 Mio. CHF, spezialisiert auf Küchenbau und individuelle Kundenlösungen

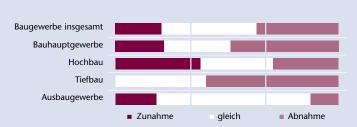
weise auch selber. Wir bieten Lösungen, die nicht ab Stange erhältlich sind, sondern genau den Bedürfnissen der Kunden entsprechen.

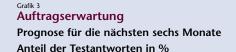
So ist auch unsere Küchen-Ausstellung besonders. Wir präsentieren nicht zwanzig Boxen, aus welchen der Kunde aussucht. Sondern wir präsentieren vier bis fünf Modelle mit unterschiedlichen Eigenheiten. Und aufgrund dieser stellen wir mit dem Kunden in einem Workshop seine Küche zusammen. Danach schlagen wir vor, mit welchen Materialien sich die Idee realisieren lässt. Auch die Farben vergessen wir dabei nicht. Da gilt es den Kunden zu beraten und ihm aufzuzeigen, dass etwas, das im Kleinen einen Effekt erzielt, auf einer grossen Fläche dann vielleicht zu schwer, zu überladen, gar zu aggressiv wirkt.

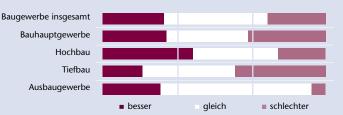
Unsere Kunden kommen aus der ganzen Schweiz, vor allem für den Küchenbau. Und der Küchenbau zieht heute die Essecke nach sich und diese ist heute wiederum integriert in den Wohnbereich, also in die Stube. Das ist ein grosser Vorteil, denn dadurch werden wir früh eingebunden und können ganzheitlich beraten und wirken. Und darauf legen wir Wert.

Viele wissen noch gar nicht, was ein Schreiner alles kann. Wir können Wohlbefinden bieten, angefangen bei der Sicherheitstüre bis hin zum Wohnraum.

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







Elsbeth von Navarini, Inhaberin, Markt- und Standortconsulting, Chur



--- Besinnen auf alte Stärken

Sie beraten Firmen bei der Wahl ihres Standortes. Welche Vorzüge kann der Standort Graubünden bieten?

Die Standortwahl ist vielschichtig – je nach Branche, Firmengrösse und aktuellen Problemen steht etwas Anderes im Vordergrund. Sicher ist die Verfügbarkeit von grösseren Flächen an einem Autobahnanschluss, wie es das Tardisland bietet, ein entscheidender Faktor, denn in der Schweiz gibt es nur noch wenige erstklassige Standorte an den Autobahnen. Graubünden ist aufgrund der schnellen Verkehrsverbindungen nahe am Zentrum Zürich, an Vorarlberg und Norditalien.

Was kann der Kanton und seine Bevölkerung tun, um den Standort Graubünden attraktiver zu machen?

Wir müssen uns auf unsere traditionellen Stärken besinnen: Graubünden war immer schon der Transitkanton, die Verbindung zwischen Nord und Süd. Im Moment wehrt man sich in Graubünden aber gegen diese Rolle, weil sie mit Verkehr verbunden ist. Diese Einstellung muss sich wieder ändern, sonst geben wir einen unserer grössten Standortvorteile preis. Bozen liegt an einem vergleichbaren Brückenkopf zwischen Nord und Süd. Dort haben sich nicht nur Industriefirmen, sondern auch grosse Logistik- und Transport-Unternehmen sowie Service-Einrichtungen für LKWs etabliert. Damit profitiert der Raum Bozen vom Verkehr.

Können auch Unternehmen zur Standortqualität beitragen?

Ein Standort lebt von seinem Wissen. Indem Unternehmen sich untereinander und mit Ausbildungsstätten wie der Fachhochschule austauschen, pflegen und erweitern sie das Wissen in der Region. Es ist deshalb zu begrüssen, wenn sich lokale Unternehmen an der Fachhochschule engagieren. Spezifisches Know-how macht den Industriestandort Graubünden attraktiv.

Was würden Sie am Wirtschaftsstandort Graubünden ändern, wenn Sie könnten?

Wir müssen uns in Graubünden mehr gegen aussen öffnen, sowohl verkehrstechnisch wie auch politisch und generell, was die Einstellung gegenüber der Aussenwelt betrifft. Wir leben von der Aussenwelt, seien es Touristen, Industrieunternehmen oder Dienstleister.

Wie wird sich der Standort Graubünden in zehn Jahren verändert haben?

Mit der künftigen Verbindung der beiden Rheintalautobahnen in der Schweiz und Österreich wird die Achse München-Mailand stark aufgewertet. Graubünden wird dadurch wirtschaftliche Impulse erhalten. Ob Graubünden profitiert, hängt davon ab, wie es reagiert. Der Standort Graubünden ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Die Wirtschaftsförderung kann langfristig nur dann Erfolg haben, wenn bei der Bündner Bevölkerung der Wille vorhanden ist, aus Graubünden etwas zu machen.