Juni 2006

PULS.

Bündner Wirtschaftstrends

Prognosen der Graubündner Kantonalbank

Industrie und Gewerbe: **Ungebremste Nachfrage.** Tourismus: **Zeichen der Erholung.**
Detailhandel: **Kauflust wächst.** Baugewerbe: **Voller Zuversicht.**

HK Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden

Bündner Gewerbeverband
Dachorganisation der gewerblichen Wirtschaft

Hotelierverein Graubünden

Die Südostschweiz

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden

Graubündner Kantonalbank

graubünden

Andreas Züllig,
Präsident Hotelierverein Graubünden

---Planen und handeln für morgen.

Die durch das Departement des Innern und der Volkswirtschaft eingeleitete Tourismusreform ist überfällig. Bis heute fehlte es an Dynamik, Innovation und Wille, um die bestehenden Strukturen zu überdenken und sich den Herausforderungen des globalen Tourismus zu stellen. Dabei ist es für die Volkswirtschaft Graubündens überlebenswichtig, neue Gäste zu gewinnen.

Um dieses Ziel zu erreichen, gilt es sämtliche Tourismusunternehmen vernetzt zu führen wie ein global tätiges Unternehmen. Dies bedeutet eine gemeinsame Strategie zu verfolgen, Strukturanpassungen vorzunehmen, wettbewerbsfähige Produkte auszuarbeiten und neue Märkte und Distributionskanäle zu erschliessen. Die Marke Graubünden ist die starke Basis. Ihre Vermarktung muss zielgerichtet und mit dem notwendigen Mitteleinsatz vorangetrieben werden.

Nach vielen Konzepten, Studien und Diskussionen müssen wir Taten folgen lassen: uns von Gewohntem trennen und neue Wege beschreiten, auch wenn es zum Teil schmerzhaft sein wird. Im hart umkämpften Tourismusmarkt gibt es keinen Platz für Gartendenken oder Heimatromantik. Die Entwicklung der letzten zehn Jahre sowie die aktuellen Logiernächtezahlen sprechen eine deutliche Sprache und lassen keinen Raum für weiteres Zögern.

Graubünden hat das Potenzial und die Kompetenz, um an Erfolge früherer Zeiten anzuknüpfen.

Andreas Züllig
Präsident Hotelierverein Graubünden

PULS Nummer 24, Juni 2006
Telefon 081 256 83 11, 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, T. Di Cosmo, 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, Titelbild: Ralph Feiner
Lithos und Druck: Südostschweiz Print AG

Titelbild: ruwa Holzbau (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:

Schnell und aktuell informiert: **Abonnieren Sie gratis den elektronischen Newsletter** des Wirtschaftsforums via www.wirtschaftsforum-gr.ch

Der Bündner Gewerbeverband ist an der Gehla 06 gleich zweifach vertreten: Vom 25. bis 28. August mit einer Berufsausstellung und am 26. August mit der Delegiertenversammlung.

Generalversammlung von Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden in Chur: Notieren Sie sich den 6. November, 17.00 Uhr. **Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus**, referiert zur Entwicklung des Tourismus und den neuen Tourismusstrukturen im Kanton Graubünden.

---Erste Erholung.

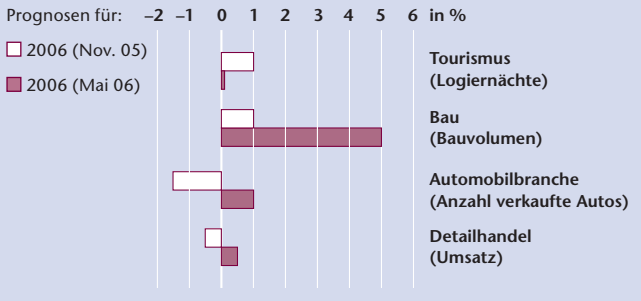
Fokus Graubünden

Regierung und Parlament haben durch Ausgabenkürzungen das strukturelle Defizit über die letzten Jahre reduziert. Die Rechnung 2005 weist bereits zum zweiten Mal in Folge schwarze Zahlen aus. Mit dazu beigetragen haben nicht nur tiefere Ausgaben, sondern auch deutlich höhere Erträge. Die Konjunktur in Graubünden hat sich – allerdings auf tieferem Niveau als gesamtschweizerisch – erholt. Von dieser Entwicklung können jedoch noch nicht alle profitieren. Für 2006 skizziert die GKB-Prognose folgende Branchenwerte:

Im **Tourismus** haben sich unsere Erwartungen nicht ganz erfüllt. Hervorragende Schneeverhältnisse in den tiefer liegenden Skigebieten ausserhalb Graubündens und das massive Ausbleiben der Gäste aus Deutschland führten zu weniger Logiernächten. Dank der positiven Konjunkturdaten rechnen wir mit mehr deutschen Sommergästen. Wenn das Wetter mitspielt, dürfte der Sommer das Winter-Minus ausgleichen – deshalb sehen wir insgesamt ein Nullwachstum.

Viele anstehende Unterhaltsarbeiten bei den Kantonsstrassen und verschiedene Wohnbauprojekte versprechen ein gutes Jahr für die **Bauwirtschaft**. Vor allem im Churer Rheintal und in den Tourismusorten rechnet die Branche mit einer Zunahme im privaten Wohnungsbau. Wir erwarten einen Anstieg des Bauvolumens im Rahmen von 5 %. Die Ertragslage bleibt aber trotz leichter Verbesserung unbefriedigend.

Bündner Trends 2006
Quelle: Graubündner Kantonalbank, Mai 2006



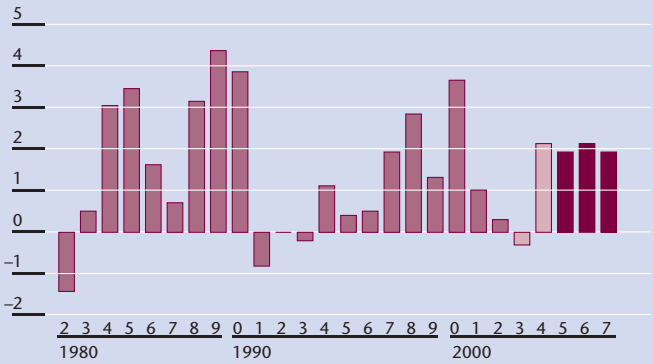
Die **Automobilbranche** profitiert von der Kauflust der Konsumenten. In den ersten drei Monaten konnten mehr Autos verkauft werden als in der Vorjahresperiode. Die Graubündner Kantonalbank geht davon aus, dass dieser Trend anhalten wird, und erhöht ihre Prognose auf plus 1 %.

Der **Detailhandel** profitiert von der guten Konsumentenstimmung. Deshalb heben wir unsere Prognose auf plus 0.5 % an – trotz sinkenden Verkaufspreisen und anhaltendem Margendruck.

Fokus Schweiz

Die Konjunkturindikatoren deuten auf eine Fortsetzung des robusten und breit abgestützten Wachstumstrends hin. Die positiven Impulse seitens der Bauwirtschaft dürften sich im laufenden Jahr abschwächen. Der private Konsum wird eine wichtige Stütze bleiben. Im Vorjahresvergleich dürfte dieser gemäss der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich (KOF) um 1.8 % wachsen. Eine wichtige positive Entwicklung zeichnet sich am Arbeitsmarkt ab: Wir gehen von einem Rückgang der Arbeitslosenquote von 3.6 % im Vorjahr auf 3.2 % aus. Die Inflation wird trotz höheren Energiepreisen auf tiefem Niveau verharren. Insgesamt rechnen wir mit einem Wirtschaftswachstum von ca. 2 %.

Bruttoinlandprodukt CH
Reale Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %



---Ungebremste Nachfrage.

Die Schweizer Wirtschaft wächst kräftiger als erwartet. Die Vorzeichen für die nächsten Monate sind erfreulich. Diese positive Dynamik bringt den Bündner Industrie- und Gewerbeunternehmen positive Impulse. Besonders bei den exportorientierten Betrieben herrscht weiterhin Hochstimmung.

Innerhalb der beiden letzten Quartale hat sich die Geschäftslage der Bündner Produktionsbetriebe markant verbessert (Grafik 1). Die zuversichtliche Einschätzung ist breiter abgestützt als noch vor einem halben Jahr. Nicht nur die Exportnachfrage entwickelt sich prächtig, das wirtschaftliche Umfeld hat sich für einen grossen Teil der Bündner Binnenwirtschaft aufgehellt.

Die Produktionsreserven reichen für dreieinhalb Monate, der Auslastungsgrad der Anlagen beträgt 81 %. Knapp ein Viertel der befragten Unternehmen sprechen von einem höheren, 28 % von einem tieferen Auftragsbestand. Bei den Konsumgüterherstellern sowie im Maschinen- und Fahrzeugbau sind die Auftragsbücher überdurchschnittlich stark gefüllt (Grafik 2).

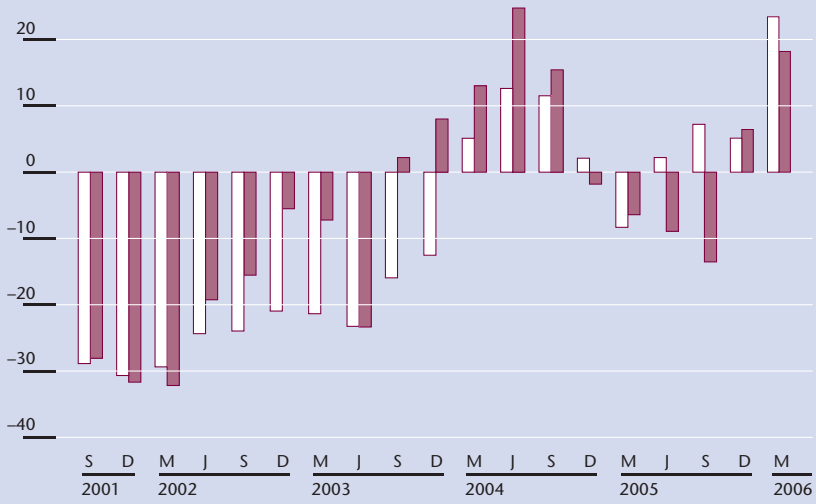
Die Ökonomen der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) rechnen in der Schweiz für das laufende Jahr mit einem deutlichen Anstieg der Wachstumsraten. Anlass dazu geben ein gutes privates Konsumklima, investitionsfreudige Firmen und robuste Exporte.

Auch viele Bündner Unternehmen blicken positiv in die nahe Zukunft: Über drei Viertel erwarten in der Schweiz ein stabiles wirtschaftliches Umfeld, nur 17 % befürchten einen Abschwung. Für den eigenen Betrieb prognostiziert eine überwältigende Mehrheit eine unveränderte oder sogar bessere Entwicklung ihres Geschäftes (Grafik 3). Einmal mehr ragen dabei die Erwartungen der Konsumgüterindustrie heraus.

Grafik 1

Beurteilung des Geschäftsganges

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



Christian Gloor,
Geschäftsleiter
STAG AG, Maienfeld

---Offen für Veränderungen.

Die STAG AG hat sich auf Schüttguttechnologie im Anlagenbau spezialisiert. Unsere wichtigsten Umsatzträger sind die Bereiche «Stein & Erde» und «Umwelttechnik». 1954 mit Hauptsitz in Maienfeld gegründet, sind wir heute auch in Frankreich und Deutschland vertreten.

Mitarbeitende Maienfeld: 40
Mitarbeitende Strasbourg/F: 2
Mitarbeitende Saarlouis/D: 1

Umsatz 2005: CHF 18 Mio.
Budget 2006: CHF 18.7 Mio.

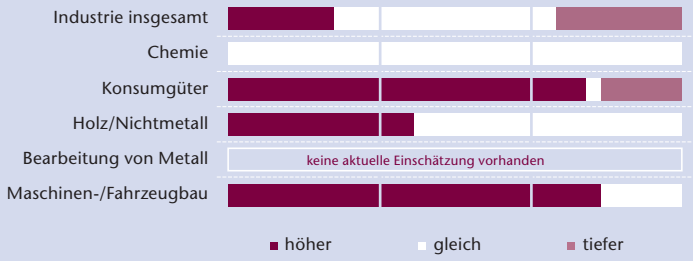
Die Schweiz ist mit 50-70% nach wie vor der wichtigste Markt. Die grössten Wachstumschancen sehen wir in der Golfregion und in Indien. In diesen Märkten wollen wir in Zukunft über Partnerschaften verstärkt agieren.

Jede neue Anlage ist ein Prototyp. Dies bedingt umfangreiche Vorleistungen mit hohem Detaillierungsgrad und langjährige Erfahrung gut ausgebildeter Ingenieure. Unsere Mitarbeitenden sind dementsprechend durchschnittlich seit neun Jahren bei der STAG AG. Neue Mitarbeitende rekrutieren wir oft direkt von der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur. Als Lehrbeauftragter bin ich dafür sozusagen an der richtigen Quelle.

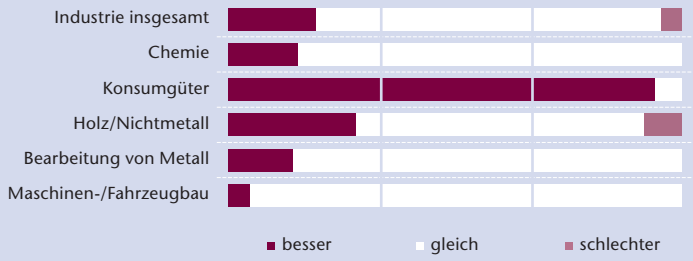
Seit 1999 hält das Management 50% der Aktien, die andere Hälfte ist bei einer Finanzierungsgesellschaft platziert. Wir fällen alle wichtigen Entscheide gemeinsam innerhalb des Managements, die Identifikation mit dem Unternehmen ist dadurch sehr hoch.

Wir optimieren unsere Prozesse laufend, um eine möglichst hohe Standardisierung zu erreichen. Ziel ist, das Risiko bei der Entwicklung und dem Bau neuer Anlagen besser kontrollieren zu können. Von Zeit zu Zeit lassen wir uns extern beraten, sei es in technischer oder betriebswirtschaftlicher Hinsicht. Risiken und Chancen können oft nur Aussenstehende erkennen. Für jede KMU ist es überlebenswichtig, auf Veränderungen offen und flexibel zu reagieren.

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



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



---Zeichen der Erholung.

Eine leicht rückläufige Ertragslage, eine halbwegs zufriedenstellende Umsatzentwicklung und eine tendenziell optimistische Grundstimmung für die nächsten Monate: Das ist die Zwischenbilanz für die Saison 2005/2006.

Die Umsatzbeurteilung im Gastgewerbe über die letzten Quartale gleicht einer Achterbahnfahrt: Für das erste Quartal 2006 verzeichnen die befragten Hoteliers einen leichten Umsatzanstieg, die Gastwirte hingegen eine geringe Einbusse gegenüber dem Vorquartal (Grafik 1). Die Ertragslage hat sich im Vergleich zum Vorjahresquartal etwas verschlechtert. Drei von zehn Unternehmern im Gastgewerbe sprechen von einem besseren, vier von einem schlechteren Ergebnis (Grafik 2).

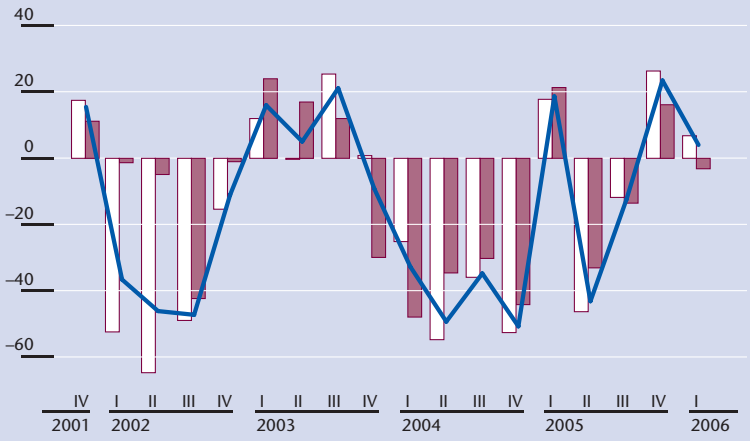
Die diesjährigen späten Ostertage Mitte April – im Vorjahr im März – beeinflussten die Ergebnisse des ersten Quartals. Gesamtschweizerisch besuchten gegenüber dem Vorjahr in den Monaten Januar bis März 5.9% weniger Gäste aus Deutschland unser Land. Im Kanton Graubünden betrug dieser Rückgang 12.4%. Dies entspricht einem Minus von 84'000 Übernachtungen. Eine um 0.4% höhere Inlandnachfrage und 2.3% mehr Gäste aus der restlichen Welt konnten mit insgesamt 19'000 Übernachtungen den Rückgang bei den deutschen Gästen nicht kompensieren.

BAK Basel Economics geht von einer Erholung auf dem deutschen Markt aus. Für die Sommersaison rechnet das BAK gesamthaft gesehen mit einem Plus bei den Hotellogiernächten von 1.4% für Graubünden. Diese Prognose steht im Einklang mit der tendenziell positiven Grundstimmung der Hoteliers und Gastwirte für April bis Juni: Rund ein Drittel rechnet mit steigenden Logiernächten oder Mehrumsatz (Grafik 3).

Grafik 1

Beurteilung der Umsätze

im Vergleich zum Vorjahresquartal
Mehrheit der Testantworten in %



Daniel Füglister,
Direktor Hotel Saratz,
Pontresina

---Geschichten schreiben.

Die Menschen brauchen Wurzeln, ein Zuhause. Ein Hotel ist ein temporäres Zuhause mit allen Annehmlichkeiten – und vielem mehr dazu. Ein grosses Angebot ist Voraussetzung für ein erfolgreiches Haus, die Nähe zum Gast darf dabei aber nicht verloren gehen.

Uns gelingt es, Gastgeber aus Leidenschaft zu sein: Sei es beim Captain's Dinner, bei gemeinsamen Ausfahrten mit den hoteleigenen BMW-Cruisern oder beim Brunch am Fusse des Morteratschgletschers. Mit dieser täglich gesuchten Nähe zum Gast und der damit geschürten Interaktivität führen wir Gleichgesinnte zusammen. Nach zwei Jahren sehen wir Resultate unserer Bemühungen: Gäste treffen ihre neuen Bekanntschaften wieder – bei uns im Hotel Saratz.

Mitarbeitende: 63

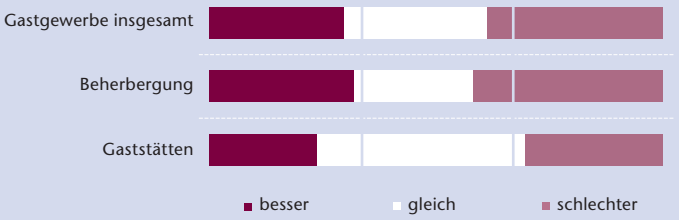
Jahresauslastung: 62 %
Anteil Stammgäste: 70 %

Umsatz 05/06: CHF 8.25 Mio.

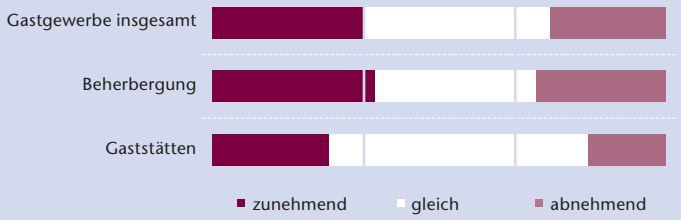
Jedes Hotel ist ein eigenes Universum. Damit dieses als Einheit wahrgenommen wird, müssen sich die Mitarbeitenden verstehen. Einer der wichtigsten Faktoren ist deshalb das Gewinnen der besten Mitspieler für unsere Bühne. Was ich suche, ist das kleine bisschen Schalk in den Augen. Um Kontinuität und Qualität zu sichern, bieten wir möglichst vielen Mitarbeitenden einen Ganzjahresvertrag an. Deshalb war unser Haus letztes Jahr zum ersten Mal zwischen der Sommer- und Wintersaison durchgehend geöffnet – mit Erfolg.

Weiterempfehlungen sind für alle Hotels das Wichtigste. Parallel dazu pflegen wir unsere Datenbank mit 15'000 aktuellen Adressen. Mittelfristig suchen wir, in Zusammenarbeit mit einer Agentur in London, den englischen Gast wieder für uns zu gewinnen. Waren es doch zuerst die Briten, die das Engadin als Feriendestination schätzen lernten. Höchste Zeit, das nächste Kapitel dieser Geschichte zu schreiben.

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



Grafik 3
Absatzerwartungen
Mengen für das zweite Quartal 2006
Anteil der Antworten in %



---Kauflust wächst.

Die Konsumausgaben der privaten Schweizer Haushalte verleihen der Konjunktur positive Impulse. Für das laufende Jahr prognostiziert die Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) ein reales Wachstum von 1.8 % beim privaten Konsum. Auch die Bündner Konsumenten sind in Kauflaune – es profitiert insbesondere der Non-Food-Bereich.

Der Privatkonsum hat sich zu einer wichtigen Stütze der Schweizer Konjunktur entwickelt. Dies ist auf die verbesserte Einkommenssituation und die leichte Verringerung bei der Sparquote zurückzuführen. Der Index der Konsumentenstimmung des seco hat sich deutlich verbessert: Erstmals seit vier Jahren überschritt der Gesamtindex sein langfristiges Durchschnittsniveau.

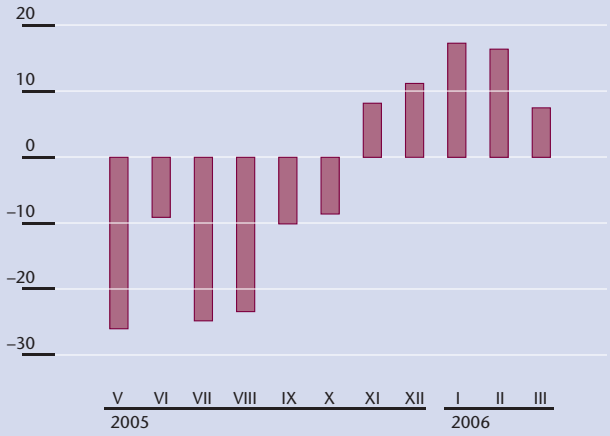
Die Erholung der Konsumnachfrage ist auch im Kanton Graubünden spürbar: Der Geschäftsgang wird seit dem Spätherbst wieder besser beurteilt (Grafik 1). Die Expansion der Detailhandelsumsätze gegenüber dem Vorjahresmonat macht sich hauptsächlich im Non-Food-Bereich bemerkbar (Grafik 2). Besonders ausgeprägt sind die Mehrumsätze in den Segmenten Bekleidung/Schuhe, persönliche Ausstattung und Wohnungseinrichtungen.

Bei der Prognose für die Umsatzentwicklung zeigt sich der Non-Food-Bereich zuversichtlich: 40 % der Händler erwarten bessere Umsätze, 29 % schlechtere. Die Lebensmittelhändler sind zurückhaltender: Eine knappe Mehrheit sieht eine rückläufige Entwicklung voraus (Grafik 3).

Grafik 1

Beurteilung des Geschäftsganges

im Vergleich zu den Vorjahresmonaten, Mehrheit der Antworten in %



Carmen Federspiel Salgado,
Inhaberin Boutique Exclusiv,
Chur

---Erfolg ohne Ausverkauf.

Ich kenne das Ladenlokal der Boutique Exclusiv in Chur seit 1979. Damals hatte ich als Geschäftsführerin beim früheren Besitzer angefangen. Zehn Jahre später übernahmen mein Mann und ich die Boutique. Diesen Schritt haben wir nie bereut. Wir führen namhafte italienische Designer wie Armani und Moschino, aber auch Labels von Schweizer Modemacherinnen. Die Umsätze entwickeln sich seit 17 Jahren positiv – auch in den Krisenjahren 2001 bis 2003.

Mitarbeitende:
4 Teilzeitkräfte und eine Lehrtochter

Anteil Stammkundschaft: ca. 70 %

Anteil Umsatz Chur und Umgebung: ca. 60 %

Unser Anteil an Stammkunden ist sehr hoch. Die Kundinnen und Kunden kommen für die kompetente Beratung auch aus den Nachbarkantonen und aus Liechtenstein. Durch meine Doppelfunktion als Modeberaterin und Einkäuferin weiss ich, was unsere Kundschaft sucht, und kaufe genau die Stücke, die auf meine Kundinnen und Kunden zugeschnitten sind.

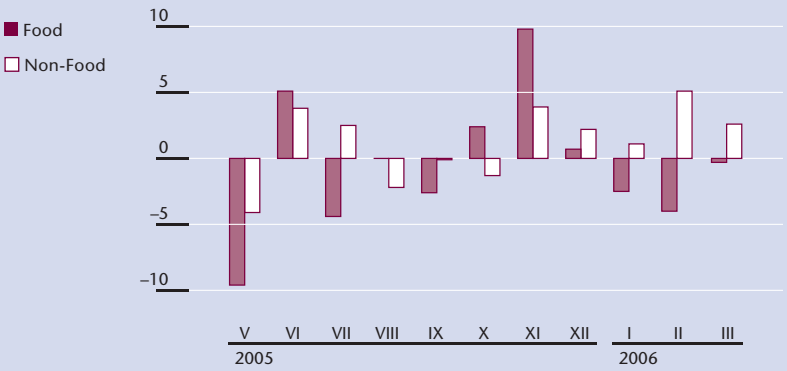
Unsere Modeberaterinnen sind zwischen 18 und 60 Jahre alt und widerspiegeln damit ungefähr das Alter unserer Zielgruppen. Ein wichtiger Faktor, denn eine Kundin Mitte vierzig wird lieber von einer Person im gleichen Alter beraten. Meine Mitarbeiterinnen sind fachlich gut ausgebildet. Vor allem aber zählt ihre Bereitschaft, auf die Wünsche der Kundschaft vorbehaltlos einzugehen.

Unser Erfolg basiert auf Freundlichkeit, Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität. Wir pflegen langjährige Beziehungen mit unseren Mitarbeitenden, Kunden und Lieferanten. Denn um eine neue Marke aufzubauen, braucht es Zeit. Dazu gehört auch, dass wir während 17 Jahren noch nie einen Ausverkauf gemacht haben. Das Signal ist klar: Unsere Mode und unser Service sind ihren Preis wert.

Grafik 2

Umsatzentwicklung

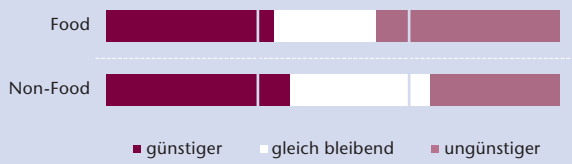
im Vergleich zu den Vorjahresmonaten, Mehrheit der Antworten in %



Grafik 3

Erwartete Geschäftsentwicklung

Prognosen für die nächsten sechs Monate
Anteil der Antworten in %



---Voller Zuversicht.

Die Bündner Bauunternehmer beurteilen ihren Geschäftsgang mehrheitlich als befriedigend bis gut. Das vergangene Jahr brachte ein 12 % höheres Arbeitsvolumen und leicht höhere Auftragseingänge. Die Entwicklung ist aber regional und nach Sparte sehr unterschiedlich. Die Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) rechnet mit nachlassenden Impulsen aus der Bauwirtschaft, die Bündner Bauunternehmer blicken aber zuversichtlich in die nahe Zukunft.

Bei der Beurteilung des Geschäftsgangs stammen die positiven Stimmen hauptsächlich aus dem Ausbaugewerbe, demgegenüber bezeichnet im Tiefbau ein Drittel der Umfrageteilnehmer den Geschäftsgang als schlecht (Grafik 1).

Insgesamt halten sich die positiven und negativen Stimmen über die Bautätigkeit die Waage (Grafik 2). Im Hochbau melden 37 % der Befragten schlechtere Umsätze. Diese Tatsache zeigt sich auch in der Reduktion der neu abgeschlossenen Bauzeitversicherungen um 19 % gegenüber der Vorjahresperiode. Die durchschnittliche Auslastung der Unternehmen beträgt zurzeit vier Monate, der Auftragsbestand reicht gegenüber dem Vorjahr einen Monat länger aus. Einzig das Tiefbaugewerbe verzeichnet eine tiefere Auslastung.

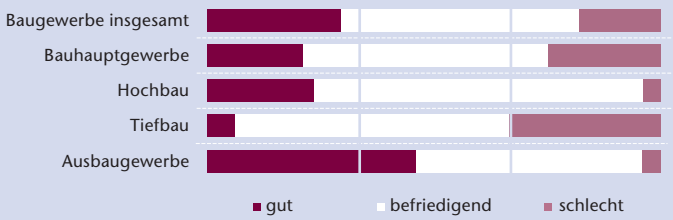
Unter Ausschluss der saisonalen Schwankungen stimmen die Prognosen für die Auftragslage sehr zuversichtlich: Die Hälfte der Branchenvertreter rechnen für das kommende halbe Jahr mit einem höheren Auftragseingang. Insbesondere im Hochbau sind die Erwartungen sehr hoch. Kein einziges Unternehmen rechnet mit einem tieferen Auftragsbestand (Grafik 3).

Die Zuversicht im Baugewerbe spiegelt sich auch in der Erwartung bezüglich Personalbestand wider: 42 % der Befragten erwarten eine bessere Beschäftigungslage.

Grafik 1

Beurteilung des Geschäftsganges

in % der befragten Unternehmer in Graubünden



Rudolf, Burga und Andres Walli, Geschäftsleitung ruwa Holzbau, Küblis

---Entwicklung aus Tradition.

Zu unserem Unternehmen gehören eine Sägerei, eine Zimmerei, eine Schreinerei und ein Betrieb für Saunabau. Hinter dem Namen ruwa steht noch heute unsere Familie.
Unser Grossvater Rudolf Walli gründete das Unternehmen 1932.
Heute leiten wir es, die drei Geschwister der dritten Generation: Andres, der Schreiner und Zimmermann, Rudolf, der Zimmermeister und Burga, die Hochbauzeichnerin. Als freie Mitarbeiter sind unsere Eltern immer noch im Betrieb.

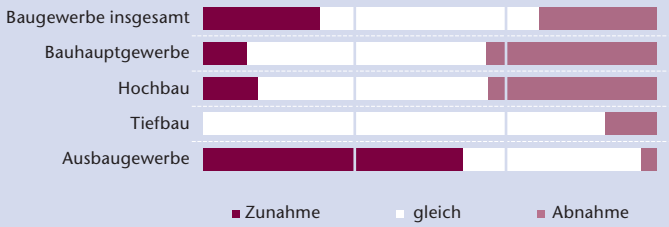
Mitarbeitende: 30
Umsatz 05: CHF 4 Mio.

Verkauf Elementhäuser pro Jahr: ca. 5
Verkauf Strickhäuser pro Jahr: ca. 7-8

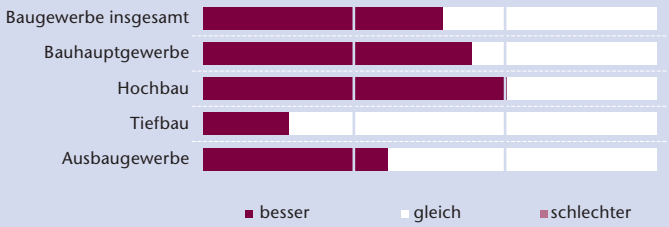
Unser Credo lautet: Nicht alles machen wollen, aber offen sein für Veränderungen. Dieses Motto ist durch den Standort Küblis und die Struktur unseres Unternehmens geprägt. Wir verarbeiten nur Holz aus der Region. Rund 60-70 % des von uns gesägten Rohmaterials verarbeiten wir selber. So reicht unser Spektrum vom groben Handwerk bis zu hochtechnischen Anlagen. Und hier liegt unsere Chance: Wir verfügen über ein grosses Fachwissen. Wir sind nicht von vor- oder nachgelagerten Stellen abhängig und können flexibel auf Kundenwünsche reagieren. Diese Unabhängigkeit ist auch durch die heutige Struktur der Familien-AG gewährleistet. Die Umwandlung in eine AG und die Nachfolgeregelung waren ein langer Prozess. Jede KMU sollte die Übergabe an die nächste Generation frühzeitig planen und sich juristisch beraten lassen.

1996 lancierten wir zusammen mit dem Basler Architeam 4 die Living Box. Dieser Holz-Modulbau hatte Minergiestandard – zu einem Zeitpunkt, als in der Öffentlichkeit noch fast niemand darüber sprach. Neue Ideen und Projekte entstehen im intensiven Austausch mit Kunden und Partnern. Wir sehen überall Potenzial, sei es beim Handel mit Holz oder beim Herstellen von Möbeln. Jeder Ausbauschritt muss aber gut überlegt sein. Jede Investition muss sich rechnen, nur so können wir als Familienunternehmen weiter bestehen.

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 %



Leo Jeker,
Direktor und Verwaltungsrat,
Savognin Bergbahnen

---Tourismus und Landwirtschaft als Partner.

Die Schweizer Hotellerie ist im Aufwärtstrend, für Graubünden verlief die Wintersaison enttäuschend. Wo sehen Sie die Gründe?
Immer weniger Gäste aus Deutschland kommen zu uns. Graubünden hat es versäumt, rechtzeitig neue Märkte zu erschliessen. Mit den bestehenden kleinräumigen Strukturen ist es unmöglich, neue Strategien rasch und effektiv umzusetzen. Dazu kommt, dass die Schweiz die kleineren Flughäfen nie zu flexiblen Drehscheiben für den Tourismus ausgebaut hat. Die Umsetzung von Ideen und Visionen wird stark behindert und dauert viel zu lange.

In welche Richtung wird sich Ihrer Meinung nach Graubünden entwickeln?
Ich gehe von einer Marktbereinigung aus. Für kleinere Anbieter wird es eng. Mittlere und grössere Betriebe müssen ihr Angebot konsequent optimieren. Ich denke, in zehn bis zwanzig Jahren verfügen wir noch etwa über die Hälfte der Bergbahnkilometer – bei gleich bleibendem Pistenangebot. Wir müssen attraktive Pakete schnüren, unsere Angebote vernetzen. Das heisst, der Gast hat ein Ticket für Anreise, Beherbergung, das Sportangebot und für viele weitere Aktivitäten.

Das Cube Hotel und Resort Surses Alpin in Savognin sind wegweisend. Welches waren die Erfolgsfaktoren?
Transparenz, Überzeugung, Wille, Tempo und Teamarbeit. Wenn ein interessantes Projekt vorhanden ist, darf man die Realisierung nicht auf die lange Bank schieben. Alle Parteien müssen von Anfang an einbezogen werden. Die Leute im Tal haben schon immer verstanden, dass man nur in einer gelebten Partnerschaft zwischen Landwirtschaft und Tourismus überleben kann.

Welches sind die nächsten Ziele von Savognin?
Die Gemeinden und wir planen bereits für die nächste Generation: In Radons soll ein Resort mit 1'700 Betten entstehen. Die Verantwortung für die Vermietung werden professionelle Tour-Operators übernehmen, denn wir wollen keine Kultur der kalten Betten. Zurzeit arbeiten alle Entscheidungsträger daran, die raumplanerischen Voraussetzungen zu schaffen. Zeitgleich finden laufend Gespräche mit Investoren statt. Wir sind überzeugt, dass wir auch dieses Projekt erfolgreich realisieren können – in Einklang mit der Landschaft und den Talbewohnern.