



DAS BÜNDNER WIRTSCHAFTSMAGAZIN

MIT DEN AKTUELLEN WIRTSCHAFTSTRENDS FÜR GRAUBÜNDEN

JUNI 2012

Bündner Landwirtschaft – Potenzial liegt in Marktnischen



Bild Arno Balzarini/Keystone

 **Graubündner
Kantonalbank**

 **Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden**
Uffiz per economia e turissem dal Grischun
Ufficio dell'economia e del turismo del Grigioni

SÜDOSTSCHWEIZ
MEDIEN

 **Graubünden**
hotellerie suisse Swiss Hotel Association

 **Bündner Gewerbeverband**
Dachorganisation der gewerblichen Wirtschaft

 **H.K.** Handelskammer und
Arbeitgeberverband
Graubünden

LANDWIRTSCHAFTSPOLITIK VERÄNDERT DIE RAHMENBEDINGUNGEN

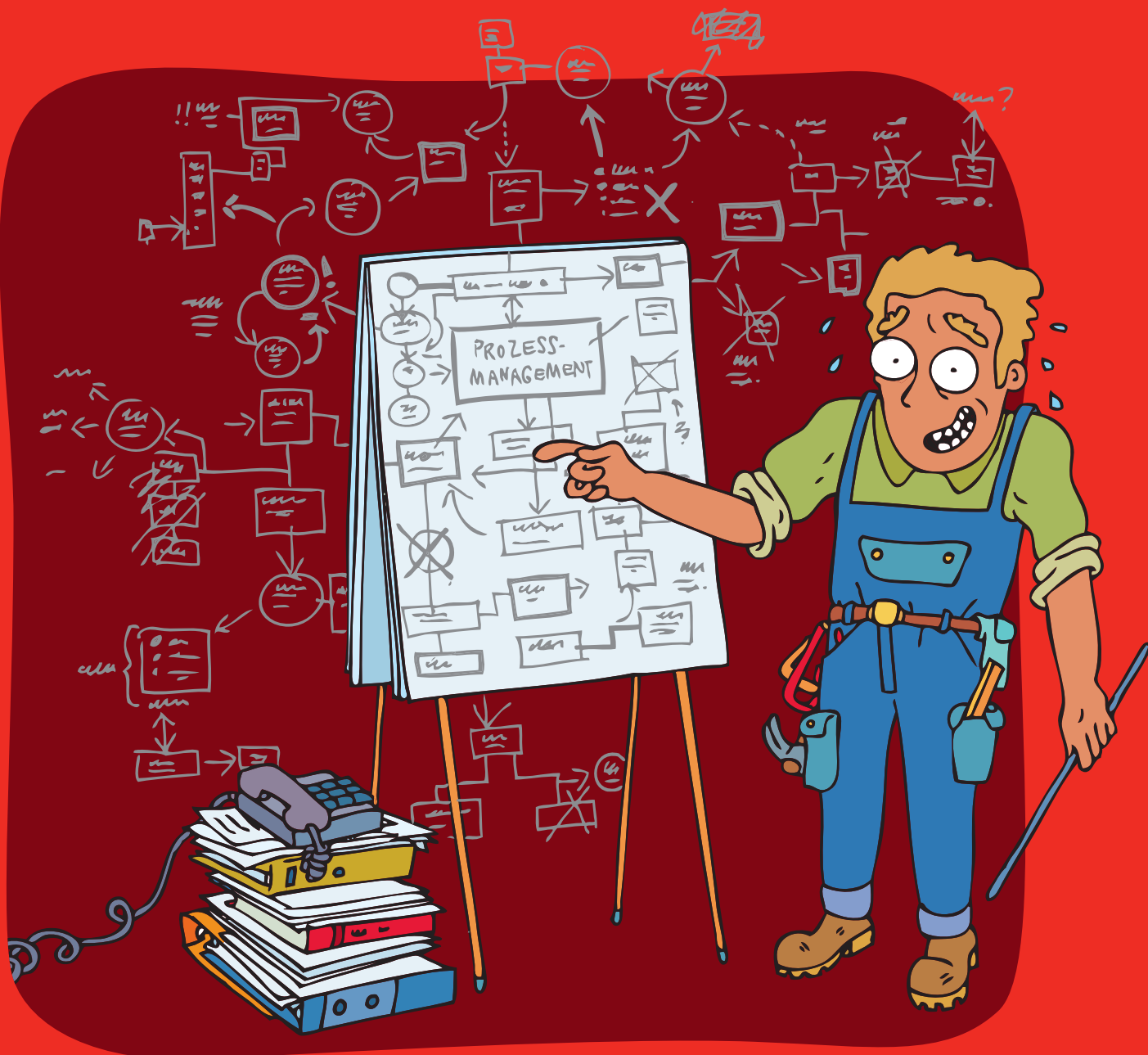
Die Land- und Ernährungswirtschaft im Kanton Graubünden steht vor grossen Herausforderungen – diese bieten aber auch hervorragende Chancen.

DER STARKE FRANKEN BLEIBT IN GRAUBÜNDEN DAS SORGENKIND NUMMER 1

Trotz einer relativ robusten ersten Jahreshälfte ist im ganzen 2012 nur mit einem bescheidenen Wachstum der Bündner Wirtschaft zu rechnen.

Übersicht-Verlieritis

Eine Krankheit, die's bei uns nicht gibt.



**Jetzt gewinnen:
Coaching für Ihr KMU!**

Als Unternehmensversicherer kennen wir die Herausforderungen für KMUs.
Darum können Sie jetzt wertvolle Beratungstage für Ihr Unternehmen gewinnen.
Gleich mitmachen unter www.oekk.ch/KMU oder Hotline 0800 822 022.
Jede Teilnahme belohnen wir!

ÖKK



Hansjörg Trachsel

Die Landwirtschaft als Chance für Graubünden

Obwohl der Bundesrat beauftragt wurde, die Verhandlungen über ein Agrarfreihandelsabkommen zwischen der Schweiz und der EU zu sistieren, wird die fortschreitende Markttöffnung wie die zunehmende Ausrichtung auf den Markt unsere heimische Landwirtschaft auch weiterhin vor grosse Herausforderungen stellen. Bereits seit rund 20 Jahren befindet sich die schweizerische Landwirtschaft nun in einer Art Dauerreform. Standen früher die Absatzsicherung sowie die Selbstversorgung im Zentrum der Landwirtschaftspolitik, lassen sich die Direktzahlungen heute eher mit «Abgeltungen für Dienstleistungen zugunsten der Natur und Umwelt und zur Förderung des Tierwohls» umschreiben. In dieser Zeit haben sich die Schweizer Bauernfamilien immer wieder an die neuen Gegebenheiten angepasst. Das neue Direktzahlungssystem der Agrarpolitik 2014 bis 2017 wird zu weiteren betrieblichen Anpassungen führen.

Vor dem Hintergrund dieser Veränderungen gilt es erst recht, sich auf die eigenen Stärken zu besinnen. Vielerorts wurden folglich im Hinblick auf den Ausbau der Produktqualität grösste Anstrengungen unternommen. Durch eine konsequente Fokussierung auf qualitativ hochwertige Nischenprodukte und Spezialitäten sowie durch eine wirksame Vermarktung der Angebote und Dienstleistungen scheint einiges möglich zu sein, um Konsumenten hier und in Europa für unsere Produkte zu gewinnen.

Besonders der Agrotourismus gilt heute als Chance für die Landwirtschaft und somit den gesamten ländlichen Raum. Graubünden als grösste Berglandwirtschafts- und Tourismusregion der Schweiz ist prädestiniert dafür, künftig diesen Trumpf stärker auszuspielen. Anfragen seitens der Landwirtschaft sowie nationale Aktivitäten bestärken unsere Vision, dass unser Kanton innerhalb der nächsten fünf Jahre eine führende Rolle im Agrotourismus einnehmen soll. Den Landwirtschaftsbetrieben, die bereits im Agrotourismus tätig sind oder daran Interesse haben und aktiv werden wollen, wird durch die neu geschaffene Geschäftsstelle Agrotourismus Graubünden professionelle Unterstützung angeboten. Durch enge Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure kann sowohl die Wertschöpfung der Landwirtschaft erhöht als auch der boomende natur- und kulturnahe Tourismus gestärkt werden. Die Sensibilisierung der Landwirtschaft, des Tourismus sowie der Bevölkerung für den Agrotourismus konnte meines Erachtens bereits gesteigert werden. Ich bin überzeugt, dass die Landwirtschaft auch künftig eine wichtige Rolle in Graubünden spielen wird – durch eine Fortsetzung der Qualitätsstrategie mit der Produktverarbeitung vor Ort und die weitere Mobilisierung der Potenziale im Agrotourismus.

Hansjörg Trachsel, Vorsteher des Departements für Volkswirtschaft und Soziales des Kantons Graubünden

IMPRESSUM

PULS Nummer 35, Juni 2012

Adresse: Graubündner Kantonalbank, Marketing, Postfach, 7002 Chur (E-Mail: marketing@gkb.ch)

PULS erscheint zweimal jährlich in Zusammenarbeit von Graubündner Kantonalbank (Daniel Michel, David Gartmann, Manuela Businger), Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (Eugen Arpagaus, Patrick Casanova), Bündner Gewerbeverband (Jürg Michel), Hotelleriesuisse Graubünden (Jürg Domenig), Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden (Marco Ettisberger), Südostschweiz (Hans Bärtsch, Norbert Waser)

Herausgeberin: Südostschweiz Presse und Print AG, Chur, in Zusammenarbeit mit PULS-Partnern

Redaktionelle Mitarbeiter: Franco Brunner, Jano Felice Pajarola

Bilder: Olivia Item, Rolf Canal, Norbert Waser, Jano Felice Pajarola, Yanik Bürkli, Keystone

Layout/Grafik: Beilagenredaktion «Die Südostschweiz», Rico Kehl

Inserate: Südostschweiz Publicitas AG, Chur

PULS ist eine Beilage zur «Südostschweiz am Sonntag» der Ausgabe Graubünden vom 24. Juni 2012.

Auflage: 39 054 Ex. (WEMF-beglaubigt)

Inhalt

5 VOR GROSSEN HERAUSFORDERUNGEN

Die Land- und Ernährungswirtschaft des Kantons steht vor einem Strukturwandel – und bietet die entsprechenden Chancen.

9 KEINE SCHLECHTE AUSGANGSLAGE

Economiesuisse-Chefökonom Rudolf Minsch plädiert dafür, dass sich Graubünden als Landwirtschaftskanton besser vermarktet.

10 LANDWIRTE MIT UNTERNEHMERGEIST

Der bevorstehende Strukturwandel bereitet den Bündner Landwirten Sorgen. Qualität und Innovationsgeist sind die Zauberworte.

16 BESCHEIDENES WACHSTUM ERWARTET

Der starke Franken ist für die Bündner Wirtschaft weiterhin zu spüren – je nach Branche in unterschiedlichem Ausmass.

20 DIE ERSTE REINE BURN-OUT-KLINIK

Mattias Bulfoni ist der Initiant der Clinica Holistica Engiadina in Susch – ein Ort, der Ausgebrannte wieder zum Leben erweckt.

22 MIT DER GANZEN BELEGSCHAFT PER DU

Christian Bargähr führt seine BC-Tech AG in Chur auch nach einer Grossakquisition nach dem Motto «ehrlich und bescheiden».

26 GEGLÜCKTER BERUFLICHER SPAGAT

Peter Binz ist Finanzchef von PwC Schweiz. Und danebst Gemeindepräsident in Medel/Lucmagn sowie, mit seiner Frau, Hotelier.

28 DEM LAICHSTADIUM ENTWACHSEN

Curdin Capeder betreibt im Lugnez eine Alpenfischzucht – es ist ein Pionier- sowie ein Vorzeigebetrieb im Kanton Graubünden.



WIRTSCHAFTSFORUM
SÜDOSTSCHWEIZ

15. Wirtschaftsforum Südostschweiz
www.wifo-suedostschweiz.ch

OLYMPIA IN GRAUBÜNDEN – WUNSCH, WILLE ODER WAHN?

Freitag, 7. September 2012
gehla – Bündner Herbstmesse, Chur

Gian Gilli

Dr. René Fasel

Richard Kämpf

Gerold Bühner

Stephan Klapproth

Mirjam Ott

Dario Cologna



Sponsoren

Graubündner Kantonalbank

ÖKK

REPOWER

SÜDOSTSCHWEIZ
MEDIEN

Co-Sponsor

FELDSCHLÖSSCHEN

Networkingpartner

PULS.

Wirtschaftsforum Südostschweiz 2012

Anmeldung

Anmeldetalon per Post einsenden an:
Wirtschaftsforum Südostschweiz
gehla – Bündner Herbstmesse
Belmontstrasse 1, CH-7006 Chur

per Web: www.wifo-suedostschweiz.ch

Kosten:

☐ CHF 300.– ☐ *CHF 220.– (inkl. 8 % MWST)

Bitte ankreuzen und entsprechenden Mitgliederausweis beilegen.

In diesem Betrag sind inbegriffen: Tagungsunterlagen, Pausenerfrischungen, Apéro und Messeintritt.

*Für Mitglieder der Verbände: Schweizer Baumeisterverband, Business Professional Women Switzerland, Handelskammer, Schweizer Tourismusverband, Swiss Ski, Hotellerieuisse

gehla

graubünden beste wirtschaftliche Aussichten.

Bündner Landwirtschaft – Unternehmertum ist gefragt

Die Land- und Ernährungswirtschaft Graubünden steht vor grossen Herausforderungen. Werden die Agrarmärkte schrittweise weiter geöffnet, ohne dass der Zahlungsrahmen für die Landwirtschaft erhöht wird, muss mit einer weiteren markanten Strukturbereinigung im Berggebiet und insbesondere auch in Graubünden gerechnet werden.

Von Sarah Schmid*

Abgesehen vom Bündner Rheintal ist die Landwirtschaftsfläche des Kantons Graubünden primär von Wiesen und Weiden bedeckt. Die Rindviehhaltung ist der mit Abstand wichtigste Produktionszweig der Bündner Landwirtschaft.

Aktuell werden im Kanton Graubünden durch über 700 Landwirtschaftsbetriebe jährlich rund 71 Millionen Kilogramm Milch produziert. Da das Angebot der Landwirte und die Nachfrage der Verarbeitung weder saisonal noch bezüglich Milchqualität (bio, silofrei) aufeinander abgestimmt sind, werden rund 34 Millionen Kilo

zur Verarbeitung aus dem Kanton Graubünden abgeführt. Die Milcheinfuhr zur Auslastung der industriellen Produktionsstätte der Emmi in Landquart ist aber noch höher. Netto werden in Graubünden jährlich rund 80 Millionen Kilo Milch verarbeitet, rund 60 Prozent davon werden in Landquart zu Raclettekäse. Die höchste Wertschöpfung pro Kilogramm verarbeiteter Milch kann bei der Herstellung von Alp- und Bergkäse erzielt werden. Noch höher ist die Wertschöpfung bei der Herstellung von Spezialitäten wie Schaf- oder Ziegenkäse. Nichtsdestotrotz bleiben die

Produktion von Schaf- und Ziegenmilch im Kanton die Ausnahme, und der Grossteil der Kuhmilch landet zur Verarbeitung und Vermarktung in Industriekanälen mit wenig Profilierungsmöglichkeiten (siehe Grafik «Milchverarbeitung Graubünden»).

Zur Hauptsache wird ausserkantonale geschlachtet

Beim Fleisch ist der Anteil im Kanton geschlachteter Tiere marginal. Die im europäischen Vergleich immer noch kleinen Schlachtbetriebe der Grossverteiler Migros und Coop dominieren den Schweizer Markt.

Typisch für Graubünden: Der Grossteil der landwirtschaftlichen Erzeugnisse im Kanton betrifft die Milchwirtschaft.



Entsprechend wird auch der Grossteil der Tiere aus Graubünden als Lebendtiere zur ausserkantonalen Schlachtung verkauft. Die lokale Schlachtung und Zerlegung beschränkt sich auf die Fleischmengen, welche von kleinen, lokal tätigen Metzgereien und Direktvermarktern abgesetzt werden können.

Erfolgreich sind die Bündner Unternehmer dafür in der Fleischveredelung. Mit der Trocknung von ausgewählten Edelstücken haben sie ein weltweit bekanntes Premium-Produkt kreiert. Aus Gründen der Verfügbarkeit der ausgewählten Edelstücke sowie aus Kostengründen besteht jedoch nur eine sehr eingeschränkte Verbindungen zwischen der Bündner Landwirtschaft und den Fleischrocknereien (siehe Grafik «Fleischverarbeitung Graubünden»).

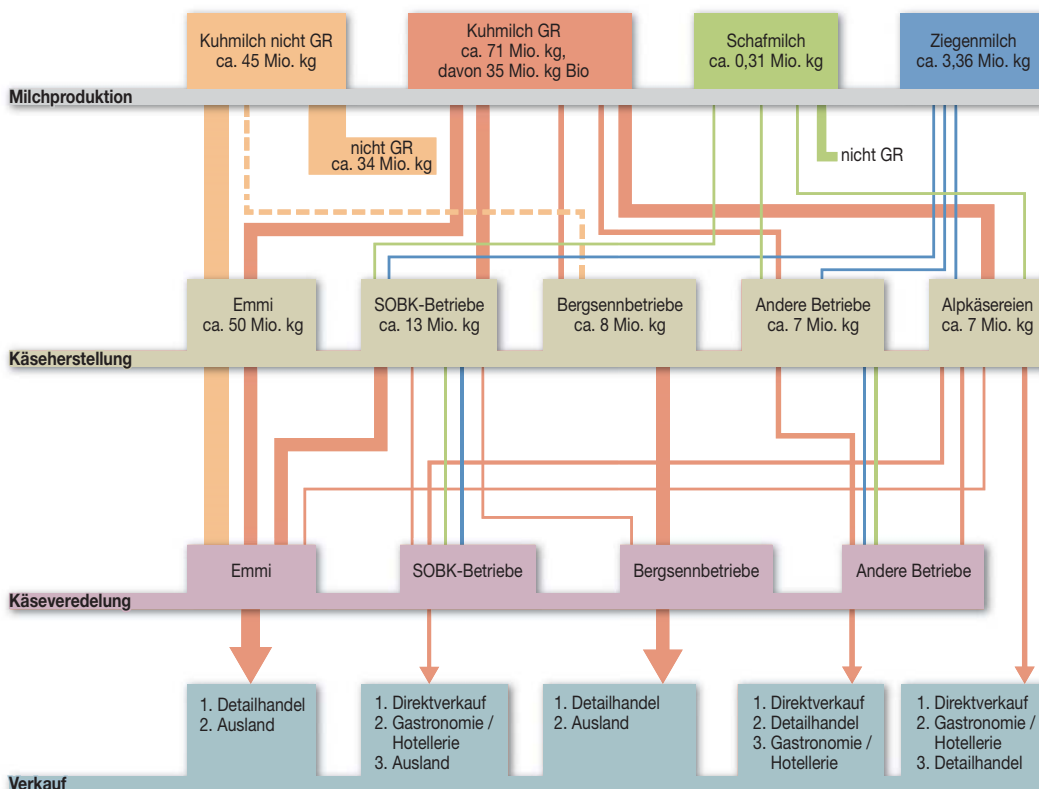
Landwirtschaftspolitik verändert Rahmenbedingungen

Aktuell hängt der Erfolg der Bündner Landwirte stark von der Landwirtschaftspolitik des Bundes ab. Die staatlichen Beiträge liegen in Graubünden bei 77 Prozent des landwirtschaftlichen Produktionswertes, damit belegt Graubünden im interkantonalen Vergleich die Spitzenposition (Mittelwert CH = 28 Prozent). Der hohe Anteil staatlicher Fördermittel an den Einnahmen ist einerseits auf die topografisch erschwerten Bedingungen im Berggebiet und andererseits auf die optimale Ausrichtung der Bündner Landwirte auf die staatlichen Rahmenbedingungen zurückzuführen. In einem Umfeld, in dem sich die nationale und internationale Agrarpolitik stark verändert, birgt die hohe Abhängigkeit jedoch die Gefahr eines zunehmenden Anpassungsdrucks.

In den nächsten Jahren dürfte die Branche in Graubünden durch die Politik gleich doppelt gefordert werden. Einerseits ist davon auszugehen, dass der Druck auf die Lebensmittelpreise in der Schweiz durch schrittweise Marktliberalisierungen zunehmen dürfte. Andererseits plant der Bund, bereits im Rahmen der Agrarpolitik 2014 bis 2017 das heutige Direktzahlungssystem umzubauen. Obwohl der Mittelzufluss vom Bund nach Graubünden insgesamt stabil bleiben dürfte, führt die Systemanpassung für die Landwirte zu veränderten Rahmenbedingungen und erfordert von

MENGENFLÜSSE DER MILCHVERARBEITUNG GRAUBÜNDEN

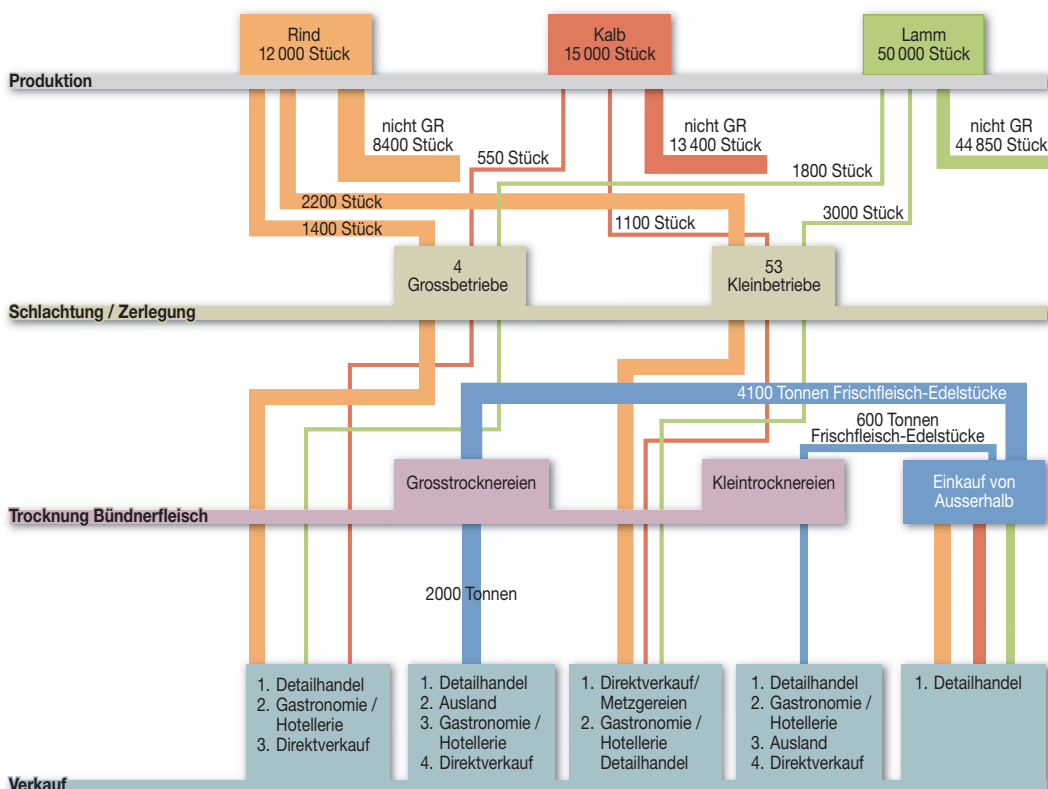
Emmi ist der grösste Akteur im Milchmarkt Graubünden. Er verarbeitet 60 Prozent der im Kanton produzierten Milch in Landquart zu Raclette- und Grosslochkäse.



Quelle: BHP – Hanser und Partner AG, Grafik: **DIE SÜDOSTSCHWEIZ**

MENGENFLÜSSE DER FLEISCHVERARBEITUNG GRAUBÜNDEN

Das Bündnerfleisch – bekanntestes und mengenmässig wichtigstes Produkt der Fleischverarbeitung Graubünden – wird aus importierten Edelstücken hergestellt.



Quelle: BHP – Hanser und Partner AG, Grafik: **DIE SÜDOSTSCHWEIZ**

den einzelnen Landwirtschaftsbetrieben verschiedene Anpassungen.

Spezialitätenproduktion als Chance

Soll beim bevorstehenden Veränderungsprozess ein möglichst grosser Teil der landwirtschaftlichen Wertschöpfung (und damit Arbeitsplätze) in Graubünden gehalten werden, muss die Branche sich nicht nur an das neue Direktzahlungssystem anpassen, sondern auch die einseitige Abhängigkeit von staatlichen Unterstützungen reduzieren. Das heisst, wie in anderen Kantonen muss ein grösserer Anteil der Einnahmen durch den Produktverkauf am Markt erzielt werden.

Marktanalysen haben die grundsätzlichen Vermutungen bestätigt, dass verschiedene Potenziale für Produktspezialitäten aus Graubünden bestehen. Neben der Nachfrage nach Billigprodukten wächst auch die Nachfrage der Konsumenten nach höherpreisigen, authentischen Produktspezialitäten. Graubünden als Berg- und Tourismuskanton mit lokalen Verarbeitungsstrukturen hat gute Voraussetzungen, um sich in diesen attraktiven Nischen zu positionieren.

Um diese Potenziale auszuschöpfen, gibt es allerdings kein Patentrezept. Die Bauern sind zusammen mit den Sennereien (Milchverarbeitern) oder mit den Metzgereien

(Fleischverarbeitern) gefordert, selber Marktnischen aufzuspüren und diese allein oder in Zusammenarbeit



Sarah Schmid

mit anderen zu besetzen. Gefragt sind deshalb Innovation und unternehmerisches Handeln. Für die Akteure, die sich seit Jahren auf die Sicherstellung der Vermarktung durch staatliche Regu-

lierungen verlassen, stellt dies ein furchterregender Paradigmenwechsel dar, für junge, innovationsfreudige Unternehmer eine Chance und spannende Herausforderung.

* Sarah Schmid, dipl. Ing. Agr. ETH, arbeitet seit 2009 bei BHP – Hanser und Partner AG in Zürich. Sie berät Verwaltungen, Institutionen und Unternehmungen in wirtschaftspolitischen, regional- und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen. Für den Kanton Graubünden war sie federführend bei der Ausarbeitung der Studie zur Bündner Land- und Ernährungswirtschaft. Diese kann im Internet unter folgendem Link nachgelesen werden unter:

www.gr.ch/DE/institutionen/verwaltung/dvs/alg/aktuelles/meldungen/Seiten/StrategieberichtFMK.aspx

Impulsprogramm für Spezialitäten

Die Studie zur Land- und Ernährungswirtschaft Graubünden schlägt ein Impulsprogramm «Spezialitäten aus Graubünden» vor. Ziel ist die Dynamisierung der Landwirtschaft auf breiter Front, damit die Abhängigkeit von staatlichen Einnahmen reduziert werden kann. Mögliche Projektideen für das Impulsprogramm sind gemäss Studie:

- Marktaufbau für den Käseexport.
- Kommunikationsoffensive unter der Marke Graubünden.
- Schaffung eines Kompetenzzentrums Kleinvieh.
- Schaufenster-Shop (physischer Laden und Internetverkaufsporta).
- Bündner Beef (Entwicklung nicht nachahmbarer Bündner Fleischspezialitäten im Premium-Segment).
- Schaffung einer Plattform für Verpackungs- und Marketingmaterial.
- Schaffung von Coaching-Programmen und Weiterbildungsangeboten.
- Unterstützung von Markterschliessungsaktivitäten.

ANZEIGE



MINERALBAD ANDEER.

Kraft des Wassers.

Cleopatra badete der Legende nach in Milch und Honig. Das kann man ihr nicht verdenken. Schliesslich hatte sie kein Andeerer Mineralwasser.

ÖFFNUNGSZEITEN

Täglich von 8.00–21.00 Uhr,
bis 11.00 Uhr nur für Erwachsene
Sauna ab 11.00 Uhr.

T +41 (0)81 661 18 78
www.mineralbadandeer.ch

 **Viamala** echt erfrischend.

Swiss Spa



H&M



HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Angewandte Forschung in Graubünden

in sechs Fachbereichen

- Bau
- Informationswissenschaft
- Management
- Medien und Kommunikation
- Technik
- Tourismus

Hochschule für Technik und Wirtschaft
Pulvermühlestrasse 57, CH-7004 Chur
Tel. +41 (0)81 286 24 24
Fax +41 (0)81 286 24 00
E-Mail hochschule@htwchur.ch

Institute mit Forschungsschwerpunkten

- **Forschungsstelle Wirtschaftspolitik (FOW)**, www.htwchur.ch/fow
Regionalentwicklung, Gesamtwirtschaftliche Aspekte des Tourismus, Integration der Schweiz in globale Märkte
- **Institut für Bauen im alpinen Raum (IBAR)**, www.htwchur.ch/ibar
Nachhaltiges Bauen im alpinen Raum, Infrastrukturentwicklung, Bauprozessmanagement
- **Institut für Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)**, www.htwchur.ch/ikt, Mobile Computing, Multimedia Kommunikation, Embedded Systems
- **Institut für Medien und Kommunikation (IMK)**, www.htwchur.ch/imk
Zusammenwachsen der Medien – für Medienhäuser, für die Wirtschaft und für die Industrie
- **Institut für Tourismus- und Freizeitforschung (ITF)**, www.itf.ch
Management und Entwicklung von Destinationen, Weiterentwicklung und Stärkung der Beherbergung (Hospitality), Kunden- und gästebezogene Themen, Nachhaltigkeitsfaktoren und Kooperations-Netzwerke
- **Schweizerisches Institut für Entrepreneurship (SIFE)**, www.sife.ch
Innovation, Gründung & Wachstum und Internationalisierung von Unternehmen
- **Schweizerisches Institut für Informationswissenschaft (SII)**, www.htwchur.ch/sii
Records Management und Archivierung, Bibliothekswissenschaft- und Beratung, Information Management, Informations- und Medienkompetenz, Information Engineering
- **Zentrum für Verwaltungsmanagement (ZVM)**, www.zvm.ch
Gemeindeführung, Gemeindefusionen

STUDIERN FÜRS LEBEN



www.htwchur.ch

FHO Fachhochschule Ostschweiz

www.pwc.ch/kmu

PwC ist in Graubünden, weil Sie es auch sind.

Erst Nähe schafft Vertrauen. Und erst Nähe schafft Vertrautheit. Deshalb ist PwC nicht nur in Zürich, Bern oder Genf. Sondern auch in Graubünden, wo Sie unsere Mitarbeitenden gern vom Know-how der Schweizer Nummer 1 in der Beratung von KMU profitieren lassen. Wann dürfen wir auch Sie dabei unterstützen, die Performance Ihres Unternehmens zu verbessern?

pwc

PricewaterhouseCoopers AG, Gartenstrasse 3, Postfach, 7001 Chur
Tel. 058 792 66 00, Fax 058 792 66 10

© 2012 PwC. All rights reserved. "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers AG, which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.

Gemeinsam Mehrwert schöpfen

Die gesamte Wertschöpfungskette betrachten und einen Grossteil der Wertschöpfung im Kanton behalten: Dies erachtet Rudolf Minsch von Economiesuisse für die Bündner Landwirtschaft als sinnvoll und möglich.

Von Rudolf Minsch*

Die Vorurteile gegenüber der Landwirtschaft sind gross. Häufig wird der Sektor als relativ träge und ideenlos bezeichnet. Doch es gibt Beispiele, die das Gegenteil beweisen. In Mittelländern entsteht derzeit eine neue Bio-Fischzucht sowie eine Bio-Manufaktur, Eigentümer der Betriebsgesellschaft sind vor allem Landwirte. Im Lugnez ist die erste Alpenfischzucht im Kanton bereits in Betrieb. Auf den ersten Blick ist das zwar nicht sonderlich innovativ – schliesslich gibt es schon zahlreiche Fischzuchtanlagen oder Anbaukulturen. Neu an diesen Projekten ist auch nicht die eigentliche Produktion an sich. Neu ist die Betrachtung der gesamten Wertschöpfungskette, von der Produktion der landwirtschaftlichen Rohstoffe über die Fischzucht bis hin zur Vermarktung in Supermärkten beziehungsweise in der Gastronomie. Die Wünsche der Konsumentinnen und Konsumenten regen also an, wie und was produziert wird. Der Betrieb richtet sich ganz auf den Markt aus. Gleichzeitig verbleibt ein grosser Teil der gesamten Wertschöpfung in Graubünden.

Dieses exemplarische Beispiel zeigt, in welche Richtung sich die Landwirtschaft entwickeln sollte. Natürlich soll nun nicht jeder Bauer eine Fischzucht eröffnen. Gefragt ist aber eine starke Zusammenarbeit der Landwirtschaft mit den Nahrungsmittelproduzenten bis hin zum Detailhandel und der Hotellerie/Gastronomie. Ziel muss es sein, dass mehr Wertschöpfung im Kanton entsteht und dadurch auch gute Preise für die landwirtschaftlichen Produkte erzielt werden. So müssen hochwertige Produkte aus dem Berggebiet nicht mehr – wie heute leider oft der Fall – unter ihrem Wert verkauft werden.

Markttöffnung kommt bestimmt

Die Marktorientierung ist gerade deshalb zentral, weil früher oder später mit einer internationalen Öffnung zu rechnen ist. Zwar ist die Doha-Runde

der WTO quasi eingefroren, und das Freihandelsabkommen mit der EU über ein Agrar- und Lebensmittelabkommen wurde gestoppt. Auf lange Sicht lässt sich die starke Abschottung des Schweizer Marktes dennoch nicht aufrechterhalten. Die Schweiz hat nach Norwegen und Korea die



Rudolf Minsch

weltweit höchsten Grenzbarrieren für den Import von landwirtschaftlichen Produkten. Die Nahrungsmittelpreise im Inland sind denn auch rund 44 Prozent höher als in der EU. Die Grenzbarrieren sind damit direkt mitverantwortlich für den starken Einkaufstourismus in grenznahen Gebieten. Auch die Schweizer Hotellerie plagen die hohen Nahrungsmittelpreise und machen sie im Vergleich zu Österreich weniger konkurrenzfähig.

Die Nahrungsmittelproduzenten können demgegenüber vom «Schoggi-Gesetz» profitieren und erhalten beim Export eine Kompensation für die höheren Rohstoffpreise. Doch auch diese Sonderlösung ist ein Auslaufmodell, und bei teureren Rohstoffpreisen werden viele Nahrungsmittelhersteller international nicht mehr konkurrenzfähig sein. Der Agrarsektor lässt sich immer weniger abschotten. Die Landwirtschaft tut also gut daran, sich auf die nächsten Öffnungsschritte vorzubereiten.

Sich selber besser vermarkten

Die Ausgangslage ist gut. Das Bündnerland geniesst zumindest in der Schweiz einen ausgezeichneten Ruf. Ähnlich wie beim Appenzeller lassen sich die Attribute der Landschaft und der Leute vermarkten. Apropos Vermarktung: Auch in Bundesbern könnten sich die Bündner in der Landwirtschaftspolitik besser vermarkten. Der

Anteil der Direktzahlungen ins Berggebiet beträgt lediglich rund 31 Prozent, obwohl hier die Mechanisierung an Grenzen stösst und der Strukturwandel am grössten ist. Der Löwenanteil der Gelder fliesst stattdessen in die guten und leicht zu bewirtschaftenden Lagen des Talgebietes und der Hügellzone.

Die Lösung für die Herausforderungen der Bündner Landwirtschaft ist allerdings nicht in Bern zu suchen. Auch mit der Produktion von Agrarrohstoffen wird es nicht getan sein. Vielmehr können die Herausforderungen aktiv angegangen werden, wenn sich die Bündner Ernährungswirtschaft vermehrt auf veredelte, qualitativ hochstehende Produkte konzentriert, die auch entsprechend auf dem Markt ihren Preis erzielen.

* Rudolf Minsch ist Chefökonom bei Economiesuisse. Darüber hinaus wirkt er als Gastprofessor für Wirtschaftspolitik an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Chur, wo er bis zu seinem Stellenantritt beim Wirtschaftsdachverband vollamtlicher Professor für Volkswirtschaftslehre war. Minsch lebt mit seiner Familie in Tamins.

Die Forderungen von Economiesuisse

Die Öffnung der Agrarmärkte wird früher oder später kommen. Die Schweizer Landwirtschaft sollte sich daher nach Ansicht von Economiesuisse darauf vorbereiten.

- Der Agrarfreihandel mit der EU bringt der Schweizer Volkswirtschaft grosse Vorteile und darf nicht länger blockiert werden.
- Der Bund soll mit Direktzahlungen die gemeinwirtschaftlichen Leistungen der Landwirtschaft entschädigen. Entsprechend sind die Beiträge für die Berglandwirtschaft auf Kosten der Talgebiete zu erhöhen.

«Wir müssen kompromisslos auf Qualität setzen»

Der Strategiebericht zur Land- und Ernährungswirtschaft Graubünden zeigt die Marktpotenziale für den Kanton auf. Die generell sinkenden Lebensmittelpreise und die Öffnung der Agrarmärkte bereiten aber gerade den Produzenten grosse Sorgen.

Von Hans Bärtsch

Allein die Milch- und Fleischwirtschaft trägt mit einem Umsatz von gut 400 Millionen Franken rund drei Prozent ans kantonale BIP bei (Zahlen von 2008). Die Landwirtschaft ist für

Produktion und Vermarktung hochpreisiger Spezialitäten vor. Ist das der richtige Ansatz? **Hansjörg Hassler**, BDP-Nationalrat und selber Landwirt in Donat, sagt: «Ja, auf jeden Fall! Wir müssen bei unserer landwirtschaftlichen Produktion kompromisslos auf Qualität setzen. Mit der Menge haben wir keine Chance, in diesem Bereich haben unsere Konkurrenten im Unterland und im Ausland bessere Voraussetzungen. Spezialitäten aus der Region sind gefragt und haben zusammen mit der Marke Graubünden ein gutes Image.» **Rudolf Horber**, Ressortleiter Landwirtschaft beim Schweizerischen Gewerbeverband, bekräftigt: «An einer Qualitätsstrategie und der Herstellung und Vermarktung von hochwertigen Produkten führt kein Weg vorbei, damit wir uns im internationalen Konkurrenzkampf behaupten können.»

Yvonne und Philipp Grendelmeier vom Weingut Im Tschalär in Zizers sagen ebenfalls: «Wenn sich der Kanton Graubünden das Ziel setzt, eine produzierende Landwirtschaft zu erhalten, dann ist die Produktion und Vermarktung hochpreisiger Spezialitäten wahrscheinlich die einzige Möglichkeit dazu. Aufgrund der topografischen Gegebenheiten in unserem Kanton können wir mit dem ruinösen Preiskampf nicht mithalten.» Die aktuellen Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen mit Brasilien und China würden sicher mit Zugeständnissen an die Landwirtschaft geknüpft, sind die Grendelmeiers überzeugt. «Ein Freihandelsabkommen mit der EU würde uns Einkommenseinbussen von über 25 Prozent bescheren. Deshalb ist es umso wichtiger, jetzt zu agieren, statt später reagieren zu müssen.»

Peter Odermatt, Inhaber und Ge-

schäftsführer der Bergsenn AG in Savognin, meint dagegen, es komme darauf an, was mit hochpreisigen Spezialitäten gemeint sei – hohe Preise, mit welchen Umsatzrückgänge verrechnet werden müssten, oder marktgerechte Preise, mit welchen Umsatzsteigerungen möglich seien. «Die Bündner Milchverarbeiter», so Odermatt, «müssen im Spezialitätenbereich in der Lage sein, einen konkurrenzfähigen Preis für die Bündner Milch zu bezahlen, damit möglichst wenig Milch (und somit Wertschöpfung) aus dem Kanton hinausgefahren werden muss.» Dies gelte für jegliche Bündner Milch: Tal-, Berg-, IP-, Bio- und allfällige Alpmilch.

Guglielmo L. Brentel, Präsident von Hotelleriesuisse und selber Hotelier im Engadin, beantwortet die Qualitätsfrage wie folgt: «Qualität und Authentizität sind Erfolgsrezepte, die sowohl für den Schweizer Tourismus wie auch für die Landwirtschaft ausschlaggebend sind. Hochwertige Produkte sind gefragt, und da sind die Kunden auch bereit, einen etwas höheren Preis dafür zu bezahlen.» Beispiele wie Gstaad oder das Südtirol würden eindrücklich zeigen, dass sich



Peter Odermatt: «Wichtig ist, die Zukunft jetzt schon marktorientiert, innovativ und weitsichtig zu gestalten.»

Graubünden insgesamt ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Der Strategiebericht der Regierung zur Land- und Ernährungswirtschaft Graubünden schlägt als Massnahme die Pro-

Peter Odermatt ...

... hat 1977 als Pächter der Milchzentrale Naloz/Savognin angefangen. Mit seinen innovativen und unkonventionellen Ideen, mit seiner leidenschaftlichen Hingabe für Käse baute Odermatt im Laufe der Jahre ein richtiges «Käse-Imperium» auf. Heute setzt die Bergsenn AG über 1000 Tonnen Käse ab. Für seine Bergkäse-Spezialitäten wurde der Savogniner Betrieb schon mehrfach ausgezeichnet.

der Tourismus bestens eignet, regionale Produkte mit zu vermarkten. Voraussetzung sei, dass das Angebot stimmt – «hier hat unter anderem das Oberengadin noch Potenzial».

Mehr Zusammenarbeit mit dem Tourismus ist nötig

Wo machen die befragten Fachleute sonst noch Potenzial aus für die Bündner Land- und Ernährungswirtschaft, vor allem auch abseits der Milch- und Fleischwirtschaft? **Hansjörg Hassler:** «Potenzial sehe ich vor allem im Ausbau der Verarbeitung unserer Rohstoffe in den Regionen. Das bringt mehr Wertschöpfung. Potenzial besteht auch in der Schaf- und Ziegenhaltung mit den entsprechenden Käse- und anderen Spezialitäten.» Stark ausbaufähig sind nach Ansicht Hasslers auch der Agrotourismus und die Vermarktung einheimischer Spezialitäten an die Hotellerie und Gastronomie.

Peter Odermatt kann nur für die Milchwirtschaft sprechen. «Potenziale sehen wir ganz klar in rationalen Milchverarbeitungsbetrieben mit durchschlagenden Marketing- und Absatzwegen.» Dies verbunden mit dem Bündner Tourismus, mit dem die Kommunikation bis zum Kunden/Gast in weit entfernten Ländern möglich sei.

Yvonne und Philipp Grendelmeier sind der Meinung, dass aufgrund der erwarteten weltweiten Bevölkerungs- und Ernährungsszenarien für die nächsten 25 Jahre das Wissen um Anbautechnik, Ernte, Lagerung und Verarbeitung unserer Grundnahrungsmittel nicht verloren gehen dürfe.

Hansjörg Hassler ...

...hat seine Wurzeln in Donat. 1991 stellte er den dortigen elterlichen Betrieb auf Biolandbau um. Hansjörg Hassler ist seit 1985 politisch aktiv, zuerst als Gemeindepräsident von Donat, dann als Grossrat des Kreises Schams. Seit 1999 gehört Hassler dem Nationalrat an, wo er sich stark für landwirtschaftliche Belange einsetzt. Er ist auch Präsident des Bündner Bauernverbandes.

«Das darf beim ganzen Impulsprogramm des Kantons nicht ausser Acht gelassen werden.» Da Graubünden ein Grasland sei, liege der Schwerpunkt eindeutig bei Milch und Fleisch. Daneben gebe es aber auch landwirtschaftsnahe Tätigkeiten wie Agrotourismus. «In der Zusammenarbeit mit der Gastronomie in Graubünden sehen wir grosses Potenzial. Das bedingt, dass die Gastronomie hinter unseren Produkten und Dienstleistungen steht – dies den Gästen auch vermittelt und stolz ist, die einheimischen Produkte in ihre Betriebsphilosophie und ihr Betriebskonzept einzubauen.»

Verbandsvertreter **Rudolf Horber** meint: «Innerhalb der Milch- und Fleischwirtschaft sehe ich vor allem noch vermehrte Anstrengungen für die Vermarktung von Bündner Spezialitäten wie das Bündnerfleisch und die verschiedenen Alpkäse in Zusammenarbeit mit dem Tourismus, und einer guten und einfach verständlichen Herkunftsbezeichnung, um regionale Identität zu schaffen.» Bei den übrigen Produkten sei vor allem an die hervorragenden Weine der Bündner Herrschaft zu denken, die sich bereits heute sehr gut positioniert hätten.

Und schliesslich Tourismusvertreter **Guglielmo L. Brentel** zu dieser Frage: «Wie der Tourismus muss auch die Schweizer Landwirtschaft innovativ sein, um im hart umkämpften Wettbewerb bestehen zu können. Und wir müssen unsere Produkte verkaufen, indem wir den Kunden Erlebnisse bieten.» Als gutes Beispiel nennt er das Tropenhaus in Frutigen, wo selbst hergestellte Nahrungsmittel wie beispielsweise Kaviar verkauft und tropische Früchte direkt vom Baum im Restaurant frisch auf den Tisch kommen. Auch im Agrotourismus sieht Brentel Chancen, allerdings eher als Nische. Zudem wäre eine grössere Bereitschaft der Einheimischen, Teilzeit in der Hotellerie mitzuarbeiten, wünschenswert.

Für die meisten der richtige Ansatz, aber eher zu geringe Mittel

Mit einem Impulsprogramm über zehn Jahre (jährlicher Mitteleinsatz: vier Millionen Franken) soll die Bünd-

ner Landwirtschaft «dynamisiert» und die Innovationsfähigkeit der ganzen Branche gestärkt werden, wie die von BHP Hanser und Partner zuhanden der Bündner Regierung erstellte Stu-



Hansjörg Hassler: «Unsere Produkte müssen wir mit Emotionen, Geschichten, Brauchtum und Kultur verbinden.»

die vorschlägt. Reicht das? Und, ganz grundsätzlich: Ist das der richtige Ansatz? **Hansjörg Hassler:** «Aus bäuerlicher Sicht wären noch mehr finanzielle Mittel natürlich wünschenswert. Aber es ist andererseits auch nicht selbstverständlich, dass der Kanton im vorgesehenen Ausmass in die Landwirtschaft investiert.» Der Ansatz sei richtig. Die Basisunterstützung für die Landwirtschaft erfolge über das Direktzahlungssystem des Bundes. «Die Massnahmen des Kantons sollen ergänzend dazu eingesetzt werden.»

Peter Odermatt von der Bergsenn AG pflichtet bei: «Der Ansatz ist der richtige.» Wir müssten uns bewusst sein, dass die Milchkontingentierung in den EU-Staaten 2015 aufgelöst werden soll. Es werde prognostiziert,

dass in der EU ähnliche Milchsteigerungen wie in der Schweiz seit der Kontingentsauflösung stattfinden werden. «Dies löst auch auf die Schweizer (Berg-)Landwirtschaft einen massiven zusätzlichen Druck aus. Um die Milchstrukturen im Bündnerland so weit wie möglich zu retten, braucht es mindestens doppelt so hohe jährliche Mitteleinsätze für das Impulsprogramm.»

«Eine Anschubfinanzierung», so **Yvonne und Philipp Grendelmeier**, «kann sicher sehr viel bewirken. Gemäss unseren Erfahrungen dürfte ein grosser Teil der Gelder aufgewendet werden, um neue Märkte zu erschliessen oder Bündner Produkte im Inland zu promoten – das, was die Möglichkeiten der meisten Anbieter von Nischenprodukten und Spezialitäten übersteigt. Insofern sind diese finan-

ebenso wichtig seien aber die Eigeninitiative und die Innovationsbereitschaft der Landwirtschaft. Dazu würden auch eine noch engere Zusammenarbeit mit dem Tourismus und dem Gewerbe gehören. «Die Bauern sollten wieder vermehrt unternehmerischen Spielraum zugestanden erhalten; heute wird zu viel staatlich geregelt und verordnet. Leider sind hier aus Bundesbern kaum Erleichterungen zu erwarten, die Agrarpolitik 2014 bis 2017 wird noch mehr und nicht weniger Regulierung bringen.»

Eine andere Meinung als die Produzenten vertritt Hotelier **Guglielmo L. Brentel**. Er sagt: «Subventionen machen bekanntlich träge. In Bezug auf die Landwirtschaft erachte ich es als richtig, dass verfassungsgemässe Leistungsaufträge wie Tierschutz, Grundversorgung und ökologische Landschaftspflege abgegolten werden.» Dabei sollten insbesondere die Berggebiete für ihre erbrachten gemeinwirtschaftlichen Leistungen angemessen entschädigt werden. Bei der Produktion plädiert Brentel jedoch dafür, den Markt zu öffnen und damit die Innovation und den Absatz zu dynamisieren.

Es braucht griffige Strategien, und das möglichst bald

Generell sinken die Lebensmittelpreise in der Schweiz ja, befeuert durch den gnadenlosen Konkurrenzkampf der grossen Detailhändler. Heisst das für Bündner Produzenten nicht automatisch, dass es in Zukunft noch schwieriger werden dürfte? «Doch», meint **Hansjörg Hassler**, «es wird für die Landwirtschaft immer schwieriger. Die Agrarmärkte werden immer weiter liberalisiert. Das gibt zusätzlichen Preisdruck.» Der Preiskampf werde zu einem grossen Teil auf dem Buckel der Bauern ausgetragen. «Darum», so Hassler, «ist es uns wichtig, in Zukunft länger an der Wertschöpfungskette partizipieren zu können, um auch an den Margen in der Verarbeitung und im Handel teilhaben zu können.»

«Doch, klar», sagt auch **Peter Odermatt**. Es werde für alle Bündner Produzenten, Verarbeiter und Vermarkter schwieriger. Darum sei es enorm wichtig, möglichst bald eine

griffige Strategie einzuleiten. «Wichtig ist, die Zukunft jetzt schon marktorientiert, innovativ und weitsichtig zu gestalten», so Odermatt. Die Strategie, einen Bündner Bergkäse AOC für eine Minderheit zu schützen, damit erfolgreiche Marktakteure behindert oder sogar ausgeschaltet werden, sei sicher nicht der richtige Weg. Dies würde zu massiven Verarbeitungs- und Absatzrückgängen in der Bündner (Berg-)Käse-Wirtschaft führen. «Die Verlierer werden Bündner IP- und Biomilch-Bergrauern sein. Damit würde das Gegenteil der BHP-Studie bewirkt.»

«Wir dürfen uns nichts vormachen», sagen **Yvonne und Philipp Grendelmeier**. Die Bündner Landwirtschaft werde auch in Zukunft zu einem grossen Teil abhängig sein von den Direktzahlungen aus Bern. Insofern sei es für die Bergbetriebe einfacher als für die Talbetriebe, da Direktzahlungen ans Berggebiet aufgrund deren Aufgaben politisch unbestritten seien. Für die Betriebe im Bündner Rheintal sehe das etwas anders aus. Grendelmeiers glauben, dass die Bauernfamilien in Graubünden schon immer offen für Neues waren. «Vielleicht liegt es daran, dass Graubünden ein typisches Passland ist. Die Menschen in den Tälern Graubündens waren stets konfrontiert mit Durchreisenden und kamen in Kontakt mit fremden Ideen und Kulturen – und waren nie abgeneigt, sich davon etwas anzueignen oder in das eigene Denken einfließen zu lassen.» Deshalb denken die Zizerser Produzenten von Wein und diversen anderen Produkten, «dass wir in Graubünden eine Chance haben, die kommenden Herausforderungen zu meistern. Das bedingt aber auch vermehrte Zusammenarbeit innerhalb der Branche



Rudolf Horber: «Mittel- und längerfristig führt kein Weg an offeneren Märkten vorbei.»

ziellen Mittel langfristig gesehen gut angelegt.»

Das Gewerbeverbands-Kadermitglied **Rudolf Horber** meint, dass staatliche Mittel sicher helfen könnten,

Rudolf Horber ...

... ist Ressortleiter Raumentwicklung, Handel und Landwirtschaft beim Schweizerischen Gewerbeverband. Der SGV vertritt 250 Verbände und gegen 300 000 Unternehmen, darunter etliche aus dem Bereich Ernährung und Landwirtschaft. Rudolf Horber ist auch nebenamtlicher Geschäftsführer von Swiss Label, der Gesellschaft zur Promotion von Schweizer Produkten und Dienstleistungen.

und auch branchenübergreifend, zum Beispiel mit der Gastronomie oder mit dem Gewerbe.» Das setze allerdings voraus, dass man einander nicht als Konkurrenten ansehe, sondern als Partner, die einander ergänzen mit ihren Angeboten.

Rudolf Horber sagt: «Sicher wird der Konkurrenzkampf noch härter.» Aber gerade die Berggebiete mit ihren Spezialitäten und differenzierten, regional klar bezeichneten Produkten hätten bessere Chancen als die Hersteller von «Massenware» ohne spezielle Differenzierungsmöglichkeiten. Allerdings dürfe sozusagen als Gegenstrategie der Strukturwandel nicht allzu stark abgebremst werden. Denn, so Horber: «Nichts ist ungesünder und längerfristig schädlicher als die Ausschaltung des Wettbewerbs und die Erhaltung von verkrusteten Strukturen.»

Übereinstimmung auch bei **Guglielmo L. Brentel**, der sagt: «Der Druck nimmt zu, ja. In der fortschreitenden Liberalisierung sehe ich aber eher eine Chance als eine Gefahr. Die Produzenten sind, wie alle anderen auch, gefordert, ihre Marktchancen bestmöglich auszuschöpfen und alternative Absatzkanäle zu erschliessen. Grundvoraussetzung für den Erfolg sind Qualität und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.»

Die Bündner Weinwirtschaft als gutes Beispiel

Die Hotellerie ist eine bedeutende Abnehmerin landwirtschaftlicher Produkte. Weil auch dort der Preisdruck enorm ist, erschallt der Ruf nach einem freien Agrarhandel immer lauter.

Guglielmo Brentel ...

... ist selber Hotelier, führt ein Beratungsunternehmen für Hotel- und Gastronomiebetriebe und ist seit 2005 Präsident von Hotelleriesuisse. Dieser Unternehmerverband vertritt die Interessen der Schweizer Hotelbetriebe. Aktuell zählt Hotelleriesuisse rund 3000 Mitglieder. Eines der vorrangigen Anliegen von Guglielmo L. Brentel ist die Bekämpfung der Hochpreisinsel Schweiz.

Da klaffen grosse Interessengegensätze aufeinander – hier die Landwirte, die den Agrarfreihandel fürchten, dort die Abnehmer, die einen solchen begrüßen. Wie ist dieses Dilemma lösbar? Bauer **Hansjörg Hassler** meint: «Das Dilemma ist aus meiner Sicht lösbar.» Die Lebensmittel verursachen nur einen Teil der hohen Kosten der Hotellerie. Einen viel grösseren Kostenfaktor bildeten die Personalkosten. «Dort verlangt niemand tiefere Löhne, ich auch nicht. Wir alle setzen uns für gute Löhne ein, aber auch wir Landwirte sind auf angemessene Preise für unsere Produkte angewiesen. Meiner Meinung nach sollte die Hotellerie viel stärker auf einheimische Produkte setzen und dies marketingmässig auch pushen. Ich bin überzeugt, dass viele Gäste, die nach Graubünden kommen, auch bereit sind, für einheimische Spezialitäten einen angemessenen Preis zu bezahlen. Ich bin auch überzeugt, dass eine weitergehende Marköffnung nicht die von der Hotellerie erhofften billigeren Lebensmittel mit sich bringen würde.»

Der freie Agrarhandel werde kommen – mit oder ohne Hotellerie. **Peter Odermatt** findet es deshalb empfehlenswert, «wenn wir uns heute schon einrichten und vorbereiten». Dafür brauche es, wie erwähnt, «marktorientierte, weitsichtige Strukturen». **Yvonne und Philipp Grendelmeier** stellen erfreut fest, «dass es der Gastronomie je länger, desto mehr bewusst wird, welches Profilierungspotenzial in unseren Produkten steckt. Unsere hohen Umweltschutz- und Tierwohlauflagen, unsere mit viel Sorgfalt und Wissen gepflegte, einmalig schöne, abwechslungsreiche und wertvolle Landschaft, das Vertrauen und die Sicherheit in unsere einheimischen Nahrungsmittel – all dies ist seinen Preis wert und kann nicht importiert werden.» Ein Agrarfreihandel stelle all das infrage, habe einen schmerzhaften Strukturwandel in der Landwirtschaft zur Folge und werde somit eine Schwächung des ländlichen Raumes nach sich ziehen – mit allen Konsequenzen auf die Bewirtschaftung dieses für die Gäste attraktiven Raumes.

Rudolf Horber meint dagegen: «Mittel- und längerfristig führt kein Weg an offeneren Märkten vorbei, auch wenn die WTO-Verhandlungen gegenwärtig blockiert sind und dem

Agrarfreihandel mit der EU ein eisiger Wind entgegenbläst. Abschottung und Protektionismus zahlen sich längerfristig nicht aus – was es braucht, ist eine Qualitätsstrategie mit regio-



Guglielmo L. Brentel: «Sowohl der Tourismus als auch die Landwirtschaft können von einer Marköffnung profitieren.»

nal klar definierten Produkten.» Die Weinwirtschaft sei das wohl beste Beispiel, um die Richtigkeit dieser These zu belegen: Den Bündner Weinproduzenten gehe es heute, nach erfolgter Liberalisierung und Abschaffung der Importkontingente, sicher nicht schlechter als vorher – «ganz im Gegenteil».

Und **Guglielmo L. Brentel:** «Sowohl die Agrarwirtschaft als auch die Hotellerie stehen vor grossen Herausforderungen. Gemein ist den Branchen, dass sie sich mit Qualitätsprodukten im internationalen Markt behaupten müssen. Ein Freihandelsabkommen mit der EU ist aus Sicht der Hotellerie als Ziel anzustreben, um die Wettbewerbsnachteile unserer Branche zu verbessern. Handlungsbedarf ist dringend angebracht, wenn

Natürlicher? Weil wir kli-
maneutral produzieren und ausschliesslich
FSC-Papiere bedrucken. Gerne beraten wir Sie
persönlich: **081 255 52 52.**

Südostschweiz Print, Kasernenstrasse 1, CH-7007 Chur
verkauf-print@suedostschweiz.ch

SÜDOSTSCHWEIZ
Bunt wie Graubünden. PRINT

JOIN THE HAMILTON-TEAM

www.hamilton-jobs.ch

man bedenkt, dass das Schweizer Gastgewerbe für Vorleistungen im Agrar- und Lebensmittelbereich rund 1,3 Milliarden Franken mehr bezahlt als seine Konkurrenten in den Nachbarländern.» Wir sind uns bewusst, sagt der Präsident von Hotelleriesuisse weiter, «dass die Öffnung gegenüber der EU eine Herausforderung für die schweizerische Landwirtschaft darstellt. Aus diesem Grund unterstützen wir geeignete flankierende Massnahmen und genügend lange Übergangsfristen, um dem Sektor die Anpassung an die neuen Marktstruk-

turen zu ermöglichen und zu erleichtern. Wir möchten auch künftig qualitativ hochstehende Schweizer Lebensmittel beziehen können, jedoch zu marktgerechten Einkaufspreisen.

Im Vergleich mit andern Regionen eine Nasenlänge voraus

Schliesslich noch eine Frage, die sich nur an die Produzenten von landwirtschaftlichen Produkten richtet: Was ist ihre Strategie, um die Herausforderungen der Zukunft meistern zu können? Landwirt **Hansjörg Hassler**: «Wir müssen auf Innovation und kompromisslos auf Qualität verbunden mit der Marke Graubünden setzen. Unsere landwirtschaftlichen Produkte müssen wir mit Emotionen, Geschichten, Brauchtum und Kultur verbinden und uns besser auf die Märkte ausrichten.» Innerhalb der Landwirtschaft sei auch noch ein namhaftes Potenzial an Kostensenkungen im Maschinenbereich und in der überbetrieblichen Zusammenarbeit vorhanden. Aber generell dürfe festgestellt werden, «dass wir Bündner Bauern im Vergleich zu anderen Regionen eine Nasenlänge voraus sind, wir haben einen viel höheren Anteil an biologischer Landwirtschaft, an Biodiversität und ökologischer Vernetzung». Diese Leistungen, so Hassler, seien von der Gesellschaft gefragt. Die Strategie für die Zukunft stimme. Sie müsse nur konsequent umgesetzt werden.

Yvonne und Philipp Grendelmeier haben sich vor über 15 Jahren dazu entschlossen, ihre landwirtschaftlichen Produkte selber zu verarbeiten und auch selber zu vermarkten. «Auf diese Art umgehen wir die umständliche und kostenintensive Weiterverarbeitungs- und Vermarktungskette und geben diesen Preisvorteil unseren Kunden weiter. Wir wollen diese Strategie – obwohl sie sehr aufwendig ist – auch in Zukunft weiterführen.» Grendelmeiers sind sich bewusst, dass sie als Kleinunternehmer gegen ganz Grosse antreten. Der Grossteil der Lieferanten, welche die Gastronomie beliefert, befindet sich in den Händen der Grossverteiler wie zum Beispiel der Coop-Gruppe. «Inwiefern der Preismarkt so frei spielen kann, ist unserer Meinung nach fraglich.» Grendelmeiers Kunden in der Gastro-

nomie «möchten sich mit unseren speziellen und ursprungsbezogenen Produkten profilieren können. Speziell im Bereich der Weine und Spirituosen suchen sie neben einem Sortiment mit fairen Preisen auch immer wieder Spezialitäten im höheren Preissegment.» Clevere Hoteliers hätten längst erkannt, dass sie neben preisgünstigen auch hochklassige und teure Zimmer anbieten könnten. Erstens würden solche von gewissen Kunden gesucht, und andererseits deute dies auch auf das Qualitätsbewusstsein des gesamten Angebots hin.

Die Strategie der Milchproduzenten von Untervaz, Ilanz, Savognin und weiteren Interessenten, die ihre Bündner Bergmilch direkt liefern möchten, ist laut **Peter Odermatt**, eine neue gemeinsame Bergkäserei in Savognin als Regioprojekt zu erstellen. Heute verarbeite der Bergmilchabnehmer Bergsenn AG pro Jahr rund zwölf Millionen Kilogramm Bündner Bergmilch in Form von silofreier IP- und Biomilch sowie IP- und Bio-Silomilch. «Mit den bisherigen Produktionsbetrieben in Untervaz und Savognin sind wir wirtschaftlich wie mengenmässig an unsere Grenzen gestossen», so Odermatt. Mittels Zusammenlegung der beiden Produktionsbetriebe und dem Neubau einer zukunftssträchtigen mittelgrossen Bergkäserei könne die Bündner Bergmilchverarbeitung der Bergsenn AG auf rund 20 Millionen Kilo jährlich gesteigert werden. Odermatt: «Unsere heutigen Vermarktungs- und Absatzstrukturen erlauben es uns, mittelfristig die produzierten Bündner Bergkäse-Spezialitäten von rund 2000 Tonnen zu einem für Bergmilchlieferanten wie auch für Konsumenten fairen, marktgerechten Preis abzusetzen.»



Yvonne und Philipp Grendelmeier:
«Der Gastronomie wird je länger desto mehr bewusst, welches Potenzial in unseren Produkten steckt.»

turen zu ermöglichen und zu erleichtern. Wir möchten auch künftig qualitativ hochstehende Schweizer Lebensmittel beziehen können, jedoch zu marktgerechten Einkaufspreisen.

Grendelmeiers ...

... betreiben in Zizers das Weingut im Tschälär. Zusammen mit weiteren Produkten von Rohwaren aus der Region werden die Weine selbst an die Gastronomie, Private und ausgesuchte Verkaufsstellen vermarktet. Yvonne und Philipp Grendelmeier-Bannwart ist es gelungen, ein eigenes Label zu etablieren: mit Weinen, Spirituosen, Konfitüren, Fruchtsäften und Fleischerzeugnissen.

Am PULS der Wirtschaft – geringes Wachstum erwartet

Die Bündner Konjunktur hat sich in der ersten Jahreshälfte relativ robust entwickelt. In unterschiedlichem Ausmass bekommen die Branchen den starken Franken aber weiterhin zu spüren. Insgesamt dürfte das Wirtschaftswachstum in Graubünden im laufenden Jahr bescheiden ausfallen.

Von Patrick Casanova, Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden

Die Schweizer Wirtschaft hat sich zuletzt besser entwickelt, als man es angesichts des schwierigen Umfelds Ende letzten Jahres erwarten durfte; positive Impulse lieferten vor allem die Ausgaben für den privaten und öffentlichen Konsum. Die Unsicherheiten im Euroraum bezüglich der künftigen Entwicklung der Schuldenproblematik belasten weite Teile der Wirtschaft aber weiterhin.

Industrie drosselt Produktion

Der Geschäftsgang der **Bündner Industrie** entwickelt sich nun seit rund einem Jahr tendenziell negativ; die Auftragsbestände in den vor der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich befragten Unternehmen sind seit Jahresbeginn eher tief, vor allem aufgrund der geschwächten Wettbewerbsposition innerhalb der Europäischen Union. Als Folge wurde im Frühling in zahlreichen Betrieben die Produktion etwas gedrosselt.

Aus der **Aussenhandelsstatistik** der Eidgenössischen Zollverwaltung wird ersichtlich, dass die Bündner Warenexporte Anfang Jahr insgesamt um rund fünf Prozent unter dem letztjährigen Wert lagen. Die grösseren Rückgänge in den europäischen Märkten können teilweise durch die hohe Nachfrage in aussereuropäischen Märkten kompensiert werden, wobei davon nicht alle Bran-

chen profitieren können. Für die kommenden Monate wird in der Industrie mit einer insgesamt stabilen Entwicklung gerechnet. Eine drastische Verschlechterung der Lage ist ebenso wenig wahrscheinlich wie eine rasche Besserung.

Auch die Bergbahnen leiden

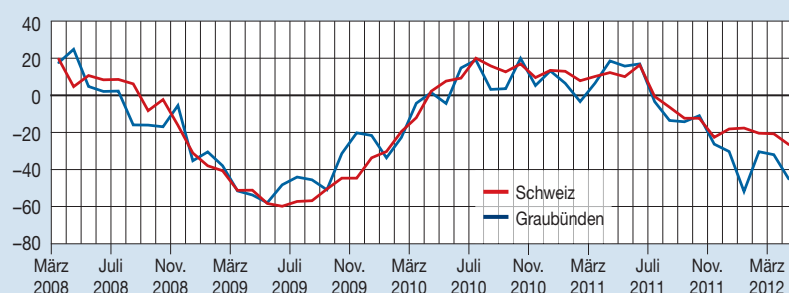
Auf schwierige Monate blickt der **Bündner Tourismus** zurück. Im ersten Quartal musste ein Rückgang der Logiernächte um 8,5 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal hingenommen werden. Dank der nur leicht rückläufigen Nachfrage von Schweizer Gästen fällt das Gesamtergebnis nicht noch negativer aus; die Anzahl Logiernächte aus den traditionell bedeutendsten Herkunftsmärkten Westeuropas fallen durchwegs stärker ab. Die tiefen Frequenzen hatten im vergangenen Winter denn auch Auswirkungen auf die Bergbahnen, welche in der ganzen Saison fast zehn Prozent weniger Ersteintritte erzielten und Umsatzrückgänge im Transport sowie in der Restauration verzeichneten.

Keine Besserung im Sommer

Diese schlechte Stimmungslage deckt sich mit den Unternehmensbefragungen im **Gastgewerbe**. Praktisch die Hälfte der Betriebe fällt ein negatives Urteil über die eigene Geschäftslage, zufriedene Betriebe bilden die rare

LEICHTER TAUCHER

Geschäftsgang* in der Industrie, Schweiz und Graubünden

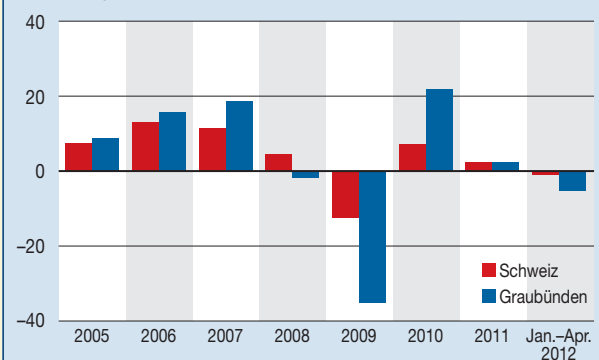


* Sammelindikator aus den Ergebnissen folgender drei Fragen:
Bestellungseingang und Produktion gegenüber dem Vorjahresmonat, Beurteilung des Auftragsbestands

Quelle: Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich, AWT; Grafik: **DIE SÜDOSTSCHWEIZ**

INS MINUS GERUTSCHT

Exporte, Kanton Graubünden und Schweiz
Veränderungen zum Vorjahr in Prozent



Quelle: Eidgenössische Zollverwaltung; Grafik: **DIE SÜDOSTSCHWEIZ**

Ausnahme. Umsätze und Erträge sowohl der Hotellerie als auch der Restaurants leiden unter den tiefen Frequenzen.

Für die anlaufende Sommersaison ist vorerst kaum Besserung zu erwarten; Buchungsstände und Einschätzungen der Betriebe zeichnen ein pessimistisches Bild. Die Tourismusprognosen des Bundes rechnen für Graubünden mit einem Logiernächteverlust von 2,6 Prozent gegenüber dem letztjährigen Sommer.

Im **Bündner Detailhandel** dümpelt die Konjunktur ohne grössere Ausreisser vor sich hin. Kundenfrequenzen und Warenabsatz bleiben in der ersten Jahreshälfte auf vergleichsweise bescheidenem Niveau, sind aber auch nicht mehr stärker rückläufig. Die Konsumentenstimmung dürfte allmählich wieder etwas anziehen, erste Stimmungsindikatoren weisen in diese Richtung.

Der Bau bleibt eine Stütze

Die Situation im **Bündner Baugewerbe** kann zu Beginn des Sommers weiterhin als äusserst stabil bezeichnet werden. Nachdem bereits in den letzten Jahren das Baugewerbe die Bündner Wirtschaft massgeblich gestützt hat, deuten alle Signale auch in diesem Jahr auf einen guten Geschäftsgang der Branche hin. Als kleiner Wermutstropfen ist einzig festzustellen, dass die Margen weiterhin etwas unter Druck sind.

Per Ende April wurden in Graubünden 2182 Arbeitslose registriert, geringfügig mehr als zum selben Vorjahreszeitpunkt.

Etwas stärkeres Wachstum erwartet

Das Wirtschaftsforschungsinstitut BAK Basel hat wie die meisten anderen grossen Institute die Prognosen bezüglich Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts im Frühling leicht gegen oben angepasst. Demnach dürfte die Bündner Wirtschaft 2012 um 0,4 Prozent wachsen (Schweiz: 0,7 Prozent). Vor allem der produzierende Sektor trägt zu diesem bescheidenen Wachstum in Graubünden bei, während der hiesige Dienstleistungssektor insgesamt praktisch stagniert.

KONJUNKTURINDIKATOREN

Aktuelle Konjunkturindikatoren Graubünden und Schweiz

	Graubünden	Schweiz
Arbeitsmarkt	April 2012	April 2012
Arbeitslose	2182	123 158
Jahresveränderung in Prozent	8,5	-0,2
Arbeitslosenquote in Prozent	2,1	3,1
Aussenhandel	Jan.-April 2012	Jan.-April 2012
Exporte in 1000 Franken (nominal)	664 441	65 376 221
Jahresveränderung in Prozent	-5,26	-0,89
Importe in 1000 Franken (nominal)	598 102	58 353 349
Jahresveränderung in Prozent	-1,78	-1,74
Hotellerie (inklusive Kurbetriebe)	1. Quartal 2012	1. Quartal 2012
Logiernächte	2015 976	8 872 445
Jahresveränderung in Prozent	-8,5	-3,8
Hoch- und Tiefbau	1. Quartal 2012	1. Quartal 2012
Auftragseingang (in Millionen Franken; nominal)	266,0	4916,9
Jahresveränderung in Prozent	7,5	5,8
Bautätigkeit (Umsätze, in Millionen Franken; nominal)	71,8	3175,2
Jahresveränderung in Prozent	-18,1	-14,3
Landesindex der Konsumentenpreise (Dezember 2010 = 100)		April 2012
Jahresteuern in Prozent		99,8
		-1,0

Quelle: Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, Grafik: **DIE SÜDOSTSCHWEIZ**

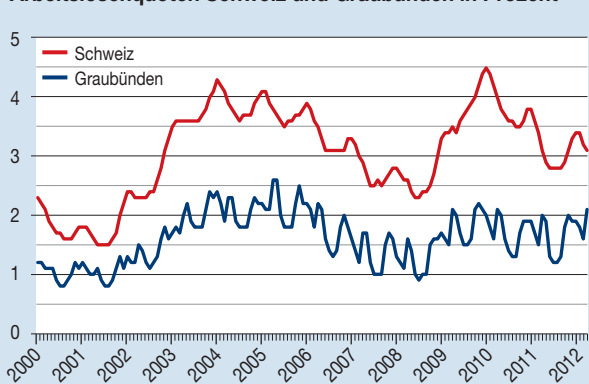
PULS-Strukturindikator:

Bevölkerungsperspektive Graubünden bis 2030

Prognosedaten sind wichtig für die Entscheidungsfindung bei verschiedenen politischen und raumplanerischen Fragestellungen. Aus diesem Grund hat der Kanton Graubünden eine Aktualisierung der Bevölkerungsperspektive durch die Firma Wüest & Partner AG erstellen lassen. Die erwartete Bevölkerungsentwicklung wird anhand von Szenarien räumlich differenziert abgeschätzt. Gemäss dem realistischsten mittleren Szenario wächst die Bevölkerung Graubündens in den nächsten zwei Jahrzehnten moderat auf rund 205 700 Einwohner an, was einer Zunahme von 6,8 Prozent entspricht. Die Entwicklung verläuft regional differenziert, wie untenstehende Abbildung zeigt.

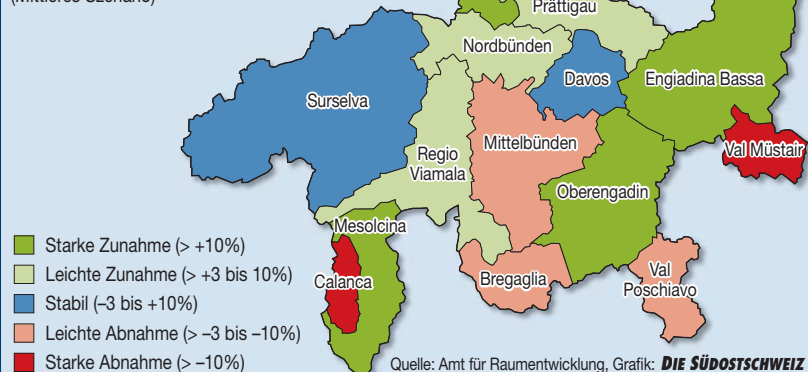
GEGENLÄUFIGE ENTWICKLUNG

Arbeitslosenquoten Schweiz und Graubünden in Prozent



CALANCA UND VAL MÜSTAIR AM SCHLUSS

Bevölkerungsperspektive Graubünden von 2011 bis 2030 nach Regionen (Mittleres Szenario)



Damit Sie den Durchblick haben!



Die «Südostschweiz» sechs Wochen zum Schnupperpreis von 20 Franken.

Bestellung und Infos unter Telefon 0844 226 226 oder abo@suedostschweiz.ch.



Der professionelle IT-Partner



Unsere Erfahrung
Ihr Nutzen

■ **Hardware**

Ein- und Mehrplatzsysteme „hp“

■ **Software**

Administration „Microsoft-Office“
Buchhaltungslösung „Sesam/Sage50“
Branchenlösung „ALBAU“

■ **Dienstleistungen**

Analyse / Beratung
Einführung / Schulung
Installation / Reparatur
Wartung / Support



ALSOFT Informatik AG

Tel. 081 650 10 10 www.alsoft.ch info@alsoft.ch



RRT

Treuhand &
Revisionsgesellschaft

MIT ENGAGEMENT UND ERFAHRUNG

Treuhand
Unternehmensberatung
Revision | Wirtschaftsprüfung
Steuer- und Rechtsberatung
Liegenschaftsverwaltung

Mitglied der Treuhand-Kammer



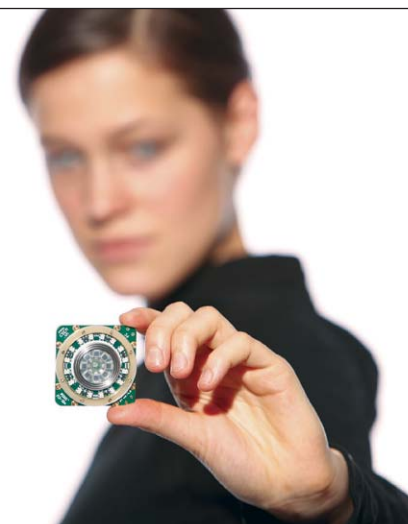
RRT AG | Poststrasse 22 | CH 7002 Chur | Tel. +41 (0)81 258 46 46
www.rrt.ch | info@rrt.ch

csem centre suisse d'électronique
et de microtechnique

www.csem.ch info@csem.ch

Ihr Partner für innovative miniaturisierte
Systeme für die Umwelt, die Landwirtschaft und
die Lebensmittelindustrie

CSEM Landquart | Bahnhofstrasse 1 | CH-7302 Landquart | landquart@csem.ch | Tel. 081 307 81 11



Sommer- und Herbstferien im Val Medel bei Disentis

Vallatscha
HOTEL • RESTAURANT

Doppelzimmer mit Frühstück
ab **CHF 150.–**

inkl. Halbpension | 4-Gang-Menu
CHF 210.–

- gepflegte bürgerliche Küche
- traditionelle Bündner Gerichte
- Bio-Natura-Beef aus Val Medel
- eigene Kreationen mit mediter-
ranem Akzent

Kontakt: 081 936 44 90 | info@vallatscha.com | www.vallatscha.com



«Der wirtschaftliche Gedanke stand nie im Vordergrund»

Er ist Initiant, Verwaltungsratspräsident und Mehrheitsaktionär der ersten reinen Burn-out-Klinik der Schweiz. Mattias Bulfoni spricht über die Entstehung, die Besonderheit und den Erfolg der Clinica Holistica Engiadina in Susch.

Mit Mattias Bulfoni sprach Franco Brunner

Herr Bulfoni, Ihre Burn-out-Klinik erlebt regen Zulauf. Seit der Eröffnung vor zwei Jahren sind meistens alle Zimmer besetzt. Was für Sie wirtschaftlich ein schöner Erfolg ist, spiegelt wiederum kein so gutes Bild unserer Gesellschaft.

Mattias Bulfoni: Das sehen Sie durchaus richtig. Wir haben diese Klinik jedoch, ob Sie es glauben oder nicht, gegründet, ohne das Hauptaugenmerk auf den wirtschaftlichen Aspekt zu legen. Wir wollten in erster Linie etwas für die Krankheit Burn-out tun. Natürlich muss es wirtschaftlich sein, um solch ein Projekt überhaupt finanzieren zu können. Trotzdem stand bei uns der wirtschaftliche Gedanke nie im Vordergrund.

In dieses Bild des sozialen Auftrags passt auch Ihr Kampf gegen Santésuisse, den Branchenverband der schweizerischen Krankenversicherer,

bei dem es darum ging, in die Spitalliste aufgenommen zu werden, und somit auch grundversicherte Patienten behandeln zu können.

Ganz genau. Wirtschaftlich gesehen könnten wir auch sehr gut ohne Spitalliste, will heissen nur mit privaten und halbprivaten Patienten funktionieren. Es war für uns jedoch von Anfang an ein zentrales Anliegen, auch die allgemein Versicherten aufnehmen zu können. Und deshalb gingen wir auf den langen, zähen Kampf gegen Santésuisse vor dem Bundesverwaltungsgericht überhaupt erst ein und haben ihn schliesslich auch gewonnen. Das ist übrigens das erste Mal, dass eine Klinik einen Streitfall gegen Santésuisse für sich entscheidet.

Ihre rund 40 Zimmer sind seit knapp einem Jahr ständig ausgebucht. Es gibt sogar eine Warteliste. Wurden Sie

von der immensen Nachfrage überrascht?

Als wir die Projektidee hatten, hiess es zum Beispiel vonseiten des Kantons, wir sollen doch erst mal den Bedarf aufzeigen. Wir wussten jedoch, dass der Bedarf vorhanden war. Und dies hat sich nun bewahrheitet.

Das klingt, als ob Sie in der Projektphase auch gegen die kantonalen Behörden kämpfen mussten?

Kämpfen ist vielleicht der falsche Ausdruck. Wir mussten Überzeugungsarbeit leisten. Diesbezüglich muss ich jedoch Regierungsrätin Barbara Janom Steiner lobend erwähnen. In ihrer Rolle als Chefin des Gesundheitsdepartementes setzte sie sich von Anfang an sehr für diese Klinik ein. Und dies notabene trotz gegen-teiliger Meinungen im Gesundheitsamt und bei Santésuisse, von wo uns zu Beginn doch ziemlich heftiger Gegenwind entgegenblies. Deshalb ist Janom Steiner ihr Einsatz nicht hoch genug anzurechnen.

Wie entstand überhaupt die Idee, die erste reine Burn-out-Klinik des Landes erstellen zu wollen?

Ich bin Unternehmer und habe in meinem beruflichen Umfeld immer wieder von Burn-out-Fällen gehört. Zudem kenne ich auch verschiedene Ärzte, sodass dieses Thema immer mal wieder angesprochen wurde. So erfuhr ich, dass Burn-out an sich nicht als Krankheit anerkannt ist, sondern unter den Begriff Stressfolgeerkrankungen geht. Aus diesem Grund heraus, also auch um aufzeigen zu können, dass Burn-out tatsächlich eine Krankheit ist, entstand die Idee einer reinen Burn-out-Klinik. So nahmen wir unter anderem, neben den medizinischen Experten natürlich, auch mit ehemaligen Burn-out-Pa-

Überzeugungsarbeit geleistet: Mattias Bulfoni ist mit seiner Burn-out-Klinik auf Erfolgskurs.





Positive Kraft der Berge: Die Clinica Holistica Engiadina in Susch ist der ideale Ort, um sich von einem Burn-out zu erholen.

tienten Kontakt auf, um Meinungen einzuholen, was eine Burn-out-Klinik alles bieten müsste.

Und was bietet die Clinica Holistica denn nun so Einzigartiges?

Das Entscheidende ist, dass wir hier individuelle Therapien für jeden einzelnen Patienten anbieten können. Und das mit einem fantastischen, fachlich hervorragenden Team um Chefärztin Doris Straus. Grundsätzlich arbeiten wir viel über Sport und Bewegung, denn viele der Patienten sind körperliche Wracks, wenn sie hierher kommen. Hinzu kommen Ergo- und Maltherapien sowie natürlich die ganze individuelle psychologische Betreuung. So ist es möglich, dass die Therapie bei uns zwischen vier bis

maximal sechs Wochen dauert anstatt der sonst in Psychiatrien üblichen 24 bis 26 Wochen.

Und wie gross ist die Rückfallquote?

Die liegt grundsätzlich bei null. Um die Nachhaltigkeit zu gewähren, bieten wir nach dem Aufenthalt auch ambulante Behandlungen an, sowohl hier in der Klinik selbst als auch in einer ambulanten Praxis in Zürich.

Warum musste die Klinik eigentlich ausgerechnet in Susch zu stehen kommen? Die Enge des Tals mit den anliegenden, eher erdrückenden Bergen scheint – zumindest für Laien – nicht gerade der ideale Standort für Menschen, die an Burn-out leiden.

Das ist ein Trugschluss. Ganz im Ge-

genteil, unsere Patienten schöpfen nach eigenen Aussagen gerade aus den Bergen positive Kraft und Energie. Zuerst wollten wir die Klinik ja im Raum Luzern bauen. Dann stellten wir jedoch unter anderem fest, dass es dort zu viel Nebel gibt, was für die Patienten definitiv nicht förderlich wäre. Und Susch war vom Ort her eigentlich ideal. Da ich aber hier wohne, gab es eine kleine Hemmschwelle zu überbrücken.

Welche Hemmschwelle denn?

Wenn man hier wohnt und solch ein grosses Projekt aufgleisen will, spielt auch immer Neid eine gewisse Rolle. Schlussendlich mussten wir uns jedoch ganz einfach für Susch entscheiden, weil es schlicht perfekt ist.

Mattias Bulfoni ...

... ist Initiant, Verwaltungsratspräsident und Mehrheitsaktionär der Burn-out-Klinik Clinica Holistica Engiadina in Susch. Zuvor arbeitete der 60-jährige Engadiner unter anderem zwölf Jahre lang als Generalimporteur für Adidas Bulgarien. Zudem führte Bulfoni 28 Jahre lang das Sportartikelverkaufsunternehmen Bulfoni Jet Sport in Rümlang. Während er das Geschäft in Rümlang 2008 verkauft hat, läuft die international tätige Bulfoni Jet Sport AG in Lachen noch immer unter seiner Führung.

13,5 Millionen investiert

Die Clinica Holistica Engiadina in Susch im Unterengadin gilt als erste reine Burn-out-Klinik der Schweiz. Vor zwei Jahren wurde sie anstelle der Liegenschaft des ehemaligen Hotel «Rezia» eröffnet. Die Investitionen für den Um- und Neubau betrugen 13,5 Millionen Franken.

Das therapeutische Konzept der Engadiner Burn-out-Klinik mit den mittlerweile 44 Mitarbeitern wurde speziell für die Prävention und Behandlung von stressinduzierten Erkrankungen

entwickelt. Verschiedene wirksame Therapieverfahren sind in einem ganzheitlichen, flexibel und individuell abstimmbaren Angebot der Prävention, der Beratung sowie der ambulanten und stationären Therapie integriert. Gemäss Initiant, Verwaltungsratspräsident und Mehrheitsaktionär Mattias Bulfoni sind die insgesamt 41 Klinik- respektive Hotelzimmer seit rund einem Jahr stets ausgebucht.

Weitere Informationen im Internet: www.clinica-holistica.com

Mit Ehrlichkeit und Bescheidenheit zum Erfolg

Mit der Übernahme einer grossen deutsch-österreichischen Firma vor zwei Jahren ist aus dem Churer Kleinunternehmer Christian Bargähr ein weltweit tätiger Player geworden. An Bodenhaftung haben deswegen weder er noch seine Firma BC-Tech AG verloren.

Von Franco Brunner

Auf den ersten Blick ist die BC-Tech AG eine eher unscheinbare Firma. Ein einfaches Schild mit der Firmenaufschrift prangt an der Fassade des Büro- und Geschäftshauses an der Churer Comercialstrasse – inmitten anderer Firmenschilder. Auch der Empfang ist alles andere als pompös. Nach dem Klingeln an der Eingangstüre tritt einem umgehend der Chef höchstpersönlich entgegen. Christian Bargähr führt zufrieden lächelnd in Jeans und T-Shirt gekleidet durch die Räumlichkeiten der BC-Tech AG. «Diesen Teil hier konnten wir vor knapp einem Jahr ausbauen», sagt er zwar nicht ganz ohne Stolz, aber fernab vom auch nur geringsten Anflug von Prahlerei.

Nein, grosse Töne spucken ist ganz bestimmt nicht Bargährs Art. Schon damals nicht, als er vor zwei Jahren als «kleiner» Bündner Unternehmer im Bereich der Spezial-Glas-Metall-Durchführungen – Bargährs Produkte werden unter anderem im Bereich der Füllstandstechnik bei Silos und Tankanlagen, in der Medizinaltechnik bei Beatmungsgeräten oder in der Automobilbranche bei den Airbags und Getriebesteuerungen eingesetzt – einen Riesencoup landete und das dazumal 340 Mitarbeiter zählende Unternehmen Electrovac Hermetiv Packages mit Sitzen in Deutschland und Österreich übernahm. «Wir haben wohl einfach im richtigen Moment das Richtige gesagt und dabei einen guten Eindruck hinterlassen», kommentierte Bargähr 2010 das schier Unmögliche.

Der Kunde ist König

Bargährs Erfolgsrezept ist so einfach wie einleuchtend. «Bei uns zählt das abgedroschene Sprichwort 'Der Kunde ist König' immer noch», erklärt der Chef. Die Nähe und der Kontakt zu



Bescheiden trotz Riesencoup: Christian Bargähr ist Chef der Churer BC-Tech AG.

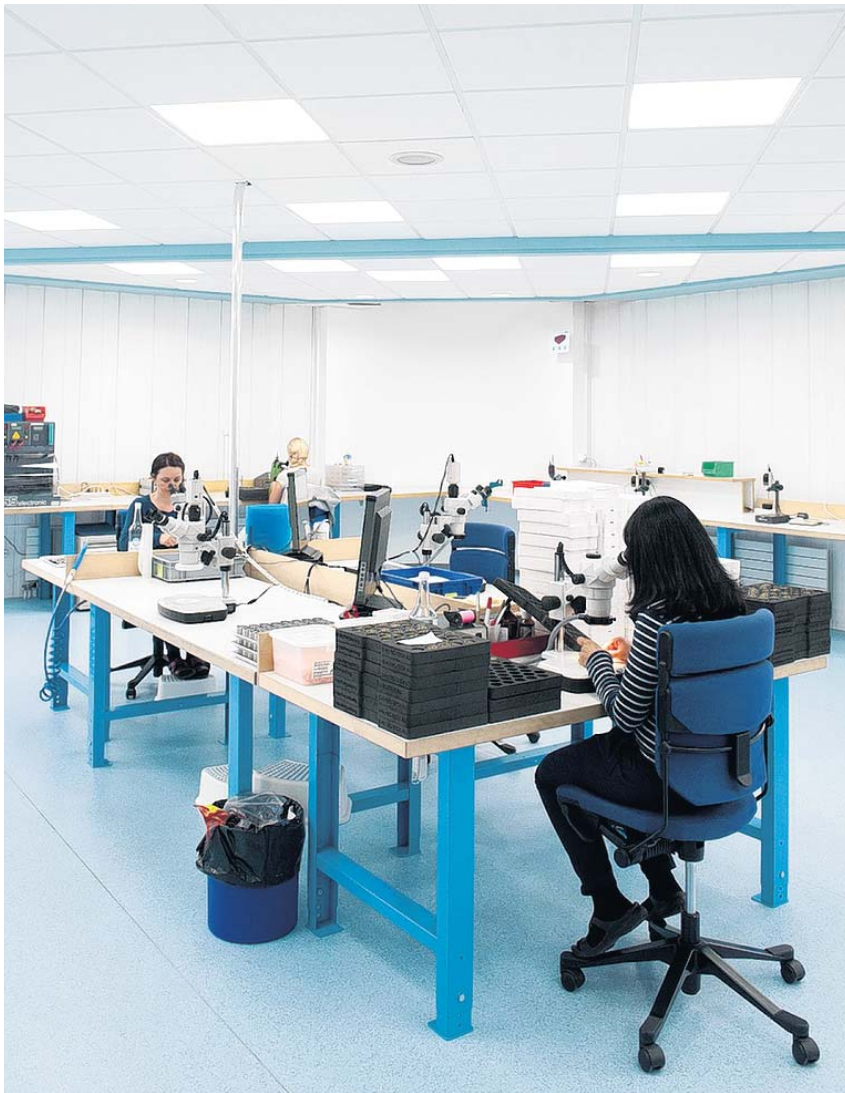
den Kunden und Lieferanten seien für ihn matchentscheidend. «Ehrlichkeit sowie das richtige zwischenmenschliche Verhalten sind für mich auch in der Geschäftswelt Eckpfeiler», sagt Bargähr. Eine enge und ehrliche Beziehung, die er nicht nur zu seinen Kunden, sondern auch zu seinen Angestellten pflegt. So ist er zum Beispiel mit der ganzen Churer Belegschaft per Du.

Diesen Zusammenhalt und diese Firmenphilosophie versucht der Unternehmer auch an den beiden Standorten in Deutschland und Österreich zu etablieren. «Es ist natürlich eine enorme Herausforderung, dies auch bei über 400 Angestellten zu errei-

chen», sagt Bargähr. Man sei aber auf einem sehr guten Weg.

Umsatzrekord erzielt

Als «gut» können mit Fug und Recht auch Bargährs beide erste Jahre als «Grossunternehmer» bezeichnet werden. So erzielte die BC-Tech Holding AG – unter der die beiden Standorte in Deutschland und Österreich geführt werden – im vergangenen Jahr ein Produktionswachstum von stolzen 15 Prozent. Zudem wurden seit der Übernahme 80 neue Stellen geschaffen. Der Umsatz der Churer BC-Tech AG belief sich im vergangenen Jahr auf sieben Millionen Franken, was einen neuen Rekordwert bedeutet.



Präzisionsarbeit gefragt: In Chur wird produziert, was schliesslich in Airbags, Beatmungsgeräten oder Silos zur Anwendung kommt.

Auch der Umsatz der Holding AG konnte 2011 im Vergleich zum Vorjahr um sechs Millionen auf 49 Millionen Euro gesteigert werden.

Kampf gegen Austauschbarkeit

Natürlich seien auch er und seine Firma den wirtschaftlichen Zyklen ausgesetzt, sagt Bargähr besonnen. Ganz besonders als weltweit tätiges Unternehmen. «Deshalb ist es für uns umso wichtiger, auf dem Markt immer schwerer austauschbar zu werden.» Das erreiche man unter anderem mit einem breiteren Angebot. «Wir treten mittlerweile zum Beispiel auch als Komponentenlieferant auf und produzieren etwa die Laserbeschriftungen unserer Glas-Metall-Durchführungen ebenfalls selber.» Dass die BC-Tech AG in Zukunft noch weitere, vielleicht gar von der Branche der Hightech-Elektronikteile weit entfernte Nischen füllen wird, nur um möglichst viel Profit zu erzielen, ist sehr unwahrscheinlich. «Nein, nein», winkt Bargähr

schmunzelnd ab. «Bei uns herrscht das 'Schuster-bleib-bei-deinen-Leisten-Prinzip'.» Da ist sie wieder, die sympathische, alles andere als aufgesetzte Bescheidenheit eines ehemaligen Churer Kleinunternehmers, der

sich mittlerweile zum erfolgreichen, weltweit tätigen Player hinaufgearbeitet hat. Und dies ohne sich, seiner Herkunft oder seiner Arbeitsphilosophie jemals untreu geworden zu sein. Eine wahrhaft schöne Erfolgsgeschichte.

Steter Aufstieg

Das Unternehmen BC-Tech AG wurde 1995 von Christian Bargähr in Chur gegründet. Die auf den Geschäftsbezug von Glas-Metall-Durchführungen spezialisierte Firma beliefert unter anderem Kunden der Medizinal- oder Flugzeugindustrie. Aktuell zählt das Unternehmen 22 Mitarbeiter.

Vor zwei Jahren übernahm die BC-Tech AG respektive die damals neu gegründete, rechtlich unabhängige BC-Tech Holding AG mit Sitz in Chur das deutsch-österreichische Grossunternehmen Electrovac Hermetic

Packages (Sitze im bayerischen Salzweg sowie im niederösterreichischen Klosterneuburg). Somit wurde Bargährs Firma zu einer der weltweit führenden Adressen in der Branche der Entwicklung und Produktion von Metall-Spezialgehäusen für Hightech-Elektronikteile. Seit der Übernahme 2010 hat sich die Belegschaft der BC-Tech Holding AG von anfänglich 340 auf mittlerweile 420 Mitarbeitende erhöht. Das Produktionswachstum betrug im vergangenen Jahr 20 Prozent bei der BC-Tech AG sowie 15 Prozent bei der BC-Tech Holding AG.



Machen Sie Ihre Schüler spielend schlau.

Liebe Primarlehrerinnen, liebe Primarlehrer, liebe Eltern

Wissen, was und wie es läuft – ein bestimmender Faktor, wenn Chancen genutzt werden sollen.

Zeitungen und Zeitschriften sind eine wertvolle Informationsquelle für die vielfältigsten Themen. Je früher Kinder den Zugang zur Presse finden, umso leichter lernen sie, sich deren Inhalte zu erschliessen. Der Verband SCHWEIZER PRESSE entwickelte in Zusammenarbeit mit Lehrpersonen und Medienfachleuten eine Pressewerkstatt, gegliedert in zwölf Bereiche, mit zielgerichteten und dennoch spielerisch gestalteten Lektionen. Den aktualisierten Ordner «Lesen macht gross.» Primarstufe stellen wir Lehrpersonen kostenlos zur Verfügung. Interessiert?

DIE SÜDOSTSCHWEIZ

Graubünden:

Südostschweiz Presse und Print AG
Nicole Scarpatetti
Kasernenstrasse 1, CH-7007 Chur
E-Mail: nscarpatetti@suedostschweiz.ch
Tel. 081 255 55 55

Glarnerland/Gaster und See:

Südostschweiz Presse und Print AG
Eva Zopfi
Zwinglistrasse 6, CH-8750 Glarus
E-Mail: ezopfi@suedostschweiz.ch
Tel. 055 645 28 34

Mit freundlicher Unterstützung von

utzenstorfpapier



perlen papier ag



Weiterkommen.
Jetzt und hier.

JETZT NEUSTART WAGEN:

Sie wollen weiterkommen?

Für unsere Kunden aus Graubünden, dem St. Galler Oberland und dem Fürstentum Liechtenstein suchen wir belastbare, überdurchschnittlich qualifizierte und hochmotivierte Mitarbeitende und Führungskräfte.

Und dies in den verschiedensten Branchen – unter anderem:

KadermitarbeiterInnen	BankerInnen
Kaufmännisch Angestellte	Finanz-Fachleute
Entwicklungs-IngenieurInnen	HR-Fachleute
InformatikerInnen	Marketing-Fachleute

Wollen Sie Ihre Ziele erreichen?
Dann freut sich Simon Hartmann auf Ihre Kontaktaufnahme bzw. Bewerbung.

HARTMANN PERSONAL
Gäuggelstrasse 1
CH-7000 Chur
T/F +41 81 252 22 66
info@hartmann-personal.ch
www.hartmann-personal.ch

**HARTMANN
PERSONAL**

DAS ERFOLGSGEHEIMNIS.



"Stellen Sie meine 45
Mitarbeiter/-innen auf
die Probe - rufen Sie
uns an!"
Valentin C. Spescha,
Generalagent

**Starten Sie mit Ihrer Firma
durch. Wir helfen Ihnen dabei.**

Die Mobiliar

Versicherungen & Vorsorge

Generalagentur Chur, Valentin C. Spescha
Theaterweg 11, 7002 Chur
Telefon 081 254 21 11
chur@mobi.ch, www.mobichur.ch



for a living planet®



Gutes tun tut gut

Schützen Sie den Tropenwald –
werden Sie aktiv!

wwf.ch/tropenwald



Ich bin Sinnstifter!

Bruno Keller, Geschäftsführer Keller Laser AG, Trimmis

Weil ich Teile meiner Montagearbeiten in einer Werk-
stätte mit geschützten Arbeitsplätzen verarbeiten lasse,
helfe ich mit, Arbeits- und Lebensräume für Menschen
mit Behinderung zu schaffen.

Werden auch Sie Sinnstifter!
www.sinnstiften.ch

ARGO
WIR STÄRKEN PERSÖNLICHKEITEN.

Peter Binz ist überzeugt: «Die Val Medel hat Zukunft»

In Zürich ist er Finanzchef von PwC Schweiz. In Medel/Lucmagn ist er Gemeindepräsident und, zusammen mit seiner Frau Imelda, Hotelbesitzer. Peter Binz wagt den Spagat. Bis jetzt ist er geglückt.

Von Jano Felice Pajarola

Er pendelt zwischen zwei Welten – nein, er hat es nicht besonders gern, wenn man das sagt. Zwei Orte in ein und derselben Welt seien es doch, findet er. Da die Grossstadt Zürich, dort die ruhige Val Medel. Da der Job an der Spitze des Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmens PricewaterhouseCoopers (PwC) Schweiz, dort – ja, was eigentlich?

Haus mit modernem Gesicht

Am Anfang steht, vor acht Jahren, ein erster Ferientaufenthalt in Curaglia, in der Wohnung von Freunden. Die dann verkauft wird, später, und Peter und Imelda Binz-Ferrari beschliessen, selber ein Zweitheim zu erwerben in diesem Dorf, «das uns sofort gut gefiel». Sie kaufen ein älteres Mehrfamilienhaus, sanieren es. «Mein Traum war schon immer, etwas Bestehendes umzubauen», erzählt Imelda Binz-Ferrari. Das Haus wird «Palazzorosso» getauft, tatsächlich sehr rot steht es etwas unterhalb der Lukmanierstrasse in Curaglia, mit modernem Gesicht, geprägt vom einheimischen Architektenduo Marlene Gujan und Conrad Pally, realisiert mit Handwerkskräften aus der Region.

Wenig später, 2007, kommt das benachbarte Hotel «Scopi» in den Verkauf. Und wieder investiert das Ehepaar Binz-Ferrari, sucht sich dann zuerst die richtigen Pächter für den Betrieb, findet Aluis und Johanna Albin-Flepp, erneut kommt es zu einem Umbau, in Etappen über drei Jahre verteilt, mit denselben Architekten. Heute steht es wie aus dem Ei gepellt da, als inzwischen einziges Gasthaus im Dorf, renoviert ist das historische Hauptgebäude, einst die Dépendance des längst geschlossenen Hotels «Lukmanier», es beherbergt zehn

modern eingerichtete Hotelzimmer mit insgesamt 22 Betten, das Speiselokal «Stiva Medelina», das Restaurant «Canorta», mit Stammtisch, wie der Name schon sagt. Frisch hinzugekommen ist ein keilförmiger Anbau mit Terrasse, zusätzlichem Speiselokal «Aurina», Seminar- und Skiraum. Alles zusammen: das neue touristische Herz Curaglias, von Hotel «Scopi» umbenannt in Hotel «Vallatscha». In der Dachwohnung zu Hause: Peter und Imelda Binz-Ferrari.

«Ich brauche die Stadt»

Von Donnerstag bis Montagabend

sei er in der Regel in Curaglia, sagt Binz, seine Frau ist etwas weniger oft in der Val Medel, «ich bin stark verwurzelt in Zürich, ich brauche die Stadt, dort sind auch unsere Kinder und Verwandten», erklärt sie. Das «Vallatscha» habe, auch wenn es in der Nebensaison manchmal mehr Gäste vertragen könnte und in der Hauptsaison mehr Betten, recht viel Erfolg, «das liegt nicht zuletzt am guten Namen und der guten Küche unserer Pächterfamilie», findet Binz. «Wir als Investoren sind mit jemandem zusammengekommen, der Erfahrung in der Gastronomie hat, und dazu gesellt sich der gute Geschmack meiner Frau beim Umbau – eine ideale Kombination.» Vor allem





«Es lohnt sich, hier zu investieren»: Imelda und vor allem Peter Binz-Ferrari haben im Val Medel einen neuen Lebensmittelpunkt gefunden.

aber «ist das Tal schön, es hat Zukunft, und es lohnt sich, hier zu investieren», davon ist Binz überzeugt.

Umgang mit Menschen als verbindendes Element

Er kennt das Tal heute besser, als er es sich vor drei, vier Jahren noch vorgestellt hätte. Im Jahr 2010 gibt es eine Vakanz im Gemeindepräsidium, man kommt auf ihn zu, ausgerechnet auf ihn, den Unterländer ohne Romanischkenntnisse, und ja, er hat Interesse am Amt, «ich fand, das wäre spannend, es hat mich interessiert», und siehe da, er wird tatsächlich gewählt. Jetzt steht er also an der Spitze einer Gemeinde, die mit Überalterung und Abwanderung kämpft, während er gleichzeitig in Zürich zur Leitung eines Unternehmens gehört, dessen Mitarbeiter im Schnitt 33 Jahre alt sind. «Eine ganz andere Ausgangslage», dessen ist sich Binz bewusst, «aber was mir immer Freude gemacht hat, ist der Umgang mit Menschen, und das verbindet die Arbeit bei PwC mit der Tätigkeit hier im Tal.»

Kandidatur für weitere Amtszeit

Er fühle sich «sehr gut akzeptiert für einen Unterländer», sagt Binz schmunzelnd, Bekanntschaften, Freundschaften hätten sich gebildet,

und nun wolle er sich vor allem seinen Visionen für das Tal widmen, «die touristischen Aktivitäten forcieren, man muss den Leuten Grund geben, hierherzukommen, und das werden wir tun.» Ab Mitte Jahr wird er sogar noch öfter als jetzt in Curaglia sein, er wird, nach 30 Jahren, seinen Job bei PwC

an den Nagel hängen. Und in Medel/Lucmagn eine weitere dreijährige Amtszeit als Gemeindepräsident in Angriff nehmen. «Es gibt», meint Binz, «viele Orte auf der Welt, an denen ich mich wohlfühle. Aber mein Lebensmittelpunkt wird in Zukunft die Val Medel sein.»



Geschmackvoll umgebaut: Imelda Binz-Ferrari hat die Zimmer im Hotel «Vallatscha» mitgestaltet.

Vom Milchbauer zum Edelfischzüchter und Mutterkuhhalter

Die Geschäftsidee auf der Website der Lumare GmbH liest sich wie ein Businessplanentwurf eines Jungunternehmers. Inzwischen ist die Alpenfischzucht von Curdin Capeder selbst dem Laichstadium entwachsen und über 10 000 kanadische Seeforellen aus dem Lugnez werden dieses Jahr in der gehobenen Gastronomie auf dem Teller landen.

Von Norbert Waser

Fangfrisch auf den Teller:
Bis zu 14 000 Seeforellen werden dieses Jahr abgefischt und verkauft.



Val Gronda heisst der kleine Bauernhof in Cumbel, am Eingang zum Lugnez. Als Curdin Capeder den Betrieb im Jahr 2007 übernahm, war es ein klassischer Milchwirtschaftsbetrieb. Eine wirkliche Zukunftsperspektive war das für den jungen Bergbauer – Mitte 20 – angesichts des Preiszerfalls bei der Milch aber nicht. «Wir schauten uns nach Alternativen um und stiessen dabei, inspiriert vom Vater durch einen solchen Betrieb in Österreich, auf die Idee einer Alpenfischzucht», blickt Capeder zurück.

Angusrinder statt Milchkühe

Inzwischen ist er 33, hat eine Familie mit zwei Kindern, und nicht nur die als zweites Standbein gedachte

Fischzucht hat sich erfreulich entwickelt, auch die Milchkühe haben Angusrindern Platz gemacht, und der Betrieb wurde auf Mutterkuhhaltung umgestellt. «Wir haben festgestellt, dass sich unsere Kundschaft für beide Produkte ideal ergänzt», begründet Capeder diesen Schritt. Wurde früher das Fleisch vor allem als ganze Viertel verkauft, werden heute Einzelstücke ausgeliefert. Diese finden, wie die Edelfische, in der gehobenen Gastronomie guten Absatz und Ertrag, befinden sich doch beide Produkte im oberen Preissegment. «Die Befürchtung, wir würden so nur die besten Stücke absetzen können und auf dem übrigen Fleisch sitzen bleiben, hat sich auf jeden Fall nicht bestätigt»,

freut sich der vom Milchbauer zum Edelfischzüchter und Mutterkuhhalter mutierte Bergbauer.

Verkauf ist kleinstes Problem

Fünf Jahre nach dem Start der Fischzucht kann Curdin Capeder mit Genugtuung feststellen, dass sich das Wagnis gelohnt hat: «Wenn nichts Unvorhergesehenes dazwischenkommt, sollten die Fische dieses Jahr erstmals einen Ertrag bringen.» 12 000 bis 14 000 Fische hofft die Lumare GmbH absetzen zu können, das sind 4,4 bis fünf Tonnen. «Bei der Planung dachten wir, der Verkauf sei die grösste Knacknuss, nun hat sich herausgestellt, dass dies das kleinste Problem ist», stellt der Fischzüchter, der

sich nach wie vor in Ausbildung befindet, mit einem verschmutzten Lächeln fest.

Ein idealer Türöffner war der Verkauf der ersten Jahresproduktion von damals noch 400 Fischen an Starkoch Andreas Caminada in Fürstenaau. Die Zusammenarbeit mit dem zweifachen «Koch des Jahres», der ab und zu auch in der Fischzucht zuhinterst in der Val Lumnezia vorbeischaute, hat die Gourmetprodukte aus dem Hause Capeder ideal positioniert. Auch wenn im letzten Jahr bereits 5000 Fische die ideale «Tellergrösse» mit einem Gewicht von 300 bis 400 Gramm erreicht haben und geschlachtet werden konnten, ist die Nachfrage weiterhin viel grösser als das Angebot. Als gute Starthilfe erwies sich auch die Auszeichnung mit dem Agro-Preis 2009 und das grosse Medienecho, das das innovative Projekt ausgelöst hat. «Das war für uns ein grosser Motivationsschub.»

Die Planungs- und Bauphase der Anlage, die Hürden der Umzonung des Landes und der nötigen Bewilli-

gungen sind nun genommen. Auch wenn sich heute Tausende Fische in den vier Becken tummeln und die «Ernte» der bis Mittwoch bestellten Fische in der zweiten Wochenhälfte zur Routine geworden ist, die Natur bleibt stets eine Herausforderung. «Vor Krankheiten und gravierenden Zwischenfällen wurden wir bis jetzt glücklicherweise verschont, bei jedem Unwetter heisst es aber wachsam zu sein», sagt Capeder.

Mehr als bloss Broterwerb

Schon mehr als einmal hat er mitten in der Nacht den auch bei gutem Wetter abenteuerlichen Weg von Cumbel nach Silgin zur Fischzucht am Ufer des Glenner unter die Räder genommen, um den Wasserstand zu kontrollieren, von Geröll oder Blättern verstopfte Einläufe freizuschaukeln oder auch nur um nachzusehen, ob es seinen Fischen gut geht. Denn ob Milchkühe, Angusrinder oder kanadische Seeforellen, die Tiere sind für Curdin Capeder mehr als bloss Broterwerb.

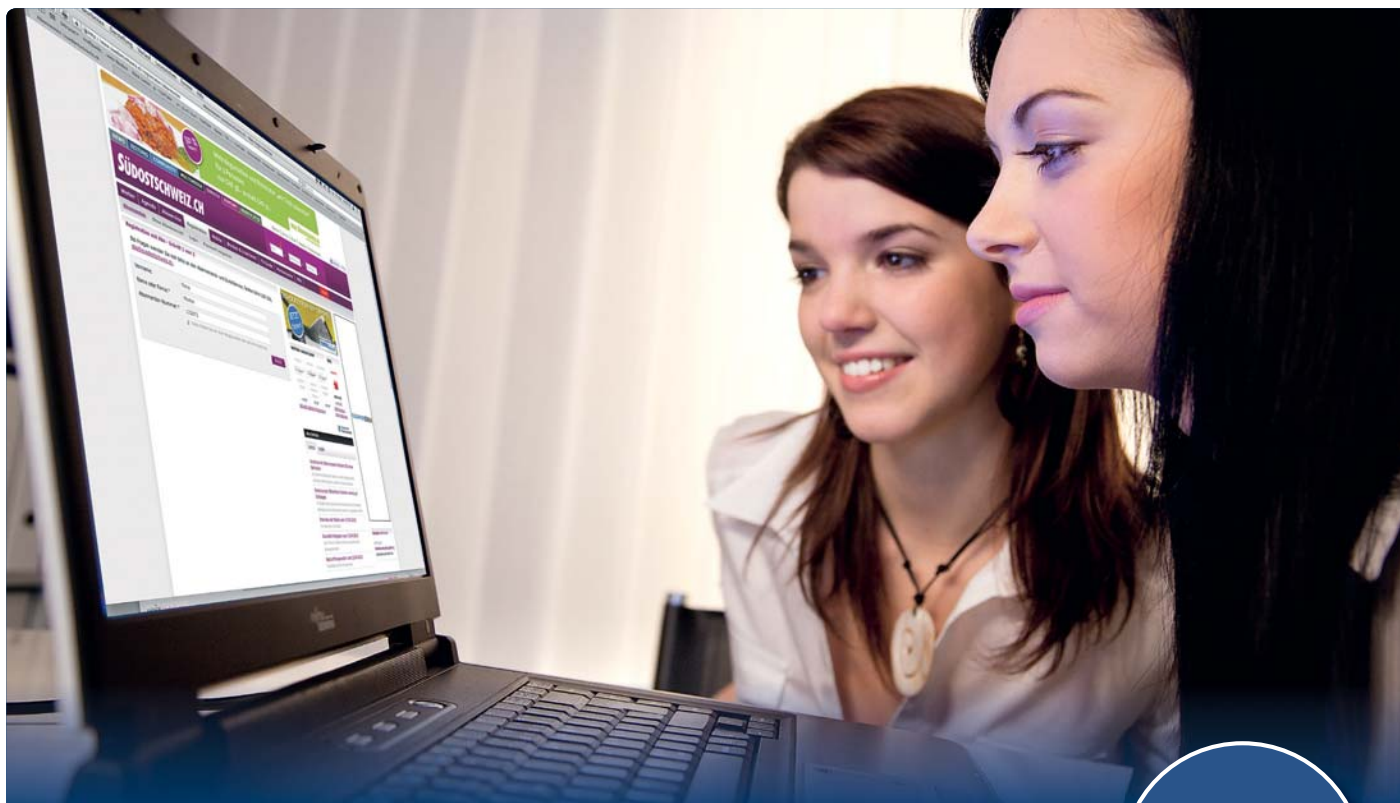
Fische aus eigener Zucht

Die Fischzucht der Lumare GmbH befindet sich zuhinterst im Lugnez, unterhalb des Weilers Silgin. Die vier rund 100 Kubikmeter fassenden Teiche werden vom Wasser eines Bergbaches gespeist, der die 1,2 bis 1,6 Meter tiefen Becken durchfliesst. Gezüchtet werden kanadische Seeforellen, die bis zu 120 Zentimeter gross werden können. Inzwischen sind die Muttertiere so gut gediehen, dass keine Jungfische mehr zugekauft werden müssen. Die Alpenfischzucht im Lugnez ist nach wie vor ein Pionierbetrieb für Graubünden. Weil entsprechende Ausbildungsmöglichkeiten im Kanton fehlen, besucht Curdin Capeder blockweise Weiterbildungskurse in Österreich und Deutschland.

Weitere Infos unter www.lumare.ch



Der Weg führt von Silgin über eine steile Meliorationsstrasse zur Fischzuchtanlage am Glenner, zuhinterst im Lugnez. In einem der Becken leben die Muttertiere, der ganze Stolz von Fischzüchter Curdin Capeder.



Jetzt registrieren und gewinnen ...

Verlosung

Registrieren Sie sich bis zum 31. Juli auf www.suedostschweiz.ch/registration und gewinnen Sie mit etwas Glück einen der folgenden attraktiven Verlosungspreise:



1. Preis: «La Rösä»-Package für zwei Personen in der «Stazione della Posta» im Wert von 1000 Franken. Infos zum Agriturismo «La Rösä» finden Sie unter www.larosa.ch.

2. Preis: Ein Jahresabo einer Tageszeitung der Südostschweiz Medien. Die Auswahl aller Zeitungstitel und weitere Infos erhalten Sie unter www.suedostschweiz.ch.

3. bis 5. Preis: «Genuss hat viele Facetten» – ein Kochbuch für Lebenskünstler von Christina und Nadia Jacoby. Infos zum Kochbuch unter www.suedostschweiz-buchverlag.ch.

Abobestellungs- und Verlosungstalon

- ☐ Ich möchte mehr über die Registration* wissen – rufen Sie mich bitte an
- ☐ Ich möchte ein Jahresabo der «Südostschweiz» und erhalte als Zugabe die Aboplus-Mehrwertkarte kostenlos
- ☐ Ich möchte nur an der Verlosung teilnehmen

Vorname/Name

Adresse

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Geburtsdatum

Datum

Unterschrift

Talon einsenden bis 31. Juli 2012 an: Südostschweiz Presse und Print AG
Verlagsmarketing, Kasernenstrasse 1, Postfach 508, 7007 Chur

*Ich erlaube den Südostschweiz Medien, meine persönlichen Angaben ausschliesslich für Infos in meinem Interesse und für meine Bedürfnisse sowie für statistische und Marketingzwecke zu verwenden. Diese Angaben werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Ich habe jederzeit die Möglichkeit, den Südostschweiz Medien den Versand dieser Infos zu untersagen.

Teilnahmebedingungen der Verlosung: Keine Barauszahlung und kein Umtausch der Preise. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Zeitungsubonnennten der Südostschweiz Medien werden mehrfach belohnt: Sie können ihren abonnierten Zeitungstitel mit einer Registration im Internet gratis lesen, erhalten Zugriff auf das Gratisarchiv und ein Startguthaben von 20 Franken. Nichtabonnennten erhalten bei einer Registration ein Startguthaben von 10 Franken und können damit einzelne Zeitungsausgaben der Südostschweiz Medien online lesen. Das Guthaben kann jederzeit erhöht werden. Haben Sie Fragen? Unser Aboservice hilft Ihnen gerne weiter: Telefon 0844 226 226 (Ortsstarif).

DIE SÜDOSTSCHWEIZ

1. RECHTEN DAUMEN AUFSETZEN

2. TEXT LESEN

Neulich am Abend. Ein Ehepaar in den Fünfzigern betritt das Restaurant. Sie setzen sich an ihren Tisch. Kurz darauf präsentiere ich Ihnen die Speise- und Getränkekarte. Ohne einen Augenblick zu zögern, bestellen sie eine der besten Flaschen des Hauses; einen Château Cheval Blanc für mehr als 2'500 Franken. Die Flasche wird aus dem Weinkeller geholt. Ich öffne und dekantiere sie ganz ruhig. Ohne Stress. Ich serviere den Wein wie es sich gehört. Der Herr degustiert zuerst. Sein wohlwollendes Nicken und Gemurmel deute ich als Zeichen der Zustimmung. Danach serviere ich den edlen Tropfen behutsam in das Glas der Dame. Im selben Augenblick erspähe ich im Hintergrund eine wunderschöne Frau. Ihre Augen sind dezent geschminkt. Ein Eye-Liner betont diskret die Konturen, und formt zusammen mit einem Maskara

Neulich erschien mir durchdringt ein Schrei die angenehme Ruhe im Saal. Erschrocken schaue ich wieder an den Tisch des Ehepaars. Die Frau am Tisch schäumt vor Wut. Was habe ich bloss gemacht? Oh Nein! Benommen realisiere ich, dass ich mehr als die Hälfte der Flasche auf sie geschüttet habe. Das war mein letzter Abend im Restaurant. Doch dank diesem Zwischenfall hatte ich das Vergnügen, zu erfahren, was ein Inserat bewirken kann.



Inserate bewegen.

Dieses Inserat macht Werbung für Werbung in Zeitungen und Zeitschriften. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN schreibt dazu jedes Jahr einen Wettbewerb für junge Kreative aus. Dabei siegte auch diese Arbeit – kreiert wurde sie von Gaël Tran und David Moret, Werbeagentur Euro RSCG, Genf. www.das-kann-nur-ein-inserat.ch



SCHWEIZER MEDIEN
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA



Ein gemeinsames Ziel.

Sina Gubler-Möhr, Winzerin in Maienfeld – mit der GKB zur Erfolgsgeschichte.

In diesem Jahr startet Sina Gubler-Möhr ihre unternehmerische Laufbahn im elterlichen Weinbaubetrieb Möhr-Niggli Weine. Die ausgebildete Getränketechnologin wird das Unternehmen gemeinsam mit ihrem Vater in einer Generationengemeinschaft leiten. Als führende Partnerin der Bündner KMU betreut die GKB rund zwei Drittel der im Kanton ansässigen Unternehmen – oft schon von der Gründung an. Welche Erfolgsgeschichte schreiben Sie? Gemeinsam schaffen wir die Grundlagen für eine langjährige und erfolgreiche Partnerschaft.

Gemeinsam wachsen. www.gkb.ch/kmu

 **Graubündner
Kantonalbank**