



DAS BÜNDNER WIRTSCHAFTSMAGAZIN


MIT DEN AKTUELLEN WIRTSCHAFTSTRENDS FÜR GRAUBÜNDEN

JUNI 2013



Bild Giancarlo Cattaneo/swiss-image

 **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

DAS QUALITÄTSMANAGEMENT IST EIN IMMERWÄHRENDER PROZESS

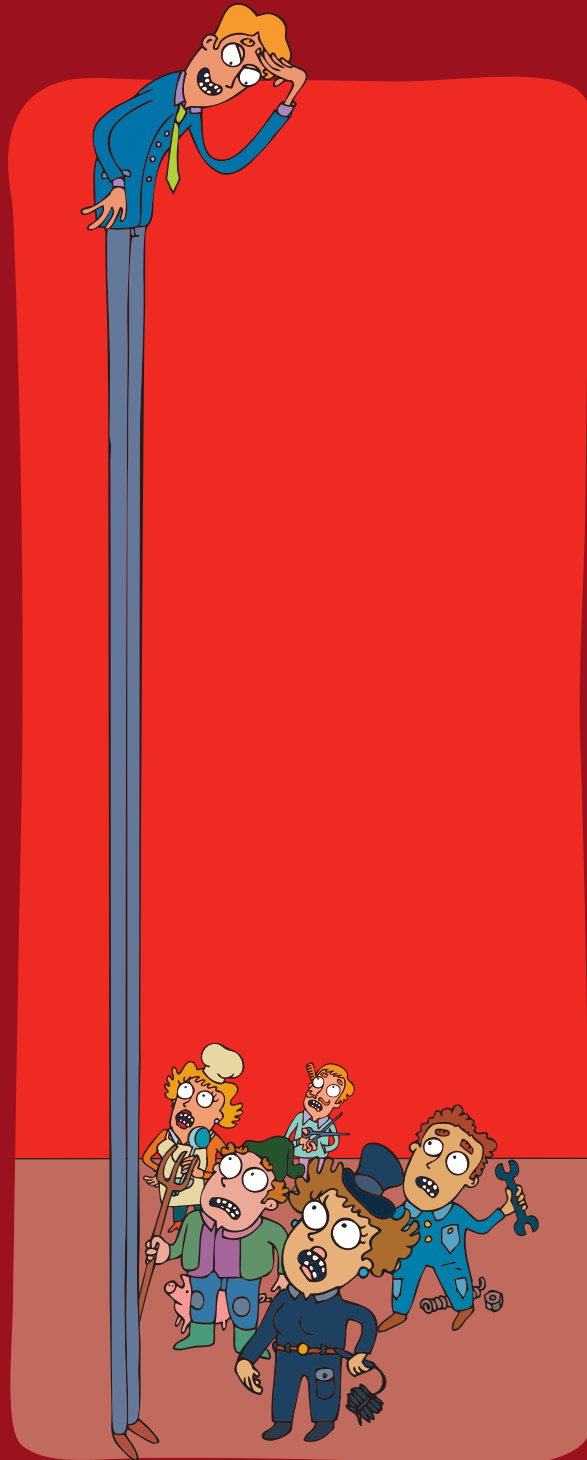
Stehenbleiben ist im Tourismus, aber auch in der Industrie tödlich – ohne Qualitätsbewusstsein und -steigerung hinkt man den Mitbewerbern hinterher.

LEICHT HÖHERES WIRTSCHAFTSWACHSTUM FÜR GRAUBÜNDEN ERWARTET

Nach einer ansprechenden ersten Jahreshälfte dürften Branchen wie der Tourismus, die Industrie und der Bau 2013 weiter positive Akzente setzen.

Von-Oben-Herabitis

Eine Krankheit, die's bei uns nicht gibt.



Wir wissen, was KMUs brauchen. Zum Beispiel eine Versicherung, die mit ihren Kunden auf Augenhöhe kommuniziert. So wie wir. ÖKK – die Richtige für KMUs. www.oekk.ch

ÖKK



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

Der professionelle IT-Partner

ALSOFT

INFORMATIK AG

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

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner

2012
Preferred
hp
Partner

sage
Compliance
Center
Sage 90



ALSOFT Informatik AG

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



Ernst Wyrsh

Volle Bäuche denken nicht gerne

Wir haben in unserer Schweiz wunderbar erfolgreiche Wachstumsjahre erlebt. Sie waren geprägt von stetigem Wachstum, was nicht nur zu Wohlstand geführt hat, sondern fast generell zu einer Anhäufung von materiellen Gütern.

Wir sind satt, reich und kühl geworden. Mit einem vollen Bauch denkt man gar nicht mehr daran, sich asketisch oder athletisch zu verhalten. Denn «schlanker» zu denken und zu handeln lernt man nur in Krisen. Die Techniken und das Wissen über das eigene Verhalten in Zeiten von Krise haben wir nie gelernt – oder dann (gewollt) vergessen oder verdrängt. Sonst hätten wir es gewusst: «Bilde in guten Jahren Reserven. Dann kannst du in mageren Jahren profitieren. Denn dann kannst du immer noch investieren.» Es gibt in Nordamerika ein Sprichwort: «Wen die Götter zerstören wollen, dem schicken sie viele Jahre Erfolg.» Anders gesagt: Wenn wir uns an unsere Schulzeit erinnern, wissen wir genau, dass sich auch bei uns nach einem feinen Pausenbrötchen etwas Zufriedenheit, Satttheit breitgemacht hat. Und dieses Quäntchen (nennen wir es nun beim Namen: Faulheit) war es, das manche gute Idee verhindert hat. Was bedeutet dies für uns Bündner Touristiker? Erstens: Wir sind gut. Zweitens: Wir sind teuer.

Die logische Folgerung: Wir müssen mindestens um so viel besser sein, als wir teuer sind. Nur dann können wir uns den Vorsprung sichern, auf dem unser Wohlstand basiert. Denn den Kostenwettbewerb – etwa mit Österreich, Deutschland, der Türkei usw. – können wir ohnehin nicht gewinnen. Welche Trümpfe bleiben uns? Es sind dies wenige, doch wir können (und müssen) der Konkurrenz einfach den entscheidenden Schritt voraus sein. Dies in drei Qualitäten: In der Flexibilität, im Tempo – und in der Leistung. Fehler unsererseits werden uns auf diesem Weg vom Gast nie verzeihen. «Unachtsamkeit», «Bequemlichkeit», «Arroganz», «Selbstzufriedenheit» oder «fehlender Wille zum Dienen» dürfen im Denken des Gastgebers nie vorkommen – geschweige denn fragwürdige oder auch nur «dumme» Sprüche gegenüber dem Gast. Denn die Sprache verrät viel über unsere Einstellung zum Gast. Sie verrät auch viel über die Qualität unserer Arbeit.

Im Grunde handelt es sich beim Gastgewerbe doch um ein «Beziehungsbusiness»: Wo der Gast mit seinem Gastgeber sehr zufrieden ist, da wird er wiederkommen. Wenn er nicht zufrieden ist? Nun, der Gast hat ja die Wahl. Und das ist gut so. Ich stelle fest: Oft ist der Preis nur zweitrangig. Unser Gastgewerbe lebt von sehr zufriedenen Kunden. Und wir können gewiss sein: Dieselben arbeiten auch für uns, nämlich im «Mund zu Ohr»-Business. Wenn wir gut waren, werden wir wieder belohnt werden. Wenn wir ungenügend waren ...

Letztlich entscheidend für Erfolg oder Misserfolg im Tourismus sind doch die Dienstleister. An ihren Leistungen, an ihren Ideen, an ihrem Willen wird es letztlich liegen, wenn die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Graubünden auf dem Spiel steht. Ich freue mich auf die Zukunft. Wir haben die Möglichkeiten des Handelns in unserer eigenen Hand. Und das ist – so gesehen – wunderbar.

Ernst Wyrsh, Präsident Hotelleriesuisse Graubünden

IMPRESSUM

PULS Nummer 37, Juni 2013

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), 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

Verlag und Redaktion: Südostschweiz Presse und Print AG

Redaktionelle Mitarbeiter: Franco Brunner

Bilder: Olivia Item, Rolf Canal, Marco Hartmann, swiss-image, Schweizer Jugendherbergen

Layout/Grafik: Rico Kehl

Inserate: Südostschweiz Publicitas AG, Chur

PULS ist eine Beilage zur «Schweiz am Sonntag» der Ausgabe Graubünden vom 23. Juni 2013.

Auflage: 38 150 Ex. (WEMF-beglaubigt)

Inhalt

6 «SCHÖNREDEN BRINGT NICHTS»

Yvonne Brigger-Vogel ist Projektleiterin der Qualitätsoffensive in Graubünden – Qualität ist für sie mehr als ein freundliches Lächeln.

9 «DAS GESAMTPAKET MUSS STIMMEN»

Graubünden ist in Sachen Gourmet-Lokale nationale Spitze – Wolfram Meister vom Magazin «Graubünden geht aus», sagt warum.

10 MIT «JUGIS» AUF ERFOLGSKURS

Fredi Gmür ist bereits seit 17 Jahren CEO der Schweizer Jugendherbergen – von ihm kann die hiesige Hotellerie noch viel lernen.

12 ETWAS HÖHERES WACHSTUM ERWARTET

Der Himmel am Horizont der Bündner Wirtschaft hat sich etwas aufgehellt, für 2013 ist ein Plus von 1,4 Prozent prognostiziert.

14 WO QUALITÄT ÜBER ALLES GEHT

Die Gritec AG in Grüşch ist Technologiepartner für die verschiedensten Bereiche und Kunden – die Anforderungen sind hoch.

16 ALL-INCLUSIVE, ABER GANZ ANDERS

Mit dem «Bestzeit Hotel & Sport» in Parpan haben Einheimische ein neues Angebot für den sportbegeisterten Gast geschaffen.

20 MIT FREUNDLICHKEIT PUNKTEN

Mirjam Brunett lebt an der Réception des Hotels «Schweizerhof» in Lenzerheide vor, wie wohlthuend Freundlichkeit sein kann.

ANZEIGE



WIRTSCHAFTSFORUM
SÜDOSTSCHWEIZ

16. Wirtschaftsforum Südostschweiz
www.wifo-suedostschweiz.ch

WIRTSCHAFTSFORUM SÜDOSTSCHWEIZ – STAGNATION ODER WIRTSCHAFTSWACHSTUM?

Freitag, 6. September 2013
gehla – Bündner Herbstmesse, Chur

Beat
De Coi



Gerhard
Föger



Klaus J.
Stöhlker



Karin
Keller-Sutter



Stephan
Klapproth



Referenten und Moderation

Sponsoren

 Graubündner
Kantonalbank

ÖKK

REPOWER

SÜDOSTSCHWEIZ
MEDIEN

Co-Sponsor

 **FELDSCHLÖSSCHEN**

Networking-Partner

PULS.

Anmeldung Wirtschaftsforum Südostschweiz 2013

☐ Ich melde mich zum 16. Wirtschaftsforum Südostschweiz an. Forumsbeginn 13.30 Uhr bis 17 Uhr

☐ Senden Sie mir bitte das detaillierte Programm.

Name	Vorname
Firma	
Titel	Funktion
Adresse	
PLZ	Ort
Telefon	E-Mail
Datum	Unterschrift

Kosten: CHF 300.– (inkl. 8 % MwSt.) In diesem Betrag sind inbegriffen:
Tagungsunterlagen, Pausenerfrischungen, Apéro und Messeeintritt
Einsenden an: Wirtschaftsforum Südostschweiz, gehla – Bündner Herbstmesse
Belmontstrasse 1, CH-7006 Chur. Per Internet: www.wifo-suedostschweiz.ch

gehla 

graubünden beste wirtschaftliche Aussichten.

«Qualität bedeutet Arbeit, schönreden bringt nichts»

Graubünden soll der Inbegriff für Qualitätstourismus sein. Doch wie definiert sich Qualität? Yvonne Brigger-Vogel hat über ihre früheren Mandate beim Impulsprogramm Enjoy Switzerland und nun als Projektleiterin die Qualitätsoffensive in Graubünden wesentlich geprägt. Im PULS-Interview sagt sie, weshalb Qualität mehr ist als bloss ein freundliches Lächeln.

Mit Yvonne Brigger-Vogel sprach Norbert Waser

Frau Brigger-Vogel, Sie leiteten zuerst das Pilotprojekt Enjoy Switzerland in Lenzerheide und danach das nationale Impulsprogramm von Schweiz Tourismus und sind nun Projektleiterin des Qualitätsprogramms Graubünden. Hat sich das Qualitätsbewusst-

sein in Graubünden ähnlich Ihrer beruflichen Laufbahn entwickelt?

Yvonne Brigger-Vogel: Das Qualitätsbewusstsein war in Graubünden schon immer sehr hoch. Das zeigt sich auch bei der grossen Anzahl Betriebe, die das Qualitätsgütesiegel

umgesetzt haben. Es gibt auch eigentliche Vorreiter, wie zum Beispiel die Sunstar-Gruppe, die ihre fünf Betriebe früh auf Nachhaltigkeit ausgerichtet hat. Graubünden hat ein hohes Qualitätsniveau und ist sich dessen auch bewusst.



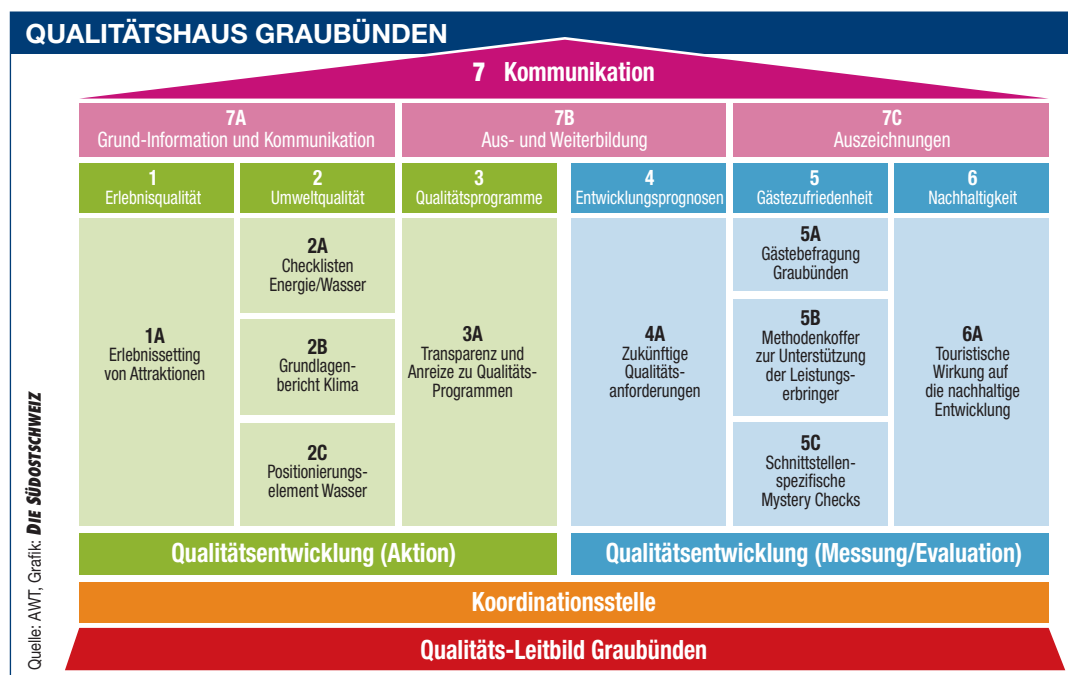
Ein immerwährender Prozess: Yvonne Brigger-Vogel setzt sich für Qualität im Tourismus ein.

Rennt man mit dem Qualitätsprogramm Graubünden also schon fast offene Türen ein?

Das sicher nicht, denn Qualitätsmanagement ist ein immerwährender Prozess. Qualität hört nicht irgendwann auf. Wichtig ist, dass Qualität auch gesichert wird. Alle sollten sich stets hinterfragen, ob die eigene Dienstleistungsqualität noch stimmt. Qualitätsmanagement ist eine Führungsaufgabe.

Mit dem zweijährigen Impulsprogramm sollen gemäss Zielsetzung den touristischen Leistungserbringern im Sinne der Hilfe zur Selbsthilfe pragmatische Hilfsmittel zur Verbesserung ihrer Dienstleistungs- und Erlebnisqualität zur Verfügung gestellt werden. Erhalten die Hoteliers einen Spiegel und einen Smiley-Koffer?

Wenn das so einfach wäre! Qualität lässt sich eben nicht bloss auf die Freundlichkeit der Gastgeber reduzieren. Diese Diskussion sind wir langsam leid, denn Qualität hat auch viele andere Dimensionen. Wir initiieren Prozesse, die beispielsweise auch direkt die Lebens- und Umweltqualität beeinflussen. In Ortsbegehungen mit Verantwortlichen haben wir in verschiedenen Gemeinden die Erlebnisqualität einer kritischen Betrachtung unterzogen. Das ist ein ganz einfaches Mittel, einen Ort mit den Augen des Gastes zu sehen und Verbesserungs-



Mystery Check für Destinationen

Als Pilotprojekt wurde im Rahmen des Qualitätsprogramms Graubünden ein Mystery Check für Destinationen entwickelt. Dabei wird von anonymen Testern das Zusammenspiel und die Schnittstellen in den Destinationen zwischen einzelnen Leistungserbringern überprüft. Am Pilotprojekt beteiligten sich die Destinationen Engadin St. Moritz, Davos und Savognin. Ziel ist es, mit diesen Mystery Checks den Destinationen ein Modul zur Verfügung zu stellen, mit dem auch für den Gast relevante Dienstleistungen überprüft werden können, für die sich oft niemand zuständig fühlt.

möglichkeiten zu entdecken. Erste Erfolge verzeichnen wir auch mit unseren Destinationen Mystery Checks. Überprüft werden das Zusammenspiel und die Schnittstellen in den Destinationen zwischen einzelnen Leistungserbringern. Wir schauen dort hin, so sich grundsätzlich niemand verantwortlich fühlt, es für die Wahrnehmung und das Erlebnis des Gastes aber essenziell ist, ob die Informationsvermittlung, die Beratungsleistung über den eigenen Betrieb hinaus professionell gemacht und die gesamte Destination verkauft wird.

Haben diese Begehungen zu vielen Aha-Erlebnissen geführt?

Wir haben in diesen zwei Jahren 28 Ortsbegehungen gemacht. Oft sind schon mit kleinen Massnahmen Verbesserungen möglich, die der Gast vielleicht nicht bewusst, aber zumindest unbewusst positiv wahrnimmt. Es hat sich auch gezeigt, dass die Problemfelder vielerorts ähnlich sind. Die Besucherlenkung und damit die touristische Signalisation ist ein Dauerbrenner. Zu wenig Tafeln, zu viele, am falschen Ort platzierte, veraltete; da gab die Optik des Gastes manches Aha-Erlebnis. Ein weiteres Thema sind unklare oder zu wenig klar kommunizierte Positionierungen von Orten und Destinationen. Ein Beispiel ist das Bahndorf Bergün. Diesen Bezug zur Bahn sollte man nicht nur am Bahnhof, sondern im ganzen Dorf wahrnehmen. Wenn keine klare Positionierung vorhanden ist, lässt sich

auch keine kohärente Angebotsentwicklung umsetzen. Vielfalt ist keine Positionierung, sondern der Tod für jede Marketingstrategie. Wir bieten unter anderem halbtägige Workshops an, wie man zu einem solchen Leitthema kommen kann. Mit Brambrüesch hat das beispielsweise gut funktioniert, konnten sich doch die Beteiligten auf eine allgemeine Stossrichtung einigen.

Das Qualitätsprogramm Graubünden ist Teil der im Jahr 2006 eingeleiteten Bündner Tourismusreform und ist zeitlich befristet. Braucht es künftig einen Qualitätscoach, um die geleistete Aufbauarbeit fortzusetzen?

Es braucht vor allem in den Destinationen wieder Produktmanager, die für die Produktgestaltung auch verantwortlich sind. Wenn jemand für ein Produkt Verantwortung übernimmt, steht er auch für dessen Qualität in der Pflicht. Es geht nicht darum, bloss Pauschalpakete mit bestehenden Elementen zu schnüren. Es müssen auch neue Erlebnisse kreiert werden, was Verhandlungen mit verschiedenen möglichen Partnern und den Einbezug der Infrastruktur mit sich bringt. Das bedingt den Kontakt zu den Behörden. Heute sehen sich viele Tourismusorganisationen noch zu stark als reine Marketingorganisationen. Wenn aber die Verantwortung für das Produkt an die Leistungsträger delegiert wird, fehlt eine wichtige Schnittstelle. Oft ist das im Destinationsbildungsprozess noch eine Grauzone. Vorbildlich gelöst hat

das beispielsweise das Unterengadin, wo aus dem Pilotprojekt von Enjoy Switzerland heraus eine solche Stelle mit Produktverantwortung geschaffen wurde.

Die Leitsätze im erarbeiteten Qualitäts-Leitbild würde sicher jeder Touristiker sofort unterschreiben. Klafft aber nicht zwischen Theorie und Praxis noch eine grosse Lücke?

Die Lücke ist gar nicht so gross. Zentral ist, dass auch der Wille vorhanden ist, sich zu verbessern und weiterzukommen. Wir missionieren mit dem Qualitätsprogramm nicht. Wir stellen ein Netzwerk und Instrumente zur Verfügung, nutzen muss diese jeder selbst. Das Impulsprogramm bietet Hilfe zur Selbsthilfe.

Die von der HTW durchgeführten Gästebefragungen sind sehr positiv ausgefallen. Ist das die Bestätigung, dass es um die Qualität in Graubünden gar nicht so schlecht bestellt ist?

Eine sehr positive Bestätigung hat die Sommerbefragung 2012 in Bezug auf die Gastfreundlichkeit ergeben. Die Gäste sind offensichtlich mit dem gebotenen Service und der Freundlichkeit mehrheitlich zufrieden bis sehr zufrieden. Es gibt auch Mankos, der Preis ist ein solches, das lässt sich nicht wegdiskutieren. Auch die Berggastronomie im Sommer erfüllt noch nicht alle Erwartungen der Gäste. Auch da ist die Selbsterkenntnis ein erster wichtiger Schritt zur Behebung solcher Mängel.

Sie haben den Preis erwähnt. Ein Sprichwort heisst: Qualität hat ihren Preis...

Es zeigt sich, dass ein Gast durchaus bereit ist, einen etwas höheren Preis zu bezahlen, wenn das Erlebnis drum herum stimmt. Erlebnisqualität lautet da das Stichwort.

Das sogenannte «Qualitätshaus» steht auf dem Fundament des Qualitäts-Leitbilds Graubünden. Sind inzwischen alle Wohnungen in diesem Haus besetzt?

Zumindest besichtigt haben wir alle... Klar war von allem Anfang an, dass es nicht darum geht, weiteres Papier zu produzieren, sondern nach Rücksprache mit den Destinationen eine Hilfestellung zu bieten. Wichtig erschien uns, Transparenz zu schaffen, was wir mit der umfassenden Qualitätsplattform www.qualitaet-gr.ch getan haben.

Im Fokus steht auch das Schaffen von Angebotsleuchttürmen. Wo leuchtet es bereits im Kanton?

Es gibt neben bekannten Leuchttürmen, wie beispielsweise das Unesco-Welterbe Albula/Bernina der Rhätischen Bahn, erfreulicherweise auch neue Orte, die künftig besser aus-

geleuchtet werden. Die Viamala-Schlucht ist ein solches Beispiel, bei dem man sich ganzheitlich der Frage gestellt hat, wie man diese Attraktion noch besser in Szene setzen und die Wertschöpfung erhöhen könnte. Dazu hat auch die Ortsbegehung beigetragen. Perlen gibt es aber auch im Kleinen zu entdecken, so zum Beispiel der Gastrobetrieb «B12» in Chur, wo der Gast überall die Leidenschaft der Gastgeber zu spüren bekommt. Wo Qualität fehlt, ist das meist auf menschliche Schwächen zurückzuführen; Trägheit, Faulheit oder fehlende Fähigkeiten. Das so direkt anzusprechen mag schmerzhaft sein, aber manchmal muss sich ein Gastgeber auch fragen, ob er noch am richtigen Platz ist. Zur Qualität gehört auch eine offene Sprache, es bringt nichts, alles schönzureden. Da braucht es tatsächlich manchmal jemanden, der den Spiegel hält.

Immer öfter wird den Hoteliers auch via Social Media der Spiegel hingehalten. Was bedeutet diese Entwicklung in Bezug auf die Qualität?

Eines der wichtigsten Entscheidungskriterien sind heute persönliche Empfehlungen. Und da ist es so, dass

schlechte Erlebnisse doppelt so oft kommuniziert werden wie positive. Dem Hotelier und der ganzen Branche bleibt aber nichts anderes übrig, als sich diesen neuen Medien zu stellen und mit Kritik konstruktiv umzugehen. Solche Online-Bewertungen sind eigentlich das günstigste, wirkungsvollste und mit keinem administrativen Aufwand verbundene Rückmeldungstool.

Das Qualitätsprogramm ist das letzte Modul des Programms «Wettbewerbsfähige Strukturen und Aufgabenteilung im Bündner Tourismus». Sind Sie auf der Zielgeraden?

Es machte sicher Sinn, zuerst die Strukturen zu bereinigen und die politischen Prozesse aufzugleisen und die Qualität erst in einer späteren Phase zu thematisieren, um die Branche nicht zu überfordern. Beides kostet Zeit und Nerven. Auf der Zielgeraden ist man aber noch lange nicht. In Bezug auf die Qualität gibt es diese gar nicht, denn Qualität ist eine Daueraufgabe. Die Initiierungsphase läuft Ende Jahr aus, da sind wir im Qualitätshaus hoffentlich eine Etage aufgestiegen. Es wird geprüft, das Programm um zwei Jahre zu verlängern.



«Es braucht manchmal jemanden, der den Spiegel hält»: Yvonne Brigger-Vogel ist Projektkoordinatorin Qualitätsprogramm Graubünden.

Yvonne Brigger-Vogel

- Geboren 1971
- aufgewachsen in Willisau
- seit 1998 in Graubünden wohnhaft
- verheiratet mit Hanspeter Brigger – zwei Söhne
- Nach kaufmännischer Ausbildung und Sprachaufenthalt Flight Attendant bei der Crossair
- Abschluss des berufsbegleitenden Studiums Tourismusfachfrau an der Fachhochschule Luzern

Aus- und Weiterbildung

- Ausbildung zur Diplomierten Mediatorin FH
- 1998 bis 2003 Sales-Managerin bei Graubünden Ferien, Mitglied der Geschäftsleitung
- 2003 bis 2006 Projektleitung Enjoy Switzerland Lenzerheide
- 2006 bis 2011 Gesamtleiterin Enjoy Switzerland, Schweiz Tourismus Zürich
- Seit 2012 Projektkoordinatorin Qualitätsprogramm Graubünden

Wolfram Meister: «Das Gesamtpaket muss stimmen»

Graubünden ist, was die Anzahl ausgezeichnete Gourmet-Restaurants anbelangt, nationale Spitze. Für Wolfram Meister, Chefredaktor des Magazins «Graubünden geht aus», hängt die kulinarische Qualitätsfrage jedoch nicht bloss von Sternen und Punkten ab.

Von Franco Brunner

«Bumanns Chesa Pirani» in La Punt, das «L'Autezza» in Ftan, das «Kronenstübli» in Pontresina oder, selbstverständlich, das «Schauenstein» in Fürstenu. Nein, an ausgezeichneten Punkte- und Sterne-Lokalen fehlt es in Graubünden ganz bestimmt nicht. Genau genommen sind im aktuellen Ranking (inklusive Bad Ragaz) 88 Bündner Betriebe im «Gault Millau» und deren neun im «Guide Michelin» vertreten. Macht Graubünden im Bereich der Gastronomie also etwas merklich besser als all die anderen Kantone? Und wenn ja, was?

Geht es nach Wolfram Meister, Chefredaktor von «Graubünden geht aus», ist die Sachlage weitaus simpler. «Graubünden ist einfach eine wunderbare Feriendestination, in der die Leute wohl mit etwas mehr Freude

essen – so eben auch die Gastrokritiker.» Er glaube im Gastronomiebereich grundsätzlich nicht an dieses In-Grenzen-Denken.

Das Gesamtpaket muss stimmen

Um die Tatsache, dass es in Graubünden zahlreiche qualitativ hochstehende Restaurantbetriebe gibt, kommt derweil auch Meister nicht herum. Und da spricht er nicht einmal von den mit Sternen oder Punkten ausgezeichneten Lokalen. «Ganz abgesehen von solchen Auszeichnungen: die Konzepte und Arten der Betriebe können wohl verschieden, die Küche muss jedoch qualitativ schlicht immer top sein.» Da spiele es auch keine Rolle, ob es sich um ein ausgeklügeltes Menü bei Andreas Caminada im «Schauenstein» oder um einen Teller

Pasta beim Italiener nebenan handle. Die Qualität müsse immer stimmen. Hinzu kämen ein guter Service, ein stimmiges Ambiente und die richtige Gemütslage des Gastes. «Das Gesamtpaket muss passen», sagt Meister schlicht. Und das tue es in Graubünden nun mal sehr oft.

«Mit 'Graubünden geht aus' versuchen wir gerade diese Vielschichtigkeit der Bündner Gastronomiebetriebe aufzuzeigen», erklärt Meister weiter. Denn wenn es sich ums Ausgehen drehe, seien alle Menschen gleich. Alle hätten ihre drei Lieblingsrestaurants, in denen sie womöglich auch immer ihre Lieblingsmenüs bestellen würden. «Unser Ziel ist es, über diese drei Restaurants hinauszugehen und den Leuten einmal etwas Neues vorzustellen und sie zu ermutigen, dieses Neue auch auszuprobieren», so Meister. Und kulinarisch qualitativ hochstehende Versuchsfelder gibt es in Graubünden ja nun wahrlich genug. Ob mit oder ohne Punkte und Sterne.



Erfolgsprodukt lanciert: Wolfram Meister (links) und Ralph Lindenmann mit der 2011-Ausgabe von «Graubünden geht aus».

«Geht aus»-Reihe

Die «Geht aus»-Magazine werden vom Zürcher Gourmedia-Verlag herausgegeben. Mittlerweile gibt es sie nebst Graubünden für Zürich, Basel und das Tessin. Nächstes Jahr ist eine Nummer zu Bern geplant. «Graubünden geht aus» ist dieses Jahr bereits zum fünften Mal erschienen. Kopf hinter der «Geht aus»-Reihe – für Zürich gibt es auch bereits zwei «Kauft ein»-Magazine – ist Ralph Lindenmann, der die Idee von einem entsprechenden Magazin für Mallorca für die Schweiz adaptiert hat. Chefredaktor ist Wolfram Meister. Die «Geht aus»-Magazine gibt es am Kiosk oder bei www.gehtaus.ch.

Fredi Gmür: «Es reicht nicht, bloss die Arbeit zu erledigen»

Wenn auf jemanden die Bezeichnung Turnaround-Manager zutrifft, so ist es Fredi Gmür, seit 17 Jahren CEO der Schweizer Jugendherbergen. Mitte der Neunzigerjahre standen diese vor dem Aus, nun werden bis 2015 eine Million Logiernächte und 50 Millionen Umsatz angestrebt – eine gelebte Nachhaltigkeitsstrategie.

Mit Fredi Gmür sprach Norbert Waser



Einer der erfolgreichsten Schweizer Hoteliers: Fredi Gmür – hier in der Lobby der «Jugi» Valbella – ist der oberste Chef der Jugendherbergen.

Herr Gmür, der Publizist Benedikt Loderer hat mit seiner Aussage, Tourismus und Nachhaltigkeit seien nicht vereinbar, für Diskussionen gesorgt. Ist der Nachhaltigkeitsbericht der Schweizer Jugendherbergen die Antithese dazu?

Fredi Gmür: Das Rad von Entwicklung und Globalisierung kann nicht mehr zurückgedreht werden. Das Reisen und somit der Tourismus gehört zu einem festen Bestandteil der gesellschaftlichen Aktivitäten; es gilt aus diesen Gegebenheiten das Beste zu machen. Bei den Schweizer Jugendherbergen geht die Nachhaltigkeitsstrategie auf Mitte der Neunzigerjahre

zurück, als diese vor dem Aus standen. In der 1924 gegründeten Organisation ist seit jeher der qualitätsbewusste, sozialverantwortliche und umweltverträgliche Jugend- und Familientourismus zweckbestimmend. Bei der Reorganisation im Jahr 1996 ging es darum, eine nachhaltige Strategie zu entwickeln, welche gewährleistet, dass auch die nächste Generation unser Angebot noch nutzen kann. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf drei Säulen: soziale Aspekte, die sowohl den Gast, die Mitarbeiter als auch die Bevölkerung an den Standorten mit einbeziehen. Die unabdingbare Wirtschaftlichkeit,

die dafür sorgt, dass das erwirtschaftete Geld im Kreislauf verbleibt und somit wieder direkt ins Angebot investiert wird. Und zu guter Letzt die Natur als unser wichtigstes Kapital, denn sie ist für viele Gäste der wichtigste Grund für einen Aufenthalt in der Schweiz.

Ist der inzwischen eingetretene wirtschaftliche Erfolg der Beweis dafür, dass Nachhaltigkeit im Tourismus nicht bloss eine Worthülse ist?

Absolut! Es war der richtige Schritt zum richtigen Zeitpunkt. Rückblickend betrachtet war die konsequente Umsetzung der Nachhaltig-

keitsstrategie die einzige Chance und erleichterte den Schritt, uns von Alteingesessenem zu trennen und eine rigorose Neuorientierung vorzunehmen.

Sie haben am Tourismusforum 2005 in Davos einmal gesagt, die Mitarbeitenden müssten durch Zielvereinbarungen zu Mitunternehmern gemacht werden. Auf wie viele «Mitunternehmer» können Sie inzwischen zählen?

Wir haben mittlerweile rund 540 Mitunternehmer. Diese Mitarbeiterauf-fassung ist im Tourismus besonders wichtig, denn der Mensch steht im Mittelpunkt: auf der einen Seite jene, welche die Dienstleistung erbringen, auf der anderen Seite der Gast als Konsument. Da reicht es nicht, bloss die Arbeit zu erledigen, man muss dem Gast dienen. Dass dem bei uns so ist, zeigt auch die geringe Fluktuationsrate von knapp zehn Prozent, was im Branchenvergleich und angesichts der Saisonalität ein hervorragender Wert ist.

Sie sind nun schon seit 17 Jahren CEO. Eine lange Zeit ...

... in der das Unternehmen stark gewachsen ist. 1996 lag der Umsatz bei 17,8 Millionen Franken, heute sind wir bei über 43 Millionen. Und bis zum Jahr 2015 peilen wir die 50-Millionen-Marke an und wollen jährlich mindestens eine Million Logiernächte generieren. Dieses extreme Wachstum bedingt aber auch, dass ständig die Strukturen überprüft und entsprechend angepasst werden.

Davos, Valbella, Scuol, St. Moritz; in die Jugendherbergen in Graubünden wurde in den letzten Jahren kräftig investiert. Rechnen sich diese Millioneninvestitionen?

Das ist sehr gut investiertes Geld, an all diesen Standorten. Die Bündner Jugendherbergen zählen heute zu unseren Flaggschiffen. Auch wenn diese Betriebe im vergangenen Jahr ebenfalls von den Rückgängen betroffen waren, so stellen diese die Investitionen in keiner Weise infrage.

Haben der Euroshock und die zunehmende Preissensibilität den Jugendherbergen zusätzliche Kunden gebracht; eine Übernachtung in einer Jugendherberge kostet ja nur zwischen 28 und 42 Franken?



In Graubünden gibt es acht Jugendherbergen, darunter jene in Pontresina ...



... Scuol (hier der Aufenthaltsraum) ...



... Davos (Réception) ...



... und Sils i.D. (Speisesaal).



«Der Mensch steht im Mittelpunkt»: Fredi Gmür sagt, weshalb Mitarbeiter stets auch Mitunternehmer sein sollten.

In der Vergangenheit haben wir in Krisenjahren tatsächlich von einem «Downgrading» profitiert. Heute gilt es zwischen Sommer- und Winterangeboten zu unterscheiden. Im Winter ist die Übernachtung nur noch ein kleiner Posten im Budget. Ausrüstung, Lifttickets und Verpflegung am Berg sind die Hauptausgabeposten. Durch die extreme Verteuerung durch den Euro-Wechselkurs stellte sich bei vielen Gästen aus dem europäischen Raum nicht mehr die Frage, wo sie noch einsparen können, sondern ob sie sich überhaupt noch Winterferien leisten können. Wir haben auf diese Entwicklung bereits im Februar 2012 mit einem verstärkten Fokus auf Länder ausserhalb der Eurozone reagiert und in Südamerika, China und Indien Vertriebspartner akquiriert. Damit liessen sich die Rückgänge aus den Stammmärkten teilweise kompensieren.

Inwiefern kommt Ihnen da die Vernetzung mit Hostelling International zugute?

Das ist ein wesentlicher Bestandteil des Erfolges. Über die Mitgliedorganisationen können wir 4,5 Millionen registrierte Stammkunden direkt ansprechen. Ohne diese Kanäle wäre es beispielsweise nicht möglich gewesen, in der 2007 neu eröffneten Jugendherberge in Scuol schon im ersten Jahr ei-

ne 70-prozentige Bettenauslastung zu erreichen. So etwas schaffen wir nur, weil wir auf unser Vertriebsnetz zurückgreifen können, mit dem wir für unser Konzept affine Menschen erreichen. Das internationale Netz sorgte nicht zuletzt auch dafür, dass wir 2012 positiv abschliessen konnten.

Als steuerbefreite Non-Profit-Organisation profitieren die Jugendherbergen von verschiedenen Wettbewerbsvorteilen. Was sagen Sie Kritikern, die das Wettbewerbsverzerrung nennen?

Wir zahlen Mehrwertsteuern, leisten Beherbergungs- und Tourismusförderungsabgaben und müssen wie alle anderen Anbieter im Beherbergungsgewerbe auch die gesetzlichen Bestimmungen erfüllen. Objektbezogene Beiträge, die bei Erfüllung der Bedingungen auch Mitbewerber erhalten können, sind zu verzinsen und grösstenteils rückzahlbar. Wir kaufen auch in der Region ein und bringen, meist als grösster «Logiernächte-Produzent», mit unseren Gästen der Destination eine grosse Wertschöpfung.

«Zurücklehnen und den Erfolg geniessen ist nicht mein Ding»

In Interlaken haben Sie mit der Eröffnung des Restaurantkonzepts 3a für Aufsehen gesorgt. Was verbirgt sich hinter dem Kürzel?

In Interlaken ist 3a die Hausnummer der Liegenschaft. 3a symbolisiert aber auch das Triple-A, also beste Preis-Leistungs-Qualität. Positiv wirkt sich dieser Name aber auch fürs Marketing aus: kurz und mehrsprachig verständlich und in jedem Adressverzeichnis als 3a vor den alphabetisch aufgeführten Restaurantnamen. Das Konzept baut auf den Grundsätzen der Schweizer Jugendherbergen auf: günstige Preise, Nachhaltigkeit und internationales Flair. Das 3a in Interlaken ist ein Pilotprojekt. Irgendwann hätte ich gern fünf oder zehn solcher Restaurants, primär in Städten mit grossem Einzugsgebiet, die auch unabhängig von einer Jugendherberge entstehen können.

Zeugt dieses innovative Konzept davon, dass Ihnen auch nach 17 Jahren bei den Jugendherbergen die Ideen noch nicht ausgegangen sind?

Meine Mitarbeiter sagen, die schlimmste Zeit sei, wenn ich nach drei Wochen Sommerferien in den Betrieb zurückkehre. Dann habe ich nämlich jeweils den Kopf voller neuer Ideen. Tourismus ist meine Leidenschaft, und für mich ist es eine grosse Motivation, unseren Gästen etwas Besonderes zu bieten und ihnen die schönsten Tage des Jahres zu versüssen. Zurücklehnen und den Erfolg geniessen ist nicht mein Ding.

Was könnte die klassische Hotellerie von den Jugendherbergen lernen?

Es wäre vermessen zu sagen, die klassische Hotellerie könnte von uns etwas lernen. Die Hotellerie hat hervorragende Einzelanbieter mit sensationellen Produkten. Es gibt aber auch andere. Wichtig wäre eine intensivere Zusammenarbeit, nicht nur in der Hotellerie, sondern innerhalb der Destinationen, um gemeinsam am Erfolg zu arbeiten. Die Bündelung der Kräfte ist einer unserer Erfolgsfaktoren. Wir schliessen mit unseren Vertragslieferanten schweizweit Mehrjahresverträge ab. Das bringt Verhandlungspotenzial und bietet aber auch beiden Seiten Sicherheit und Qualität. Wenn die Lieferung von jährlich acht Tonnen Kaffee auf dem Spiel steht, ist das anders, als wenn es bloss 100 Kilogramm sind. Auch der Hotellerie würde eine enge Zusammenarbeit im Einkauf viel bringen, denn jeder braucht doch WC-Papier, Bettwäsche, Putzmittel oder Kaffee. Bei den geringen Margen zählt jeder Franken.

Fredi Gmür

Geboren 1959, aufgewachsen in Amden (St. Gallen), verheiratet mit Eliene, zwei Töchter. Nach der Primarschule in Amden und der Klosterschule in Einsiedeln kaufmännische Ausbildung. Weiterbildung in Betriebsökonomie, Unternehmensführung, Marketing, Tourismuspolitik und Tourismusplanung, von 1982 bis 1989 Tourismusdirektor in Amden, von 1989 bis 1996 Tourismusdirektor in Savognin. Seit 1996 CEO und Vorsitzender der Geschäftsleitung der Schweizer Jugendherbergen. In Brasilien, der Heimat seiner Frau, besitzt die Familie eine Farm und betreibt Viehzucht und Ackerbau.

Am PULS der Wirtschaft – auf Wachstumskurs

In den ersten Jahreshälfte 2013 hat sich die Bündner Konjunktur angesichts der schwierigen Umstände verhältnismässig ansprechend entwickelt.

Unter den aktuellen Voraussetzungen sollte bis Ende Jahr ein etwas höheres Wirtschaftswachstum als im Vorjahr erzielt werden können.

Von Patrick Casanova, Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden

Die Schweizer Wirtschaft präsentiert sich im europäischen Vergleich weiterhin robust. Die allmähliche Belebung des Welthandels sowie die solide Binnenkonjunktur sorgen dafür, dass die wichtigsten Institute ihre Prognosen für das Wirtschaftswachstum der Schweiz 2013 im Frühling allesamt etwas nach oben korrigierten.

Im Sog dieser Entwicklung präsentiert sich die Situation auch in Graubünden etwas aufgehellter als im Herbst. Der vom starken Frankenkurs in den letzten zwei Jahren arg gebeutelte **Tourismus** konnte den Abwärtstrend in der vergangenen Wintersaison stoppen – in der Hotellerie stabilisierten sich die Frequenzen nach einer längeren Durststrecke erstmals wieder, im Vergleich zum Vorjahr konnten im ersten Quartal 3,6 Prozent mehr **Logiernächte** erzielt werden. Auch wenn sich diese Zunahmen im mehrjährigen Vergleich relativieren – gerade die Nächtigungen aus der Eurozone bewegen sich nach wie vor auf sehr tiefem Niveau –, kann doch davon ausgegangen werden, dass die sanfte konjunkturelle Erholung auch in der nun anlaufenden Sommersaison anhält. Neben dem Aufholeffekt in den europäischen Märkten dürften hier auch die aussereuropäischen Märkte einen leichten Wachstumsbeitrag leisten. Die Ertragsbasis sollte vor diesem Hintergrund zumindest nicht mehr weiter geschmälert werden, so der allgemeine Tenor aus den

Konjunkturumfragen innerhalb der Branche. Auch in der Gastronomie konnte der während längerer Zeit anhaltende Ertragsrückgang im ersten Quartal des Jahres etwas gestoppt werden.

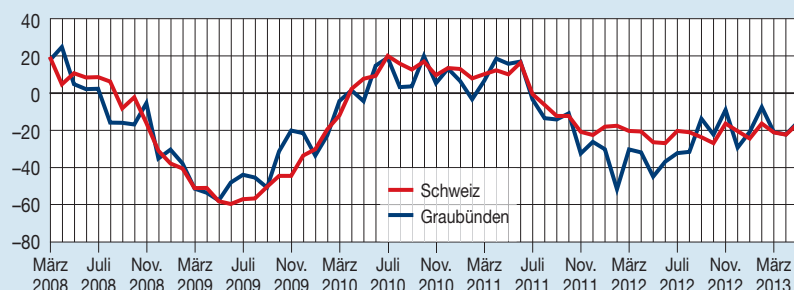
Ein ähnliches Bild wie bei den Beherbergungsbetrieben zeigte sich im abgelaufenen Winter bei den **Bündner Bergbahnen** – im Vergleich zur sehr mässigen Vorsaison steigerte die Branche die Anzahl Ersteintritte um 4,6 Prozent, mit Blick auf den Fünfjahresvergleich kann aber trotz guter Schneebedingungen nur von einem durchgezogenen Winter gesprochen werden.

Der Geschäftsgang der **Bündner Industrie** bewegt sich in der Tendenz weiterhin seitwärts. Die Bestellungseingänge und infolge auch die Auftragsbestände sind zuletzt zwar wieder leicht angestiegen, nach wie vor wird die Geschäftslage aber mehrheitlich eher kritisch beurteilt. Als Konsequenz liegt die Produktion im Frühling unter dem Niveau des Vorjahres, die Erträge liegen im ersten Quartal ebenso tiefer. Auch für die kommenden Sommermonate muss mit einem eher schleppenden Geschäftsgang, wenn aber auch nicht mit einer weiteren Verschlechterung der Lage gerechnet werden.

Die eher unspektakuläre Entwicklung wird durch einen Blick auf die **Aussenhandelsstatistik** der Zollverwaltung

MIT UNTERBRÜCHEN AUFWÄRTS

Geschäftsgang* in der Industrie, Graubünden und Schweiz

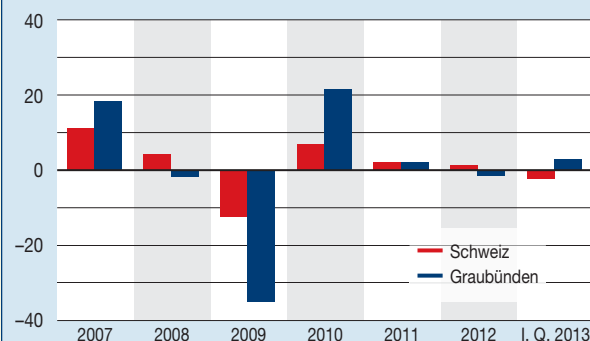


* Sammelindikator aus den Ergebnissen folgender drei Fragen:
Bestellungseingang und Produktion gegenüber dem Vorjahresmonat, Beurteilung des Auftragsbestands

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

WIEDER IM PLUS

Exporte, Graubünden und Schweiz
Veränderungen zum Vorjahr in Prozent



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

untermauert; immerhin konnten im ersten Quartal trotz gleich dreier Arbeitstage weniger als 2012 sowohl die Ein- als auch die Ausfuhren von Waren leicht gesteigert werden.

Von einem eher flauen Frühling ist auch im **Detailhandel** die Rede – Warenverkäufe und Kundenfrequenzen entwickelten sich zuletzt etwas rückläufig, die Geschäftslage entwickelt sich insgesamt aber stabil. Grössere Impulse sind von dieser Branche derzeit nicht zu erwarten.

Die **Bündner Bauunternehmen** dagegen sind dank gut gefüllter Auftragsbücher recht optimistisch gestimmt ins neue Baujahr gestartet, die Geschäftslage wird von 90 Prozent aller im Rahmen der Konjunkturmfragen befragten Betriebe als gut oder zumindest zufriedenstellend eingestuft. Zum Zeitpunkt der Umfrage beurteilten die Unternehmen auch andere Faktoren wie etwa den aktuellen Mitarbeiterbestand als zufriedenstellend. Bei knapp 35 Prozent der Tätigkeiten handelt es sich aktuell um Arbeiten in den Bereichen Erneuerung und Unterhalt. Im stark witterungsabhängigen Tiefbau, der trotz hoher Wohnbautätigkeit in den letzten Jahren jeweils ein Anteil von 45 bis 50 Prozent an der gesamten Baunachfrage in Graubünden generierte, setzte der lange anhaltende Winter zu Beginn des Jahres dem Arbeitsfortschritt zu.

Stabil präsentiert sich weiterhin der **Bündner Arbeitsmarkt**: Ende April zählte Graubünden 2419 Arbeitslose, was einer Arbeitslosenquote von 2,2 Prozent entspricht (Schweiz: 3,1 Prozent). Wie im Frühling jeweils üblich, verzeichnet das Gastgewerbe aufgrund der ausklingenden Wintersaison am meisten Arbeitslose.

Das Wirtschaftsforschungsinstitut BAK Basel rechnet für Graubünden mit einem **BIP-Wachstum** von 1,4 Prozent (Schweiz: 1,4 Prozent) für das laufende Jahr. Neben der Bauwirtschaft, dem Handel und der Industrie sollte auch der Tourismus in diesem Jahr aufgrund der leicht höheren Frequenzen einen Wachstumsbeitrag leisten können.

KONJUNKTURINDIKATOREN

Aktuelle Konjunkturindikatoren Graubünden und Schweiz

	Graubünden	Schweiz
Arbeitsmarkt	April 2013	April 2013
Arbeitslose	2419	135 851
Jahresveränderung in Prozent	10,9	10,3
Arbeitslosenquote in Prozent	2,2	3,1
Aussenhandel	I. Quartal 2013	I. Quartal 2013
Exporte in Franken (nominal)	530 751 233	49 114 955 166
Jahresveränderung in Prozent	3,1	-2,1
Importe in Franken (nominal)	460 614 824	43 120 947 203
Jahresveränderung in Prozent	3,4	-3,5
Hotellerie (inklusive Kurbetriebe)	I. Quartal 2013	I. Quartal 2013
Logiernächte	2 079 266	8 967 441
Jahresveränderung in Prozent	2,8	0,7
Wohnungsbau	IV. Quartal 2012	IV. Quartal 2012
Neu erstellte Wohnungen	70 *	12 247
Vorjahresveränderung in Prozent	55,6	-11,7
Baubewilligte Wohnungen	245 *	22 264
Vorjahresveränderung in Prozent	92,9	70,7
Landesindex der Konsumentenpreise (Dezember 2010 = 100)		April 2013
Jahrestesuerung in Prozent		99,1
		-0,6

* Nur Gemeinden mit mehr als 5000 Einwohnern berücksichtigt

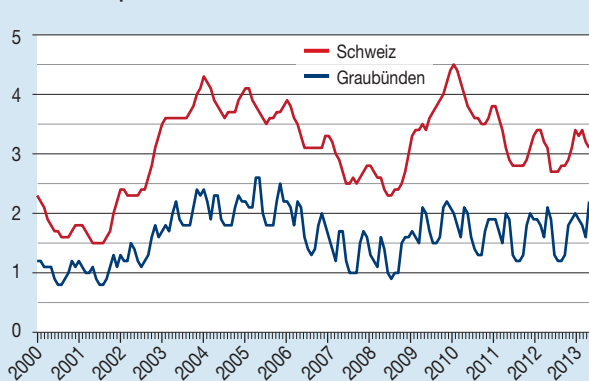
Quelle: AWT, Grafik: **DIE SÜDOSTSCHWEIZ**

Strukturindikator: Grenzgänger in Graubünden

Auf dem Schweizer Arbeitsmarkt waren Ende letzten Jahres 264 000 ausländische Grenzgängerinnen und Grenzgänger tätig, innerhalb der letzten fünf Jahre ist deren Anzahl um 26,6 Prozent gestiegen. Im Gegensatz zum Tessin etwa, wo bereits rund jeder vierte Erwerbstätige ein Grenzgänger ist, spielen diese in der Bündner Wirtschaft naturgemäss insgesamt nur eine marginale Rolle. Der Anstieg in den letzten fünf Jahren war in Graubünden aber mit 49,3 Prozent wesentlich stärker als im nationalen Mittel. Wie in untenstehender Grafik ersichtlich ist, konzentrieren sich die Grenzgänger zu einem grossen Teil auf die Bauwirtschaft, den Handel und das Gastgewerbe. Knapp zwei Drittel dieser Grenzgänger finden ihr Auskommen im Oberengadin, dem Puschlav oder dem Bergell, gute 20 Prozent im Unterengadin oder dem Münstertal.

ÜBER 2-PROZENT-MARKE

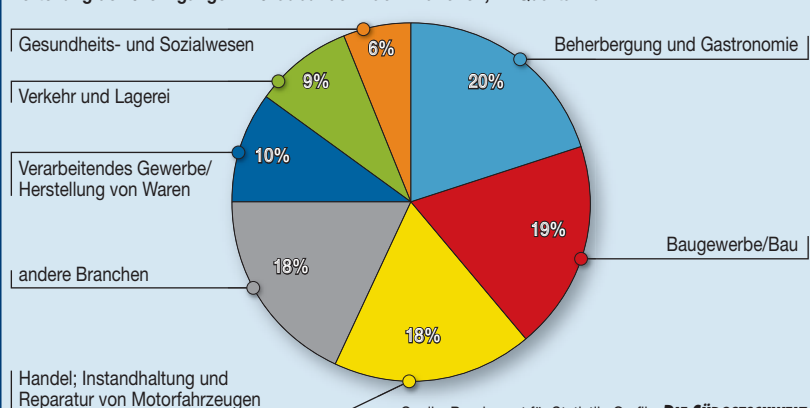
Arbeitslosenquoten Graubünden und Schweiz in Prozent



Quelle: Seco, Grafik: **DIE SÜDOSTSCHWEIZ**

DREI DOMINIERENDE BRANCHEN

Verteilung der Grenzgänger in Graubünden nach Branchen, IV. Quartal 2012



Quelle: Bundesamt für Statistik, Grafik: **DIE SÜDOSTSCHWEIZ**

Wo Qualität draufsteht, ist für einmal Qualität drin

Das international tätige Engineering-Unternehmen Gritec AG in Grösch steht für Qualität. Dies wird schon beim ersten Blick auf das neue Firmengebäude klar – immerhin steht es an der Wand geschrieben. Und der erste Eindruck trügt hier nicht.

Von Franco Brunner

Es sind grosse Lettern, mit denen das Firmenmotto «Ideas, Solutions, Quality» auf der Glasfassade des schmunzigen Neubaus verewigt ist. Ganz schön mutig. Denn wer den Begriff «Qualität» bereits als Teil des Firmenslogans verwendet, kann sich schnell auch mal allzu weit auf die Äste hinausgewagt haben. Nicht so aber bei der Gritec AG in Grösch. Beim Technologie-Hightech-Unternehmen ist Qualität tatsächlich Programm, wie sich bei einem Rundgang mit Urs Müller, einem der insgesamt drei Geschäftsführer, bald herausstellt. «Wir sichern nicht bloss die Qualität unserer Produkte, sondern auch diejenige

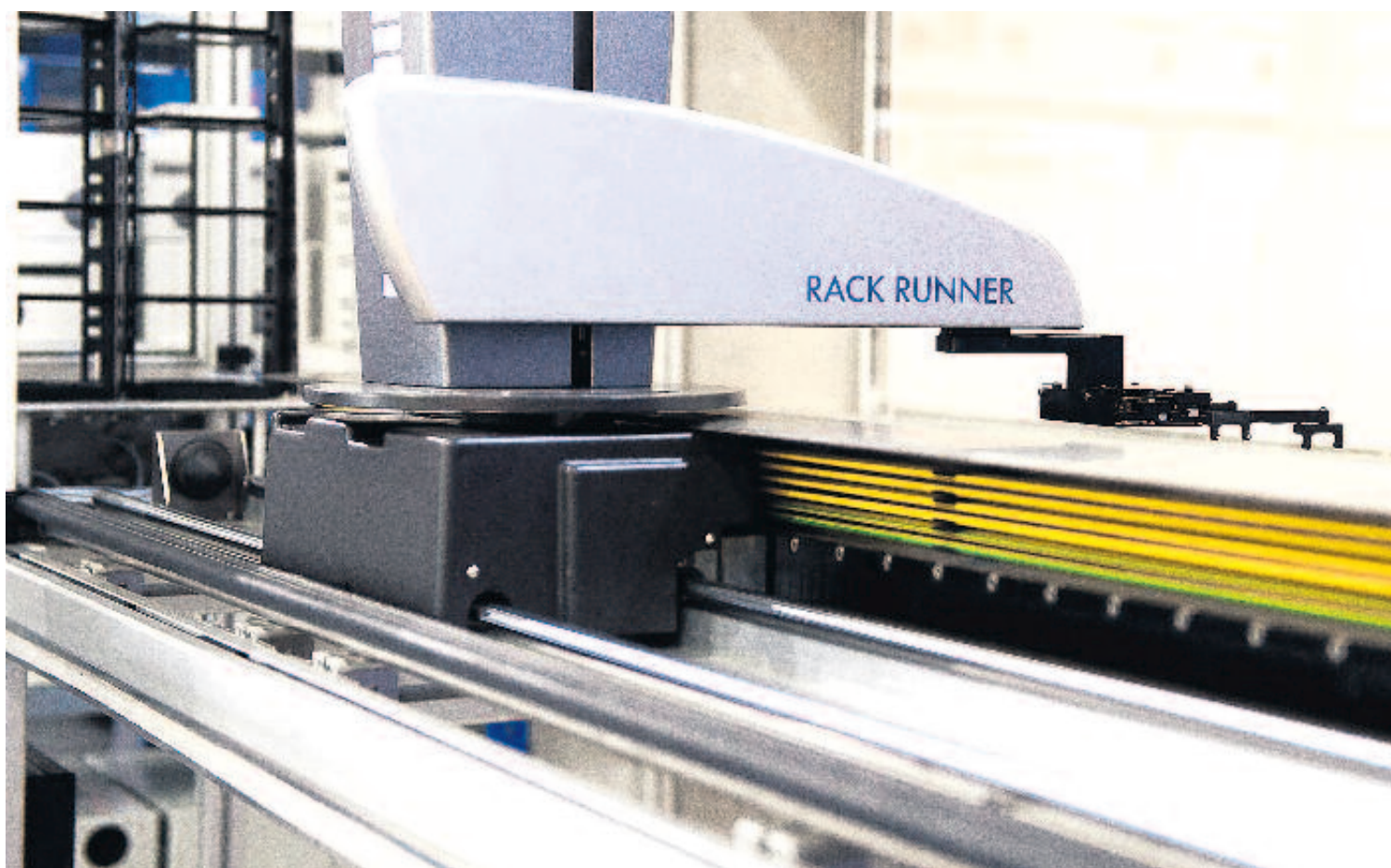
des gesamten Herstellungsprozesses», erklärt Müller.

Hohe Anforderungen

Die Abnehmerbranchen, unter anderem aus dem Bereich der Medizin, der Bio- oder der Verpackungs- und Lebensmitteltechnologie, geben bei der Gritec AG den hohen Qualitätsstandard vor. «Die Anforderungen steigen stets, und die Vorgaben werden immer tiefer und detaillierter», sagt Müller. Es werde mittlerweile sogar vorgeschrieben, wie man eine Elektronik auf deren Qualität prüfen müsse. «Vor allem auch die Internationalität unserer Abnehmer und somit die ver-

schiedenen Arten und Komplexitäten von Vorschriften stellen uns immer wieder vor neue, spannende Herausforderungen», sagt der Geschäftsleiter. Dies sowohl im Bereich der Mechanik als auch im Bereich der Elektronik, die laut Müller ein grosses Wachstumsgebiet darstelle und mittlerweile rund ein Drittel des Umsatzes generiere.

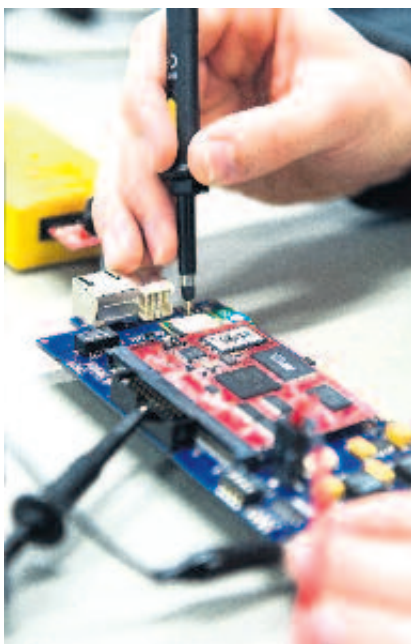
Dass Qualität und deren Sicherung bei der Gritec AG zum Alltag gehört, zeigt sich auch beim Rundgang mit dem Chef. So läuft in der flexiblen Werkhalle – die im Anfang Jahr bezogenen Neubau mit einem rund 600 Quadratmeter grossen, hochmoder-



Erfolgreiches Produkt: Mit dem Rack Runner beliefert die Gritec etwa die Firma Hamilton in Bonaduz.



Ein Qualitätshaus: Die Gritec ist in Grösch zuhause – Millimeterarbeit ist in jedem Bereich erforderlich. Urs Müller (unten links) und Georg Gujan sind zwei von drei Geschäftsführern beim Engineering-Unternehmen.



nen Grossraumbüro im Ober- und einem sogenannten «Innovations-Pavillon» im Dachgeschoss, vereint ist – gerade ein Roboter durch einen eigens eingerichteten Prüfstand. Denn erst wenn die Qualität des neuen Produkts geprüft, gesichert und fein säuberlich dokumentiert ist, kann der Roboter das Haus in Richtung Abnehmerunternehmen verlassen.

Ein Qualitäts-Statement

Apropos Haus: Seit dem Umzug der Gritec AG von Schiers in das neue Firmendomizil in Grösch, ist dem Unternehmen gleich nochmals ein Qualitätsschub widerfahren. Denn laut

Müller ist durch die Top-Infrastruktur des neuen Hightech-Zentrums auch ein Qualitäts-Statement gegen aussen vonstatten gegangen. «Da es in unserer Branche grundsätzlich nicht ganz einfach ist aufzuzeigen, was wir genau tun, konnten wir mit dem Neubau sozusagen Leistung in Form von Infrastruktur sichtbar machen, was uns unheimlich freut.» Insofern ist der Slogan an der Hausfassade für einmal eben doch weitaus mehr als bloss eine Aneinanderreihung markiger, aber inhaltlich leerer Worte. Ideen, Lösungen und vor allem Qualität, das gibt es bei der Gritec AG sozusagen mit geprüftem Garantieschein.

Hightech für fast jeden Bereich

Die Firma Gritec AG wurde 1990 gegründet. Nach 23 Jahren in Schiers wechselte das Unternehmen Anfang Jahr seinen Standort und ist neu in Grösch beheimatet. Unter der Führung der drei Geschäftsleiter Georg Gujan, Jürg Rohner und Urs Müller sind derzeit 44 Mitarbeiter für die Gritec AG tätig. 33 davon im Hauptsitz in Grösch und elf in der Zweigstelle im luzernischen Kriens.

Die Gritec AG entwickelt als Technologiepartner Maschinen, Geräte und Anlagen unter anderem für Kunden in den Bereichen Medizin, Biotechnologie, Bauwesen, Werkzeugmaschinenbau, Robotik, Solar- und Energietechnik, Eisenbahn-, Minen- und Tunnelbau sowie in der Verpackungs- und Lebensmitteltechnologie.

Wenn ein kurzer Moment zur besten Zeit werden soll

Mit dem «Bestzeit Hotel & Sport» in Parpan haben drei junge, einheimische Unternehmer ein neues Komplettangebot für den sportbegeisterten Gast geschaffen. Und dies ohne den Touch All-inclusive-Niedrigqualitäts-Image.

Von Franco Brunner

Junge Unternehmer, neues Konzept: Sandro Gruber (links) und Silvio Baselgia sind zwei der drei Inhaber des «Bestzeit Hotel & Sport» in Parpan.



All-inclusive-Ferien: Die einen schwören darauf, die anderen rümpfen schon alleine beim Ausdruck «All inclusive» die Nase. So oder so. Fakt ist, solche Komplettangebote haben nicht gerade das allerbeste Image. Oft wird All inclusive – ob zu Recht oder nicht – mit tiefer Qualität gleichgesetzt.

Nun, das «Bestzeit Hotel & Sport» in Parpan bietet auch ein eigentliches Rundumpaket – also eine Art All inclusive – an. Von tiefer Qualität kann in diesem Fall jedoch ganz bestimmt keine Rede sein. Das neue Haus der drei jungen Unternehmer Silvio Baselgia, Sandro Gruber und Tom Jaeger bewegt sich als 3-Stern-Superior-Lifestyle-Hotel auf beachtlichem Niveau und muss auch den

Vergleich mit 4-Stern-Hotels nicht scheuen. Qualität wird grossgeschrieben im «Bestzeit Hotel & Sport». Deshalb spricht Hoteldirektor und Mitinhaber Baselgia auch nicht von einem All-inclusive-Angebot, sondern von einem «Alles-aus-einer-Hand-Konzept».

Es ist tatsächlich alles da, was sich der sportliche Gast wünschen kann. 32 topmoderne, jedoch angenehm schlicht gehaltene Zimmer (davon sechs Suiten). Ein Wellnessbereich. Ein Restaurant, das auf qualitativ hochwertige, regionale Produkte zurückgreift. Und ein integrierter Sportshop, in dem sich der Gast – jedoch nicht bloss er – mit Winter- respektive Sommersport-Utensilien eindecken kann. Hinzu kommen zwei

zum Gesamtkonzept gehörende Rental-Sportshops in Churwalden und in Parpan. Auf dieses Angebot kann der Gast mit der sogenannten «Bestzeit»-Card – die er beim Einchecken zusammen mit einem persönlichen iPad überreicht bekommt – zugreifen. Neben der Funktion als Zahlungsmittel ist diese Karte jedoch auch noch Zimmerschlüssel und Ski-Tageskarte.

Was würden wir selber wollen?

«Bei der Projektgestaltung stellten wir – das heisst die Emulsion Innenarchitektur, die Trimarca Werbeagentur sowie Architekt Christoph Sauter – die Frage ins Zentrum, was würden wir selber als Gast alles wollen und erwarten in einem Hotel?», erklärt Gruber, Mitinhaber von «Bestzeit» und



Ein Bijou: Schlicht gehalten, aber topmodern – so präsentiert sich das «Bestzeit» von innen und aussen.

Verantwortlicher der Bereiche Sport und Personal. Aus solchen Überlegungen heraus entstanden kleine Feinheiten wie etwa der Skiraum. Dort können die Gäste – im Winter nach dem Skifahren und im Sommer nach dem Biken – ihre nassen Kleider in einem Schrank zum Trocknen aufhängen (zu jedem Zimmer gehört ein Schrank). «Wir hatten es einfach satt, unsere Sportbekleidungen in Hotels jeweils in der Dusche oder auf irgendwelchen Stühlen im Zimmer platzieren zu müssen», erklärt Gruber die Entstehung dieser Idee. Geöffnet wird selbstverständlich auch der Skiraumkasten mit der «Bestzeit»-Card.

Geld aus Wohnungsverkauf

Möglich gemacht haben dieses Hotel-

projekt die vier schmucken, in unmittelbarer Nähe stehenden Wohnblöcke mit insgesamt 25 Luxuswohnungen. Mit dem Geld aus dem Verkauf dieser Wohnungen konnte die Hotelidee nämlich erst realisiert werden. Gekostet hat der vom St. Moritzer Architekt Christoph Sauter entworfene Hotelbau zwölf Millionen Franken. Weitere zwei Millionen kamen für die Infrastruktur hinzu.

Wie es scheint, lohnende Investitionen. Denn die Gästereaktionen der ersten Wintersaison seien durchwegs positiv gewesen, versichert Baselgia. Ganz nach dem Hotelmotto «Have a good time» soll der «Bestzeit»-Besucher hier schlicht eine gute Zeit verbringen können – vielleicht sogar die beste seines Lebens.

Alles aus einer Hand

Das «Bestzeit Hotel & Sport» in Parpan hat seinen Betrieb im Dezember 2012 aufgenommen. Der erste Winter konnte laut Geschäftsführer Silvio Baselgia mit einer Auslastung von rund 60 Prozent bestritten werden. Das Besondere am «Bestzeit» ist das Komplettangebot. So setzt das Konzept nicht nur auf 32 modern eingerichtete Zimmer (davon sechs Suiten) im Lifestyle-Stil und einem inkludierten Wellnessangebot. Es bietet den Gästen mit einem integrierten Sportshop noch eine zusätzliche Dienstleistung. Eine, die nicht nur aus einem Angebot von Sportutensilien, sondern auch aus Ski- bzw. Bike-Service, Ski- bzw. Bike-Miete, diversen Beratungen, Guiding und Trainingsmöglichkeiten besteht. Das Sportangebot, der Restaurantbetrieb (115 Plätze) sowie der Wellnessbereich sind derweil nicht bloss den Hotelgästen vorbehalten, sondern öffentlich zugänglich. Als Neuheit für die Biker wurde gestern der hoteleigene Pumptrack eröffnet.

Offene Stellen?
Jetzt und hier.

Spontan bewerben.

Die Mehrheit der offenen Stellen, gerade auch interessante, werden nicht ausgeschrieben – weder in der Zeitung noch im Internet. Damit wir Ihnen auch diese Stellen anbieten können, und dies kostenlos, schicken Sie uns einfach Ihre Bewerbungsunterlagen.

Verlassen Sie sich darauf, dass Sie bei HARTMANN PERSONAL persönlich und individuell betreut werden.

Also, zögern Sie nicht. Simon Hartmann freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme bzw. Bewerbung.

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

**HARTMANN
PERSONAL**

DAS ERFOLGSGEHEIMNIS.

Valser beim Trinken eines Passuggers erwischt

**Jetzt
berichten Sie**
wirklich interessante
News aus Ihrer
Gemeinde!

GEMEINDE

Das Newspotal, bei dem Sie nicht nur etwas zu lesen, sondern auch etwas zu sagen haben!
www.suedostschweiz.ch/meinegemeinde

SÜDOSTSCHWEIZ.CH
mein Regionalportal.



Die «Schweiz am Sonntag» – Ihr mobiler Begleiter!



Die «Schweiz am Sonntag» bietet Ihnen Wissen, wann und wo Sie möchten – als PDF-Ausgabe auf Ihrem Tablet und Smartphone. Einfach das Südostschweiz-App im App Store downloaden.

SÜDOSTSCHWEIZ.CH
mein Regionalportal.

Innovation ist unsere Leidenschaft
Qualität unser Resultat
CSEM - Ihr Partner für Technologieentwicklung

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



ARGO - Ihre starke Geschäftspartnerin
in Chur, Davos, Ilanz und Tiefencastel für die Ausführung von Aufträgen aus Industrie, Handel und Gewerbe sowie von Dienstleistungsunternehmen und öffentlicher Hand.

Schildern Sie uns Ihre Bedürfnisse. Wir bieten Ihnen Lösungen.

Telefon 081 257 15 57
info@argo-gr.ch
www.argo-gr.ch



WIR STÄRKEN PERSÖNLICHKEITEN.

ARGO Stiftung für Integration von Menschen mit Behinderung in Graubünden



HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences



Bestellen Sie die detaillierte Studien-
information unter www.htwchur.ch.

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



Master-Studiengänge (MSc)

www.htwchur.ch/master

- Business Administration
- Major New Business
- Major Tourism
- Major Information Science
- Engineering MSE

Weiterbildung für Berufsleute

www.htwchur.ch/weiterbildung

- Executive MBA – General Management
- Executive MBA – Strategisches Marketing
- Executive MBA – New Business Development
- Executive MBA – Tourismus
- DAS/MAS in Business Administration
- MAS in Energiewirtschaft
- MAS in Information Science
- MAS in Multimedia Communication
- MAS in nachhaltigem Bauen
- CAS/DAS/MAS in Hotel- und Tourismusmanagement
- CAS Digitalisieren
- CAS Eventmanagement
- CAS Führung Öffentliche Verwaltung und Non-Profit-Organisationen
- CAS Museumsarbeit
- CAS Outdoorsportmanagement
- CAS Visualisieren

**Zu allen Studiengängen werden regelmässig Informations-
veranstaltungen durchgeführt. Die genauen Termine
finden Sie unter www.htwchur.ch/infoveranstaltungen**

STUDIERN FÜRS LEBEN

→ www.htwchur.ch

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Wo Freundlichkeit über alles geht – an der Réception

Gute Gastgeber braucht das Land. Umso mehr, als der Schweizer und speziell der Bündner Tourismus unter Druck steht. Die 22-jährige Mirjam Brunett lebt an der Réception im Hotel «Schweizerhof» auf der Lenzerheide vor, wie es sein muss.

Von Hans Bärtsch

Es ist eine klassische Zwischensaison-Phase: Die Wintersportaktivitäten ruhen, obwohl der Schnee noch nahe liegt. Etliche Läden und Restaurationsbetriebe auf der Lenzerheide sind geschlossen. Auch der Betrieb des Hotels «Schweizerhof» ruht Ende April/Anfang Mai für vier Wochen, um in dieser Zeit die jährlichen Renovations- und Unterhaltsarbeiten zu tätigen; das dazugehörige Café+Bar ist dagegen während 365 Tagen geöffnet. Wer dennoch ins «Schweizerhof»-Innere tritt, stösst an der Réception, die ebenfalls durchgehend in Betrieb ist, auf freundliche junge Menschen.

Mirjam Brunett ist eine von ihnen. Sie ist die Freundlichkeit in Person – und das hat gar nichts Gekünsteltes, Aufgesetztes an sich, wie man es manchmal antrifft in Schweizer Hotels und Restaurants. Brunett hat 2011 die Gastgewerbliche Fachschule Graubünden mit der Note 5,4 abgeschlossen – und war damit Jahrgangsbeste. Sie bezeichnet die Ausbildung als «gutes Fundament». Prägend war indes ein Praktikum, das sie an ihrem heutigen Arbeitsort, dem «Schweizerhof», absolvieren konnte. Dabei stellte sie fest: «Hier herrscht ein hervorragendes Arbeitsklima, hier kann ich die Theorie in die Praxis umsetzen.»

Wo Freude und Ärger zusammenkommen

Brunett ist nun Teil dieses Teams. Und an jenem Ort tätig, auf den sie sich im dritten



Jahr ihrer schulischen Ausbildung konzentrierte: die Réception. Dort also, wo alle Freuden und aller Ärger der Hotelgäste zusammenkommen. Dort, wo die Besucher die Visitenkarte ihres temporären Aufenthaltsortes präsentiert erhalten. Dort, wo sich die Gäste herzlich willkommen fühlen sollten. Für die junge Réceptionistin ist sonnenklar: «Freundlichkeit ist etwas vom Wichtigsten, damit der Gast sich wohlfühlt.» Und auch das tönt nicht nach Floskel, nach auswendig gelernter Touristikersprache. Nein, es kommt von Herzen.

Zülligs machen es vor

Brunett identifiziert sich denn auch voll und ganz mit dem Motto des «Schweizerhofs», das da lautet: «Lasst uns ihre Gastfreunde sein.»
Angesprochen

darauf, ob sie sich bewusst sei, dass sie mit ihrer verinnerlichten Freundlichkeit zur Qualität des Hauses beitrage, lacht sie. Und verweist aufs Gastgeberpaar Claudia und Andreas Züllig-Landolt. Die Zülligs würden es vormachen. Aber ja, es stimme schon, Gastfreundschaft trage zur Qualität bei.

«Extrem schade» findet Brunett, dass man in der Schweiz schnell einmal mit dem Pauschalurteil zur Hand

sei, wonach es anderswo, sprich im Ausland, um die Gastfreundschaft besser bestellt sei. «Das stimmt einfach nicht.» Und im eigenen Fall schon gar nicht, sagt die 22-Jährige und verweist auf das positive Feedback, das sie von vielen «Schweizerhof»-Gästen erhalten würden.

Umgang mit Reklamationen

An der Réception sind die Mitarbeitenden mit allen möglichen Sorgen

und Nöten der Gäste konfrontiert. Entsprechend muss ihr Ausbildungsrucksack gefüllt sein. Mirjam Brunett etwa hat gerade eine Reklamationschulung hinter sich. Was, wenn dem Gast das Zimmer nicht gefällt, er sich eine andere Aussicht vorgestellt hat? Oder wenn der Kinderhütedienst nicht so ist, wie er aus der Warte des Gastes sein sollte? Und wenn der Besucher auch am Restaurant dies oder jenes auszusetzen hat?

Stark im Ausbildungsbereich

Abgesehen von vier Wochen Unterbruch im Frühling ist der «Schweizerhof» auf der Lenzerheide das ganze Jahr durchgehend geöffnet. Viel Wert wird in diesem Vorzeigehotel auf gut ausgebildete Mitarbeiter gelegt. Und es werden auch selber Lernende ausgebildet. Zurzeit sind es drei Kochlernende, drei Hofa-Lernende (Hofa = Hotelfach), zwei Refa-Lernende (Refa = Restaurationsfach) und eine kaufmännisch Lernende HGT (Hotel Gastro Tourismus). Dazu kommen eine Jahrespraktikantin der Gastgewerblichen Fachschule Graubünden in Chur und ein bis zwei Praktikanten von Hotelfachschulen oder Praktikanten, die ein Vorpraktikum absolvieren, bevor sie in die Hotelfachschule einsteigen. Schliesslich bietet der «Schweizerhof» von Mai bis November Schnupperwochen an – jährlich sind dies rund 30 Schnupperlernende.

Eidgenössische Anerkennung als Ziel

In die gastgewerbliche Ausbildung im Kanton Graubünden ist Bewegung gekommen, seit Anfang Jahr bekannt wurde, dass die Swiss School of Tourism and Hospitality in Passugg mit dem Dachverband Hotellerieuisse und der weltbekannten Hotelfachschule in Lausanne zusammenspannt. Ziel ist der Aufbau eines neuen Berufs, der auf dem Modell der Gastgewerblichen Fachausbildung Graubünden aufbaut, aber eidgenössisch anerkannt sein soll. Auch eine Berufsmaturität ist vorgesehen. Die administrativen Hürden bis zu einer solchen Anerkennung sind allerdings hoch. 2016 ist wohl der frühestmögliche Zeitpunkt, auf den hin das neue Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation – das ehemalige Bundesamt für Berufsbildung und Technologie – dem neuen gastgewerblichen Ausbildungskonzept den Segen erteilt.

Offene Art färbt ab

Als einen des häufigsten Fälle nennt Brunett, dass ein Gast gestresst ankommt, direkt aus dem Alltag heraus. «Dann gehen wir darauf ein, suchen das Gespräch», verrät Brunett. Und auch – oder gerade – hier: Echte Gastfreundschaft hilft in einer solchen Situation Wunder. Bei schwerwiegenden Reklamationen weiss die Réception die Direktion des Hauses hinter sich. «Die Zülligs sind immer präsent», sagt Brunett und nennt dies auch eines der Erfolgsgeheimnisse des «Schweizerhofs». Sie würden ihre offene Art den Mitarbeitenden weitergeben. Das färbe natürlich positiv auf das ganze Team ab.

Wo sieht sich Brunett beruflich in ein paar Jahren? Darauf hat die junge Réceptionistin verständlicherweise keine pfannenfertige Antwort parat. «Ich möchte nun erst einmal Erfahrungen sammeln», sagt sie. Wo sie ist, fühlt sie sich derzeit wohl. Und das wiederum kommt dem Gast zugute – und der Qualität von dessen Aufenthalt auf der Lenzerheide.

ANZEIGE

 **Viamala** echt erfrischend.

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


Swiss Spa



AQUANDEER.
mineralbad

H07

Bücher zum Sonderpreis.



Andrea Vogel, Beatrice Keck

Uferlos

Die Orion-Tour von Timbuktu nach Marrakesch

Er durchquerte in 71 Tagen zu Fuss die Sahara. Ein eindrückliches Buch über die Magie der Wüste.

226 Seiten mit vielen Abb.
Sonderpreis: Fr. 28.– statt ~~Fr. 56.–~~



Daniel Rohner, Florence Cadonau, Mathias Balzer

Helvetia

Ungeschminkte Gesichter, unscheinbare Geschichten einer Churer Trinkstube.

240 Seiten mit vielen Abb.
Sonderpreis Fr. 22.50 statt ~~Fr. 45.–~~



Gemeinde Bever (Hg.)

Märchenweg Val Bever

Erhältlich in Deutsch, Romanisch, Englisch, Französisch und Italienisch.

Je 64 Seiten mit vielen Abb.
Sonderpreis pro Band Fr. 14.– statt ~~Fr. 28.–~~



La Quotidiana (Hg.)

Paraulas – Märchen

Die schönsten Märchen der Rätoromanen in den Idiomen Sursilvan, Sutsilvan, Surmiran, Puter, Valader und in Deutsch.

128 Seiten mit vielen Abb. und 6 Hör-CDs
Sonderpreis Fr. 21.– statt ~~Fr. 42.–~~



Charly Bieler

Das vergessene Gestern

Spannende Bilddokumente aus den 70er- und 80er-Jahren des vorigen Jahrhunderts – jedes ein kleines Stück Schweizer Geschichte.

160 Seiten mit vielen Abb.
Sonderpreis Fr. 19.– statt ~~Fr. 38.–~~



Guido Jörg, Massimo Duranti

Carla Schucani

Fest der Sinne – Il Mondo di Carla Schucani

Die Geschichte der Familie aus Flan ist auch ein Teil der Geschichte bündnerischer Zuckerbäcker im Ausland.

184 Seiten mit vielen Abb.
Sonderpreis Fr. 24.– statt ~~Fr. 48.–~~



Martin Schreiber

Der Historische Bergbau bei S-charl im Unterengadin

Untersuchungen über das Blei- und Silberbergwerk und dessen Beziehungen zum Tirol.

96 Seiten mit vielen Abb.
Sonderpreis Fr. 16.– statt ~~Fr. 32.–~~



Uniun dals Grischs (Hg.)

Des Esels Ei und die Drachen

Märchen und Schwänke aus dem Engadin, zusammengestellt aus den Werken von Gian Bundi.

136 Seiten mit vielen Abb. und einer DVD in Deutsch und Romanisch
Sonderpreis Fr. 23.– statt ~~Fr. 46.–~~

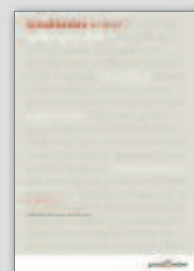


Peider Ratti

Steinwild-Hegejagd

Geschichten, Bilder, Erfahrungen aus 30 Jahren Steinwildjagd im Kanton Graubünden.

144 Seiten mit vielen Abb.
Sonderpreis Fr. 21.– statt ~~Fr. 42.–~~



Graubünden Ferien (Hg.)

Graubünden erlesen

Eine Art Reiseführer

Ausgewählte Reisereportagen zeigen Schönheit und Authentizität, Kontraste und Brüche.

142 Seiten mit vielen Abb.
Sonderpreis Fr. 17.50 statt ~~Fr. 36.–~~



Hans Beat Schaffner

Hat dieses Internet eine Zukunft?

Interviews mit Ehemaligen der Evangelischen Mittelschule Schiers (EMS)

104 Seiten
Sonderpreis Fr. 14.– statt ~~Fr. 28.–~~



Vre Tschudi

Die Abenteuer der roten Zahnbürste

Was macht eine kleine Zahnbürste, die plötzlich von einer elektrischen Zahnputzmaschine verdrängt wird? Sie muss sich eine neue Arbeit suchen!

60 Seiten mit vielen Abb. und einer Hör-CD in Hochdeutsch und Glarner Dialekt
Sonderpreis Fr. 18.– statt ~~Fr. 36.–~~

Bestellung

Ab Fr. 100.– portofreie Lieferung. Angebot nur in der Schweiz gültig. Bitte senden Sie mir gegen Rechnung:

Vogel, Uferlos	Fr. 28.–	ISBN 978-3-905688-36-8
Bieler, Das vergessene Gestern	Fr. 19.–	ISBN 978-3-905688-48-1
Ratti, Steinwild-Hegejagd	Fr. 21.–	ISBN 978-3-905688-22-1
Rohner/Cadonau/Balzer, Helvetia	Fr. 22.50	ISBN 978-3-905688-57-3
Jörg/Duranti, Carla Schucani	Fr. 24.–	ISBN 978-3-905688-25-2
Graubünden Ferien, Graubünden erlesen	Fr. 17.50	ISBN 978-3-905688-37-5
Märchenweg Val Bever, Deutsch	Fr. 14.–	ISBN 978-3-905688-14-6
Märchenweg Val Bever, Romanisch	Fr. 14.–	ISBN 978-3-905688-15-3
Englisch	Fr. 14.–	ISBN 978-3-905688-16-0
Französisch	Fr. 14.–	ISBN 978-3-905688-17-7
Italienisch	Fr. 14.–	ISBN 978-3-905688-18-4
Schreiber, Bergbau bei S-charl	Fr. 16.–	ISBN 978-3-905688-00-9
Schaffner, Hat dieses Internet eine Zukunft?	Fr. 14.–	ISBN 978-3-905688-19-1
La Quotidiana, Paraulas – Märchen	Fr. 21.–	ISBN 978-3-905688-08-5
Uniun dals Grischs, Des Esels Ei	Fr. 23.–	ISBN 978-3-905688-24-5
Tschudi, Die Abenteuer der roten Zahnbürste	Fr. 18.–	ISBN 978-3-905688-11-5

Name	_____
Vorname	_____
Strasse, Nr.	_____
PLZ, Wohnort	_____
Telefon	_____
E-Mail	_____
Datum, Unterschrift	_____

SÜDOSTSCHWEIZ BUCHVERLAG

Südostschweiz Buchverlag
Zwinglistrasse 6, 8750 Glarus
Telefon 055 645 28 65
Fax 055 645 28 66
info@suedostschweiz-buchverlag.ch
www.suedostschweiz-buchverlag.ch

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.





Andrea Tuffli, Visionär

Unser Leben. Unser Beitrag. Unser Graubünden.

Andrea Tuffli gibt Graubünden Zukunft. Wir geben ihm unsere Unterstützung.

Täglich setzen sich Menschen vor und hinter den Kulissen für noch mehr Lebensqualität in Graubünden ein. Weil wir dieses Ziel mit ihnen teilen, engagieren wir uns jedes Jahr bei über 300 Bündner Projekten in Kultur, Sport, Wirtschaft und Sozialem. Wir sind stolz, auf diesem Weg zur Vielfalt und zur Identität Graubündens beizutragen.

Gemeinsam wachsen. www.gkb.ch/engagements



**Graubündner
Kantonalbank**