



Bündner Gewerbe

Wirtschaftsmagazin für das Gewerbe in Graubünden | 2/2024

Abstimmungen 9. Juni:

JA zum Stromgesetz

NEIN zur Kostenbremse-Initiative

NEIN zur Prämieninitiative



Tourismus im Fokus

Interview mit Regierungsrat Marcus Caduff
Gespräch mit Jürg Domenig und Martin Vincenz

Klimafondsgesetz

Bündner Wirtschaft
fordert Anpassungen

EHL Passugg

Für die Berufslehre
nach Graubünden kommen

Arbeitskräftemangel

Erfolg für Auszeitmodell
in Mittelbünden

Näher bei Ihnen: Bei uns stehen Sie als Mensch im Fokus.

Weil gemeinsam besser ist.

Als Genossenschaft haben wir keine Kunden. Wir haben Mitglieder. Darum begegnen wir uns gegenseitig auf Augenhöhe. Und wir wissen: In einer Gemeinschaft ist jedes Mitglied anders. Aus dieser Haltung entstehen Vorsorgelösungen, die perfekt auf Ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Erfahren Sie mehr über die Vorteile unserer genossenschaftlich organisierten Pensionskasse.
www.asga.ch

 asga
pensionskasse

Das Wichtigste in Kürze



Im Brennpunkt

- 5 Editorial des Präsidenten:** Der Tourismus ist für die Bündner Wirtschaft zentral
- 6 Regierungsrat Marcus Caduff:** Im Gespräch über die neue Wertschöpfungsstudie im Tourismus
- 9 Kommentar des Direktors:** «Grüne Technologien» für Graubünden
- 11 Gesundheitsinitiative:** Kostenbremse-Initiative und Prämien-Initiative sind ungesund für die Wirtschaft
- 13 Abstimmung Stromgesetz:** Ständeräte Stefan Engler und Martin Schmid erklären ihr «Ja» zum Mantelerlass
- 15 Bündner Politik:** Wirtschaftsverbände nehmen Stellung zum neuen Klimafondsgesetz
- 16 Interview:** Jürg Domenig und Martin Vincenz sehen für den Bündner Tourismus eine positive Zukunft

Verbände und Branchen

- 21 Berufsbildung:** Die EHL Hotelfachschule Passugg ist ein Erfolgsmodell
- 23 Kurz & bündig:** Auszeichnungen für Bündner Unternehmen
- 26 BGV-News:** Delegiertenversammlung, Jahresbericht 2023, KMU-Lehrgang, KMU-Impuls

Das interessiert das Gewerbe

- 28 Arbeitgeberattraktivität:** Einblick in die Rekrutierungskampagne «Auszeit» in Savognin und Bivio
- 29 KMU goes digital:** Digitale Transformation in der Destination Arosa-Lenzerheide
- 31 Gut zu wissen:** Mit Hilfe einer KMU-Bürgerschaft ein Unternehmen aufbauen

Eine spannende Lektüre wünscht das Redaktionsteam René Weber und Maurus Blumenthal.
Titelbild: Arosa Tourismus/Nina Hardegger-Mattli

Impressum

Bündner Gewerbe: Wirtschaftsmagazin für das Gewerbe in Graubünden. Offizielles Verbandsorgan des Bündner Gewerbeverbands als Dachorganisation der gewerblichen Wirtschaft Graubündens.

Ausgabe 2/2024: 44. Jahrgang, Auflage 6400, erscheint 4-mal im Jahr.
Verantwortlich: Maurus Blumenthal, Direktor (Bl.). Redaktion: René Weber (rw.)

Redaktionsadresse: Bündner Gewerbeverband, Unione grigionese delle arti e mestieri/Uniun grischuna d'artisanadi e mastergn/Haus der Wirtschaft.
Hintern Bach 40, 7000 Chur, Telefon 081 257 03 23,
E-Mail: info@kgv-gr.ch, Internet: www.kgv-gr.ch





AUSGLEICHKASSE WIRTSCHAFT
GRAUBÜNDEN GLARUS



Erste Säule. Erste Wahl.

Persönlich. Kompetent. Effizient.

Gemeinsam können wir viel bewegen ...



Unser Kanton Graubünden ist nicht nur für seine Landschaft und seine vielfältigen Freizeitmöglichkeiten bekannt, sondern auch für seine Wirtschaft, die vom Tourismussektor beeinflusst wird. Der Tourismus spielt eine entscheidende Rolle im wirtschaftlichen Gefüge des Kantons und hat dabei auch direkte und indirekte Auswirkungen auf das lokale Gewerbe.

Ein bedeutender Teil unserer Wirtschaft hängt in vielen Regionen des Kantons direkt vom Tourismus ab. Graubünden lockt jährlich Millionen von Touristen an, die sowohl im Sommer als auch im Winter die zahlreichen Freizeit- und Sportaktivitäten geniessen. Unsere Skigebiete besuchen Wintersportler aus aller Welt. Im Sommer ziehen Wanderwege, Mountainbike-Strecken und idyllische Bergdörfer die Besucher an. Rund ein Drittel der Arbeitsplätze sind mit dem Tourismus verbunden. Diese Arbeitsplätze bieten nicht nur den Einheimischen Beschäftigungsmöglichkeiten, sondern ziehen auch Arbeitskräfte aus anderen Regionen an, was wiederum die lokale Wirtschaft ankurbelt.

Die Auswirkungen des Tourismus auf das Gewerbe sind offensichtlich. Hotels, Restaurants, Geschäfte und Freizeiteinrichtungen profitieren unmittelbar von den Touristenströmen. Sie bieten nicht nur Dienstleistungen und Produkte für die Besucher an, auch die einheimische Bevölkerung profitiert von den touristischen Angeboten. Darüber hinaus hat der Tourismus auch indirekte Auswirkungen auf das Gewerbe. Dazu zählen Investitionen in die Infrastruktur, wie Strassen, öffentliche Verkehrsmittel und Freizeiteinrichtungen. Dies schafft Aufträge für Bauunternehmen, Transportunternehmen und Dienstleister, die für die Entwicklung und den Betrieb dieser Infrastruktur benötigt werden. Auch Branchen wie die Landwirtschaft und die Lebensmittelproduzenten profitieren vom Tourismus, da sie Produkte für die Gastronomie und den Einzelhandel liefern.

Für die Wirtschaft war und bleibt der Tourismus zentral, auch wenn andere Wirtschaftssektoren wie die Industrie in den letzten Jahren stärker gewachsen sind. Die Bündner Wirtschaft ist abhängig vom Tourismus und der Tourismus ist abhängig von den anderen Wirtschaftszweigen. Aus meiner Sicht erhält die nachhaltige Entwicklung des Tourismussektors heute eine grössere Priorität. Nicht eine grosse Steigerung der Anzahl an Touristen ist wichtig, sondern die Steigerung der Wertschöpfung. Durch eine solche zukunftsorientierte Entwicklung kann der Tourismus weiterhin eine treibende Kraft für das Gewerbe in unserem Kanton bleiben und gleichzeitig die einzigartige Landschaft und Kultur der Region erhalten.

Gemeinsam können wir viel bewegen ... sprechen wir nicht nur darüber, machen wir's

Euer Viktor Scharegg



Der Tourismus bleibt ein zentrales Standbein der Wirtschaft

Die Wertschöpfungsstudie des kantonalen Amtes für Wirtschaft und Tourismus zeigt die aktuelle volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche in Graubünden. Mehr als jeder vierte Franken wird im Tourismus erwirtschaftet: direkt oder indirekt. Regierungsrat Marcus Caduff freut sich über die positiven Erkenntnisse, sagt aber auch, dass sich der Tourismus auch künftig weiter anpassen müsse.

rw/Bl. Graubünden ist der Schweizer Ferienkanton schlechthin. Der für den Tourismus zuständige Volkswirtschaftsdirektor Marcus Caduff spricht mit dem «Bündner Gewerbe» über die neue Wertschöpfungsstudie, die Wintersaison 2023/24 und die Zukunft des Tourismus in unserem Kanton.

Sie sind sozusagen der Tourismusminister des Kantons. Wie geht es dem Tourismus in Graubünden?

Die wirtschaftliche Lage in Graubünden ist gut. Der Tourismus ist gestärkt aus den Krisen der letzten Jahre gekommen.

Wie gross ist der Stellenwert in der Bündner Volkswirtschaft?

Die neue Wertschöpfungsstudie (siehe Kasten, die Red.) zeigt, dass die Bruttowertschöpfung des Tourismus bei vier Milliarden Franken liegt, was 26,5 Prozent der kantonalen Wirtschaftsleistung entspricht. Bei den Arbeitsplätzen liegt der Anteil des Tourismus sogar höher. Rund 33 000 Vollzeitstellen hängen direkt oder indirekt davon ab.

Trotzdem ist die Wertschöpfung des Tourismus für die Wirtschaft in den letzten 15 Jahren leicht gesunken – von 30 Prozent auf 26.5 Prozent. Hat der Tourismus an Bedeutung verloren?

Proportional hat sie abgenommen, das ist korrekt. In den letzten 15 Jahren hat die Wertschöpfung im Tourismus aber von 3,3 auf 4 Milliarden Franken zugenommen, ist in absoluten Zahlen gewachsen. Andere Bereiche der Wirtschaft sind aber stärker gewachsen, erbringen einen grösseren Wertschöpfungsanteil. Die Wirtschaft Graubündens ist dadurch diverser und breiter aufgestellt. Dies ist auch das Ziel unserer Wirtschaftspolitik.

Welche Branchen werden künftig der Bündner Wirtschaft zum Wachstum verhelfen?

Wir haben mit den bestehenden Unternehmen im Medizinal- und High-Tech-Bereich eine gute Grundlage. Auch die Optik- und Sensorik-Industrie hat eine gute Dynamik. Es ist wichtig, dass international tätige Unternehmen im Kanton investieren. Die Cluster-Bildung erhöht die Attraktivität Graubündens und zieht weitere Unternehmen und vor allem Fachkräfte an. Im Clean- und Green-Tech-Bereich sehe ich durchaus noch Potenzial für eine positive Entwicklung. Wir können mit unserer Kostenstruktur aber nur bestehen, wenn wir innovationsstarke Unternehmen bei uns anzusiedeln versuchen. Darum betreiben wir eine intensive Zusammenarbeit mit Universitäten, der ETH und weiteren Organisationen. Der Wissenstransfer zwischen Forschung, Entwicklung und Wirtschaft ist zentral in der heutigen Welt.

Zurück zum Tourismus, der weiterhin primär vom Wintergeschäft lebt.

Hier hat sich nicht viel verändert?

Ja, der Bündner Tourismus ist noch immer stark von den Schneeangeboten abhängig. Dieses Standbein dürfen wir nicht schwächen, es muss aber gelingen, die anderen Monate besser auszulasten. Ganzjahresangebote sind wichtig, um die Abhängigkeit des Wintergeschäfts zu reduzieren.

Was hat Sie bei der neuen Tourismusstudie am meisten überrascht?

Die Bedeutung der Zweitwohnungen und der Ferienwohnungen bei den Logiernächten ist eindrücklich. Pro Jahr haben wir rund 19 Millionen übernachtende Gäste im Kanton, davon etwa 8.3 Millionen in eigen genutzten Ferienwohnungen sowie 4.1 Millionen in der Parahotellerie. Zum Vergleich: Die Hotellerie zählt rund 5.5 Millionen Logiernächte. Die Parahotellerie ist ein unterschätzter Leistungserbringer. Zweitwohnungsbesitzer investieren pro Jahr fast eine Milliarde Franken. Es ist eine eindrückliche Zahl, umso mehr, als dass der Grossteil dieser Investitionen durch Bündner Unternehmen ausgeführt werden darf.

Ist die klassische Hotellerie nicht so wichtig für Graubünden?

Das würde ich überhaupt nicht sagen. In der klassischen Hotellerie wird pro Übernachtung eine grössere Wertschöpfung erzielt, und sie bietet rund 10 000 Arbeitsplätze im Kanton. Man darf Hotellerie und Parahotellerie nicht gegeneinander ausspielen. Der Mix der Übernachtungsarten ist vielmehr eine Stärke Graubündens.

Insbesondere die 4- und 5-Stern-Hotellerie hat sich in den letzten Jahren positiv entwickelt.

Sie ist zweifelsfrei ein Treiber im Tourismus. Für mich hat das mit unserer Kostenstruktur zu tun. Mit dem Massentourismus können wir preislich nicht mithalten. In der Hotellerie haben wir weniger Logiernächte als vor 20 Jahren, dafür ist die Wertschöpfung gestiegen. In den letzten Jahren wurde viel in die Qualität der Bündner Hotellerie investiert. Diese Qualität hat ihren Preis. Ich möchte die Bedeutung der anderen Segmente aber nicht schmälern, auch



sie braucht es. Nicht alle Leute können oder wollen sich einige Hundert Franken pro Nacht für ein Hotelzimmer leisten.

Warum kommen die Gäste in Zukunft noch nach Graubünden?

Unsere Hauptstärke ist unsere Landschaft. Was wir zu bieten haben an Vielfalt, Kulinarik und Kultur, das sind unsere Trümpfe. Die Diversität der Angebote ist eine weitere Stärke des Tourismus in Graubünden.

Wenn wir nochmals zurückblicken: Was waren die Herausforderungen des Tourismus in den letzten Jahren?

Themen wie Globalisierung, Individualisierung und Digitalisierung haben den Bündner Tourismus beeinflusst. Die Demografie und damit die Arbeitskräfteproblematik ist eine Herausforderung und wird noch zunehmen. Der Tourismus ist auch vom Klimawandel betroffen und muss sich diesem stellen. Weitere Herausforderungen waren sicherlich der starke Franken und Corona. Doch ich meine, der Tourismus ist gestärkt aus diesen Krisen gekommen. Zur positiven Entwicklung beigetragen hat auch die Tatsache, dass die Inflation in der Schweiz tiefer als in den umliegenden Ländern und den unmittelbaren Konkurrenten Österreich, Deutschland oder Italien war. Zentral ist, wie schon erwähnt, dass man in Qualität investiert hat. Der Gast ist bereit, den Preis dafür zu bezahlen.

Das tönt alles sehr gut. Wo sind die Schwächen im Tourismus zu finden?

Die grösste Schwäche unseres Tourismus ist die Kleinstrukturiertheit. Wir haben viele kleine Betriebe. Damit ist es schwierig, gewisse Herausforderungen zu meistern. Ich denke an die Digitalisierung und die Daten der Gäste, die man über alle Leistungserbringer hinweg nutzen sollte. Grös-

sere Betriebe haben es einfacher, wenn sie aufgrund des Arbeitskräftemangels Abläufe automatisieren möchten.

Kommen wir zur Tourismusförderung. Das Tourismusprogramm 2014 – 2023 ist ausgelaufen. Es wurde von der Bündner Regierung lanciert, um gezielte Impulse in der Tourismuswirtschaft zu setzen. Was hat das Programm gebracht?

Es konnten über 70 Projekte mit einem Fördervolumen von 15,5 Millionen Franken unterstützt werden – ein Erfolg. Es konnten diverse destinationsübergreifende Programme und Angebote geschaffen werden. Trail Running ist ein Beispiel. Aufgrund unserer kleinen Strukturen ist es wichtig, dass in der Zusammenarbeit Impulse gesetzt werden können. Am einfachsten ist sie an konkreten Angeboten festzumachen, die über die Destination hinausgehen.

Was ist die künftige Rolle des Kantons in der Tourismusförderung?

Die Digitalisierung bleibt ein wichtiges Thema. Es sind Investitionen über die Leistungserbringer hinaus nötig. Aktuell sind wir dabei, eine Tourismusstrategie zu erarbeiten. Sie ist eine Art Orientierungsrahmen für alle, die sich im Tourismus betätigen. Darin sind Handlungsfelder definiert, in denen wir Impulse setzen können. Der Kanton kann aber keine Strategie umsetzen. Das müssen die Tourismus-Akteure tun. Sie müssen Angebote schaffen. Ich möchte die Erwartungen bezüglich Tourismusstrategie und -förderung nicht zu hoch ansetzen. Ansonsten müsste man mehr Mittel einsetzen. Möchten wir dies wirklich?

Lassen wir diese Frage unbeantwortet. Wenn man wie Sie in Graubünden wohnt, kann man viele touristischen Angebote

geniessen. Was ist Ihr Highlight ausserhalb der Lumnezia?

Das gibt es nicht (lacht). Nein, wir haben einen wunderschönen Kanton. Sei es auf dem Dreibündenstein, auf der Lenzerheide, im Prättigau oder dem Engadin, mir gefällt es überall. Ich fühle mich in unserem Kanton zu Hause.

Es gibt aber sicher eine Entdeckung, die Sie als Geheimtipp für eine Bike-Tour verraten können?

Es gibt tatsächlich eine Tour, die ich im letzten Sommer auf dem Bike entdeckt habe und die mich sehr positiv überrascht hat. Von Chur auf die Rhäzünser Alp, über den Heinzenberg und den Bischofpass hinunter ins Safiental. Im unteren Teil befindet sich ein super Flow-Trail, den ich nicht erwartet hatte und den ich nur weiterempfehlen kann.

Wertschöpfungsstudie Tourismus Graubünden

Die im Auftrag des Kantons durchgeführte Studie zeigt, dass der Tourismus in Graubünden nach wie vor eine wichtige wirtschaftliche Bedeutung hat. Mehr als 30 Prozent aller Arbeitsplätze (33 000 Vollzeitstellen) im Kanton sind direkt oder indirekt mit dem Tourismus verbunden. Jeder vierte Franken (4 Mrd. CHF), der in der Volkswirtschaft generiert wird, ist tourismusbezogen. Graubünden verzeichnet jährlich 4,7 Millionen Tagesgäste und 19,1 Millionen Übernachtungen, davon werden 5,5 Millionen in der Hotellerie generiert.



Weitere Informationen:

Schädliche Risiken und Nebenwirkungen

2x NEIN zu Kostenbremse- und Prämien-Initiativen

Kosten von bis zu 1200 Franken pro Haushalt

Die Prämien-Initiative führt zu immensen Mehrkosten. 2030 sollen es bis zu 11,7 Mrd. Franken pro Jahr sein. Das belastet Haushalte massiv.

Sparsame Kantone werden zur Kasse gebeten

Die Umverteilung betrifft auch sparsamere Kantone. Sie müssen über den Bund die Prämienverbilligung für weniger sparsame Kantone bezahlen. Das ist ungerecht.

Bürokraten entscheiden, Kranke müssen warten

Die Kostenbremse-Initiative rationiert die Medizin. Weil sich der Kostendeckel an der Konjunktur orientiert, werden Behandlungen bei schlechter Wirtschaftslage eingeschränkt. Das ist absurd.

Deshalb: 2x NEIN zu den Gesundheitsinitiativen

www.gesundheitsinitiativen-nein.ch



WEITER BILDEN

- | Informatik
- | Technik
- | Wirtschaft
- | Holz & Schreinerei
- | Bau & Energie
- | Firmenseminare



Höhere Fachschule
Südostschweiz



Nachhaltigkeit als Chance für Graubünden nutzen

Dearbonisierung, Kreislaufwirtschaft und Transparenz in den Lieferketten sind treibende Kräfte, welche die Wirtschaft in den kommenden Jahrzehnten stark beeinflussen werden. Diese Entwicklungen bringen für die Bündler Wirtschaft und seine KMU Chancen und Gefahren zugleich.

Die grösste Gefahr sehe ich in der Politik mit mehr Regulierung, Bürokratie und Subventionen im Namen der Nachhaltigkeit. Die Industriepolitik ist im Namen der Nachhaltigkeit wiederentdeckt worden. Regulierungen nehmen zu, vor allem in der EU: Lieferkettengesetz, EU-Taxonomie, Verbot von Verbrennermotoren. In der EU geistert die Idee umher, die europäische Industrie im Sinne der chinesischen Planwirtschaft grüner zu machen. Europa ist nicht China und die nachhaltige Transformation braucht Zeit. Auch die grüne Wirtschaft wächst nicht schneller, wenn man daran zieht. Daniel Yergin, profunder Kenner von Energiepolitik und Weltwirtschaft, sagte kürzlich in der «NZZ»: «Die ganze Diskussion um die Energiewende scheint manchmal den Bezug zur Wirtschafts-geschichte und zur Realität zu verlieren. Wenn man sich die Geschichte von Energiewenden anschaut, dann dauern diese über ein Jahrhundert. Eine Wende in 25 Jahren oder weniger ist unwahrscheinlich.» Das heisst nicht, dass wir abwarten sollen. Wenn die Bündner Wirtschaft die Chancen der Dearbonisierung, der Kreislaufwirtschaft und der «grünen Technologien» nut-

zen will, gilt es jetzt vorwärtszumachen. Graubünden verfügt über eine gute Ausgangslage, die Chancen der Nachhaltigkeit zu nutzen. Dies aufgrund der Wirtschaftsstruktur, der natürlichen Ressourcen und der Geschichte. Bereits heute produziert Graubünden mit 8 TWh Wasserkraft den gesamten Energiebedarf des Kantons CO₂-neutral. Vom Ausbau der erneuerbaren Energien können die Energiewirtschaft, die Gemeinden, aber auch die Unternehmen aus Gewerbe und Industrie profitieren. Dafür braucht es aber gute Rahmenbedingungen. Diese bietet der Mantelerlass, der am 9. Juni zur Abstimmung kommt.

«Aus Sicht des Gewerbes in Graubünden ist das Stromgesetz klar zu unterstützen.»

Die Interessen der Energiepolitik werden mit dem Umwelt- und Landschaftsschutz endlich gleichgestellt. Mit der gleitenden Marktprämie kommt ein intelligentes Förderinstrument zum Zug. Neue Elektrizitätsgemeinschaften ermöglichen die lokale Vermarktung von selbst erzeugtem Strom, was Gewerbe- und Industriebetriebe neue Möglichkeiten eröffnet. Aus Sicht des Gewerbes ist das Stromgesetz klar zu unterstützen.

Der Kanton Graubünden möchte mit dem Green Deal zur Dearbonisierung beitragen. Die Wirtschaftsverbände unterstützen den Green Deal, sehen aber Verbesserungsbedarf beim vorgelegten Gesetz. Ein richtiger Green Deal umfasst mehr als nur Subventionen für den CO₂-Absenkpfad. Ansonsten gehen die Einkaufsmillionen für Energie, welche aktuell in den Ölländern landen, nach China und in die USA, welche im Bereich der «Erneuerbarenindustrie» den Markt beherrschen. Der Green Deal muss auch im langfristigen Aufbau von Wertschöpfung in nachhaltige Technologien führen. Dafür nötig sind angewandte Forschung, Berufsbildung, Innovation sowie Wissens- und Technologietransfer. Mit 40 Millionen pro Jahr wird Graubünden nicht den Weltmarkt beeinflussen können, jedoch die eine oder andere wirtschaftliche Nische finden. Nachbesserungen am Klimafondsgesetz sind dafür nötig. Der BGV ist im Bereich der nachhaltigen Wirtschaft nicht untätig. Zusammen mit den Dachorganisationen der Wirtschaft haben wir das Projekt «Green-Tech Kompetenznetzwerk Graubünden» lanciert. Mit dem Projekt möchten wir Graubünden als Wirtschaftsstandort für grüne Technologien stärken. Wir bringen Unternehmen, Verbände sowie Organisationen aus der Bildung und Forschung zusammen. Unternehmen zusammenzubringen ist neben der Politik unsere Aufgabe.



Maurus Blumenthal

MEHR SCHWEIZER STROM!



Martin Candinas
Nationalrat, Die Mitte (GR)

JA

AM 9. JUNI
ZUM STROMGESETZ



ALLIANZ FÜR EINE SICHERE STROMVERSORGUNG
STROMGESETZ-JA.CH



WARUM SIND SO VIELE SCHWEIZER UNTERNEHMEN BEI DER NUMMER 1?

WEIL GESUNDHEIT ALLES IST **SWICA**

Rund 27 000 Unternehmen und 1,5 Millionen Versicherte vertrauen auf die führenden Versicherungslösungen von SWICA. Somit ist SWICA nicht nur in der Kundenzufriedenheit die Nummer 1, sondern auch im Krankentaggeld. Sie profitieren in vielen Bereichen rund um die Gesundheit und von besonders attraktiven Kollektivvorteilen. Informieren Sie sich jetzt präventiv über Ihren Versicherungsschutz: **SWICA Chur, Telefon 081 254 15 15 oder swica.ch/unternehmen**



WILLI HAUSTECHNIK

Sie kümmern sich ums Geschäft.
Wir um den Kaffee.



www.dallmayr.ch
Folgen Sie uns auf LinkedIn®:
Dallmayr Vending & Office Switzerland [in](https://www.linkedin.com/company/dallmayr-switzerland)
#dallmayrswitzerland

Dallmayr
VENDING & OFFICE



FOR MAKERS. SINCE 1957. **Eckold**

ALUCA WERKSTATT TO GO

Leicht und robust für den mobilen Service, mit 8 Jahren Garantie.

Wir, die ECKOLD AG aus Trimmis, sind Generalimporteur von ALUCA und bieten massgeschneiderte Lösungen sowie Standardmodule für jedes Bedürfnis und alle Fahrzeugtypen. ALUCA Fahrzeuginrichtungen sind komplett aus Aluminium und daher besonders leicht.

ECKOLD AG Rheinstrasse 8 CH-7203 Trimmis +41 81 354 12 50 www.eckold.ch verkauf@eckold.ch

2× Nein zu den Gesundheitsinitiativen

Am 9. Juni gelangen gleich zwei Volksabstimmungen zu den Gesundheitskosten zur Abstimmung. Einerseits wird über die Kostenbremse-Initiative und andererseits über die Prämien-Entlastungs-Initiative abgestimmt. Beide zeigen zwar berechtigte Anliegen auf, doch die vorgeschlagenen Lösungen sind untauglich. Dieser Ansicht ist auch der BGV. Der Kantonalvorstand hat sich klar für ein Nein zu den beiden Gesundheitsinitiativen ausgesprochen.

Bl. Im letzten Jahr betragen die Gesundheitskosten in der Schweiz rund 95 Milliarden Franken. Gut ein Drittel davon wird über die obligatorische Krankenversicherung bzw. die Prämienzahler finanziert. Die anderen Kosten werden direkt über private Haushalte, die Kantone sowie andere Einrichtungen finanziert. Der Anteil der Gesundheitskosten am Bruttoinlandprodukt (BIP) hat sich in den letzten Jahren bei rund 11,5 Prozent stabilisiert. Bei der Einführung der obligatorischen Krankenversicherung im Jahr 1996 lag der Anteil noch bei rund 8 Prozent des BIP. Die steigenden Gesundheitskosten sind für den Mittelstand zwar eine Herausforderung, die beiden Initiativen lösen aber keine Probleme, sondern schaffen neue. Bei einem Nein zu den Initiativen treten die jeweiligen Gegenvorschläge in Kraft.

Nein zur Kostenbremse-Initiative

Die von der Mitte-Partei eingereichte Volksinitiative «Für tiefere Prämien – Kostenbremse im Gesundheitswesen (Kostenbremse-Initiative)» möchte den Bund verpflichten, in der obligatorischen Krankenversicherung eine Kostenbremse einzuführen. Steigen die Krankenkassenprämien deutlicher als die Gesamtwirtschaft und die durchschnittlichen Löhne, müssen Bund und Kantone konkrete Massnahmen beschliessen. Diese müssen sich bereits auf das Folgejahr auswirken. Die Umsetzung der Kostenbremse-Initiative müsste das Parlament bei einer Annahme im Gesetz näher definieren. Es ist davon auszugehen, dass mit Annahme der Initiative medizinisch notwendige Behandlungen nicht mehr oder verspätet durchgeführt werden würden. Die Gesundheitsversor-

Am 9. Juni

2x NEIN
zur Kostenbremse-
und Prämien-Initiative

gung wäre abhängig von der Konjunktur. Die Gesundheitsleistungen müssten vor allem bei schlechter Wirtschaftslage eingeschränkt werden. Die Gesundheitsversorgung soll sich aber nach dem Bedarf der Patienten richten. Die Umsetzung der Initiative dürfte zudem zu noch mehr Regulierung im Gesundheitswesen führen. Die Eindämmung des Kostenwachstums im Gesundheitswesen ist wichtig und notwendig. Die ausschliessliche Koppelung des Wachstums der Kosten an die Wirtschafts- und Lohnentwicklung greift zu kurz. Das Parlament hat einem indirekten Gegenvorschlag zugestimmt. Gemäss Gegenvorschlag muss der Bundesrat künftig jeweils für vier Jahre Kosten- und Qualitätsziele festlegen. Weiter wird vorgeschrieben, dass die Leistungserbringer und Versicherer in den Tarifverträgen Massnahmen zur Sicherstellung des zweckmässigen Einsatzes sowie der Wirtschaftlichkeit der Leistungen vorzusehen haben. Die Sektionen des BGV aus dem Gesundheitsbereich (Bündner Ärzteverein und Bündner Apothekerverband) stellen sich gegen die Initiative. Auch der Bundesrat und das Parlament empfehlen die Ablehnung der Initiative.

Nein zur Prämienverbilligungs-Initiative

Die Prämien-Entlastungs-Initiative der SP verlangt, dass die durch die Versicherten zu übernehmenden Krankenkassenprämien höchstens 10 Prozent des verfügbaren Einkommens betragen dürfen. Die verbleibende Differenz soll mittels Prämienverbilligungen gedeckt werden. Diese sollen zu mindestens zwei Dritteln durch den Bund und zu maximal einem Drittel durch die Kantone finanziert werden. Bezogen auf das Jahr 2020 würde die Volksinitiative Mehrkosten für Bund und Kantone von 4,5 Milliarden Franken auslösen. Prognosen gehen langfristig von Mehrkosten von rund 12 Milliarden Franken pro Jahr aus.

Diese Mehrkosten müssten über Steuern finanziert werden. Bei Annahme der Initiative würde der Sozialstaat weiter ausgebaut und die Umverteilung zunehmen. Ebenfalls müssten Kantone mit tieferen Gesundheitskosten jene mit hohen Gesundheitskosten querfinanzieren. Die Erhöhung der Kosten im Gesundheitswesen ist vor allem auf einen Mehrkonsum von medizinischen Leistungen zurückzuführen. Falls dieser Mehrkonsum deutlich stärker durch die öffentliche Hand subventioniert wird, gehen die Kosten nicht zurück, sie steigern eher noch stärker.

Bereits heute sieht das Krankenversicherungsgesetz Prämienverbilligungen vor. Die Kantone können die Prämienverbilligung für ihre Bevölkerung selbstständig regeln. Die Ausgaben für die individuelle Prämienverbilligung beliefen sich im Jahr 2022 auf insgesamt 5,4 Milliarden Franken. In Graubünden erhalten über 30 Prozent der Bevölkerung eine Prämienverbilligung. Die Kosten dafür betragen über 100 Millionen. Bundesrat und Parlament haben einen indirekten Gegenvorschlag zur Initiative ausgearbeitet, um die Prämienverbilligungen massvoll und gezielt für Menschen mit tieferen Einkommen zu erhöhen. Die Kantone müssen neu einen Mindestbeitrag von 3,5 bis 7,5 Prozent der Kosten der obligatorischen Grundversicherung für die Prämienverbilligung aufwenden. Der indirekte Gegenvorschlag hätte aktuell jährliche Mehrkosten von rund 360 Millionen Franken zur Folge. Dieser föderalistische Ansatz bei den Prämienvergünstigungen würden die Kantone bei Annahme der Initiative verlieren.



Die Gesundheitskosten steigen laufend an.





- ▶ Hardware ▶ Software ▶ Netzwerke ▶ Security ▶ Support
- ▶ Cloud ▶ Virtualisierung ▶ VoIP



ALSOFT Informatik AG
Ein zuverlässiger und lokaler IT-Partner

ALSOFT Informatik AG 7417 Paspels
Tel. 081 650 10 10 info@alsoft.ch www.alsoft.ch

RRT TREUHAND
REVISION
IMMOBILIEN

Mit Engagement
und Erfahrung.



Seit über
75 Jahren
für Sie da.

Ihr Partner für
**Treuhand, Immobilien &
Wirtschaftsprüfung.**

RRT AG Treuhand & Revision
Poststrasse 22, 7001 Chur | Tel. +41 81 258 46 46 | rrt.ch



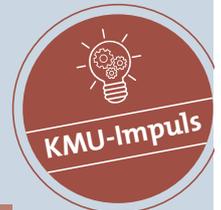
Wenn Vertrauen zählt.

Unsere Mitglieder
stehen für Qualität.

TREUHAND | SUISSE

www.treuhandsuisse-gr.ch
Schweizerischer Treuhänderverband
Sektion Graubünden

Seminare Mai/Juni 2024



**ChatGPT-Revolution – andere KI-Modelle:
praktisch im Alltag einsetzen können**
Chur | Mittwoch, 29. Mai 2024

**Stellenausschreibung im
Video-Format selber machen**
Chur | Donnerstag, 6. Juni 2024

**Finanzielle Führung KMU –
Finanzen für Nichtfinanzleute**
Chur | Dienstag und Mittwoch, 18. und 19. Juni 2024

Information und
Anmeldung:
www.kmu-impuls.ch



20% Rabatt für
BGV-Mitglieder

Ein Angebot von

HWSGR

Höhere
Wirtschaftsschule
Graubünden

Bündner Gewerbeverband
Unione grigionesa delle arti e mestieri
Unìun grischuna d'artisanadi e mastergern



Klares Ja für eine sichere Stromversorgung

Das Stromgesetz stärkt die Versorgungssicherheit, macht uns weniger abhängig von Stromimporten und ermöglicht den Ausbau der erneuerbaren Energien. Deshalb hat sich der Kantonalvorstand des BGV mit einer Gegenstimme für ein Ja zum Bundesgesetz über eine sichere Stromversorgung aus erneuerbaren Energien ausgesprochen (Mantelerlass).

BL. Der Mantelerlass zielt darauf ab, die inländische Produktion von Strom aus erneuerbaren Quellen wie Wasser, Sonne, Wind und Biomasse zu steigern. Dazu werden die bestehenden Förderinstrumente und Regelungen für Produktion, Transport, Speicherung und Verbrauch von Strom mit neuen Massnahmen ergänzt. Der Ausbau soll vor allem auf Dächern und Fassaden von

Gebäuden erfolgen. Solaranlagen auf Gebäuden bieten das grösste und am schnellsten realisierbare Potenzial zur Stärkung der Versorgungssicherheit. Mit dem Mantelerlass wird das Energie-, Stromversorgungs- und Raumplanungsgesetz angepasst, um Stromversorgung angesichts der Dekarbonisierung zu sichern.

Bis 2050 soll die Stromproduktion aus erneuerbaren Energien ohne Wasserkraft von heute rund 6 auf 37 Terawattstunden gesteigert werden. Die Vorlage erleichtert den Bau wichtiger erneuerbarer Energieanlagen, konzentriert sich jedoch auf ausgewählte Gebiete und berücksichtigt den Landschafts- und Umweltschutz. Damit können in Graubünden die Erhöhung der Staudämme Curnera-Nalp und Marmorera sowie der Neubau des Wasserkraftwerks Chlus angegangen werden. Die

erleichterten Planungsbedingungen für Wind- und Solaranlagen ändern nichts an den demokratischen Mitsprachemöglichkeiten der Bevölkerung. Abstimmungen zu konkreten Projekten bleiben auch bei einer Annahme der Vorlage möglich. Für Verbraucher bedeutet die Vorlage keine neuen Abgaben. Die Finanzierung erfolgt weiterhin über den Netzzuschlag. Bestehende Förderinstrumente werden bis 2035 verlängert und marktnäher gestaltet. Der Mantelerlass enthält auch Bestimmungen zur Stärkung der Netzsicherheit, zu lokalen Elektrizitätsgemeinschaften und Energieeffizienz. Insgesamt bietet das Gesetz eine wichtige Grundlage für den Ausbau der inländischen und dezentralen Stromproduktion aus erneuerbaren Energien, stärkt die Versorgungssicherheit und schützt Verbraucher vor Preisschwankungen.

JA

AM 9. JUNI
ZUM STROMGESETZ

«Die Stromversorgungssicherheit der Schweiz ist eines der dringlichsten Anliegen unseres Landes. Insbesondere jene in den Wintermonaten hat oberste Priorität. Die Schweiz will den Mobilitätssektor, die Wärmeversorgung und die Industrie elektrifizieren und dadurch die Treibhausgasemissionen bis 2050 auf Netto-Null reduzieren. Der Strombedarf wird daher in den kommenden Jahren stark ansteigen. Hinzu kommt, dass der von den vier Kernkraftwerken in der Schweiz produzierte Strom aufgrund des 2017 beschlossenen Ausstiegs aus der Kernenergie über die kommenden Jahrzehnte vollständig ersetzt

«Das Stromgesetz stärkt die Versorgungssicherheit im Inland und macht uns als Schweiz weniger abhängig vom Ausland. Die Schweiz braucht künftig immer mehr Strom. Nur mit inländischen, erneuerbaren Energien kann der Bedarf rasch gedeckt werden. Eine zuverlässige Stromproduktion ist wichtig für unsere Wirtschaft und Gesellschaft. Wir haben heute schon ein Problem. Das haben alle vor einem Jahr gespürt, wenn die Bandernergie aus den immer älter wer-



werden muss. Um drohende Strommangellagen zu verhindern, will das Parlament erneuerbare Energien in der Schweiz massiv ausbauen. Diesem Ziel sollen die im Mantelerlass definierten Massnahmen dienen. Ein neues und für die Wasserkraft relevantes Förderinstrument verspricht die gleitende Marktprämie. Für Wasserkraft-, Fotovoltaik-, Windenergie- und gewisse Biomasseanlagen sichert die gleitende Marktprämie den Erlös für den ins Stromnetz eingespeisten Strom ab. Ist der Erlös (gemessen am Referenzmarktpreis) tiefer als der festgelegte Vergütungs-

enden Kernkraftwerken wegfällt und der Strom extrem teuer wird. Das dürfen wir nicht einfach vergessen. Das Stromgesetz ermöglicht den rascheren Ausbau der Wasser- und Solarkraft – im Einklang mit Landschaft und Umwelt. Wir brauchen diesen Strom – unabhängig, ob jemand für oder gegen die Atomenergie ist. Das Stromgesetz sieht verbindliche Ausbauziele für die Stromproduktion vor. Es sichert die Winterproduktion und fördert dazu den Ausbau der einheimischen



satz, zahlt der Netzzuschlagsfonds dem Anlagenbetreiber die Differenz aus. Liegt der Erlös über dem Vergütungssatz, zahlt der Anlagenbetreiber die Differenz in den Netzzuschlagsfonds ein. Soll die Versorgungssicherheit verbessert, die Abhängigkeit von Importen möglichst verringert und die Substitution fossiler Energieträger angestrebt werden, führt kein Weg daran vorbei, die Voraussetzungen dafür zu schaffen. Der Markt allein, kann das nicht schaffen.»

Stefan Engler, Ständerat

Wasserkraft. Endlich sollen in unserem Kanton die Wasserkraftwerke Chlus und die Lugnez-Überleitung gebaut und nicht weiter verzögert werden. Zudem besteht erstmals für den Bau des Pumpspeicherkraftwerks von Lago Bianco eine gesetzliche Grundlage für die Finanzierung. Das ist ein grosser Fortschritt in der schweizerischen Elektrizitätsgesetzgebung. Die Vorteile dieses Gesetzes überwiegen die Nachteile.»

Martin Schmid, Ständerat



Mit uns bleiben Ihre Mitarbeitenden in Balance.

Betriebliche Gesundheitsförderung auf Bündner Art.



oekk.ch/bgf

Die Versicherung mit
gesundem Bündnerverstand.

ÖKK



Mercedes-Benz

The space is yours.

Die neue V-Klasse und der neue vollelektrische EQV. Kompromissloser Komfort, hochwertiges Design, intuitives Infotainment und eine Grossraumlimousine, die perfekt zu Ihnen passt. Mehr entdecken auf mercedes-benz.ch



RING GARAGE SAGA

Ringstrasse 5-9, 7007 Chur

Wirtschaft fordert Anpassungen beim Klimafondsgesetz

Der Bündner Gewerbeverband befürwortet im Grundsatz das Ziel des Aktionsplans Green Deal für Graubünden. Er äussert sich im Rahmen der Vernehmlassung zusammen mit den anderen Wirtschaftsverbänden tendenziell kritisch gegenüber dem Klimafondsgesetz. Ob mit der in der Vernehmlassung vorgelegten Vorlage eine ökologische und wirtschaftliche Wirkung im Sinne des Green Deal erzielt werden kann, ist fraglich. Trotzdem wird die Vorlage unterstützt, vorausgesetzt, die angebrachten Anpassungen an der Vorlage werden vorgenommen.

Bl. Die Dachorganisationen der Wirtschaft Graubünden (DWGR) haben bereits 2021 in einem Positionspapier festgehalten, dass ein zukunftsgerichtetes Wirtschaftsprogramm beim Green Deal in den Fokus zu stellen ist. Neben dem Klimaschutz sind neue Technologien und Prozesse in den Vordergrund zu stellen, welche die natürlichen Ressourcen weniger belasten und die nachhaltige Wirtschaft begünstigen. Graubünden hat in diesem Bereich wirtschaftliches Potenzial vorzuweisen. Dabei sind in erster Linie gute Rahmenbedingungen sicherzustellen und erst in zweiter Linie Förderbeiträge bereitzustellen. Die konsequente Ausrichtung der Technologietransfermechanismen auf die Unternehmen sowie die Wahrung der Technologieneutralität und des Wettbewerbsprinzips müssen bei den Fördermassnahmen sichergestellt werden. Der Auftrag Wilhelm (Green Deal) und der Auftrag Brunold (Rahmenbedingungen Green-Tec-Cluster) sind gleichermaßen als Grundlage für die Ausrichtung des Gesetzes zu verwenden. Entsprechend sollen der Zweck und die Ziele des Gesetzes im Sinne der Wirtschafts- und Innovationsförderung sowie der Ressourceneffizienz ergänzt werden.

Regulierungen abbauen

Die Vorlage verzichtet auf neue Verbote und Regulierungen, was zu begrüßen ist. Im Rahmen der vorliegenden Vorlage sind darüber hinaus bestehende falsche Anreize und Regulierungen in Spezialgesetzgebungen abzubauen. Vielfach sind nicht die finanziellen Mittel das Hindernis für Investitionen, sondern

abschreckende Regulierungen und Fehlanreize. Die dem Kanton zur Verfügung stehenden Spielräume gilt es zu nutzen. In diesem Zusammenhang beantragen die DWGR die Einführung eines sogenannten «Experimentierartikels» im Rahmen des Klimafondsgesetzes zu prüfen. Weiter weisen die DWGR darauf hin, dass der Gesuchs- und Controlling-Prozess so einfach wie möglich zu gestalten ist. Schlussendlich beantragen die DWGR, das Klimafondsgesetz zeitlich zu befristen.

Die Schaffung einer Spezialfinanzierung zur Finanzierung, wie in der Vernehmlassungsvorlage vorgesehen, wird von den DWGR abgelehnt. Entsprechende Mittel sind über das ordentliche Budget zur Verfügung zu stellen. Die Finanzierung kann wie bei der ersten Etappe des Green Deal über mehrere Verpflichtungskredite oder über einen Rahmenverpflichtungskredit unter Beachtung der regulären Finanzkompetenzen erfolgen. Die Fördermittel für das Klimafondsgesetz sind gegenüber anderen Staatsaufgaben nicht zu bevorzugen. Die bis 2050 benötigten Mittel von rund 36 Millionen Franken pro Jahr sollen mehrheitlich über den kantonalen Finanzhaushalt alimentiert werden. Die vorgesehene Alimentierung des Kredits über einen LSVA-Anteil sowie die Verwendung von Mitteln aus dem frei verfügbaren Eigenkapital können im Grundsatz unterstützt werden. Weitere Finanzierungsquellen, insbesondere neue oder höhere Gebühren sowie Steuererhöhungen, werden kategorisch abgelehnt. Neue Steuern und Abgaben würden den Wirtschaftsstandort Graubünden als Randregion bedeutend schwächen. Die Unternehmen und deren Wettbewerbsfähigkeit würden in unverantwortlicher Art und Weise zusätzlich belastet.

Gleichbehandlung bei den Massnahmen

Die DWGR haben im Rahmen der Vernehmlassung detailliert zu den einzelnen Fördertatbeständen Stellung bezogen. Zentral ist, dass Unternehmen, welche schon im Bereich der Fördertatbestände aktiv geworden sind, nicht schlechter gestellt werden. Ausserdem fehlt bei einzelnen Fördertatbeständen die Technologieoffenheit (Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge sowie die Bauten aus Holz), was anzupassen ist. Des Weiteren sollen die Fördertatbestände insbesondere für die Bereiche



Wasserstoffproduktion in den Alpen.

Wirtschaftsförderung, Wissens- und Technologietransfer sowie Höhere Berufsbildung ergänzt werden. Letztlich dürfen bei der Förderung von Klimaanpassungsmassnahmen keine einzelnen Branchen bevorzugt werden.

Darlehen statt Subventionen

Die finanziellen Mittel sind mittels Förderinstrumenten effizient einzusetzen. Wo sinnvoll, sollen aus Sicht der DWGR insbesondere Darlehen und Bürgschaften gewährt werden. Es gilt, bewährte Finanzierungsinstrumente wie KMU-Bürgschaften einzusetzen. Solche Finanzierungsinstrumente erreichen vielfach eine höhere Wirkung und zeigen weniger Mitnahmeeffekte als Direktbeiträge. Zur Vernehmlassungsantwort: www.dwgr.ch

Vernehmlassung zur Umsetzung der OECD-Mindeststeuer

Der Kanton Graubünden hat als einer der ersten Kantone eine gesetzliche Grundlage zur Umsetzung der OECD-Mindeststeuer vorgelegt. Der BGV begrüsst dieses rasche Vorgehen. Im Rahmen der Vernehmlassung haben die Dachorganisationen der Wirtschaft, darunter der BGV, Stellung zur Vorlage bezogen. Wir begrüßen ausdrücklich die vorliegende Umsetzung der OECD-Mindeststeuer mit den darin vorgesehenen, für den Kanton Graubünden notwendigen Standortförderungsmaßnahmen.

Zur Stellungnahme:

www.dwgr.ch



«Für gute Qualität sind die Gäste bereit, mehr zu bezahlen»

Um Graubünden im globalen Tourismusgeschäft besser zu positionieren und die Kräfte zu bündeln, wurde vor 20 Jahren die Marke Graubünden lanciert.

Graubünden Ferien als Marketingorganisation wurde 2009 als Nachfolgerin des über 100-jährigen Verkehrsverein Graubünden ins Leben gerufen. Dabei wurden die über 100 Verkehrsvereine in heute noch 18 Destinationen zusammengeschlossen. Diese strukturellen Anpassungen sowie die Steigerung der Qualität bei den Leistungserbringern aus dem Tourismus haben massgeblich dazu beigetragen, dass der Bündner Tourismus heute sehr gut aufgestellt ist.

rw/Bl. Über die Entwicklung und die Zukunft des Tourismus in Graubünden hat das Bündner Gewerbe mit zwei ausgewiesenen Kennern gesprochen: Jürg Domenig ist seit über 30 Jahren Geschäftsführer von HotelierSuisse Graubünden. Martin Vincenz leitet seit September 2016 als CEO die Geschicke von Graubünden Ferien.

Zum Einstieg: Wie geht es dem Bündner Tourismus?

Jürg Domenig: Dem Bündner Tourismus geht es erstaunlich gut. Seit Corona geht es aufwärts. Während der Pandemie haben wir aufgrund des starken Gästesegments aus der Schweiz profitiert. Die Gäste aus Europa und den Fernmärkten nehmen zwar wieder zu. Gleichzeitig konnten die Preise gesteigert werden. Die Kaufkraft der Gäste hat zugenommen. Dies zeigte sich in diesem Winter bei den amerikanischen Gästen, die weniger preissensitiv sind. Das ist erfreulich.

Martin Vincenz: Der zu Ende gehende Winter ist sehr gut verlaufen. Die Zahlen der Logiernächte sind gut, insbesondere wenn man die Parahotellerie einbezieht. Der Tourismus hat sich gut erholt von den verschiedenen Krisen, die ich in der Zeit als CEO von Graubünden Ferien erlebt habe.

Geht es auf diesem hohen Niveau weiter?

Vincenz: Die Prognosen zeigen auch für den Sommer eine leichte Steigerung gegenüber dem letzten Jahr. Der Schweizer Markt ist stabil. Gleichzeitig wachsen die Fern-

märkte. Die Gäste aus Asien haben sich im letzten Jahr verdoppelt, Gäste aus den USA noch viel stärker zugenommen. Ich hoffe, dass wir in ferner Zukunft die Grenze von 3 Millionen Logiernächte in der Sommersaison erreichen werden.

Was muss passieren, dass wir diese Grenze erreichen?

Vincenz: Wir sind mit unseren Schweizer Gästen glücklich. Diese sind eine wichtige Basis für den Bündner Tourismus. Wachsen können wir hauptsächlich im Segment mit ausländischen Gästen, vor allem aus den Fernmärkten Amerika und Asien. Da wir mit der Diversifizierung der Gäste in Graubünden spät begonnen haben, haben wir hier Potenzial. Wir möchten nachhaltig wachsen und für Individualtouristen attraktiv bleiben – nicht für Gruppenreisen. Zustände wie in Luzern und Interlaken wird es in Graubünden auch in Zukunft nicht geben. Wir müssen es schaffen, die neuen Gäste über das ganze Jahr zu verteilen.

Graubünden hat bei den Hotelbetten eine Jahresauslastung von knapp 40 Prozent. Während rund 220 Nächten pro Jahr bleiben die Betten in den Hotels leer. Wie erhalten wir eine bessere Auslastung ausserhalb der Hochsaison?

Domenig: Mit der Fernmärkte-Kampagne zusammen mit Graubünden Ferien möchten wir erreichen, dass mehr Gäste im Sommer nach Graubünden kommen. Insbesondere Gäste aus den USA und den Golfstaaten, sollen aufgrund der hohen Temperaturen im Sommer kommen, wo es vergleichsweise kühler ist. Unsere Höhe ist ein Pluspunkt – im Winter wie im Sommer. Interessanterweise kommen aus diesen Fernmärkten aktuell auch mehr Gäste im Winter. Gäste aus China zeigen sich noch verhalten. Andere asiatische Länder wie Singapur, Thailand und Indien haben dagegen Interesse und kommen wieder vermehrt nach Graubünden.

Können Sie uns dazu Zahlen nennen?

Vincenz: Der Schweizer Markt bildet je nach Destination die Basis mit 50 bis 80 Prozent der Gäste, gefolgt von der EU mit 20 bis 30 Prozent. 5 bis 10 Prozent kommen aus den Fernmärkten, entsprechend haben

wir hier erhebliches Potenzial. Diese Gäste kommen aber selten nur nach Graubünden. Die Bedeutung der Positionierung innerhalb der Europa-Reise von Fernmarkt-Gästen ist daher von grosser Wichtigkeit. Sie sind in der Regel wohlhabend, geben viel Geld aus und tendieren dazu, längere Aufenthalte zu buchen, was sie attraktiv macht. Wir müssen künftig flexibel auf Marktveränderungen reagieren. Die Qualität der Infrastruktur und das Engagement für nachhaltigen Tourismus sind Schlüsselfaktoren für den anhaltenden Erfolg.

Was hat zum Erfolg des Bündner Tourismus beigetragen?

Vincenz: Das Image als Feriendestination ist besser als vor 20 Jahren. Dazu hat auch die Markenkommunikation beigetragen. Die Qualität konnte fast überall gesteigert werden, bei den Hotels, den Bergbahnen und in der Gastronomie. Die Krisen haben die Betriebe betriebswirtschaftlich gefordert. Die meisten Leistungserbringer sind gestärkt aus den Krisen gekommen. Der Ertragswert von vielen Hotels konnte gesteigert werden, trotz der Währungsproblematik und der Coronapandemie.



Jürg Domenig (Geschäftsführer HotelierSuisse Graubünden).

Domenig: Die Wertschöpfung konnte gesteigert werden, sodass auch mehr investiert werden kann. Auch die Zusammenarbeit im Tourismus ist besser geworden. Wir haben bei den Logiernächten zwar weniger Gäste als vor 30 Jahren, als ich beim damaligen Bündner Hotelierverein angefangen habe. Die Branche verdient aber mehr Geld mit diesen Gästen.

Die Marke Graubünden ist angesprochen. Welchen Einfluss hat sie auf den Tourismus in Graubünden?

Vincenz: Neben Graubünden Ferien und der Marke Graubünden haben auch die Leistungserbringer und die Destinationen dazu beigetragen, dass der Tourismus erfolgreich unterwegs ist. Im Marketing sind wir weg vom Märketmarketing Richtung Themenmarketing gegangen. Graubünden Ferien bearbeitet beispielsweise nicht mehr den Markt in Belgien, sondern den Markt für Biking. Die Biker reden nicht belgisch, dafür «bikerisch» und dies weltweit.

Reicht gute Werbung, um Gäste nach Graubünden zu holen?

Vincenz: Die Angebotsentwicklung ist zentral im Tourismus. Graubünden Ferien hat sich 2016 die Strategie gegeben, zusammen mit den Destinationen und den Leistungserbringern in der Angebotsentwicklung tätig zu werden. Trends müssen auf

dem Radar sein und konkrete Angebote für die Gäste frühzeitig entwickelt und auf den Markt gebracht werden. Touring und Nordic sind neben Biking Themen in der Angebotsentwicklung, mit denen wir uns befassen. Schlussendlich ist aber die Natur die Grundlage für die meisten Angebote. Ohne die wunderbare Landschaft gäbe es keinen florierenden Tourismus bei uns. Dies war in den Anfängen des Tourismus in Graubünden vor über 150 Jahren der Fall, ist es heute und wird es auch in Zukunft sein.

Domenig: Daneben ist die Qualität der Angebote zentral. Der Gast will verwöhnt werden und sucht gewisse Werte, er sucht ein einmaliges Erlebnis. Die Wertschätzung und Aufmerksamkeit gegenüber dem Gast sind wichtig, gerade in der gehobenen Hotellerie heutzutage ein Muss. Der Gast ist dann auch bereit, dafür mehr zu bezahlen.

Wie gut funktioniert die Zusammenarbeit im Tourismus?

Vincenz: Die Zusammenarbeit funktioniert besser als vor 20, 30 Jahren. Die Tourismuspolitik hat am richtigen Ort angesetzt, früh eine gemeinsame Marke geschaffen und Anreize für grössere Destinationen gesetzt. Früher hatten wir über 100 Verkehrsvereine, heute noch 18 Destinationen. Die Zusammenarbeit ist zentral, der Tourismus ist ein Gesamtsystem. Der Gast möchte heute durchgängig auf seiner Gästereise begleitet werden. Er möchte seine Ferien erleben, Emotionen haben. Und man muss einhalten, was man verspricht. Wie die Destinationen organisiert sind, interessiert den Gast nicht. Potenzial für eine bessere Zusammenarbeit gibt es aber auch heute noch.

Domenig: Zum Glück konnten wir die Strukturen anpassen, sonst wären wir heute nicht da, wo wir sind. Grösse ist aber nicht immer alles. Kleine und grosse Destinationen, Bergbahnen und Hotels ergänzen sich gut. Klar, wir haben mit dem Oberengadin, Davos, Arosa/Lenzerheide und Flims/Laax vier Regionen, die stark sind. Die kleinen Destinationen sind aber genauso wichtig. Wichtig ist, dass eine Destination finanziell leistungsfähig ist und alle zusammenarbeiten. Die gesamte Dienstleistungskette muss mitmachen. Wenn man gut gegessen und getrunken hat, man danach vom Busfahrer aber unfreundlich behandelt wird, dann ist das Erlebnis am Ende negativ. Daran arbeiten wir seit Jahren und haben im Bereich der Gastfreundschaft gute Fortschritte gemacht.

In der Hotellerie gibt es fast gleich viele Betriebe wie früher. Fand hier keine Bereinigung der Strukturen statt?

Domenig: Wertschöpfungsschwache Betriebe werden heute vermehrt von einem Mitbewerber übernommen. Was man beobachten kann, ist, dass die Hotels tendenziell kapazitätsmässig grösser geworden sind. Wir haben aber einen guten Mix aller Kategorien. Es braucht nicht nur die grossen Fünfsternehotels, sondern auch kleinere Beherbergungsbetriebe. So findet jeder Gast, was zu ihm passt. Von den 600 Hotels haben wir in Graubünden mit Abstand am meisten 3-Sterne-Hotels. Die Bündner Hotellerie erwirtschaftet pro Jahr rund eine Milliarde Franken. Viel Geld davon fliesst über Lieferanten und Investitionen in die Wirtschaft zurück.

Wer investiert heute in Hotels?

Domenig: Das sind unterschiedliche Investoren. Viele Hotels investieren aus dem erwirtschafteten Ertrag. Nachdem in den Jahren 2010 bis 2012 sehr wenig gemacht wurde, haben die Investitionen seitdem angezogen. Es gibt wieder Hoteleröffnungen, der Glaube in den Tourismus im Kanton ist wieder da. Es lohnt sich heutzutage, wieder in ein Hotel zu investieren. Die Investoren haben Freude an einem Hotel. Natürlich müssen auch die Zahlen stimmen. Den Mäzenen, der Geld in ein Hotel investiert und laufend Defizite deckt, den gibt es langfristig nicht.

Am Arbeitskräftemangel kommt derzeit auch der Tourismus nicht vorbei. Was unternehmen die Arbeitgeber, um genügend Personal zu haben?

Domenig: Viele Hotels waren in den beiden letzten Wintern unterbesetzt, im Durchschnitt wurden sie mit fünf Prozent zu wenig Fachpersonal betrieben. Gemäss einer Studie, die wir zusammen mit der FHGR bei 2000 Arbeitnehmenden durchgeführt haben, sind für die Zufriedenheit der Mitarbeitenden die Wertschätzung und die Kollegialität im Betrieb zentral. Arbeitsbedingungen und Lohn scheinen im Tourismus zufriedenstellend zu sein. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Wohnungssituation. Wenn ein Hotel seinen Mitarbeitenden eine Wohnung anbieten kann, ist es im Vorteil. Heute reicht ein Personalzimmer nicht mehr. Der Arbeitnehmermarkt herrscht auch im Tourismussektor. Mitarbeitende wechseln dorthin, wo sie das beste Angebot bekommen.



Martin Vincenz
(CEO Graubünden Ferien).





FH GR Fachhochschule Graubünden

Infotage Chur
31.10.2024 &
2.11.2024

Ein Studium wie ich.

Jetzt anmelden
fhgr.ch/infotag

Bilden und forschen. **graubünden**

The image shows a person standing on a mountain peak with their arms raised, next to large white letters spelling "YES!". The background is a scenic mountain landscape at sunset. The FH GR logo and name are in the top left. A red circular badge in the top right contains the dates for the infotage. The tagline "Ein Studium wie ich." is centered at the bottom. A QR code and registration link are in the bottom left. The FH GR logo is also present in the bottom left. The tagline "Bilden und forschen. graubünden" is in the bottom right.

KMU-Lehrgang für Geschäftsleute

Bündner Gewerbeverband
Unione grigionese delle arti e mestieri
Unìun grischuna d'artisanadi e mastergn



Hoher Praxisbezug

Transfer in
den Arbeitsalltag

Erfahrungsaustausch

20 Prozent Rabatt
für BGV-Mitglieder

Wann: August 2024 bis Juni 2025

Wo: Unterricht am Dienstagnachmittag in Chur

Wer: Geschäftsführer/-innen, Mitarbeitende KMU

Anmeldung bis 15. Juli 2024: www.kgv-gr.ch/kmu-lehrgang


drucki.ch



Wir
lieben
Papier.



Loetscher
& CO AG SCHIERS

Schreinerei
Zimmerei
Fensterbau

Telefon 081 328 11 39
Mail: loetscher@loetscher-holzbau.ch
loetscher-holzbau.ch

EUGENIO
Einrichtungskonzepte



lista office **LO**
Chur Näfels eugenio.ch

CIOCCARELLI



THUSIS • CHUR

Plattenbeläge
Mosaikbeläge
Natursteinbeläge
Kunststeinbeläge
Fassadenbau
Ausstellung

T 081 651 11 53
www.cioccarelli.ch

Wir beraten Unternehmer.

CHUR

THUSIS

ST. MORITZ

WITTENBACH

T 081 257 02 57

bmuag.ch

TREUHAND | SUISSE

COMMUNICAZIUN CH
DIE MANUFATUR

**Die komplette Klaviatur
der Kommunikation**

**Mehr Möglichkeiten,
mehr Erfolge.
Für alle, die alles wollen.**

glennerstrasse 17 · 7130 ilanz
filiale sommeraustasse 32 · 7007 chur
werbetechnik via fussau 8 · 7130 ilanz
081 925 27 00 · info@communicaziun.ch
communicaziun.ch

f i l n

Für die Lehre nach Graubünden umziehen

Die EHL Hotelfachschule Passugg bietet von der beruflichen Grundausbildung über die Höhere Fachschule bis zur Fachhochschule alle Möglichkeiten für eine Hotellerie-Laufbahn. Rund die Hälfte der Lernenden, welche hier die Lehre absolvieren, kommen von ausserhalb Graubündens. Für die Schulleiterin Beatrice Schweighauser ist die HoKo-Lehre eine Erfolgsgeschichte aus Graubünden.

rw. Die idyllisch gelegene Hotelfachschule in Passugg gehört seit 2013 zur *École hôtelière de Lausanne* (EHL Group), welche über weitere Standorte in Lausanne und Singapur verfügt. Beatrice Schweighauser, Mitglied der Geschäftsleitung und Schulleiterin an der Hotelfachschule, verweist auf die Geschichte und Bedeutung der Schule in Passugg. «Wir bilden seit über 50 Jahren erfolgreich Fachleute für die Hotellerie und Gastronomie aus.» Schweighauser, diplomierte Hotelière und Schulleiterin, verfügt über eine mehr als 30-jährige Erfahrung in der Hotellerie und ist eine Bildungsexpertin mit Leidenschaft. Die Schule zeige exemplarisch, so Schweighauser, die Durchlässigkeit des Bildungssystems in der Schweiz auf. Beginnend mit der Lehre kann ein HF-Diplom und danach in drei weiteren Semestern der Bachelor-Abschluss erworben werden – und dies an der gleichen Schule. Diese Möglichkeit nehmen auch viele ehemalige Lernende wahr.

Internationale Ausstrahlung

Die Aussage auf der Webseite der EHL ist klar und unmissverständlich: «Wir sind Mitglied der weltweiten Nummer 1 unter den Hotelmanagement Schulen.» Schweighauser wehrt sich entschieden dagegen, eine elitäre Schule zu sein, wie das die Werbe-Botschaft vermuten lässt. «Unsere Türen stehen allen offen, und wir bilden die Hotelberufe auf allen Stufen aus.» Die Qualität der Ausbildung und der Betreuung stehen dabei im Vordergrund. Die Ausstiegsrate der Hotel-Fachleute sei gering. Das spreche für sich und freue sie sehr, erklärt Schweighauser. Die Studierenden der höheren Fachschule kommen aus 37 Nationen, gerade mal 14 Prozent kommen aus Graubünden. Sie ist besonders stolz, dass auch für die Berufs-

lehre als Hotel-Kommunikationsfachfrau/-mann (HoKo) die Hälfte der Lernenden von ausserhalb Graubündens kommen. Während des Schulsemesters wohnen die meisten im Campus in Passugg. Auf allen Ausbildungsstufen sind Praktikumseinsätze ein wichtiger Bestandteil der Ausbildung. Insgesamt arbeitet die Schule mit 130 Hotels in der Schweiz, China, Thailand, Kanada, Niederlande, Österreich, Deutschland, Frankreich, Italien und vielen anderen Ländern für die Praktika zusammen.

Die Lehre aus Graubünden

Die HoKo-Lehre, die es seit 2017 gibt, ist aus der ehemaligen kantonalen Lehre an der Gastgewerblichen Fachschule Graubündens als «Hotel- und Gastronomiefachfrau/-mann» hervorgegangen. Schweighauser hat an der Entwicklung des neuen Lehrberufs, welche rund fünf Jahre in Anspruch genommen hat, mitgearbeitet. Die neue Lehre hat sich bei den Hotelbetrieben und Lernenden bewährt. «Bereits nach einem Jahr waren die beiden Klassen an der EHL ausgebucht und dies ist bis heute so geblieben», erklärt Schweighauser nicht ohne Stolz. Die Hotel-Kommunikationsfachpersonen werden vielseitig in den Bereichen Rezeption, Marketing, Küche, Service und Hauswirtschaft zu Gastgebern ausgebildet. Die Lernenden sollen für die verschiedenen Arbeiten in einem Hotelbetrieb ausgebildet werden. «Dabei stehen immer die Gäste und ihre Bedürfnisse im Mittelpunkt», erklärt Schweighauser. Bei der Lehre handelt es sich um eine moderne attraktive Ausbildung, welche die Jugendlichen von heute anspreche und auf die Bedürfnisse der Hotellerie ausgerichtet sei.

Lehrvertrag mit der Schule

Die Lehre erfolgt an der EHL Campus Passugg nach dem Modell der schulisch organisierten Grundbildung, der sogenannten SOG. Der Lehrvertrag wird mit der EHL Passugg, welche die Berufsfachschule ist, abgeschlossen. Die Hälfte ihrer drei Ausbildungsjahre leben und lernen die Lernenden darum auf dem Campus – gemeinsam mit Studenten aus den HF- und Bachelor-Lehrgängen. «Der Vorteil ist, dass sie sich mit diesem Modell in ihren Themen fokussiert einarbeiten und dies in ihren Praktika anwenden können», erklärt Schweighauser.



Beatrice Schweighauser

Die Lernenden beginnen im August ihre Lehre mit einem Semester Schule in Passugg, starten dann im Dezember vor der Wintersaison in einem Hotelbetrieb für ein sechsmonatiges Praktikum. Für die Auszubildenden aus Graubünden werden die Ausbildungskosten (ohne Unterkunft) von 7500 Franken pro Semester vom Kanton übernommen. Nicht alle Kantone übernehmen die Ausbildungskosten. In einigen müssen die Eltern der Lernenden die Ausbildungskosten selbst tragen. «Die HoKo-Lehre im SOG-Modell ist eine Bündner Erfolgsgeschichte, weil sie mithilft, den latenten Mangel an Fachkräften in der Hotellerie zu entschärfen.» Man biete eine attraktive und modulare Grundbildung an, die den jungen Leuten eine Zukunft in der Branche gebe – eine 360-Ausbildung ohne Sackgasse.



Die EHL Hotelfachschule Passugg ist idyllisch gelegen.

EHL Hotelfachschule Passugg

Gründungsjahr: 1966

Anzahl Mitarbeitende und

Dozierende: 91

Anzahl Schüler/innen und

Student/innen: 422

Ausbildungen: Hotel-Kommunikationsfachfrau/-mann EFZ, Dipl. Hotelier/e-Gastronom/in HF, Bachelor of Science in International Hospitality Management



GARAGEGUT

ADI
WERKSTATT

TOM
VERKAUF

THOMAS
GESCHÄFTSLEITUNG

ROGER
VERKAUF

KURT
ANNAHME



Ihr Team mit 293 Jahren
Mercedes Erfahrung

Untere Industrie 6 | 7304 Maienfeld

Mercedes-Benz

AMG
PERFORMANCE CENTER



Gewusst wie...

Wir planen, bauen und unterhalten Ihre Sanitär-
und Heizungsanlagen! Was es alles dazu braucht?
Ihr Vertrauen und unser «Gewusst wie».

gBrunner

Haustechnik AG



Domat/Ems

081 650 31 31

www.gbrunner.ch



ZENTRALWÄSCHEREI Chur

Damit Sie sich um Ihre wesentlichen Kernaufgaben kümmern können,
bieten wir Ihnen massgeschneiderte Wäschevollversorgung
für Gastronomie, Gewerbe und Industrie.

DER PROFI FÜR IHRE BERUFSWÄSCHE



Pulvermühlestrasse 84 | 7000 Chur | Fon 081 286 03 03 | info@zwc.ch | www.zwc.ch

Hotel «Chastè» ist das beliebteste Hotel

Gemäss den Gäste-Bewertungen von Holiday Check mit 752 000 Teilnehmern ist das Schlosshotel «Chastè» in Tarasp das beliebteste Hotel der Schweiz. Es erreicht die Maximalbewertung von 6,0 und eine Weiterempfehlungsrate von 100 Prozent. Der BGV gratuliert seinem Mitglied zu dieser Auszeichnung. In die Top Ten des Holiday-Check-Awards haben es weitere BGV-Mitglieder geschafft: «Schweizerhof» und «Privà Alpine Lodge» in Lenzerheide sowie «Waldhaus» in Sils.

Besichtigung Campus der Integra Biosciences

Mitgliederangebot

Am Dienstag, 28. Mai, haben BGV-Mitglieder die Möglichkeit, den neuen Campus der Integra Biosciences in Zizers zu besuchen. Die Erweiterung des Firmensitzes zu einem Innovations- und Produktionsstandort bietet Platz für rund 400 Mitarbeitende. Der Anlass findet in Kooperation mit dem HGV Landquart von 17.00 – 18.30 Uhr mit anschliessendem Apéro statt.

Anmeldung unter: www.kmuzentrum.ch/event/expedition-integra

«Economia»-Anlass zu «Unternehmensnachfolge»

Der diesjährige öffentliche Anlass der Dachorganisationen der Wirtschaft Graubünden widmet sich dem Thema «Unternehmensnachfolge» und findet am 29. August im GKB-Auditorium in Chur statt. Neben Fachreferaten werden durch Praxisbeispiele aus der Bündner Unternehmenslandschaft verschiedene Möglichkeiten der Unternehmensnachfolge aufgezeigt. Die Veranstaltung wird von Peter Röthlisberger, dem Moderator der TV-Sendung «Economia – der Wirtschaftstalk», geleitet. Anmeldungen sind ca. ab Mitte Juli über die Webseite www.hkgr.ch möglich.

Auszeichnung für Zindel United

Das Maienfelder Unternehmen Zindel United, welches im Jahr 2019 den BGV-Innovationspreis erhalten hat, hat den diesjährigen «Prix SVC Ostschweiz» des Swiss Venture Club erhalten. Das in achter Generation geführte Unternehmen deckt alle Dienstleistungen des Baugewerbes ab: Von der Idee über die Finanzierung und Pla-

nung, den Rückbau und die Sanierung bestehender Bauten bis hin zu Neubauten, Unterhalt und die dafür notwendige Logistik. Zindel United wurde insbesondere für seine Bestrebungen im Bereich der Kreislaufwirtschaft – einheimische Rohstoffe und erster CO₂-neutraler Beton der Schweiz – ausgezeichnet.



Arbeitsbewilligungen online

Arbeitgebende oder ausländische Personen können neu ihre Ausweisesuche beim Kanton auch online stellen. Das Amt hat ein entsprechendes Online-Portal eingerichtet, das sowohl die Beantragung von Verlängerungen als auch von erstmaligen Bewilligungen online möglich macht. Auf der BGV-Webseite haben wir die wichtigsten Informationen zur Anstellung von Arbeits-

kräften publiziert. Auf der BGV-Webseite haben wir die wichtigsten Informationen zur Anstellung von ausländischen Arbeitskräften publiziert.

www.kgv-gr.ch/gut-zu-wissen

Zum Onlineportal:



Wirtschaftsforum Südostschweiz

Das diesjährige Wirtschaftsforum Südostschweiz findet am Dienstag, 27. August 2024, ab 13.30 Uhr in der Stadthalle Chur statt. Gäste aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft werden das diesjährige Motto «Innovativ und intelligent in die Zukunft» aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchten. Unter den Referenten sind Urs Hartmann (CEO Integra Biosciences),

Rudolf Minsch, Chefökonom von economiesuisse oder die ehemalige Bundesrätin Doris Leuthard. Dank der Partnerschaft des BGV mit dem Wirtschaftsforum profitieren BGV-Mitglieder von 20 Prozent Rabatt auf den Eintritt:

www.wifo-suedostschweiz.ch

Mitgliederangebot



assepro.com



Ihr regionaler Broker für KMU. Lokal verankert, zentral unterstützt.

Wir haben für **fast** alles die passende Versicherungslösung.



Ihr Gas(t)geber für Wartung und Verkauf von Lastwagen, Omnibussen, Transportern



Auch in Sachen Elektro-Mobilität profitieren Sie von unseren Komplettlösungen – dies bei Kauf und Miete.

ARCHITEKT FÜR ELEKTRIFIZIERUNG

Wir geben Ihnen eine praxisstarke 360°-Unterstützung zu allen Fragen wie Lade-Infrastruktur, Routenplanung oder Reichweitenoptimierung. Und für die anspruchsvollen Hochvolt-Wartungs- und Reparaturarbeiten sind wir bestens vorbereitet.

www.thomannag.com



VOLVO IVECO

SETRA

OMNIPLUS VANHOOL



boschung

FUSO

SCHMERIKON: Verkauf & Service Renault Trucks/Volvo Trucks, Service Van Hool, Mercedes-Benz Trucks/Vans/Setra Omnibusse/Unimog/OMNIplus/
MAN BusTopService/FUSO. CHUR: Verkauf & Service Renault Trucks/Volvo Trucks/IVECO Daily, Service IVECO/Volvo Bus/Van Hool/Boschung.
FRAUENFELD: Verkauf & Service Renault Trucks/Van Hool. ARBON: Verkauf & Service Renault Trucks/VDL Bus & Coach, Service Van Hool.

Schutz gegen Cyberangriffe

In die Medien schaffen es nur die spektakulären Fälle, also Datenlecks und Datenklau im grossen Stil. Das erweckt bei vielen den Eindruck, Cyberkriminalität sei ein Thema, das nur grössere Firmen betrifft. Das ist leider falsch, die Zahl der Fälle nimmt laufend zu. Auch KMU sind betroffen und zuweilen besonders leichte Beute.

Digitale Kriminalität (Cyberkriminalität) hat viele Gesichter. Wir allen kennen diese Nachrichten im privaten Mailingang, mit denen uns ein unbekannter, aber wohlmeinender Mensch an seiner Millionenerbschaft oder seinem Kryptovermögen beteiligen möchte. Nicht jeder Betrugsversuch ist so einfach zu durchschauen. Zudem sind Angriffe auf Unternehmen in der Regel etwas ausgefeilter, sie erfolgen aus dem Hinterhalt und nutzen unterschiedliche (technische) Einfallstore. Und wenn Cyberkriminelle die Schwachstellen im Informationssystem einer Firma entdeckt und überwunden haben, ist es für das betroffene Unternehmen schon zu spät. Die Statistiken machen klar, dass parallel zur fortschreitenden Digitalisierung auch die digitalen Angriffe und Betrugsdelikte zügig zunehmen. Nicht zuletzt begünstigt übrigens die vermehrte Nutzung des Homeoffice die Kriminellen, weil es oft an den nötigen Sicherheitsvorkehrungen fehlt.

Es kann jeden treffen

Die Hoffnung, dass für Cyberkriminelle vor allem grosse Unternehmen interessant sind, stimmt nicht. Um es etwas salopp zu sagen, «Kleinvieh macht auch Mist». Nehmen wir als Beispiel eine Bäckerei mit mehreren Filialen. Ein wichtiger Umsatzträger ist das Geschäft mit Firmenkunden, namentlich Lunch-Lieferungen sowie Catering für interne und externe Anlässe. Dieses Geschäft, das mehrheitlich Stammkunden bedient, läuft im grossen Ganzen digital ab. Die Kunden bestellen online. Offert- und Rechnungswesen sind mit dem Bestellsystem verknüpft und funktionieren

weitgehend automatisiert. Auch die Fahrtenplanung für die Auslieferungen wird direkt aus diesem System heraus erstellt. Insgesamt ist das eine sehr interessante Ausgangslage für Cyberkriminelle. Wenn es ihnen gelingt, in das IT-System einzudringen und die Daten verschwinden zu lassen, legen sie auf einen Schlag das ganze Bäckereigeschäft mit den Firmenkunden lahm. Die Bäckerei wird damit leichte Beute für Erpressung. Das Angebot der Cyberkriminellen: Ein sofortiges Lösegeld von 25000 Franken gegen die Rückgabe der Daten. Unter Zeitdruck und mit Blick auf das potenzielle Chaos, den geschäftlichen und den Imageschaden ist die Chance sehr gross, dass die Bäckerei dem Erpressungsversuch nachgibt – sich also gewissermassen mit einem blauen Auge aus der Affäre zieht und den Fall auch nicht an die grosse Glocke hängt.

Ein weiteres «Geschäftsmodell» der Cyberkriminellen ist der Weiterverkauf von gestohlenen Daten an Dritte. Im skizzierten Beispiel der Bäckerei ist der Wiederverkaufswert der entwendeten Daten vermutlich gering. In einem anderen KMU sieht das schon wieder anders aus: Zum Beispiel bei einem Autohändler, in dessen Informationssystem umfassende persönliche und finanzielle Daten seiner Kundschaft gespeichert sind. Der Diebstahl solcher Daten lässt sich für Cyberkriminelle gut in bare Münze umwandeln.

Daten fischen per Mail

Die häufigste Form der Cyberkriminalität kommt auch in Unternehmen unter dem Deckmantel einer falschen Identität daher. Wer kennt sie nicht, diese E-Mails, in denen ein vermeintlich seriöses Unternehmen – ein Kurierdienst, die Post, die Bank – um vertrauliche Daten, Kontoangaben oder die Herausgabe von Passwörtern bittet. Solche Versuche, an die Daten von ahnungslosen Nutzern zu kommen, werden als Phishing bezeichnet. Hier braucht es einerseits organisatorische Massnahmen (z.B. Sensibilisierung der Mit-

www.ncsc.admin.ch:

«Merkblatt
Informationssicherheit
für KMUs».



arbeitenden), andererseits technische Vorkehrungen.

Informationssicherheit im KMU erhöhen

Das System von Cyberkriminellen besteht nicht unbedingt darin, besonders zahlungskräftige Firmen zu betrügen oder zu erpressen. Ihre Bemühungen zielen darauf ab, Schwachstellen in den Informationssystemen zu identifizieren. Je weniger ein System gesichert ist, desto einfacher ist der Zugriff. Eben deshalb muss sich jedes Unternehmen, unabhängig von der Grösse, mit der Sicherheit seiner Informationssysteme befassen. Einen guten Einstieg in die Thematik bietet ein Merkblatt des Nationalen Zentrums für Cybersicherheit (NCSC), einem Kompetenzzentrum des Bundes. Das Merkblatt zeigt im Sinn einer Checkliste auf, was KMU in zwei Bereichen – organisatorisch und technisch – vornehmen können, um sich besser gegen Cyberangriffe zu schützen.

Professionelle Unterstützung

Vertrauenswürdige Fachleute in Ihrer Nähe finden Sie im Online-Mitgliederverzeichnis des Schweizerischen Treuhänderverbands.

➔ www.treuhandsuisse-gr.ch



Sabrina Bundi-Maissen ist Vorstandsmitglied des Schweizerischen Treuhänderverbands TREUHAND|SUISSE, Sektion Graubünden.

TREUHAND | SUISSE





zu den Videoaufzeichnungen
unserer Anlässe

Fachanlässe des BGV stossen auf Anklang

KMU-Impuls: Energie

Am KMU-Impuls-Anlass am 20. Februar haben in der Aula der ibW rund 80 Personen teilgenommen, teils per Livestream. Zum Thema «Energieproduktion in Gewerbe und Industrie» gab es spannende Referate und Praxisbeispiele rund um Fotovoltaik-Anlagen auf Gewerbe- und Industrieliegenschaften. Alle Referate wurden aufgezeichnet und können nachgeschaut werden.



Apéro nach dem Energie-Anlass.

KMU-Impuls: Beschaffungswesen

Die «KMU-Impuls»-Veranstaltung zum Thema «Die Zuschlagskriterien im neuen Beschaffungswesen» fand am 14. März in der Aula der ibW in Chur statt. Die zahlreich anwesenden Unternehmer/innen sowie Fachpersonen der Beschaffungsstellen kamen genauso wie die Live-Stream-Zuseher/innen zu wertvollen Informationen rund um die Umsetzung des neuen Beschaffungswesens in der Praxis.



Referenten Beschaffungs-Anlass.

Fachtagung KMU goes digital

Die vom BGV in Zusammenarbeit mit GRdigital organisierte Fachtagung «KMU goes digital» am 10. April bot Referate und Praxisbeispiele zum Thema «Im Spannungsfeld zwischen Mensch und Technik». Über 100 Besucher/innen verfolgten den Anlass vor Ort in der Aula der ibW in Chur oder per Livestream. Auch nach der dritten BGV-Veranstaltung waren alle Besucher/innen zu einem Netzwerkapéro eingeladen.



Viele Besucher in der ibW-Aula.

Nächster KMU-Lehrgang ab August 2024

Am Dienstag, 20. August 2024 startet der nächste KMU-Lehrgang für Geschäftsleute. Die praxisbezogene Weiterbildung des Bündner Gewerbeverbandes bietet den Teilnehmenden die Möglichkeit, sich Wissen in administrativen und betriebswirtschaftlichen Bereichen eines KMU-Betriebs anzueignen. Angesprochen sind Mitarbeitende und/oder Geschäftsführer/innen, die in einem KMU-Betrieb tätig

sind oder beabsichtigen, eine entsprechende Funktion zu übernehmen. Der Lehrgang eignet sich auch für Quer- und Wiedereinsteiger/innen oder als Auffrischung der vorhandenen Kenntnisse. BGV-Mitglieder erhalten 20 Prozent auf die Lehrgangskosten.

Informationen und Anmeldung

➔ www.kgv-gr.ch/Weiterbildung.html



Für Fragen und weitere Auskünfte steht die Lehrgangsführerin Sabina Wolf zur Verfügung
wolf@kgv-gr.ch,
081 257 03 22

Mitglieder-
angebot

Betriebsliegenschaft finanzieren? Wir bürgen für Sie

BG OST-SÜD Bürgschaftsgenossenschaft für KMU
071 242 00 60 – www.bgost.ch

BGOST
CFSUD

Seminar: «Video-Inserat für Stellenausschreibung»

Mitglieder-
angebot

Heute ist es nicht mehr getan, ein Stelleninserat in einer Zeitung zu publizieren. Auch kleinere Unternehmen kommen nicht darum herum, ihre Mitarbeitenden über die digitalen Medien zu suchen. Im Seminar «Stellenausschreibung im Video-Format selber machen» lernen KMU wie sie mit dem eigenen Handy ansprechende Video-Inserate selber produzieren können, um die richtigen Bewerbenden anzusprechen. Weitere Themen des Seminars sind: Personalgewinnung mit Social Media und Employer Branding. Das Tagesseminar findet am 6. Juni in Chur statt. BGV-Mitglieder erhalten 20 Prozent Rabatt auf die Seminarpreise.



Weitere Informationen und Anmeldung:

Unter KMU-Impuls bietet der BGV zusammen mit der Höheren Wirtschaftsschule Graubünden seinen Mitgliedern neu Kurse und Seminare zu aktuellen Themen an.

Seminare im Mai/Juni:

- ChatGPT-Revolution – andere KI-Modelle: praktisch im Alltag einsetzen können: 29. Mai 2024.
- Finanzielle Führung KMU – Finanzen für Nichtfinanzleute: 18./19. Juni 2024.

➔ www.kmu-impuls.ch



Delegiertenversammlung am 14. Juni in Poschiavo



Die diesjährige Delegiertenversammlung des BGV findet am 14. Juni in Poschiavo statt. Gastgeber der DV ist unsere Sektion im Puschlav, die Associazione Artigiani e Commercianti Valposchiavo. Neben den ordentlichen Jahresgeschäften finden Erneuerungswahlen für den Kantonalvorstand statt. Es sind keine ausserordentlichen Geschäfte traktandiert. Wiederum wird zudem der Innovationspreis des BGV vergeben. Im Anschluss an die Versammlung sind alle zu einem Lunch mit Spezialitäten aus der Region eingeladen.

Einladung und Anmeldung

Die Delegierten und Gäste erhalten eine persönliche Einladung für die DV zugestellt. Es sind alle Mitglieder des BGV, die Delegierten der Sektionen und weitere Mitgliederarten gemäss Artikel 19 der Statuten zur DV zugelassen. Weitere Infos und Anmeldung: ➔ www.kgv-gr.ch/dv

Jahresbericht 2023

Der BGV kann auf ein erfolgreiches Jahr 2023 zurückblicken. Die wichtigsten Informationen zur Arbeit des BGV sind im neuen Jahresbericht zu finden. Dieser steht online zur Verfügung. Zum Jahresbericht:



Sitzung Kantonalvorstand

An der zweiten Sitzung dieses Jahres hat der Kantonalvorstand die Geschäfte für die Delegiertenversammlung vom 14. Juni in Poschiavo vorbereitet sowie die drei Parolen zu den Abstimmungen vom 9. Juni gefasst (siehe Seiten 9, 11 und 13). Die Sitzung fand in den Räumlichkeiten des BIM Center Chur statt. Alexander Fries präsentierte den anwesenden Mitgliedern des Kantonalvorstandes das InnoQube, das neue Innovationszentrum in Chur. Im Anschluss fand eine Besichtigung des «liug. Innovationszentrum» statt, dem neuen Gebäude an der Sommeraustasse in Chur.

BGV-Agenda 2024

Delegiertenversammlung BGV:
14. Juni 2024 in Poschiavo

Anlass der Dachorganisationen der Wirtschaft:
29. August in Chur

Präsidentenkonferenz:
3. Oktober in Chur

KMU-Frauen-Tagung:
25. Oktober



Wirtschaftsforum
Südostschweiz

Innovativ und intelligent in die Zukunft

27. August 2024
Stadthalle Chur

JETZT ANMELDEN

20% Rabatt für BGV-Mitglieder

wifo-suedostschweiz.ch



Urs Hartmann
CEO Integra
Biosciences



Doris Leuthard
Multi-
Verwaltungsrätin



Martin Haas
GL-Mitglied
Microsoft Schweiz



Rudolf Minsch
Chefökonom
Economiesuisse



Reto Schmid
Inhaber
La Conditoria



Mona Vetsch
Moderatorin



Personal-Rekrutierung mit Kampagne «Auszeit»



Tanja Amacher

Rund 150 Personen haben sich im Rahmen der Kampagne «Auszeit» für eine befristete Anstellung im Tourismussektor im Surses beworben. Unter dem Slogan «Val Surses – so nah an einem anderen Job» ist die Kampagne im letzten Herbst aus der Not gestartet. Die Erfolgsgeschichte konnte dank der guten Zusammenarbeit mit den Betrieben umgesetzt werden.

rw. Als im letzten Herbst der «Val Surses Circle» – ein «Stammtisch» zwischen Institutionen, Verbänden und Leistungsträgern – zusammensass, war der Fachkräftemangel das grosse Thema. Im Hinblick auf die Wintersaison 2023/24 fehlte das Personal an Schneesportlehrer/innen in Bivio und Savognin sowie bei den Bergbahnen und Gastrobetrieben. «Es musste etwas passieren, damit wir gut in die Saison starten konnten», erklärt Tanja Amacher. Die Geschäftsführerin der Tourismus Savognin Bivio Albula AG verliess die Runde mit dem Auftrag, eine Kampagne zur Personalgewinnung zu starten.

Kampagne aus der Not entwickelt

Innerhalb weniger Tage wurde von Amacher und ihrem Team sowie der Agentur Geyst die Kampagne «Auszeit» entwickelt. Die Idee dahinter war, Personen anzusprechen, die etwas Neues für eine befristete Zeit ausprobieren möchten. Sie konnten sich dabei auf das Senioren-Projekt aus dem Winter 2020/21 stützen, bei dem man positive Erfahrungen mit Praktika für Ü60-Personen machte. Die Kampagne «Auszeit» wurde rasch umgesetzt: Flyer wurden gedruckt, die sozialen Medien bespielt und auf der Val-Surses-Webseite konnte man sich mittels eines Formulars bewerben. Potenzielle Mitarbeitende wurden beworben mit der

Attraktive Arbeitgeber

Unter der Rubrik attraktive Arbeitgeber porträtiert das «Bündner Gewerbe» Massnahmen von Unternehmen, Verbänden und Organisationen, um dem Arbeitskräftemangel zu begegnen. Interessierte Unternehmen können sich unter weber@kgv-gr.ch melden.

So nah an einem anderen Job.

Bewirb dich jetzt und arbeite dort, wo andere Ferien machen.

Alle Stellenangebote findest du hier: →
oder unter valsurses.ch

Frage: «Bist du daran interessiert, eine Auszeit von deinem Job zu nehmen, um sich einer spannenden Tätigkeit in einem Saisonbetrieb im Val Surses anzunehmen? Oder bist du pensioniert und möchtest wieder einer Tätigkeit nachgehen?». Beim Anmeldeformular konnte man auswählen, ob man als Skilehrer in Bivio, als Maskottchen in Savognin, als Küchenhilfe etc. arbeiten möchte. Die einzige Voraussetzung war, dass man sich mindestens für einen Monat anstellen lassen musste. Was passierte, dafür hat Amacher noch immer keine Erklärung. «Die Resonanz war überwältigend. Wir wurden alle regelrecht überrannt. Damit hatte niemand gerechnet.» Innert weniger Tage trafen rund 150 Bewerbungen und Anfragen ein. Die Bewerbungen wurden an die entsprechenden Betriebe weitergeleitet, vor allem Bergbahnen, Hotels und Restaurants. So konnten vor Saisonstart zahlreiche Stellen als Servicemitarbeiter/in, Hotel-/Restaurantallrounder/in, Küchenhilfe, Skiliftmitarbeiter/in, Schneesportlehrer/in, Mitarbeiter/in Kinderskiparadies und Mitarbeiter/in Bahnanlagen besetzt werden. «Wir hatten den Nerv von vielen Leuten in unterschiedlichen Altersgruppen getroffen», so Amacher. Von Vorteil sei auch gewesen, dass nationale Medien über die Kampagne berichtet hätten.

Noch keine Zahlen zu den Anstellungen

Wie viele Personen am Ende eine «Auszeit»-Anstellung im Val Surses angetreten haben, weiss die Leiterin der Kampagne nicht. «Unsere Kernkompetenz als Destination ist der Tourismus. Wir möchten nicht als Headhunter eine Stellenvermittlung betreiben.» Tourismus Savognin Bivio Albula AG habe nur als Organisatorin gewirkt und an die personalsuchenden Betriebe die Kontaktdaten weitergegeben. «Was ich sagen kann, ist, dass die Kampagne dazu führte, dass die Skischulen alle offenen

Stellen besetzen konnte. Erfreulich ist auch, dass unsere Skischulen vier durch die Kampagne gewonnene Skilehrer für den nächsten Winter wieder engagieren konnte.» Die Wirkung der Kampagne werde im «Val Surses Circle» im Detail noch analysiert. Auch eine Wiederholung sei möglich, entschieden sei aber noch nichts, so Amacher. Über das Bewerbungsportal der Destination können sich Interessierte noch immer melden. Die Tourismusorganisation verarbeitet die Anfragen und leitet diese an personalsuchende Betriebe weiter. Die Kampagne habe innerhalb der Region von allen Seiten viel Zuspruch erhalten. Dies sei nicht immer der Fall, wenn man etwas Neues wage, so Amacher. Die Kosten von 20 000 Franken, welche durch «Tourismus Savognin Bivio Albula AG» getragen wurden, hätten sich jedenfalls ausgezahlt.

Beispiele: Lorina Gräppi und Urs Engesser

Mit Lorina Gräppi und Urs Engesser waren zwei Personen, welche über die Kampagne eine Anstellung in der Val Surses gefunden haben. Sie, eine 19-jährige Bernerin mit Gymi-Abschluss, die in Savognin als Barmitarbeiterin arbeitete und als Maskottchen Flurin auf der Piste anzutreffen war. Er, 64 Jahre alt und ehemaliger Rega-Pilot vom Zürichsee, unterrichtete nach einem zweitägigen Einführungskurs als Skilehrer. Gräppi konnte neue Menschen und eine wunderschöne Gegend kennenlernen. Für Engesser war es eine tolle Möglichkeit, um etwas Neues zu lernen und zu erleben.



Digitale Transformation zweier Destinationen

Die beiden Destinationen und Bergbahnen Arosa und Lenzerheide investieren in die digitale Transformation. Mit dem Angebot «Bike Kingdom» haben sie vorgemacht, wie man sich dank der Digitalisierung erfolgreich am Markt positioniert. Mit dem Projekt al.digital soll die digitale Infrastruktur weiterentwickelt werden.

rw. Mit der Eröffnung der Urdenbahn in der Wintersaison 2013/14 entstand das grösste zusammenhängende Skigebiet Graubündens. Die beiden Ferienregionen Arosa und Lenzerheide gehen seither ihren partnerschaftlichen Weg weiter und vertiefen im Rahmen des Transformationsprojekts al.digital ihre Zusammenarbeit. Dabei steht eine Optimierung von Daten und Prozessen im Mittelpunkt, um ein digitales Ökosystem für die Destination zu entwickeln. Dabei involviert sind auch touristische Leistungserbringer wie Hotels, Restaurants, Skischulen und Anbieter von Freizeitangeboten. Das digitale Gästelerlebnis soll vereinfacht, individualisiert und interessanter gestaltet werden. Die betrieblichen Prozesse der verschiedenen Unternehmen möchte man verbessern und effizienter gestalten. Nebst der Digitalisierung für die Gäste wird auch bei technischen Anlagen und Fahrzeugen auf neuste Technologie gesetzt. Am Berg sind Daten und Digitalisierung auch wichtig, doch seien die Systeme nicht alle miteinander verknüpft, auch aus Sicherheitsgründen, erklärt Projektleiter Kim Carigiet.

Infrastruktur, Prozesse und Menschen

Carigiet gehört einem Team von vier Personen an, welches die Digitalisierungsprojekte der vier Unternehmen Arosa Bergbahnen AG, Arosa Tourismus, Lenzerheide Bergbahnen AG und Lenzerheide Marketing und Support AG koordiniert und vorantreibt. «Einfach erklärt sind es drei Berei-

che, die wir bearbeiten. Erstens die IT-Systeme, das heisst Computer, Drehkreuze, digitale Informationstafeln sowie Webseiten und mobile Applikationen. Das zweite Thema sind die Prozesse, die von manuell bis ins Vollautomatisierte gehen. Und der dritte und wichtigste Bereich, das sind die Menschen dahinter, die Mitarbeitenden und die Gäste. Wenn eines dieser drei Puzzleteile nicht passt, dann funktioniert der Rest auch nicht optimal», so Carigiet. Er spricht von einer komplexen Situation, und der nicht einfachen Aufgabe, alle Bedürfnisse von Destinationen und Leistungserbringern unter einen Hut zu bringen. «Alle sind als einzelne Betriebe selbstständig und gleichzeitig jeder ein Teil des ganzen Ökosystems. Zig Rädchen müssen ineinandergreifen und miteinander drehen, damit die Digitalisierung erfolgreich durchgeführt werden kann. Die Bedürfnisse und Anforderungen der involvierten Projektpartner und der Gäste sind sehr unterschiedlich.» Als Beispiel nennt er die Buchung einer Ferienwoche mit Hotel, Skipässe und Skischule. Dabei sollte nicht nur alles einfach auf der Webseite von Arosa Lenzerheide gebucht werden können. Auch die dahinterstehenden Prozesse sollten möglichst durchgängig und medienbruchfrei durchgeführt werden können. «Die Technik ist meistens das geringste Problem. Eine gemeinsame Datenhaltung und die gemeinsame Pflege der Daten sind technisch gesehen eine Herausforderung», so Carigiet. Herausfordernd sei es auch, die verschiedenen Leistungserbringer auf einen Nenner zu bringen. «Dafür braucht es viel Überzeugungsarbeit, Gespräche und Geduld. Wenn alle den Mehrwert sehen, dann sei das Ziel so gut wie erreicht», so Carigiet.

Der Gast und der Mitarbeiter im Zentrum

Der Customer Journey des Gastes steht im Zentrum von al.digital. Das Ziel ist es, den Gästen von morgen einen nahtlosen, digitalen Zugang zu den Leistungen aller Partner zu ermöglichen. Dem Gast ist es egal, wer für die Buchung eines Angebots verantwortlich ist. «Es muss einfach funktionieren und das Gesamterlebnis muss stimmen», so Carigiet. Tische in Restaurants zu buchen oder einen Garagenplatz in der

Talstation zu reservieren, das sind nur zwei Dienstleistungen, die durch Leistungserbringer angeboten werden. Wenn der Zugang zu solchen Angeboten noch erleichtert wird, ist die Nutzung viel höher. Der spielerische Zugang zu den Freizeitangeboten unter dem Begriff «Gamification» ist heute gefragt. So kann man sich auch in der Bike-Kingdom-App mit anderen Bikern messen. Mit dem Angebot «Bike Kingdom» konnte die Destination erfolgreich aufzeigen, wie der Gast auf einer zentralen digitalen Plattform die wichtigsten Informationen vorfindet. So wie in anderen Unternehmen sei man bei den vier Unternehmen der Destination laufend daran Planung, Zusammenarbeit, Kommunikation und Administration in die digitale Welt zu überführen. Neue Geschäftsmodelle am Berg zu entwickeln sei schwierig, denn die Landschaft und die Infrastruktur seien analog und zentral für die Gästeangebote. Dank der Digitalisierung könne man aber neue Erlebnisse schaffen und die Angebote für den Gast verbessern. Ein Beispiel dafür ist die Steuerung der Gästeströme. «Wir können die Gäste informieren, wo es in den Restaurants noch freie Plätze hat, wo man weniger lang anstehen muss oder diese durch Gamification-Ansätze an einen Ort bringen, wo es weniger Leute hat.»



Kim Carigiet



Im Pistenbully steckt viel Hytech.

Serie KMU goes digital

Mitglieder des BGV, welche einen Einblick in ihre Digitalisierung geben möchten, können sich für ein Porträt bei info@kgv-gr.ch melden.



Für den Durchblick im Büro

REVISION /
WIRTSCHAFTSPRÜFUNG

STEUER- /
UNTERNEHMENSBERATUNG

BUCHHALTUNG /
JAHRESABSCHLUSS

IMMOBILIEN-
BEWIRTSCHAFTUNG

BEARTH
& partner

Bearth & Partner
Steuerberatung und Treuhand AG
Quaderstrasse 18 | CH-7000 Chur | 081 254 37 37 | bearth-treuhand.ch

EXPERT
SUISSE
Certified Company

TREUHAND | SUISSE

SVIT
GRAUFÜNDEN

Foto © kargu128 - stock.adobe.com

Gredig + Partner AG
Treuhand Steuern Revision



DAMIT SIE IN SACHEN
UNTERNEHMENSBERATUNG
NICHT IM REGEN STEHEN.



www.gredig-partner.ch

Hauptsitz: CH-7430 Thusis, Spitalstr. 1, Telefon +41 81 650 06 00, thusis@gredig-partner.ch
Zweigbüro: CH-7000 Chur, Gäuggelistr. 4, Telefon +41 81 257 10 40, chur@gredig-partner.ch

Mitglied TREUHAND | SUISSE
 Mitglied von EXPERTsuisse

KMU-Bürgschaften erleichtern Finanzierung

Mitte April feierte die «La Bikeria» in Surrein ihre Neueröffnung. Geschäftsinhaber Gabriel Candinas hat sich die eigene Gewerbeliegenschaft für seine Velowerkstatt mit -laden mit Unterstützung einer Bürgschaft der BG OST-SÜD verwirklichen können. Diese fördert Unternehmen durch die Gewährung von Bürgschaften und erleichtert dadurch die Aufnahme von Bankkrediten.

rw. 2017 hat Candinas, der gelernte Schreiner, sein Bike-Geschäft «La Bikeria» in Trun gegründet. Mit jedem Jahr ist das Geschäft gewachsen, und der Platz wurde immer knapper. Darum entschied der 39-Jährige im Herbst 2022, sich nach einer neuen Liegenschaft umzusehen. Einfach war das nicht. Eine geeignete und bezahlbare Liegenschaft liess sich in der oberen Surselva nicht finden. In Surrein konnte er schliesslich Bauland für einen Neubau erwerben. Neben dem Shop mit Bikes, allerlei Zubehör und Bekleidung sowie der modern eingerichteten Werkstatt verfügt das einzige Fahrrad-Fachgeschäft in der Cadi über genügend Fläche. «Die Lage ist perfekt, da das Geschäft direkt neben einer beliebten Bikeroute liegt. Die Empfehlungen für unsere Kunden kommen nicht aus dem Katalog, sondern von unseren eigenen Bike-Erfahrungen. Mit Insidertipps zu den Trails in der Surselva sowie authentischer Bera-

tung bieten wir einen echten Mehrwert für unsere Kunden», sagt Candinas.

Den Weg in die Selbstständigkeit gewagt

Als Candinas vor sieben Jahren den Weg in die Selbstständigkeit wagte, brauchte er für die Eröffnung der «La Bikeria» finanzielle Mittel. Auf Rat der Regionalentwicklung wandte er sich an die BG OST-SÜD und liess sich beraten. Seine Geschäftsidee wurde geprüft und die Kreditwürdigkeit als positiv bewertet. Mit einer ersten Bürgschaft erhielt er die nötige Liquidität für den Aufbau des Warenlagers. So konnte er den Schritt in die Selbstständigkeit finanzieren. Als Quereinsteiger konnte er in den darauffolgenden Jahren eine Stammkundschaft aufbauen und sein Geschäft etablieren. Als Unternehmer konnte er den Ertrag für eine grössere Investition aber nur teilweise selbst erwirtschaften. Für die Finanzierung des Neubaus genügte das Eigenkapital und der Kredit der Bank nicht. Seine Hausbank konnte das gesamte Risiko für das Fremdkapital nicht tragen. Die Finanzierungslücke der Investition konnte Candinas nur dank einer Bürgschaft der BG OST-SÜD finanzieren.

Beratung und Finanzierung

Für Severin Hug, Kundenberater bei der BG OST-SÜD, ein klassischer Fall. Ein Unternehmer ist erfolgreich unterwegs und möchte in die Weiterentwicklung investie-

ren. Auch wenn das Unternehmen gesund dasteht und sein Geschäftsmodell solide ist, kann es zu Finanzierungslücken kommen, welche nicht nur durch Bankkredite gedeckt werden können. Hug hält fest, dass Bürgschaften keine Eigenmittel ersetzen und die Bürgschaftsgenossenschaft nicht als Investor auftritt. Die BG OST-SÜD teilt das Risiko des Fremdkapitals mit der Bank. Vor sieben Jahren legte Hug zusammen mit der Bank den Grundstein für den finanziellen Start in die Selbstständigkeit von Candinas, fünf Jahre später für die Sicherstellung seiner Hypothek. «Die BG OST-SÜD unterstützte mich von Anfang an und Severin Hug war mehrfach zu Besuch bei mir. Die Verlässlichkeit und die Kompetenz haben mich überzeugt», so Candinas. Er konnte mit Hug als Sparringpartner seinen Businessplan und die Investition besprechen und verbessern. Candinas macht kein Geheimnis daraus, dass es ohne die 200 000-Franken-Bürgschaft die neue «La Bikeria» und damit das Bikerparadies an der Via Giachentrina 11 in Surrein nicht geben würde. «Ich kann die BG OST-SÜD jedem KMU, welches für eine Investition eine Finanzierungslücke benötigt, nur weiterempfehlen», so Candinas.



Gabriel Candinas

Wie und für was erhalte ich eine KMU-Bürgschaft?

Seit über 90 Jahren fördern die vier vom Bund anerkannten Bürgschaftsgenossenschaften für KMU leistungs- und entwicklungsfähige KMU durch die Gewährung von Bürgschaften bis 1 Million Franken. Eine Bürgschaft kann für bis zu zehn Jahren ausgelegt werden. Sie wird der Laufzeit des Bankkredites angepasst und reduziert sich konstant über die Laufzeit. Die massgeblichen Kosten für eine Bürgschaft setzen sich aus der einmaligen Prüfungsgebühr (0.5–1%) sowie der Risikoprämie der Bürgschaftssumme zusammen (aktuell 1.25% p.a.). Daneben fallen die Kreditzinsen der Bank an, welche aufgrund der Bürgschaft jedoch deutlich tie-

fer liegen, als die Zinsen für einen Kredit ohne Bürgschaft. Bei Ablehnung des Gesuches durch die BG OST-SÜD werden keine Gesuchsprüfungsgebühren verrechnet.



net. Bürgschaften werden für KMU aller Branchen bei folgendem Finanzierungsbedarf gewährt: Nachfolgeregelungen, Unternehmenskäufen, Erwerb und Investition von Betriebsliegenschaften, Sicherstellung der Liquidität, Investitionen in Sachanlagen, Wachstum, Unternehmensgründungen sowie nachhaltige Sanierungen. Die BG OST-SÜD ist für den Kanton Graubünden zuständig. 2023 wurden von Bündner Unternehmen 18 Gesuche eingereicht, wovon 10 Gesuche bewilligt wurden. Per 31. Dezember 2023 sind 81 Bürgschaften in Graubünden am Laufen.

Weitere Informationen zu BG OST-SÜD:





**Damit KMU nicht nur
weiterkommen, sondern weit
kommen.**

**Für die beste
Zukunft aller Zeiten.**

gkb.ch/kmu



**Graubündner
Kantonalbank**