
Wirtschaftsleitbild Graubünden

Leitlinien und Ansatzpunkte für eine wachstumsorientierte Wirtschaftspolitik

Präsentation anlässlich der Pressekonferenz vom 3. Dezember 2004

Peder Plaz

Chur, 3. Dezember 2004

Teil I Einführung

Teil II Das Wirtschaftsleitbild Graubünden

Teil I - Einführung

Geschichte

1996 – 1997	DIV, WIFO und Wirtschaft entwickeln ein Wirtschaftsleitbild Graubünden mit 200 konkreten Massnahmen
1996 – 2002	Umsetzung eines grossen Teils der Massnahmen. Ausgewählte Beispiele: <ul style="list-style-type: none">• Aufbau von Gründerzentren (eTower, Innozeta)• Entwicklung von Industrieansiedlungsflächen (Tardis)• Aufbau und Umsetzung einer proaktiven kantonalen Standortförderung• Aufbau der Marke Graubünden• Entwicklung einer Strategie zur Versorgung des Kantons mit Informations- und Kommunikationstechnologien• Verwesentlichung und Flexibilisierung der Rechtssetzung und Rechtsanwendung
2002	Erfolgskontrolle der Umsetzung und Entscheid zur Überarbeitung des Wirtschaftsleitbilds.
2003 -2004	Überarbeitung des Wirtschaftsleitbilds Graubünden

Ziel und Zweck

- Ziel: Wachstumspotenziale des Wirtschaftsstandorts Graubünden ausschöpfen
- Wachstum erfordert koordinierte Investitionen von Wirtschaft und Staat
- Wirtschaftsleitbild als langfristige Strategie
- Laufendes Monitoring der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen notwendig
- Wirtschaftsleitbild soll Handlungen von Politik und Wirtschaft koordinieren
- Wirtschaftsforum ist Botschafter des Wirtschaftsleitbilds

⇒ Das Wirtschaftsleitbild Graubünden soll mithelfen, am Standort Graubünden eine **wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltige Wirtschaftspolitik** zu verwirklichen.

Adressaten

Das Wirtschaftsleitbild soll als Strategiedokument dienen, für ...

... die **Unternehmer** (⇒ Planung)

... die lokalen und **regionalen Behörden** (⇒ Ziele und Massnahmen)

... die **Wirtschaftsverbände** (⇒ Argumentarium)

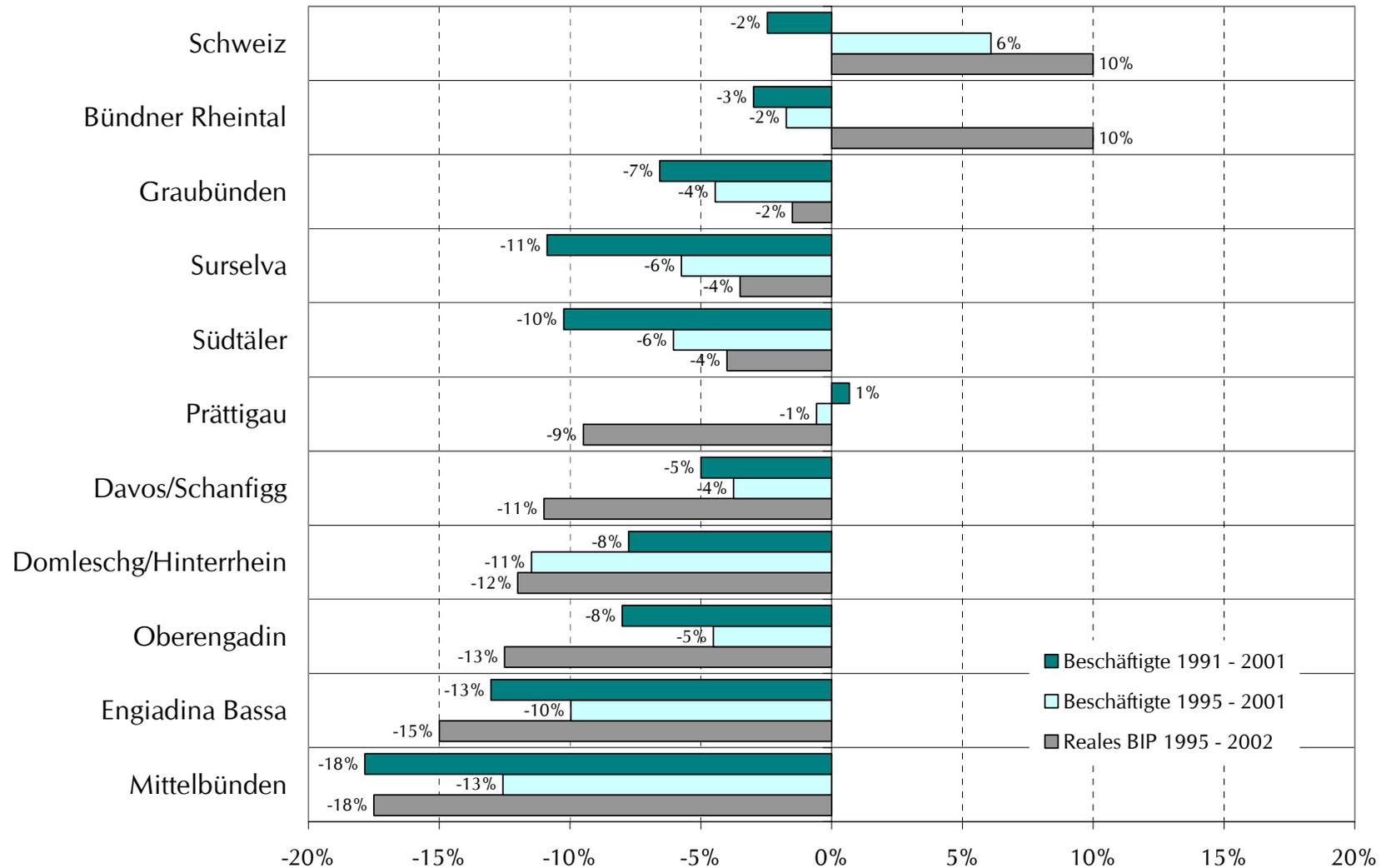
... die **Verwaltung** (⇒ Vollzugs)

... den **Grossen Rat** als (⇒ Ideensammlung und Argumentarium)

... alle **übrigen Interessierten** (⇒ Meinungsbildung)

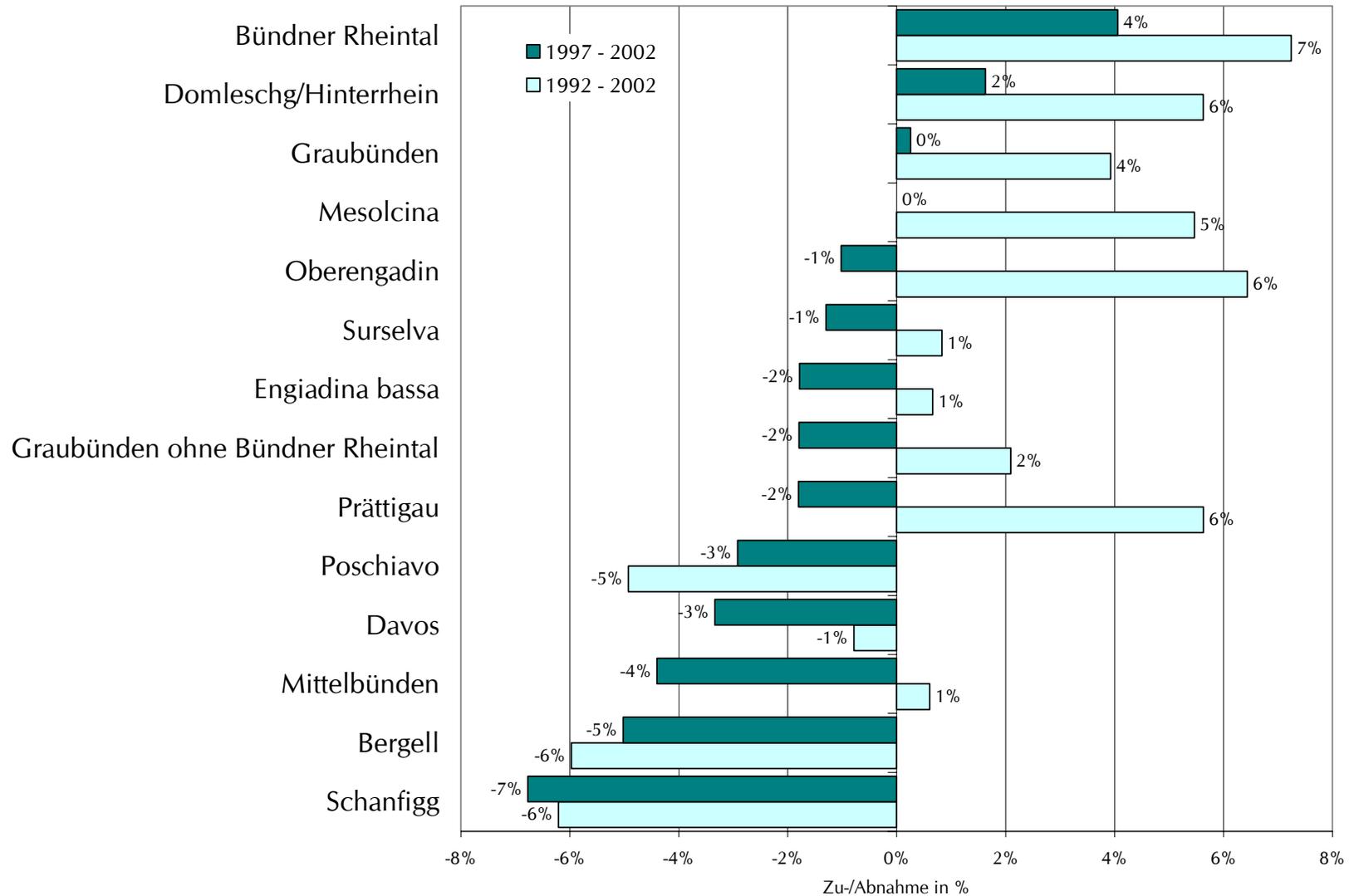
⇒ Die beste **Voraussetzung für gute Lösungen** besteht, wenn alle Akteure die **wirtschaftspolitischen Herausforderungen erkennen** und sich entsprechend verhalten.

Abb. 2: Entwicklung der Beschäftigten und des regionalen BIP in Graubünden



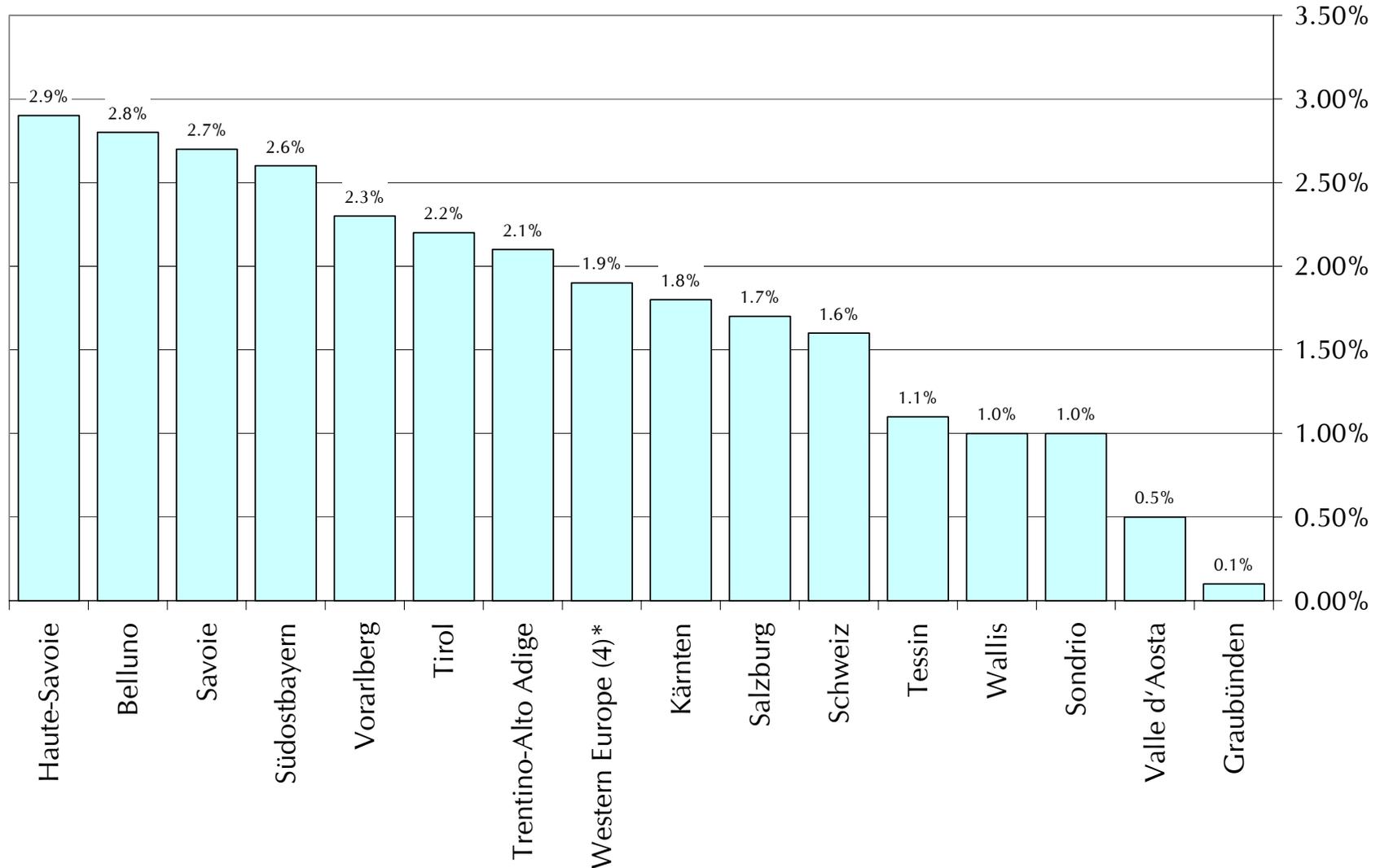
Quelle: BFS (Sektoren I- III) / BAK Basel Economics / Wirtschaftsforum Graubünden

Abb. 3: Entwicklung der Wohnbevölkerung im Kanton Graubünden



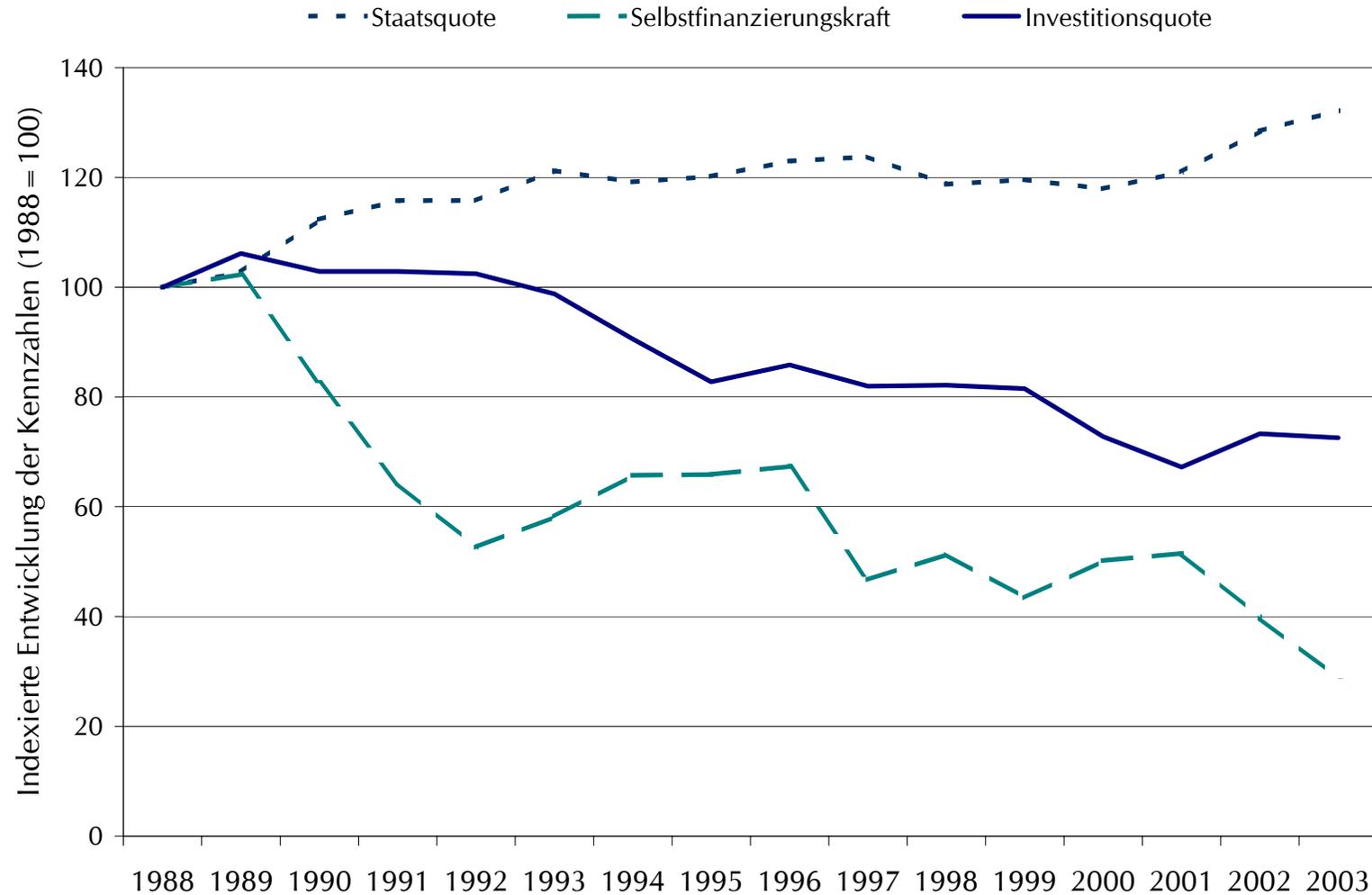
Quelle: BFS / Wirtschaftsforum Graubünden

Abb. 4 Entwicklung des realen Bruttoinlandsprodukts im Alpenraum von 1995 - 2002 (Durchschnittliche jährliche Veränderung in %)



Quelle: IBC Performance Database 2003

Abb. 5 Entwicklung Ausgaben, Staatsquote und Volkseinkommen

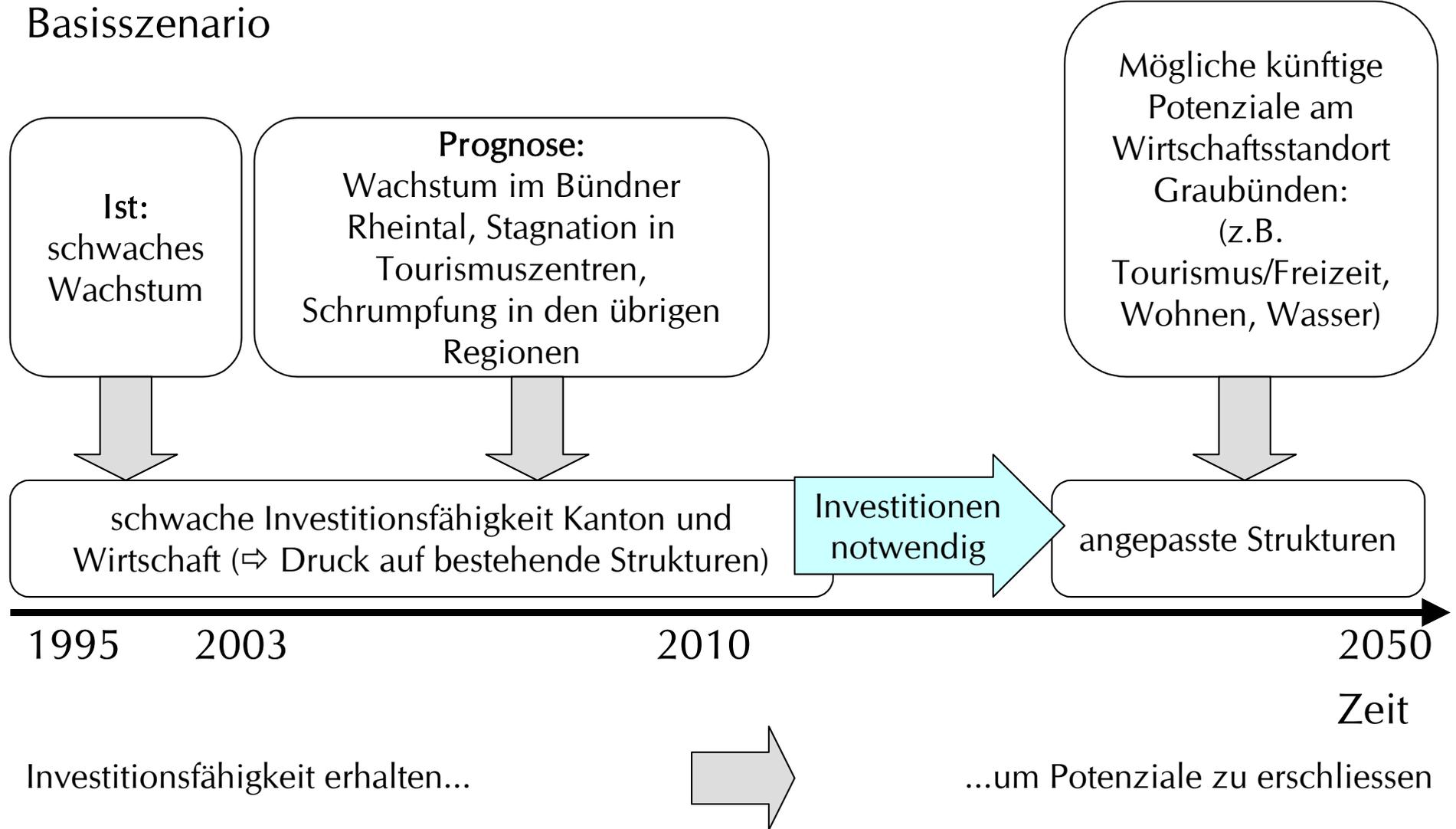


Quelle: Finanzdepartement Kanton Graubünden.

Der Kanton Graubünden weist grundsätzlich 3 Regionstypen auf:

- **Zentrumsregion:** geprägt durch Industrie- und Dienstleistungsaktivitäten (Bündner Rheintal, Vorderes Prättigau)
- **Tourismusregion:** geprägt vom Wintertourismus (Ober- und Unterengadin, Davos, Teile von Mittelbünden und Surselva)
- **Landwirtschaftlich geprägte Regionen** mit punktuellen Aktivitäten der Energiewirtschaft (Teile von Mittelbünden und Surselva, Südtäler, Hinterrhein)

Abb. 6 Das dem Wirtschaftsleitbild Graubünden zugrunde liegende Szenario

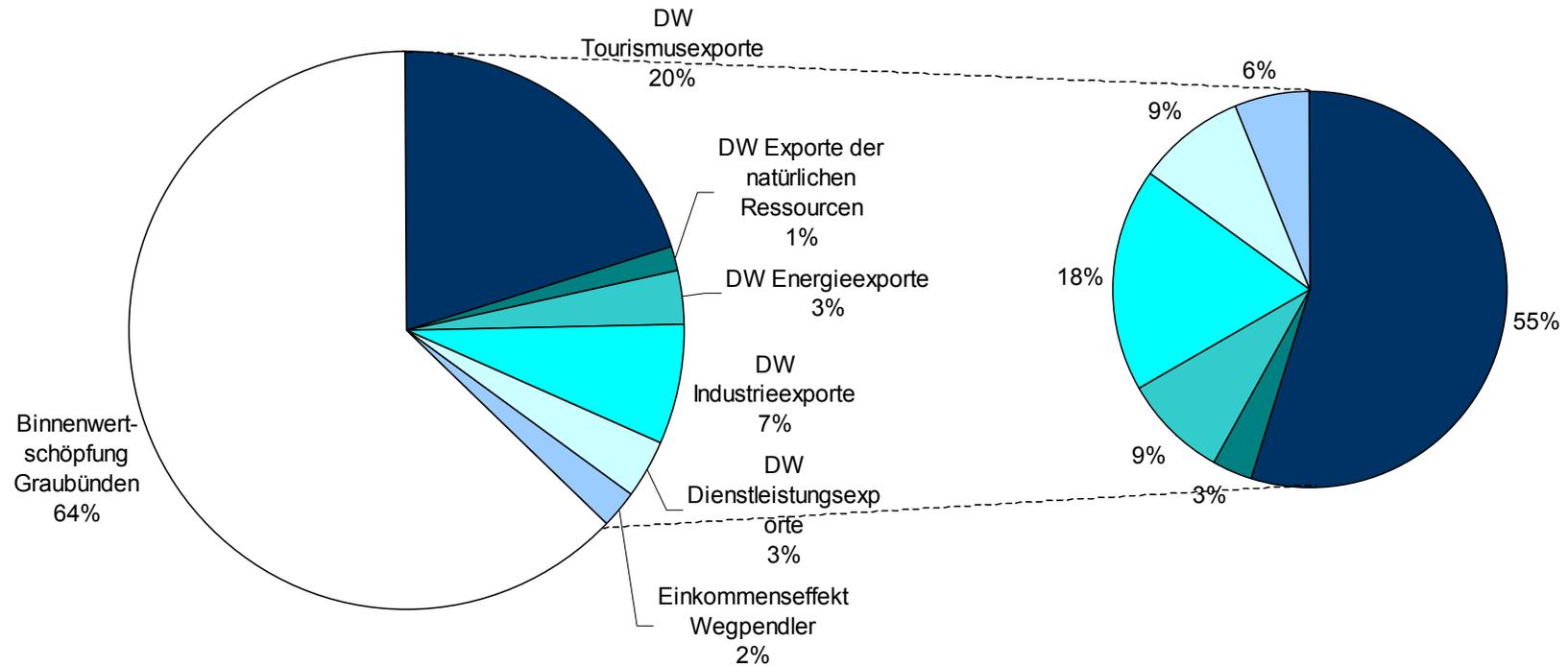


Teil II – Das Wirtschaftsleitbild Graubünden

Abb. 7 Bedeutung der Impulsgeber der Bündner Volkswirtschaft

Aufteilung BIP Graubünden nach Export- und Binnenwirtschaft

Relative Bedeutung der "Impulsgeber" am Exportanteil des BIP Graubünden



DW = Direkte Wertschöpfung

Quelle: BAK Basel Economics (ohne Darstellung der direkten Wertschöpfung aus Netto-Kapiteleinkommen und der ungebundenen Netto-Transferzahlungen des föderalistischen Systems)

Abb. 8 Ansatzpunkte für Wachstum in den Regionen Graubündens und ihre Bedeutung für das BIP des gesamten Kantons

Entwicklungspotenziale für die Regionen ● primäre, ○ sekundäre Bedeutung für das regionale BIP	Anteil am kantonalen BIP ¹	Tourismus	Dienstleistungen	Gewerbe / Industrie	Wasserkraft	Agrarwirtschaft
Standorte						
Industrie- und Dienstleistungszentrum Rheintal	50 %		●	●	○	○
Top-Tourismusdestinationen	30 %	●	○	○	○	
Übrige Tourismusdestinationen	10 %	●			●	○
Südtäler	7 %	○		○	●	●
Übriges Berggebiet (exkl. Tourismusorte)	3 %	○			●	●
	100 %					

¹ Schätzung Wirtschaftsforum Graubünden auf Basis der Grundlagen von BAK Basel Economics

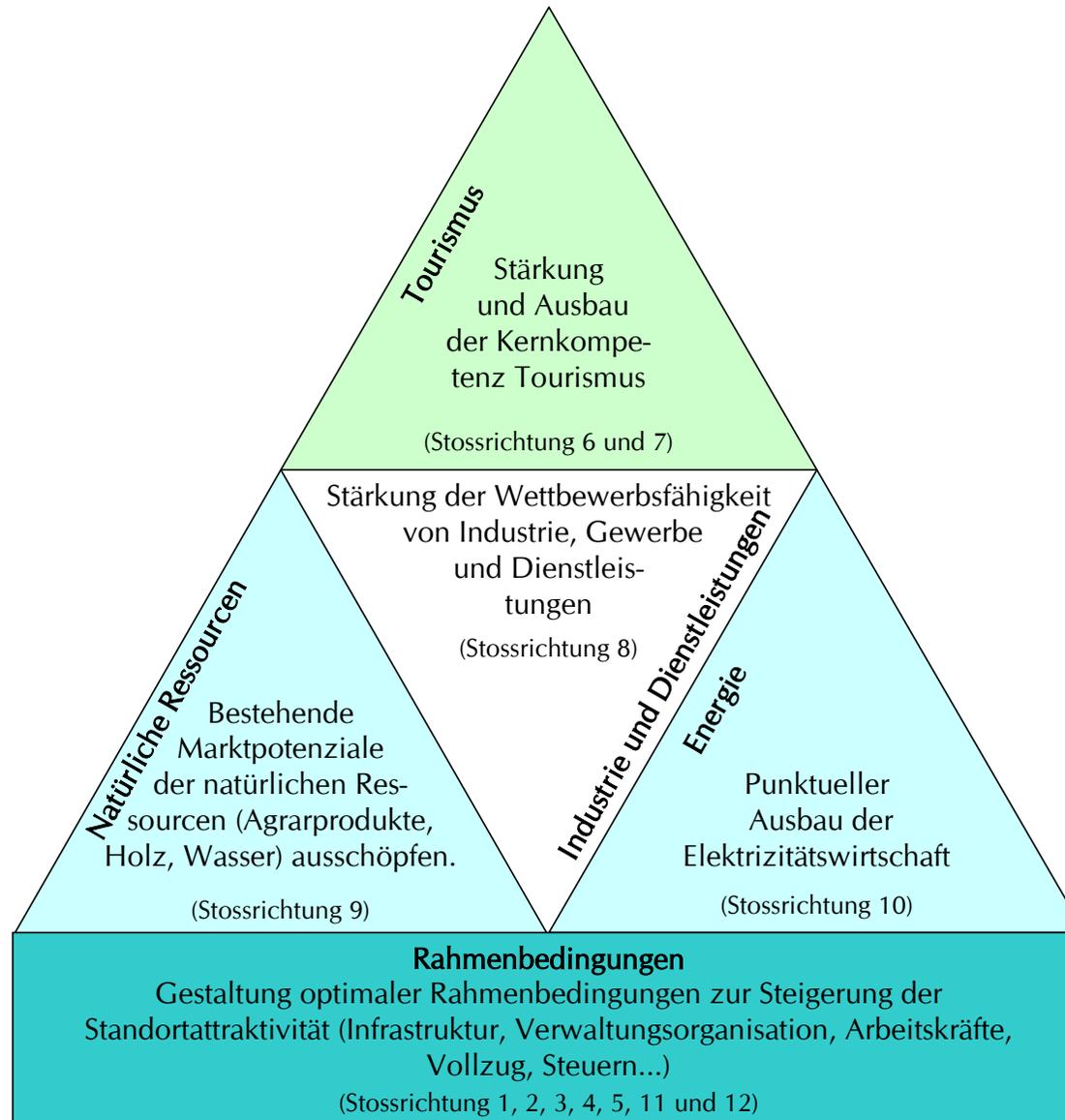
Vision: Graubünden ist auch in Zukunft ein attraktiver und eigenständig handlungsfähiger Wirtschafts- und Lebensraum!

Aufgrund der landschaftlichen und gesellschaftlichen Voraussetzungen sieht sich Graubünden als

- Die **führende Ferienregionen der Alpen** mit qualitativ hochstehenden touristischen Produkten.
- **Standort für Industrie und Dienstleistungen** im Zentrum Europas **mit höchster Wohn- und Lebensqualität.**
- Herkunftsgebiet von **naturnahen nachhaltigen Produkten** der Energie- und Agrarwirtschaft.

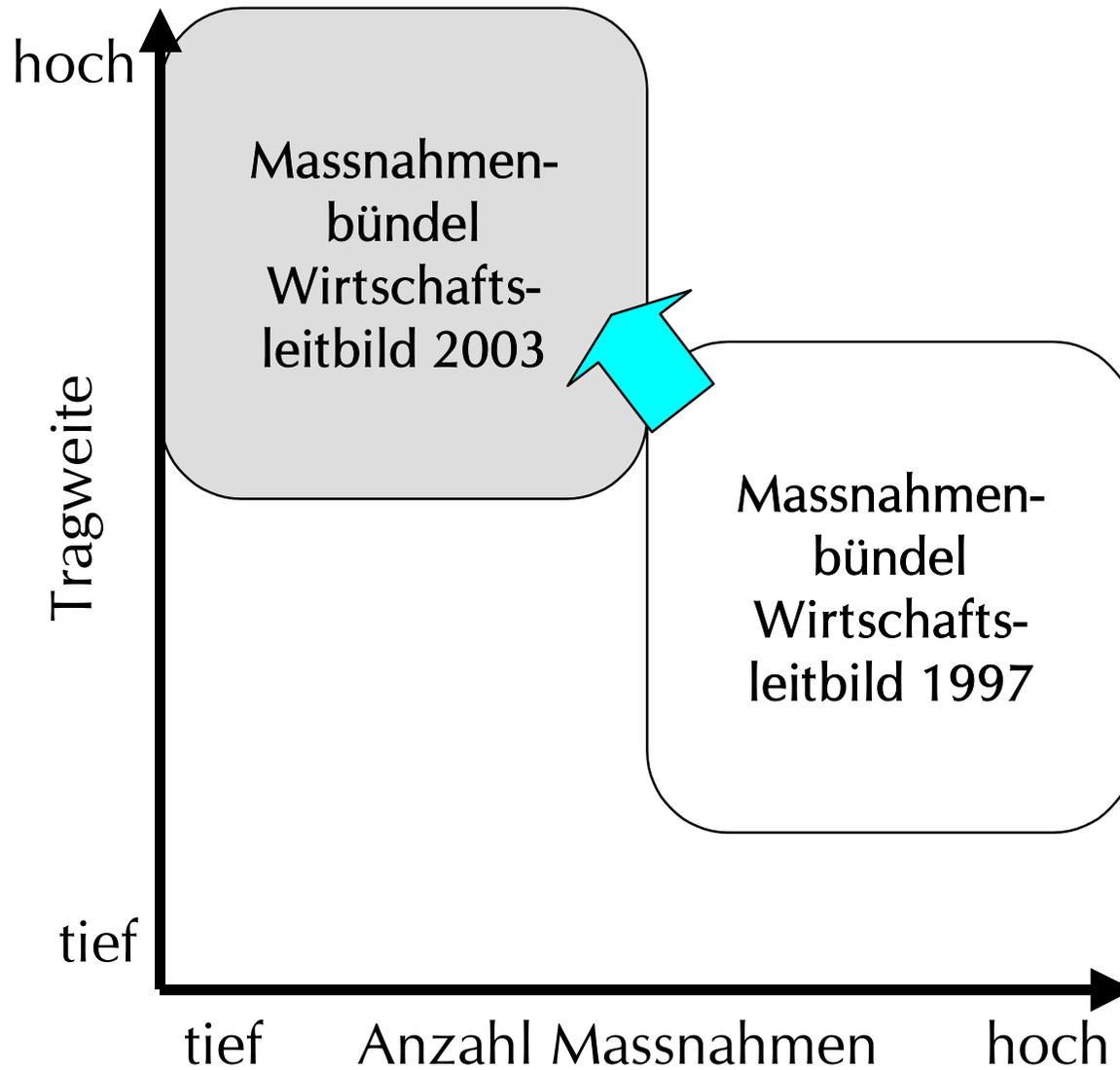
Die Wachstumsstrategie

Abb. 9 Die Wachstumsstrategie für Graubünden



Die strategischen Stossrichtungen

Abb. 10: Die Wahl der Stossrichtungen



Die strategischen Stossrichtungen

- 1 Wiedererlangen der Investitionsfähigkeit des Staates
z.B. laufende Überprüfung des Staatsauftrags
- 2 Konzentration der kommunalen/regionalen Politik und Verwaltung, um die Qualität zu erhöhen und die Kosten zu senken
z.B. Gemeindezusammenschlüsse
- 3 Öffentliche Investitionen nach volkswirtschaftlichem Nutzen priorisieren
z.B. Profit-Center-Rechnung
- 4 Sicherstellung einer attraktiven überregionalen Verkehrsanbindung
z.B. Bahnverbindungen zu Zentren (Zürich, Mailand und München)
- 5 Verbessern der Qualität und Vielfalt des Bildungsangebots
z.B. Wahlfächer statt Schulhäuser
- 6 Impulsprogramm „Innovationen im Bündner Tourismus“
z.B. Attraktionspunkte

Die strategischen Stossrichtungen

- 7 Rahmenbedingungen für die weitere Entwicklung des Tourismus verbessern
z.B. Zweitwohnungspolitik
- 8 Ausschöpfen des Potenzials im Bündner Rheintal, Domleschg, Vorderen Prättigau und in der Mesolcina
z.B. Steueranreize für Unternehmen
- 9 Wertschöpfung der Agrar- und Forstproduktion erhöhen
z.B. international orientierte Vermarktungsgesellschaft
- 10 Ausbau der Wasserkraftkapazitäten
z.B. Umsetzung der Richtplanvorhaben
- 11 Fördern des Unternehmertums in Graubünden
z.B. schlanke Gesetzgebung
- 12 Auseinandersetzung mit der langfristigen Entwicklung des Wirtschafts- und Lebensraumes Graubünden (20 – 50 Jahre)
z.B. „Monitoringprogramm“