

Ausblick 2011/2012 an GV 2011_Version 16. Mai 2011

Sehr geehrte Generalversammlung !

Beim Ausblick 2011/2012 habe ich folgende Themen zu behandeln:

- Geschäftsverlauf Januar bis Mai 2011
- externe und interne Randbedingungen
- Massnahmen, wie wir die Lage meistern wollen
- Ziel aus heutiger Sicht

Der Geschäftsverlauf der ersten Monate 2011 zeigt denselben Umsatz wie im Jahr zuvor, Januar bis April 77'000 Franken aus 168 hl Bierausstoss. Das liegt unter unserem ehrgeizigen Budget. Wir sind nicht zufrieden.

Zur augenblicklichen Geschäftstätigkeit gehören allerdings die Umbauarbeiten, die den Bierausstoss aber nicht gefährden. Wir sind jederzeit lieferbereit. Die Bedingungen des Marktes sind noch einmal schlechter:

- 16 % weniger Übernachtungen im Unterengadin als im Vorjahr
- Euro von etwa 1.40 auf 1.26 Fr gefallen in den letzten 12 Monaten

Das „Touristenbier“ Biera Engiadinaisa hat es also schwer. Bei so viel „Gegenwind“ gleich viel erzielt zu haben wie im Vorjahr, ist nur ein schwacher Trost. Aber so rau ist unsere augenblickliche Wirklichkeit. Wir müssen uns also wappnen, um ein zufriedenstellendes Ergebnis zu erzielen.

Der laufende Mai zeigt etwa das gleiche Bild.

Das Projekt „Ausbau Bieraria 2011“ ist voll und ganz im Budget. Die veranschlagten 320'000 Franken werden wir voraussichtlich unterschreiten. Da hilft der tiefe Euro, da wir aus Bayern die Maschinen beziehen. Die vorbereiteten Umbauten sind im Zeitplan nahe zu fertig und kosteten so viel wie sorgfältig geplant.

Zu den Randbedingungen, die Umsatz und Kosten beflügeln oder bedrohen:

Da gibt es externe, die wir nicht beeinflussen können, die wir aber erkennen und uns rechtzeitig auf sie einstellen müssen. Und es gibt interne, die wir beeinflussen können.

Extern:

- der Tourismus in Südbünden
- der Wechselkurs des Franken gegenüber den Touristenwährungen
- die Ausgabenfreude der einheimischen Konsumenten unter dem Eindruck der Schweizer Konjunktur
- das Wetter
- der Verlauf der beabsichtigten Aktienkapitalerhöhung

Intern:

- reibungslose und erfolgreiche Installation der neuen Anlagen
- weitsichtige Entscheidungen der Führungskräfte
- Fleiss und Aufmerksamkeit der Mitarbeitenden
- Arbeitsklima
- erfolgreiche Kundenorientierung und Marktbearbeitung

Das sind einige Stellhebel, die wir im 2009 besser als im 2010 benützt haben. Der Verwaltungsrat hat sich noch gestern Nachmittag damit befasst. Unsere Überlegungen in den letzten Monaten ergeben

ein ganzes Bündel von Massnahmen:

- Zuoberst steht *Lieferbereitschaft mit reibungsfreien Prozessen*. Dazu helfen die neuen Einrichtungen. Aber die neuen Prozesse an den neuen Maschinen müssen erlernt, eingeübt und eingehalten werden. Uns steht also gemeinsames Lernen bevor. Dafür müssen alle aufgeschlossen sein.
- Wenn die Konjunktur so bleibt, wie sie ist in unserem Geschäft, und wenn wir wieder einen nassen Sommer bekommen, müssen wir *laufend und hartnäckig die Kosten senken*.
- Wir müssen *unser Fahrzeug ersetzen*.
- Wenn die Aktienkapitalerhöhung Erfolg hat, können wir *rasch den Ausbaukredit ablösen*.
- Wir müssen rasch den *Aufwand der Marktbearbeitung überprüfen*.
- Ebenso muss die *Liquidität deutlich entspannt werden*.
- Die wichtigste Massnahme überhaupt ist *die deutliche Verlängerung der Haltbarkeit unseres Bieres, Ziel von 3 auf 6 Monate*. Das erhöht die *Wettbewerbsfähigkeit* und gibt uns *Zugang zu neuen Kunden und Händlern*.
- Dafür braucht es aber *neue Formen von Marktbearbeitung*.

Im Jahr 2011 „unternehmen“ wir also eine ganze Reihe von Veränderungen. Würden wir sie „unterlassen“, wäre das ein sträfliches „Weiterwurschteln“

Aus der Sicht dieser vielen notwendigen Veränderungen ist das

Ziel „ausgeglichenes Ergebnis 2011“

ehrgeizig genug.

Bitte, verehrte Aktionäre, unterstützen Sie uns dabei.

Tschlin / Ardez / Zumikon , 21. Mai 2011 – Berthold Ketterer