

## Nachholeffekt

### Bündner Bauwirtschaft eckt wieder bei 2019 an

CHUR In Graubünden wird wieder gebaut. Im ersten Semester sind Aufträge in der Höhe von 798 Millionen Franken eingegangen. Das sind 51,3 Prozent mehr als im Vorjahr. Grund für diese Zunahme dürfte ein «Nachholeffekt» von pandemiebedingt aufgeschobenen Projekten sein. Die Zunahme der Aufträge zeigte sich auch in der Bautätigkeit. Diese stieg im ersten Semester 2021 um 39,8 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode, wie der Graubündnerische Baumeisterverband am Freitag meldete. Die Bündner Baufirmen waren vor allem im Wohnungs- und Tiefbau tätig. Fast 5000 Personen arbeiteten Stand Ende Juni im Bündner Baugewerbe. Dies sind 5,8 Prozent mehr als 2020. Diese Entwicklung wirkte sich auch auf die Arbeitsvorräte aus. Sie erreichten mit 714,7 Millionen Franken das Niveau von 2019. Als Grund für die deutliche Zunahme gibt der Baumeisterverband den sogenannten «Nachholeffekt» an. Das erste Semester des Vorjahres sei stark von pandemiebedingten Projektverzögerungen und allgemeinen Verunsicherungen geprägt gewesen. Verzögerte Projekte hätten nun realisiert werden können. «Wir rechnen damit, dass die intensive Bautätigkeit bis Weihnachten 2021 anhält», sagte Andreas Felix, Geschäftsführer des Baumeisterverbands auf Anfrage der Nachrichtenagentur Keystone-SDA. Im nächsten Jahr würde der Nachholbedarf vor allem im Hochbau etwas abflachen. Weil aber die Situation am Kapitalmarkt nach wie vor gut sei, sei auch die nächsten zwei bis drei Jahre von einer ansprechenden Bautätigkeit auszugehen, so Felix. Im Tiefbau sei der Bedarf ebenfalls nachgewiesen und die Finanzierung durch den Bund und Kanton gewährleistet. (sda)

## Baumarkt

### Coop setzt fortan auf Marke Jumbo

BASEL Coop gibt mit der Übernahme der Baumarktkette Jumbo die Eigenmarke Bau+Hobby auf. Diese beiden Marken werden zusammengelegt und firmieren künftig unter dem Namen «Jumbo», teilte der Detailhändler am Freitag mit. Coop werde die 84 Verkaufsstellen von Bau+Hobby sowie alle 40 Standorte von Jumbo vollumfänglich weiterführen und die Mitarbeiter im Verkauf weiterbeschäftigen. Dort, wo langfristige Stellen in der Administration wegfielen, werde Coop den Mitarbeitern nach Möglichkeit ein alternatives Jobangebot unterbreiten. Die Umsetzung der Massnahmen wird laut Mitteilung rund ein Jahr beanspruchen. Jumbo setzt künftig auf eine Kombination aus ihren Marken und aus Eigenmarken. Diese würden durch das Bau+Hobby Sortiment im Bereich Garten, Grill, Freizeit und Basteln sowie durch die nachhaltigen Eigenmarken Oecoplan, Naturaplan sowie Pro Specie Rara ergänzt. Wie Anfang April publik worden war, kaufte Coop die Baumarktkette Jumbo von der Manor-Besitzerin Maus Frères. Anfang August erhielt der Detailhändler die grüne Lizenz für die Übernahme. (awp/sda)

# Salt fährt deutlich mehr Umsatz und Gewinn im Halbjahr ein

**Zwischenbilanz** Salt hat im ersten Halbjahr deutlich mehr umgesetzt und verdient. Der Umsatz stieg um 3,9 Prozent auf 499,2 Millionen Franken. Zudem konnte der Anbieter 33 900 neue Abokunden gewinnen. Damit sind es nun 1,34 Millionen.

Der Betriebsgewinn vor Abschreibungen und Amortisationen stieg um 4,3 Prozent auf 255 Millionen Franken, wie der drittgrösste Mobilfunkanbieter am Freitag in einem Communiqué bekannt gab. Der Wachstumstrend im Mobilfunk habe sich fortgesetzt. In den ersten sechs Monaten habe man 33 900 zusätzliche Handyabokunden gewonnen. Mittlerweile zählt Salt 1,34 Millionen Abokunden im Mobilfunk. Zum Vergleich: Branchenprimus Swisscom konnte in den ersten sechs Monaten per saldo lediglich 20 000 neue Mobilfunkabokunden anlocken.

### Besonders das Festnetz wuchs

Darüber hinaus wuchs Salt im Festnetz- und TV-Angebot und profitierte von der Erholung beim Roaming, das im Vorjahr wegen der monatelangen Corona-Reisebeschränkungen eingebrochen war. Zudem konnte Salt auch mehr Geräte in den Shops verkaufen als vor einem Jahr. Denn damals waren ab Mitte März viele Läden wegen Corona geschlossen. Darüber hinaus habe sich das Wachstum bei den Firmenkunden beschleunigt.

Unter dem Strich erzielte die Salt-Muttergesellschaft Matterhorn Telecom im Startquartal einen Reingewinn von 92,8 Millionen Franken. Das ist mehr als eine Vervielfachung gegenüber den 23 Millionen im Vorjahressemester. Hauptgrund für den Gewinnanstieg ist der Verkauf eines Anteils von 10 Prozent an der Tochter Swiss Infra Services an die Swiss Towers AG



(Foto: Shutterstock)

für 146 Millionen Franken. Dies hat einen Sondergewinn von 48,1 Millionen Franken in die Kasse gespült, wie aus dem Halbjahresbericht hervorgeht.

### Salt-Chef: Ausgezeichnetes Ergebnis

Das Ergebnis mit anhaltend starken Kundenzuwächsen in allen Segmenten sei ausgezeichnet, erklärte Salt-Chef Pascal Grieder. Zudem biete die Ende April unterzeichnete Glasfaserpartnerschaft mit Swisscom eine wichtige Basis für zukünftiges Wachstum. Dadurch könne Salt sein Breit-

band- und TV-Angebot bis Ende 2025 rund 3 Millionen Haushalten verfügbar machen. Das sind ungefähr doppelt so viele wie heute. Somit werde Salt zum landesweiten Komplettanbieter.

### 420 000 neue Anschlüsse

Um ausserhalb des Glasfasernetzes zu wachsen, bietet Salt das TV- und Internet-Angebot für zu Hause mit einem Empfangsgerät auch dort über das Mobilfunknetz an, wo dieses leistungsfähig genug ist. Damit erreicht Salt gemäss früheren An-

gaben 420 000 zusätzliche Haushalte.

Immer noch eine Option ist ein Börsengang. Salt-Besitzer NJJ des französischen Telekomunternehmers Xavier Niel prüft weiterhin Finanzierungsoptionen, darunter einen Börsengang, wie es in einer Investorenpräsentation hiess. Zeit und Ort wurden nicht genannt. Die Nachrichtenagentur Reuters hatte Ende Juni von einem Gang an die Schweizer Börse im Herbst berichtet. Dabei berief sie sich auf Insider. Salt wollte dazu nicht Stellung nehmen. (awp/sda)

# Wegen Corona steigen viele Lehrlinge ins Gesundheitswesen ein

**Karriere** Die Coronakrise hat positive sowie negative Auswirkungen auf die Schweizer Lehrlingslandschaft. So sind zum Beispiel Pflegeberufe gefragter, Ausbildungen in der Gastronomie hingegen weniger.

Letzten März wurde schweizweit von den Balkonen aus für das Gesundheitspersonal applaudiert. Die Wertschätzung des Krankenpersonals war nie so gross wie während der Coronakrise. Dies wirke sich positiv auf die Nachfrage nach Lehrstellen im Gesundheitssektor aus.

«Werte wie Sinnhaftigkeit, Wertschätzung, Krisensicherheit und Karriereoptionen machen diese Berufe attraktiv», sagt Luca D'Alessandro von Odasanté, der nationalen Dachorganisation der Gesundheitsbranche.

### Geeignetes Personal fehlt

In der Zentralschweiz seien noch nie so viele Bewerbungen für Pflegefachpersonen eingegangen wie dieses Jahr, berichtet Xund, das Bildungszentrum Gesundheit Zentralschweiz. H-plus, der Verband der Spitäler Schweiz, kann diesen Positivtrend bestätigen. Und laut dem BFS hat die Zahl der Lernenden von 2019 bis 2020 um über ein Zehntel zugenommen. Gemäss Experten soll sich dieser Trend in den kommen-

den Jahren fortsetzen. Dies allein löse den Pflegenotstand aber nicht.

«Auch wenn die Anzahl Bewerbungen zugenommen hat, ist es schwieriger geworden, geeignetes Personal zu finden», sagt Anne Bütikofer von H-plus. Viele Jugendliche seien sich nicht bewusst, wie anspruchsvoll der Beruf als Pfleger oder Pflegerin sei. «Sie wählen oft eine Lehre bei uns als zweite oder dritte Option, und sind sich nicht klar darüber, was sie erwartet», so Bütikofer. Schweizweit unterzeichneten bis Mitte Juli bereits 58 000 Lernende einen Lehrvertrag. Dies sind gemäss Bund 2500 mehr als im Vorjahr. Und nicht nur bei den Pflegeberufen sorgte Corona für Veränderungen.

### «Sichere» Berufe seien gefragt

So in der Baubranche: Obwohl die Branche mit ähnlich viel besetzten Lehrstellen - 2020 gab es 2246 neue Lernende - rechnet, hat der Schweizerische Baumeisterverband ein steigendes Interesse bemerkt. Der Grund: Während der Pandemie seien vor allem «sichere» Berufe gefragt. «Angehende Lehrlinge realisieren vermehrt, dass nicht nur mit Krawatte eine Karriere möglich ist, sondern auch Bauberufe vielfältige Aufstiegsmöglichkeiten bieten», sagt Matthias Engel vom Baumeisterverband.

In der ICT-Branche zeigt sich ebenfalls eine positive Veränderung: Gemäss dem ETH-Forschungsprojekt Lehrstellenpuls waren per Ende Juni



Aufgrund der Ereignisse der vergangenen Monate gelten Gesundheitsberufe als besonders «sicher». Deshalb auch deren Beliebtheit. (Symbolfoto: Shutterstock)

wie auch im Gesundheitssektor bereits über 90 Prozent der Lehrstellen besetzt.

«ICT-Berufsbildung Schweiz ist sehr erleichtert darüber, dass es trotz der Pandemie nicht zu einem Lehrstellenrückgang gekommen ist. Aufgrund des zunehmenden ICT-Fachkräftebedarfs in fast allen Branchen wäre dies für die Wirtschaft verheerend gewesen», sagt Elisa Marti der ICT-Berufsbildung Schweiz. Die lange Homeoffice-Pflicht aufgrund der Coronapandemie habe sich demnach nicht negativ auf die Branche ausgewirkt.

Die Schweizerische Bankenvereinigung hat aufgrund der herrschenden Unsicherheit ebenfalls keinen Einbruch bezüglich der Nachfrage nach Lehrstellen bemerkt. Auch die Lehrantritte in der Fleischbranche konnten sich nach aktuellem Wissensstand auf Vorjahresniveau halten. «Eine Schwierigkeit war jedoch, dass keine Berufswahlveranstaltungen

stattfanden. Wir haben versucht, dem mit Schulbesuchen und Tagen der offenen Tür entgegenzuwirken», sagt Philipp Sax vom Schweizer Fleisch-Fachverband.

### Pandemie erschwert Schnuppern

Unter dem erschwerten Bewerbungsbedingungen hat aber insbesondere die Gastronomie gelitten. «Jugendliche konnten sich nur eingeschränkt bewerben und schnuppern. Wir rechnen deshalb damit, dass die Branche weniger Lehrvertragsabschlüsse verzeichnen wird als letztes Jahr», äussert sich Gastro-suisse zur aktuellen Situation.

Dies bestätigen auch die Zahlen: In der Gastronomie sowie auch in der Nahrungsmittelbranche waren gemäss Lehrstellenplus Ende Juni noch über 30 Prozent der Lehrstellen unbesetzt. Seit Juni habe die Rekrutierung von Jugendlichen gemäss Gastro-suisse aber wieder Fahrt aufgenommen. (awp/sda)