

Ein Churerer kommt in Texas gross raus

André Staffelbach wollte hinaus in die Welt, um wieder in die Schweiz zurückzukehren. Daraus wurde nichts: In Dallas hat er vor 50 Jahren sein Lebenswerk begründet.

VON ANGELA CADRUVI*

Er wollte eigentlich gar nicht auswandern – und lebt jetzt schon seit 1962 in den USA. André Staffelbach aus Chur packte damals nach der Lehre als Tapezierer/Dekorateur seine Koffer, um die Welt ausserhalb von Europa zu entdecken. Wegbleiben wollte er höchstens drei Jahre, so hatte er es den Eltern versprochen. «Ein Freund von mir war schon in den USA, also bin ich ihm gefolgt.» André Staffelbach arbeitete in New York, San Francisco, Chicago und Dallas. Und in Dallas wurde er 1964 dann sesshaft, hat dort sein Lebenswerk realisiert: Eine erfolgreiche Firma für Innenarchitektur, die heute 75 Leute beschäftigt.

Arbeit hält jung

Der Entscheid für Dallas war offenbar eher ein Zufall. «Ich wollte nach New York, San Francisco und Chicago einfach noch eine kurze Zeit im Süden leben, um dann weiterzureisen nach Australien – oder zurück nach Europa.» In Dallas kam ihm 1966 die Idee mit der eigenen Firma. Und so machte sich André Staffelbach mit 26 Jahren selbstständig. Diesen Entscheid bereut er keine

Sekunde. Noch heute – mit 77 Jahren – ist er täglich in der Firma als Kreativdirektor der Abteilung Architektur. Das halte ihn davon ab, übers Alter nachzudenken: «Ich arbeite, fahre Ski und Velo, treffe mich mit jungen Leuten. Das hält mich jung.» Sollte er sich irgendwann dann doch alt fühlen, packe er seine Sachen und reise irgendwohin. Vorläufig sei das kein Thema: «Ich habe noch so viel zu tun; die besten Projekte kommen erst noch.»

Schweiz und Amerika als Erfolgsduo

André Staffelbach führt seinen Erfolg als Unternehmer unter anderem darauf zurück, dass er eine gute Kombination mitbringe von amerikanischem Unternehmertum und Schweizer Präzision. «Manchmal bin ich mehr Schweizer, dann wieder mehr Amerikaner. Und immer wieder mische ich die beiden Mentalitäten.» Mit seiner Professionalität und seiner Liebe für den Beruf könne er seit 50 Jahren Wettbewerbe gewinnen, Kunden überzeugen, argumentieren und verkaufen. Sieht André Staffelbach Amerika immer noch als Land der unbegrenzten Möglichkeiten – trotz neuem Präsidenten? Oder wird die neue politische Situation in den USA seine Geschäfte tangieren? Der Businessmann nimmt es gelassen: «Ich bin seit 50 Jahren Unternehmer und habe mich längst an Veränderungen, an Hochs und Tiefs gewöhnt.» Er sehe seine Aufgabe darin, den Kopf hoch und seine Mitarbeitenden motiviert zu halten. Die Politik dürfe die Position seiner Firma nicht beeinträchtigen. Wenn jemand hart arbeite und sich ins Zeug lege, könne er hier viel erreichen. «Die Amerikaner glauben an Leute, die gerne arbeiten und gut sind im Beruf.»

Die Liebe zum Beruf

Der Erfolg mit der Firma sei kein Zufall, sondern harte Arbeit, betont André Staffelbach. Er habe in Amerika immer viel gearbeitet – und tue das heute noch. Er komme oft auf 12 bis 15 Stunden, und das an sieben Tagen die Woche. «Ich fliege fast jede Woche an eine Destination in Amerika oder ins Ausland, zum Beispiel am Sonntag

Zur Person

André Staffelbach, 77
Aufgewachsen in Chur
Seit 1962 wohnhaft in Dallas/Texas
Gelernter Tapezierer/Dekorateur
Gründer und Kreativdirektor der Firma Staffelbach (Innenarchitektur)
Verheiratet,
1 Tochter, 1 Sohn

nach London und am Dienstag wieder nach Dallas.» In der Schweiz hätte er nicht so arbeiten können; Amerika habe ihm wirklich viel geboten. Und dafür sei er dankbar.

Der Himmel über Texas

Welche Unterschiede sieht André Staffelbach zwischen einem Texaner und einem Bündner? Mit den Bündnern verbindet Staffelbach vor allem Berge. Und mit den Texanern flaches Land, viel Himmel und Sonne. In Texas sei der Regen sehr willkommen, in Graubünden nicht wirklich. Ausserdem seien Texaner meistens zufrieden und freundlich, schauten positiv in die Zukunft. Wie das aktuell in Graubünden

sei, wisse er nicht, aber er fühle sich immer noch verbunden mit der alten Heimat: «Die Schweiz ist ein gutes und schönes Land. Ich bin froh, dass ich dort aufgewachsen bin.» Hat André Staffelbach je daran gedacht zurückzukehren? In den ersten drei Jahren sei das ein Thema gewesen, nachher nicht mehr. «Ich bin doppelt so lange in den USA, wie ich in der Schweiz gelebt habe. Hier habe ich alles, was mein Leben ausmacht: meine Familie, mein Unternehmen, meine amerikanischen Freunde. Und das ist wunderbar.»

* In loser Folge porträtiert Angela Cadruvi, freie Mitarbeiterin des «Bündner Tagblatts», in der «Schweiz am Sonntag» Bündnerinnen und Bündner, die im Ausland wohnhaft sind.



So sieht ein texanischer Chef mit Bündner Wurzeln aus: André Staffelbach in seinem Büro in Dallas.

(Foto ZVG)

Schweiz am Sonntag

Ausgabe Südostschweiz

Sonntagsausgabe der «Südostschweiz»
(vormals «Südostschweiz am Sonntag»)

Herausgeberin

Somedia Publishing AG, Chur
Verleger: Hanspeter Lebrument
CEO: Andrea Masüger

Redaktion

Chefredaktorin: Martina Fehr
Stv. Chefredaktor: Thomas Senn
Redaktion Graubünden: Reto Furter (Leitung),
Nadia Kohler (Leiterin Online), Denise Alig,
Mathias Balzer (Kultur), Hansruedi Berger,
Olivier Berger, Stefan Biscum (Stv. Leiter Region),
Pieder Caminada, Gion Mattias Durband, Denise Erni,
Valerio Gerstlauer (Kultur), Pierina Hassler, Fadrina
Hofmann, Petra Luck, Dario Morandi, Béla Zier,
Bildredaktion: Marco Hartmann (Leitung), Yanik Bürkli,
Theo Gstöhl, Olivia Item,
Red. Mitarbeiter: Rico Kehl (Grafik);
Sport: René Weber (Leitung), Kristian Kapp, Johannes
Kaufmann, Jürg Sigel;
Redaktion Glarus: Rolf Hösli (Leitung), Marco
Häusler (Dienstchef), Lisa Leonardy (Dienstchefin),
Sebastian Dürst, Daniel Fischli, Ruedi Gubser (Sport),
Paul Hösli, Claudia Kock Marti, Marco Lüthi, Martin
Meier, Fridolin Rast;
Redaktion Gaster & See: Urs Zweifel (Leitung),
Roland Lieberherr (Stellvertretung), Bernhard
Camenisch (Sport), Milena Caderas, Daniel Graf,
Kristina Ivancic, Markus Timo Rüegg, Urs Schneider,
Sybille Speiser;
Büro Rapperswil-Jona: Pascal Büsser (Dienstchef)

Mantelredaktion

AZ Zeitungen AG, Baden
Chefredaktor: Patrik Müller
Stv. Chefredaktor: Beat Schmid
Bundeshaus: Othmar von Matt, Christof Moser;
Nachrichten: Henry Habegger, Sarah Serafini,
Yannick Nock, Fabienne Riklin; Wirtschaft: Stefan
Chirba, Niklaus Vontobel, Benjamin Weimann;
Gesellschaft: Sacha Ercolani; Sport: François Schmid-
Bechtel, Marcel Kuchta, Martin Probst,
Simon Steiner, Sebastian Wendel, Rainer Sommerhalder,
Michael Wehrle, Etienne Wullemin, Klaus Zaugg;
Kultur: Stefan Künzli, Sabine Altorfer,
Christian Berzins, Anna Kardos, Silvia Schaub,
Raffael Schuppisser; Layout, Foto, Produktion:
Brigitte Gschwend, Bernhard Vesco, Daniel
Weissenbrunner, Chantal Speiser, Sarah Loffredo, Peter
Fasler

Verlag und Inserate

Geschäftsführer: Thomas Kundert
Verbreitete Auflage (Schweiz am Sonntag gesamt)
182 316 Ex., davon verkaufte Auflage 166 371 Ex.
(WEMF/SW-beglaubigt, 2016)

Reichweite

333 000 Leser (MACH-Basic 2016-2)

Bekanntgabe von namhaften Beteiligten

I.S.v. Art. 322 StGB
Südostschweiz Radio AG, Südostschweiz TV AG,
Somedia Partner AG

Adressen

Redaktion: Südostschweiz, Sommerausrasse 32, 7007
Chur, Telefon 081 255 50 50
E-Mail: Regionalredaktion: graubunden@suedostschweiz.ch; Redaktion Sport: sport@suedostschweiz.ch;
leserreporter@suedostschweiz.ch; meinegemeinde@suedostschweiz.ch

Kundenservice/Abo: Somedia, Sommerausrasse 32, 7007 Chur, Tel. 0844 226 226,
E-Mail: abo@somedia.ch

Verlag: Somedia, Sommerausrasse 32, 7007 Chur, Telefon 081 255 50 50, E-Mail: verlag@somedia.ch
Inserate: Somedia Promotion, Sommerausrasse 32, 7007 Chur, Tel. 081 255 58 58,
E-Mail: chur.promotion@somedia.ch

Abopreise unter

www.suedostschweiz.ch/aboservice

Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel abgedruckten
Inseraten oder Teilen davon, insbesondere durch Einspeisung in einen
Online-Dienst, durch dazu nicht autorisierte Dritte ist untersagt. Jeder
Verstoss wird von der Werbegesellschaft nach Rücksprache mit dem
Verlag gerichtlich verfolgt

© Somedia

Sparpreis

Gepflasterte Einkaufsstrasse. Laden reiht sich an Laden. Auslage folgt auf Auslage. Zufällig sind wir hierher geraten. Ich und meine Freundin. Die Strasse hinunterschreitend ist sie den brandroten Preisschildern zugewandt. Die Schaufenster schreien: «Ausverkauf», «50% Rabatt», «Reduziert», «2 für 1», «Sale», «Winterschlussverkauf».

Vor irgendeinem for men-Laden bringt sie mich zum Stehen. Neben der winterlich gekleideten Schaufensterpuppe verkündet eine überdimensionale Tafel: «Final sale», der Ausverkauf vom Ausverkauf. Üblicherweise ist meine Freundin eine rationale und zudem keine eifrige Einkäuferin. Sie erblickt das grossgeformte, weisse Styropor-Prozentzeichen, welches an Fäden von der Schaufensterdecke hängt. Die Rabatt-Gestalt und meine Freundin stehen sich gegenüber.

«Magsch as paar noi Kleider poschta?», fragt sie betont lebenswürdig. Ihre Bitte ist Befehl. «Dini Hosa händ würlki usdient», fügt sie an. Ich: «Meinsch?» Sie senkt ihren Kopf leicht. Durch die verengten Augenlider fixiert sie mich. Wir betreten den Laden. Es riecht nach neuen Kleidern. Menschen umschwirren Regale und Garderoben. Ware wild durcheinander auf Wühltischen. Gleichgültig begutachte ich einen Stapel Hosen. Ich kenne noch nicht mal meine Grösse. Meine Freundin kämpft sich unbeirrt und



Selbstdiagnose Midlife-Crisis

eine Kolumne
von Pesche Lebrument

stilsicher durch das Angebot. Ihre Arme stemmen eine dunkle Jeans in die Luft. Ihr Ruf quer durch den Laden: «Witsch dia amol aprobiera?». Umkleidekabine. Die Hose passt perfekt. Ich ziehe den kurzen Sichtvorhang. Sie steht da mit verschränkten Armen und begutachtet mich: «Umdräha». Ihre verzögerte Wertung: «Dia spannt glaubs as biz. Bin grad wieder do.» Ich bin offenbar weder «slim» noch «fit».

Warten. Reger Betrieb rund um die Umkleidekabinen. Ich beobachte, wie andere Männer unverschuldet durch weibliche Hände in Rabatte gehüllt werden. Werbebotschaften fallen aus Deckenlautsprechern: «Profitieren Sie jetzt von unserem Sparpreis.» Was bitteschön ist ein Sparpreis? Sonderbare Wortschöpfung. Erneute Deckenlautsprecherbotschaft: «Supersondersale, nur hier und heute: zusätzliche 30% auf bereits reduzierte Ware.» Wenn das so weiter geht, müssen die mir beim Kauf noch Geld herausgeben. Schon nähert sich meine Freundin aus den Weiten des Geschäfts mit neuer Hose. Anprobe. Sie mustert mich. Nickt. «Gfallts diar?» Mit dieser scheinbaren Frage besiegelt sie den Kauf und ergänzt: «Au no an Pulli?» Bald hängen Kleiderbügel wild durcheinander. Mein «passt nicht»-Stapel auf dem Umkleidekabinenhocker wächst. Mit zunehmender Zeit

schwindet meine Einkaufsbereitschaft. Doch sie vollendet unerbittlich ihr Werk. «I luag au no schnell», verkündet sie schliesslich und verschwindet hinter Wühltischen.

Sehr viel später an der Kasse. Die Verkäuferin fragt, ob ich schon eine Kundenkarte hätte. Mit dieser könne ich bei meinem nächsten Einkauf vom Einführungspreis profitieren. Warum nicht. Mein Portemonnaie beult sich bereits aufgrund zahlloser Mitgliedskarten. Mir scheint, als Kunde bin ich König und Kamel zugleich in dieser Preis-Fatamorgana, die das ganze Jahr über an mir vorüberzieht. Vom Winter- zum Sommerschlussverkauf mit samt Frühlingrabatt und Herbstaktion. Von den Kleidern baumeln die vielen Etiketten mit den durchgestrichenen Originalpreisen. Während die Verkäuferin die Karte ausstellt, rechnet meine Freundin vor, wie viel das alles regulär gekostet hätte. Schön und schick zum Schnäppchenpreis. Ich argumentiere, dass Sparen ein Verzicht, und kein Erwerb sei. Sie erwidert, dass wir trotzdem weniger bezahlen würden.

Die Verkäuferin tippt. Jede Ware hat ihren Preis. Ich öffne meine Briefftasche. Ich gebe aus, was meine Freundin eingesparrt hat. Der Sparpreis lässt sie strahlen. Ich seh sie glücklich. Hier scheint mir ein wahrer Wert zu liegen.