

16.04.2008 – 11:30 Uhr

## **GastroSuisse: Traditionelle Gastronomie und Schnellverpflegung legen zu**

*Zürich (ots) -*

GastroSuisse, Verband für Hotellerie und Restauration, veröffentlicht die neuesten Zahlen zu Branche und Konsum

Das Gastgewerbe hat 2007 überdurchschnittlich von der guten Gesamtsituation der Schweizer Volkswirtschaft profitiert. Herr und Frau Schweizer haben im vergangenen Jahr für Essen und Trinken ausserhalb der eigenen vier Wände 19 Mrd. Schweizer Franken ausgegeben, 13 Prozent mehr als im Vorjahr. Die rückläufige Tendenz der Ausgaben in der herkömmlichen Gastronomie konnte 2007 gestoppt werden. Wie der Branchenverband GastroSuisse anlässlich seiner Jahresmedienkonferenz am 16. April 2008 in Zürich bekannt gab, zeigt sich sogar eine leichte Trendumkehr.

"Das Jahr 2007 war für die Branche insgesamt ein wirtschaftlich gutes", zog GastroSuisse-Zentralpräsident Klaus Künzli Bilanz. Die Konsumentenstimmung war so positiv wie seit vielen Jahren nicht mehr. Das Gastgewerbe, das stark auf konjunkturelle Schwankungen reagiert, hat davon profitiert. Bemerkenswert ist, dass die traditionelle Gastronomie - entgegen der bisherigen Entwicklung - ein Wachstum der Ausgaben ausweist: zwar hat die Frequenz der Besuche abgenommen, aber bei einer Konsumation wurde im Vergleich zum Vorjahr mehr Geld ausgegeben. Ebenfalls zu den Gewinnern gehörte 2007 die Schnellverpflegungsgastronomie, die ihre Bedeutung vor allem bei jüngeren Gästen und bei Frauen steigern konnte.

Die Essensvorlieben beim Ausserhauskonsum haben im vergangenen Jahr interessante Verschiebungen erfahren: Die Entwicklung der meistbestellten Gerichte zeigt, dass im Gastgewerbe Beilagen wie Kartoffeln, Pommes Frites, Reis und Gemüse an Bedeutung gewinnen. Im Vergleich zu den Vorjahren wird auch immer häufiger ein Frühstück auswärts bestellt. Auf dem Speisezettel rückläufig sind indessen Fleischgerichte und auch Salate. Letzteres ist umso erstaunlicher, als das Bewusstsein für gesunde Ernährung in den letzten Jahren eher angestiegen ist.

Jedes dritte im Gastgewerbe konsumierte Getränk ist ein Kaffee, ein Tee oder ein Milchgetränk; das bringt der nationale Getränkezeitung zum Ausdruck. Rund ein Viertel der Bestellungen umfassen Mineralwasser. Über die Jahre hinweg zeigt sich deutlich, dass der Konsum alkoholischer Getränke im Gastgewerbe rückläufig ist. Der Konsum von Bier beispielsweise ist 2007 um 12 Prozent zurückgegangen.

Politisch auf Kurs

Zufriedenheit signalisierte Klaus Künzli auch in politischer Hinsicht: "Der intensive Einsatz trägt Früchte." In der sehr relevanten Frage der Zusatzfinanzierung für die Invalidenversicherung mit Hilfe der MWSt hat der Nationalrat kurz vor Ostern einer einheitlichen Erhöhung der MWSt-Sätze zugestimmt. Damit wurden wettbewerbspolitisch und finanztechnisch wichtige Weichen gestellt. Es kommt nicht zu weiteren Verzerrungen zwischen den vergleichbaren

Angeboten von Take-Outs und Restaurants. Das ist für die Gesamtbranche relevant, denn auch die Hotellerie erzielt rund die Hälfte ihrer Umsätze mit Food & Beverage.

Beim Passivrauchschutz zeichnet sich ab, wie eine nationale Lösung aussehen könnte. GastroSuisse strebt einen umfassenden Schutz und eine schweizweite Lösung an, die im Gastgewerbe umsetzbar sein muss. "Einen kantonalen Flickenteppich bei diesen Vorschriften lehnen wir klar ab", hielt Klaus Künzli in Zürich mit Nachdruck fest. "Wichtig ist für die Branche, dass das eidgenössische Parlament nun rasch entscheidet."

In seiner politischen Lagebeurteilung der Arbeitsmarktsituation im Gastgewerbe würdigte GastroSuisse-Direktor Dr. Florian Hew die Bedeutung des seit 1972 existierenden Landes-Gesamtarbeitsvertrags als sinnvolle Errungenschaft - ein Thema, das in Anbetracht der Auseinandersetzungen in der Bauwirtschaft und auch um SBB Cargo aktueller ist denn je. "Für uns relevant bleibt, dass auch die Arbeitnehmer-Seite akzeptiert, dass die Situation im Gastgewerbe nicht vergleichbar ist mit anderen Dienstleistungsbranchen, die sich auf eine 5-Tage-Woche und nur auf Bürostunden ausrichten", appellierte Florian Hew insbesondere an die Adresse der Unia, deren zunehmende Militanz er als nicht zielführend kritisierte.

#### Klein- und Mittelhotellerie im Zentrum

Rund 90 Prozent aller Schweizer Hotelbetriebe gehören zur Klein- und Mittelhotellerie. Für sie macht sich GastroSuisse seit über zehn Jahren stark. Und sie steht auch 2008 im Mittelpunkt des Interesses. Wie GastroSuisse bekannt gab, werden weitere Anstrengungen zur besseren Positionierung der Klein- und Mittelhotellerie am Markt unternommen. Mit einer durch Innotour unterstützten, weitergehenden Studie in Zusammenarbeit mit der BAK Basel Economics, dem Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern sowie dem Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen wird das Thema vertieft. Zudem sollen für die Betriebe weitere Mittel und Instrumente entwickelt werden.

Bereits auf dem Markt ist die Hotel-Kategorisierung von GastroSuisse. Der 100ste Betrieb wurde kategorisiert. Von 0 auf 100 in zwölf Monaten sozusagen. HOT-C. ist gut unterwegs und erstarkt immer mehr.

Einen völlig neuen Auftritt mit neuem Marketing-Konzept präsentierte GastroSuisse für "SchweizDirekt" unter dem Motto "Einfach gut schlafen". Der Fokus des schlanken Magazins in vier Sprachen und mit stark erhöhter Auflage liegt inhaltlich auf dem Internet. Unter [www.schweizdirekt.ch](http://www.schweizdirekt.ch) findet der Gast ein Angebot an über 300 preiswerten Hotels in der Schweiz und kann neu via integrierter Buchungsplattform direkt sein Zimmer buchen. Neben einem vielseitigen Hotelangebot sind auch interessante Informationen zu Destinationen und Reisetipps verfügbar. [www.schweizdirekt.ch](http://www.schweizdirekt.ch) wird immer mehr zu der Marketingplattform, die das Angebot der Klein- und Mittelhotellerie bündelt.

Das Schweizer Gastgewerbe, Hotellerie und Restauration, ist - mit 228'000 Beschäftigten, 9000 Auszubildenden und 28'000 gastgewerblichen Betrieben - ein sehr bedeutender Wirtschaftszweig. Die Restauration und die Beherbergung erwirtschaften einen Jahresumsatz in der Höhe von insgesamt 24 Mrd. Franken. GastroSuisse ist mit über 21'000 Mitglieder der grösste nationale Arbeitgeberverband für Hotellerie und Restauration.

Die vorliegende Medien-Information sowie weiterführende Dokumente

der Jahresmedienkonferenz 2008 sind elektronisch unter [www.gastrosuisse.ch](http://www.gastrosuisse.ch) verfügbar.

Kontakt:

GastroSuisse  
Brigitte Meier-Schmid  
Marketing und Kommunikation  
Tel.: +41/44/377'53'53  
Fax: +41/44/377'55'82  
E-Mail: [maco@gastrosuisse.ch](mailto:maco@gastrosuisse.ch).

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007695/100559211> abgerufen werden.