

25.06.2010 – 15:10 Uhr

**Medienkonferenz EVD vom 25. Juni 2010, Medienzentrum Bundeshaus Bern:  
GastroSuisse unterstützt die Wachstumsstrategie. Der Tourismus muss zu einem  
strategischen Wirtschaftsfaktor werden.**

Zürich (ots) -

GastroSuisse, der Verband für Hotellerie und Restauration in der Schweiz, unterstützt die Wachstumsstrategie des Bundes für den Tourismusstandort Schweiz. Die Grundvoraussetzungen sind gut. Zur erfolgreichen Bewältigung zukünftiger Herausforderungen ist es jedoch zentral, dass die Rahmenbedingungen für die Unternehmen weiter verbessert werden und dass der Tourismus zu einem strategischen Wirtschaftsfaktor wird.

Die Schweiz zeichnet sich aus durch eine Vielfalt von attraktiven Ferienregionen, die durch den öffentlichen und privaten Verkehr international vernetzt und innert kurzer Zeit von überall her erreichbar sind. Neben der landschaftlichen Attraktivität verfügt die Schweiz über eine leistungsfähige Hotellerie und Restauration, die, über das ganze Land verteilt, für das Wohl der Gäste sorgt. Damit sind wichtige Grundvoraussetzungen für einen prosperierenden Tourismus gegeben, die es im Rahmen der neuen Tourismuspolitik zu konsolidieren und weiter zu entwickeln gilt. Für den Alpenraum ist der Tourismus der eigentliche Wachstumsmotor, der die Besiedelung der Täler sichert und der Bevölkerung Arbeitsplätze vor Ort bietet. Die Rahmenbedingungen sind entscheidend

Mit 230'000 Beschäftigten und 10'000 Lernenden erweist sich insbesondere das Gastgewerbe als wichtiger Arbeitgeber im Dienstleistungssektor. Für die 28'000 Unternehmerinnen und Unternehmer der Hotellerie und der Restauration steht die Verbesserung der Rahmenbedingungen zum Erhalt der internationalen Wettbewerbsfähigkeit an erster Stelle. Eine attraktive Steuerpolitik, zum Beispiel bei der Mehrwertsteuer, eine wettbewerbsfähige Landwirtschaft und der Zugang zum europäischen Arbeitsmarkt sind wichtige Faktoren zur Stärkung des Gastgewerbes und des Tourismus im internationalen Wettbewerb.

Die bisherigen schlanken tourismuspolitischen Instrumente haben sich bewährt. Die neue Tourismuspolitik - an deren Erarbeitung GastroSuisse mitwirkte - setzt bewusst auf Wachstum. Dabei soll eine Steigerung der Wertschöpfung erreicht werden, die primär auf eine Verbesserung der Ressourceneffizienz im Tourismus abzielt.

GastroSuisse nimmt daher mit Befriedigung zur Kenntnis, dass der Bundesrat mit der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz gewillt ist, die Rahmenbedingungen für Unternehmerinnen und Unternehmer weiter zu verbessern und die zukünftigen Herausforderungen wie die fortschreitende Globalisierung, das sich ändernde Nachfrageverhalten, technologische Entwicklungen, Klimawandel und Umweltgefährdung sowie strukturelle Schwächen im Schweizer Tourismus anzupacken.

Wichtige Förderung von Innovation und Zusammenarbeit

Gerade die klein strukturierte Klein- und Mittelhotellerie wird dabei vor grosse Herausforderungen gestellt. GastroSuisse begrüsst daher sehr, dass die Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz auch in Zukunft das Instrument Innotour zur Förderung von Innovation und Zusammenarbeit vorsieht.

In den letzten Jahren konnte GastroSuisse dank Innotour wichtige Erkenntnisse zur Bedeutung der kleinen und mittleren Hotellerie für den Tourismusstandort Schweiz gewinnen. So erwirtschaften die 88% der Betriebe mit weniger als 50 Zimmern jährlich rund 2 Mia. Franken direkte Bruttowertschöpfung, was immerhin 1% des BIP entspricht. Von den rund 4'000 bei GastroSuisse angeschlossenen Betrieben, die Beherbergungsleistungen anbieten, erweisen sich gut zwei Drittel als auch längerfristig marktfähig, wenn sie die unternehmerischen Herausforderungen der kommenden Jahre offensiv angehen können. Im Zentrum stehen die Finanzierung, die Erneuerung der Infrastruktur, das Qualitätsmanagement, die Nachfragegenerierung, die Vernetzung zu anderen Betrieben und die engere Zusammenarbeit innerhalb der Destination.

Die aus den Innotour-Projekten von GastroSuisse gewonnenen Erkenntnisse dienen den Kantonen Appenzell Ausserrhoden und Thurgau als Grundlage zur Neudefinition ihrer Tourismusförderung.

Synergiepotenziale und Kooperationen nutzen

Mit grossem Interesse verfolgt GastroSuisse die Absicht des Bundesrates, die Synergiepotenziale zwischen der touristischen Landeswerbung und der Absatzförderung für Schweizer Produkte noch besser zu nutzen. Die bisher erzielten Erfolge stossen auf steigendes Interesse, sowohl bei den Gästen als auch bei den Gastgebern. Ein gutes Beispiel ist das "Culinarium" in der Ostschweiz. Ein Projekt, das Einheimische und Feriengäste für regionale Produkte und lokale Gerichte begeistert und die Schweiz dank enger Zusammenarbeit nachhaltig erlebbar macht.

GastroSuisse ist der Verband für Hotellerie und Restauration in der Schweiz. Gegen 21'000 Mitglieder (Hotels, Pensionen, Gasthöfe, Restaurants und Cafés), organisiert in 26 Kantonalsektionen und vier Fachgruppen, gehören dem grössten gastgewerblichen Arbeitgeberverband an.

Bern, 25. Juni 2010

Kontakt:

Anton Schmutz, Direktor GastroSuisse, Telefon 044 377 53 53,  
mako@gastrosuisse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007695/100606103> abgerufen werden.