GastroSuisse

27.04.2016 – 11:30 Uhr

Die Folgen der Frankenstärke sind schwerwiegend: GastroSuisse fordert Tourismusgipfel und politisches Handeln

Bern (ots) -

Die Schweizer Wohnbevölkerung hat 2015 insgesamt 22.4 Milliarden Franken für Essen und Trinken ausser Haus ausgegeben. Das sind mehr als 1,1 Prozent weniger als im Vorjahr, wie der Branchenverband GastroSuisse an seiner Jahresmedienkonferenz in Bern mitteilte. Sinkender Ausser-Haus-Konsum, weniger Übernachtungen von europäischen Gästen als Folge der Frankenstärke und Kostendruck sind grosse Herausforderungen. Die Branche setzt auf Gästebindung und die Förderung von Innovationen und Kooperationen. Doch vor allem im alpinen und im ländlichen Raum ist die Situation angespannt. GastroSuisse-Präsident Casimir Platzer plädiert deshalb für die Einberufung eines "runden Tisches" von Politik und Wirtschaft.

"Die Folgen der Frankenstärke machen dem Gastgewerbe auch über ein Jahr nach der Aufhebung des Euro-Mindestkurses schwer zu schaffen", erklärte GastroSuisse-Präsident Casimir Platzer in Bern. "Vor allem in den Berggebieten und im ländlichen Raum ist die Lage sehr angespannt." Erschwerend hinzukommen Wettbewerbsverzerrungen, ein immenser Kostendruck und die Sorge um die Rekrutierung von erforderlichen Fachkräften in einem Markt, der permanenten Veränderungen unterliegt. Die Branche setzt selbst positive Akzente, doch es braucht zusätzliche Massnahmen, die der Wirtschaft dienen.

Tourismus-Gipfel gefordert

"Die Ausgangslage ist komplex, ein Patentrezept gibt es nicht", analysierte Casimir Platzer. Doch für ihn steht fest: das Ausmass der Betroffenheit wird deutlich unterschätzt. "Mir ist es unverständlich, dass die Politik tatenlos zusieht, wenn die Nachfrage in den Berggebieten aus einigen Herkunftsländern um 40 Prozent einbricht." Diese Entwicklung tangiert alle Wirtschaftszweige, die vom Tourismus abhängig sind. Ganzen Tälern droht Abwanderung und Entvölkerung. Der GastroSuisse-Präsident fordert deshalb mit Priorität die Einberufung eines Gipfels zur Stützung des Tourismus im alpinen Raum.

Ein Faktor, der die Wettbewerbsfähigkeit der Branche belastet, sind die hohen Kosten in der Schweiz. Im Gastgewerbe belaufen sich allein die Personal- und Warenkosten zusammen auf gegen 80 Prozent der Gesamtkosten. Zusammen mit starken Allianzpartnern soll deshalb noch in diesem Jahr eine Volksinitiative mit dem Titel "Stop der Hochpreisinsel - für faire Preise" lanciert werden. Auf diesem Weg sollen eine echte Beschaffungsfreiheit erreicht und überrissene Schweiz-Zuschläge unterbunden werden, die nicht nur die Unternehmer, sondern auch die Konsumenten belasten.

Unternehmerischer Spielraum nötig

GastroSuisse kämpft nicht nur gegen Handelshemmnisse, sondern auch gegen unnötige Bürokratie und Überregulierung. Deutlich über das Ziel hinausgeschossen ist das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit zum Beispiel mit dem Verordnungspaket "Projekt Largo". Die Fülle von Regulierungen ist zu einer hohen Belastung für die KMU geworden. "Das schwächt unsere Wettbewerbsfähigkeit und hemmt das Wachstum. Vor lauter Administration bleibt immer weniger Zeit, um Gastgeber zu sein", stellte GastroSuisse-Vizepräsident Ernst Bachmann fest, der selber seit bald 50 Jahren in der Gastronomie aktiv und Präsident von GastroZürich ist. "Regeln und Gesetze braucht es, aber mit Vernunft und Augenmass." Ernst Bachmann plädiert für mehr unternehmerischen Spielraum und für eine gastgewerbliche Mindestqualifikation. "So bestünde letztlich auch weniger Anlass für immer noch mehr Vorschriften", folgerte er.

Qualifikation und Innovation

Den Einfluss der veränderten Lebensgewohnheiten auf die Marktentwicklung beleuchtete Gilles Meystre, GastroSuisse-Vorstandsmitglied und Präsident von GastroVaud. So lassen sich über die Jahre deutliche Tendenzen erkennen. Fastfood und Take-away sind schon lange nicht mehr nur das Terrain der Jungen. Aufgrund der sich wandelnden Konsumbedürfnisse der heutigen Gesellschaft bilden sich zudem immer neue Angebotsformen heraus: der Hamburger hält Einzug in die Spitzengastronomie, die herkömmliche Gastronomie bietet auch Take-away an, Fastfood setzt bewusst auf slow, bio und regional und Foodtrucks sind im Trend. "Zugunsten einer gesunden Konkurrenz in diesem dynamischen Markt sind gleiche Bedingungen eine Grundvoraussetzung", so Gilles Meystre. Wie er auch in seiner Funktion als Koordinator für die lateinische Schweiz zusammenfasste, setzen sich die Kantonalverbände von GastroSuisse deshalb mit grossem Engagement ein für "gleich lange Spiesse", für Aus- und Weiterbildung sowie für die Förderung von Innovationen und Kooperationen.

Gästebindung, Herkunft und Handwerk

Vor einer Bewährungsprobe steht das Tessin. So schätzt Massimo Suter, GastroSuisse-Vorstandsmitglied und Präsident von GastroTicino, die Lage in dieser klassischen Tourismusregion ein. "Seit der Aufhebung des Mindestkurses sind unsere Angebote für Gäste aus dem Euroraum unverschuldet um bis zu 20 Prozent teurer geworden", so Massimo Suter. Das schlägt sich auf die Gästezahlen nieder. "Bei einer der wichtigsten Gästegruppen, den Deutschen, sind die Logiernächte von 2014 auf 2015 um rund 20 Prozent zurückgegangen." Kommt hinzu, dass im Tessin als Grenzkanton die Folgen des Einkaufs- und Gastronomietourismus besonders schmerzhaft sind. Die Branche setzt deshalb mehr denn je auf die Pflege von Stammkundschaft und auf Qualität und Regionalität der Angebote. Die Initiative "Ticino a Tavola" beispielsweise ist Ausdruck dieser Philosophie.

Bessere Rahmenbedingungen für die Hotellerie

Zusätzlich zu traditionellen Verkaufskanälen spielen Online-Buchungsplattformen bei der Vermarktung von Hotelzimmern eine immer wichtigere Rolle. Die Gastgeberinnen und Gastgeber bezahlen diese Dienstleistung allerdings mit hohen Kommissionen von 12 bis sogar 30 Prozent des Umsatzes. Aufgrund der Dominanz der Plattform-Anbieter können die Gastgeber kaum ausweichen. Repressive Verträge und "Best-Preis-Garantien" schränken die Hoteliers bei der eigenen Online-Vermarktung ihrer Angebote jedoch massiv ein. Angesichts der prekären Situation des Schweizer Tourismus kritisierte GastroSuisse-Direktor Remo Fehlmann das zögerliche Vorgehen der Wettbewerbskommission. Er verwies auf das deutsche Bundeskartellamt, das dem Anbieter Booking.com die Best-Preis-Klausel vollständig gestrichen hat, und stellte klar: "Weitere Taten der Wettbewerbskommission müssen folgen. Die Politik ist aufgefordert, auch in der Schweiz die Wirtschaftsfreiheit für Hotelbetriebe wieder herzustellen."

Neue Impulse für die Branche

"Die Schweizer Hotellerie braucht Innovationen", postulierte Daniel C. Jung, stellvertretender GastroSuisse-Direktor. GastroSuisse lanciert deshalb zusammen mit der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit den neuen "Hotel Innovations-Award". Er soll der Branche neue Impulse geben, erfolgversprechende Konzepte fördern und den Zugang zu Fremdmitteln ermöglichen. Zusammen mit dem Arbeitsbuch "fit-together - Kooperationen und Innovationen in der Hotellerie" und dem "Hotel Innovations-Tag" Ende August im Verkehrshaus Luzern bildet der Award eine eigentliche Innovations-Kampagne.

Gastronomietourismus schmälert inländischen Konsum

Die Schweizer Wohnbevölkerung hat im vergangenen Jahr 22.4 Milliarden Franken für die Verpflegung ausser Haus ausgegeben. Gemäss den Analysen von Sascha Schwarzkopf, Leiter Wirtschaftspolitik von GastroSuisse, haben die Ausgaben im Vergleich zum Vorjahr um 260 Millionen abgenommen. "Aufgrund der hohen Personal- und Warenkosten in der Schweiz und wegen des starken Frankens sind die Leistungen der Schweizer Restauration teurer als im benachbarten Ausland", präzisierte er. "Allein durch Gastronomietourismus fliessen deshalb jährlich rund vier Milliarden Franken ins naheliegende Ausland ab." Dieser Trend bildet sich in den Ausgaben für Restaurantbesuche ab. In grenznahen Kantonen wie Thurgau oder Neuenburg sind die Konsumationen pro Kopf besonders tief. Nach wie vor geben Herr und Frau Schweizer in der traditionellen Restauration am meisten Geld fürs Essen ausserhalb der eigenen vier Wände aus. Die Schnellverpflegung büsste hier nur leicht ein und kam 2015 auf einen Marktanteil von 17,6 Prozent am Ausser-Haus-Konsum.

Das Schweizer Gastgewerbe mit seinen rund 29'000 Hotellerie- und Restaurationsbetrieben ist ein wichtiger Wirtschaftsmotor und gehört zu den grössten Arbeitgebern des Landes. Im Jahr 2014 fanden 209'920 Personen eine Beschäftigung und 8476 Lernende wurden in der Hotellerie und Restauration ausgebildet.

GastroSuisse ist der Verband für Hotellerie und Restauration in der Schweiz. Die Organisation mit dem Gründungsjahr 1891 setzt sich seit 125 Jahren für die Interessen der Branche ein. GastroSuisse ist heute der grösste gastgewerbliche Arbeitgeberverband mit gegen 20'000 Mitgliederbetrieben (davon rund 2500 Hotels), organisiert in 26 Kantonalverbänden und vier Fachgruppen.

Bilder der Jahresmedienkonferenz

Aktuelle Bilder der GastroSuisse-Jahresmedienkonferenz 2016: heute ab ungefähr 15 Uhr unter www.presseportal.ch (Suchbegriff GastroSuisse)

Für weitere Auskünfte und Interviews:

Präsident Casimir Platzer und
Direktor Remo Fehlmann, Telefon 044 377 53 53,
communication@gastrosuisse.ch

Medieninhalte

Casimir Platzer, Präsident GastroSuisse. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Casimir Platzer, Präsident GastroSuisse, mit dem fast 2000 Seiten starken Verordnungspaket „Projekt Largo". Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Ernst Bachmann, Vizepräsident GastroSuisse, Präsident GastroZürich. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Gilles Meystre, Vorstandsmitglied GastroSuisse, Präsident GastroVaud. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Massimo Suter, Vorstandsmitglied GastroSuisse, Präsident GastroTicino. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Remo Fehlmann, Direktor GastroSuisse. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Daniel C. Jung, stv. Direktor GastroSuisse. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Sacha Schwarzkopf, Leiter Wirtschaftspolitik GastroSuisse. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Jahresmedienkonferenz 2016 GastroSuisse, Schweizerhof Bern. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Jahresmedienkonferenz 2016 GastroSuisse, Schweizerhof Bern. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100007695 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/GastroSuisse

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100007695/100787216 abgerufen werden.