

Medien-Information

Jahresmedienkonferenz GastroSuisse, 27. April 2017, in Bern

Schweizer Gastgewerbe im Wandel: Umbruch bringt Herausforderungen - und neue Chancen

Aufgrund der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen steht das Gastgewerbe in der Schweiz vor Herausforderungen. Ein immenser Kostendruck, die anhaltende Frankenstärke und Wettbewerbsverzerrungen prägen das schwierige Umfeld. Demgegenüber verlagert sich der Markt zunehmend in neue Formate und Kanäle. Begünstigt durch den technologischen Fortschritt, öffnen sich der Branche damit auch Chancen. Wie sich das Gastgewerbe mit der Digitalisierung und aktuellen Konsumtrends wie Food Delivery auseinandersetzt, legte der Branchenverband GastroSuisse an seiner Jahresmedienkonferenz am 27. April 2017 in Bern dar.

„Getrieben durch wirtschaftliche Faktoren, gesellschaftliche Veränderungen und eine hohe Mobilität unserer Kunden, ist der gastgewerbliche Markt stark in Bewegung“, erklärte GastroSuisse-Präsident Casimir Platzer in Bern. Die Hotels und Restaurants in der Schweiz stehen in einem harten Wettbewerb mit den Betrieben im grenznahen Ausland und im internationalen Vergleich. Die Folgen sind in der ganzen Tourismuswirtschaft spürbar.

Destinationsweites Denken nötiger denn je

„Das aktuelle Umfeld hat zur Folge, dass viele Destinationen mit kleingewerblichen Betriebsstrukturen, die alle einen Vollservice und gleichgelagerte Dienstleistungen anbieten, immer stärker unter Druck geraten“, stellte Casimir Platzer fest. „Wir müssen alles daran setzen, dass die Wirtschaftsräume des alpinen Raums überlebensfähig sind.“ Geeignete Kooperationen etwa im Bereich von Einkauf, Personal oder Marketing helfen, Synergien zu nutzen. „Doch es braucht mehr!“, so der GastroSuisse-Präsident. „Nur mit geballter Kraft kann man die Kosten optimieren.“ Entscheidende Veränderungen in der Tourismuslandschaft Schweiz sind unausweichlich. „Die vielen kleinstrukturierten Mikro-Unternehmen müssen sich unbedingt zu grösseren Einheiten zusammenschliessen“, davon ist er überzeugt. Ein ganzheitliches, destinationsweites Denken sei nötiger denn je. Eine Firma je Destination, quasi nach amerikanischem Modell, könnte ein griffiger Ansatz sein.

Standort Schweiz muss gestärkt werden

Ein manifester Einkaufs- und Gastronomietourismus ist mit ein Grund für den kontinuierlichen Umsatzrückgang in der Branche. Hochgerechnet entgehen dem Schweizer Gastgewerbe dadurch jährlich rund vier Milliarden Franken. „Den starken Franken können wir als Gastgeber nicht beeinflussen; uns bleibt der Kampf für die Stärkung des Standortes Schweiz und gegen den Kaufkraftabfluss ins Ausland“, so Casimir Platzer.

Zusammen mit starken Allianzpartnern ist GastroSuisse entschlossen, mit der Initiative „Stop der Hochpreisinsel – für faire Preise“ missbräuchliche Schweiz-Zuschläge marktmächtiger Unternehmen zu unterbinden. Gastro-Unternehmer bezahlen zum Beispiel teils über 2000 Franken mehr für die gleiche Spülmaschine als ihre Mitbewerber im benachbarten Ausland. Jeder Konsument und jede Konsumentin kennt Beispiele von Produkten, die nicht in der Schweiz hergestellt und die bei Grenzübertritt mit einem Zuschlag von teils über 50 % versehen werden. Das ist nicht akzeptabel.

Chancen trotz schwierigem Umfeld

„Die hohen Kosten am Wirtschaftsstandort Schweiz schmälern die Wirtschaftlichkeit der KMU des Gastgewerbes“, führte Sascha Schwarzkopf, Leiter Wirtschaftspolitik von GastroSuisse, aus. Die Restaurants und Hotels müssen ihre Waren für Küche und Betrieb in der Schweiz zu den hiesigen Preisen beschaffen. Jeder zweite Umsatzfranken wird für die Entlohnung der Mitarbeitenden aufgewendet. Angesichts des harten Wettbewerbs um preissensible Restaurant- und Übernachtungsgäste aus dem In- und Ausland können diese hohen Gestehungskosten allerdings nicht problemlos über entsprechende Preise an die Gäste weitergegeben werden.

Eine aktuelle Mitgliederumfrage von GastroSuisse bestätigt: die Sorge um den Umsatz steht bei den Restaurants und Hotels an erster Stelle. Weiter werden die Betriebe durch die steigenden Betriebskosten und die sich verändernden Gästebedürfnisse vor grosse Herausforderungen gestellt.

Die Umfrage bringt auch an den Tag, wie sehr sich die Gastgeberinnen und Gastgeber dieses Landes trotz schwierigem Umfeld mit neuen Themen und Chancen auseinandersetzen, um die Zukunft zu meistern. Dabei geht es unter anderem um die noch bessere Verankerung von Nachhaltigkeit im Betrieb. Die Möglichkeiten sind vielfältig und reichen von mehr Saisonalität und Regionalität im Angebot bis hin zur Reduktion von vermeidbarem Foodwaste und der Optimierung des Recycling-Systems. Ein weiteres vielversprechendes Feld auch für das traditionelle Gastgewerbe stellen die neuen Kommunikations- und Vertriebskanäle dar, die über die betriebseigene Website hinausgehen. In welchem Ausmass das Gastgewerbe Nutzen aus dem technologischen Fortschritt ziehen kann, ist eine zentrale Frage, mit der sich der Branchenverband GastroSuisse mit Priorität auseinandersetzt.

Digitalisierung macht nicht Halt vor dem Gastgewerbe

Die Chancen und Risiken der Digitalisierung im Gastgewerbe beleuchtete GastroSuisse-Direktor Daniel Borner, der in Bern die Vision des „Gastgewerbe 4.0“ präsentierte. Die weitere Verschmelzung von realer und digitaler Welt wird auch im Gastgewerbe dazu führen, dass die Angebote künftig noch individueller auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet werden können. Vieles ist technisch bereits heute machbar, anderes ist noch Zukunftsmusik.

GastroSuisse-Direktor Daniel Borner ist überzeugt davon, dass es in weiten Teilen der Gastronomie künftig zu einem Paradigma-Wechsel kommen wird. „Der Angebotsmarkt wird sich zu einem Nachfragemarkt entwickeln.“ Noch mehr als heute werde zunehmend der Gast bestimmen, was er gerne essen möchte. „Der Gast wird noch stärker Einfluss nehmen auf das gastronomische Angebot.“ Verbunden mit dem Bedürfnis nach mehr Individualisierung, wird der Gast noch intensiver auf der Suche sein nach Atmosphäre und Behaglichkeit, und das nicht im Widerspruch zur Digitalisierung, sondern als notwendige Ergänzung und als Kontrast zur Schnellverpflegung während des Arbeitsalltags. „Unsere Gastgeber sind bereits heute flexible Unternehmer“, betonte Daniel Borner, „doch sie werden in Zukunft vermutlich noch anpassungsfähiger und gewandter sein müssen.“

Das Schweizer Gastgewerbe ist mit seinen über 29'000 Hotellerie- und Restaurationsbetrieben ein wichtiger Wirtschaftsmotor und gehört zu den grössten Arbeitgebern des Landes. Im Jahr 2016 fanden rund 250'000 Personen eine Beschäftigung (kleinste Teilzeitpensen miteinbezogen); die Branche bildet insgesamt mehr als 8000 Lernende aus. Die Gesamtausgaben der Schweizer Wohnbevölkerung für Essen und Trinken ausser Haus beliefen sich im vergangenen Jahr auf 22.369 Milliarden Franken. Gegenüber dem Vorjahr sind das rund 73 Millionen Franken (-0.32 %) weniger. Der Konsum von Speisen ist 2016 um 2.3 % gestiegen; der Getränkekonsum ging um 5.3 % zurück.

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

Zürich / Bern, 27. April 2017

Die ausführlichen Dokumente der GastroSuisse-Jahresmedienkonferenz 2017 sind auf www.gastrosuisse.ch verfügbar.

Medienkontakt für weitere Informationen und den Bezug des neu erschienenen „GastroSuisse-Branchenspiegels 2017“:

Brigitte Meier-Schmid und Astrid Haida, Marketing und Kommunikation GastroSuisse
Telefon 044 377 53 53 oder communication@gastrosuisse.ch

Für Interviews und Auskünfte:

Casimir Platzer, Präsident GastroSuisse

Daniel Borner, Direktor GastroSuisse

Sascha Schwarzkopf, Leiter Wirtschaftspolitik GastroSuisse