

Mehr Ambiente für wenig Geld

In der finanziell angeschlagenen Berggastronomie sind Retrofit-Konzepte zu einer Überlebensstrategie geworden

DANIEL IMWINKELRIED

So erhaben sich die Bergwelt in den Schweizer Skigebieten präsentiert, das Angebot in den Restaurants ist häufig alles andere als Spitze. Viele Gasträume sind düster, es riecht durchdringend nach Frittieröl, und das billig gestaltete Promotionsmaterial von Nahrungsmittellieferanten zerstört das Ambiente vollends. Viele Beizen machen einen etwas vernachlässigten Eindruck. Es wäre höchste Zeit, sie zu renovieren.

In der Tourismusbranche macht in diesem Zusammenhang ein Schlagwort die Runde, das in der Industrie bereits weit verbreitet ist: Es geht um Retrofit (siehe oben). Das Konzept bedeutet, dass eine Gaststätte nicht von Grund auf erneuert, sondern nur auf möglichst originelle Weise aufgefrischt wird: Alte Vorhänge werden entfernt, Einrichtungsgegenstände entrümpelt, und Hirschgeweihe oder historische Aufnahmen an den Wänden sollen eine wohnliche Atmosphäre schaffen.

Solche «chirurgische Eingriffe» geschehen in den meisten Fällen allerdings nicht freiwillig. Vielmehr machen die

Beizer aus der Not eine Tugend. Die Berggastronomie befindet sich nämlich vielenorts in einer schwierigen Lage, die sich infolge des Schneemangels in der zu Ende gehenden Wintersaison nochmals verschärft hat.

Die Beiz kommt zuletzt

Der Investitionsstau ist in vielen Betrieben mittlerweile unübersehbar. Kapital ist in den Bergen eben knapp geworden. Grosse Zurückhaltung üben gerade auch die Bergbahngesellschaften, in deren Besitz sich die Restaurants oft befinden.

Seitdem der Franken im Zuge der Finanzkrise von 2008 im Vergleich mit dem Euro stark an Wert gewonnen hat, verbringen immer weniger europäische Gäste ihre Ferien in der Schweiz. Die Zahl der Eintritte in die Skigebiete ist seit der Wintersaison 2008/09 um mehr als 20% gesunken. Das hat die Bergbahnunternehmen finanziell unter Druck gesetzt und sie gezwungen, bei den Investitionen Schwerpunkte zu setzen. Verständlicherweise geniessen dabei die Transport- und Beschneigungsanlagen vor den Restaurants Priorität. Die Pächter von Bergrestaurants müss-

ten heutzutage regelrecht um finanzielle Mittel kämpfen, sagt Joe Hug von der Einkaufsgemeinschaft Gastro-Alpin, der früher selbst Restaurants in Skigebieten führte.

Verschiedene Bergbahnunternehmen sahen sich jüngst denn auch gezwungen, den Pächtern von Gaststätten Zugeständnisse beim Zins zu machen. Sonst wären diese nicht mehr imstande gewesen, den Betrieb weiterzuführen. Lieferanten von Bergrestaurants sagen, ihnen falle auf, dass viele Gastronomen die Rechnungen später bezahlten als früher. Im Skigebiet des Berner Ferienorts Gstaad haben sich die Probleme jüngst sogar kumuliert. Zwei private Pächter von Bergrestaurants haben das Mietverhältnis aus finanziellen Gründen gekündigt, eine Lodge mitten im Pistengebiet befindet sich in Nachlassstundung, und eine GmbH, die eine Bergbeiz betreibt, ist so verschuldet, dass ihr der Konkurs droht. Allgemein glaubt man in der Tourismusbranche, dass der schwierige Winter bei vielen Bergrestaurants einen Pächterwechsel zur Folge haben wird.

Gleichzeitig gehen gewisse Kritiker mit den Berggastronomen aber auch

hart ins Gericht. Den Beizern mangle es an Phantasie, und sie seien nicht bereit oder fähig, sich auf neue Gegebenheiten einzustellen. Ausserdem gibt es immer noch viele Quereinsteiger, die romantische Vorstellungen von der Rolle eines Gastronomen haben. Dabei erfordert der Beruf des Gastwirts auch vom Chef den vollen Einsatz. Er müsse mindestens so viel arbeiten wie zwei Ange-

stellte, sagt der Manager einer Bergbahngesellschaft.

Ewig können die Bergbahnen die Investitionen gleichwohl nicht hinauszögern. Sonst bleiben die Gäste vollends aus und sind die Gebäude in einem so schlechten Zustand, dass sich eine Renovation nicht mehr lohnt. Immer mehr Bergbahnverantwortlichen wird zudem bewusst, dass in einem hart umkämpften Markt die Verpflegung ein Faktor ist, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

ZAHL ZUM THEMA

20

Nur rund 20% der Mittel, die im Lebenszyklus für eine Maschine ausgegeben werden, bleiben erfahrungsgemäss beim Produzenten. Die übrigen 80% fliessen in die Kasse von lokalen Service-Werkstätten und – ebenfalls von Drittunternehmen kontrollierten – Komponentenherstellern. Das Retrofit-Geschäft trägt dazu bei, den Umsatzanteil der Maschinenbauer zu erhöhen.

Aufgeschobene Investitionen

Die Bergbahnen Destination Gstaad (BDG) will daher 1 Mio. Fr. in die Restaurants investieren. Aus finanziellen Gründen sind sie in den vergangenen Jahren ebenfalls stark vernachlässigt worden; umfangreiche Generalüberholungen liegen allerdings nicht drin, denn die BDG hat soeben eine harte finanzielle Sanierung abgeschlossen. Stattdessen will man sich ebenfalls an das Konzept des Retrofit halten. Es gehe bei den Beizen jetzt darum, aus wenig viel zu machen, sagt Walter Lüthi, Verwaltungsrat der BDG und ehemals Chef der Gastofirma Betty Bossi.