



SCHWEIZER CAFETIER VERBAND

Café-Bistros • Cafeterias • Café-Konditoreien • Café-Restaurants • Autobahn-Restaurants



Medienmappe der Jahresmedienkonferenz vom 3. Dezember 2007

Für ergänzende Auskünfte wenden Sie sich bitte an:

Schweizer Cafetier Verband

Hans-Peter Oettli, Zentralpräsident
Managing Director Caffè Spettacolo und Valora Gastronomie
Tel. 061 467 27 25, 079 445 44 74
hans-peter.oettli@valora.com

Johanna Bartholdi, Geschäftsführerin
Bleicherweg 54, 8002 Zürich
Tel. 044 201 67 77, FAX 044 201 68 77
j.bartholdi@cafetier.ch



1. Trend in der Entwicklung des Preises von Café crème

Hans-Peter Oettli, Zentralpräsident SCV

Seit über 20 Jahren erhebt der Schweizer Cafetier Verband regelmässig die tatsächlich angewandten Verkaufspreise für ein Café crème in der deutschsprachigen Schweiz (inkl. französischer Teil des Kantons Bern) bei Cafés, Cafeterias, Café-Bäckereien und Café-Bistros. Die magische Grenze von 4 Franken wird in immer mehr Regionen erreicht. Deutlich am Beispiel des französischen Teils des Kantons Bern zeigt sich der klare Preisunterschied zwischen der Deutschschweiz und der Romandie.

Resultate 2006/2007	Ø 2006	Ø 2007	tiefst	höchst
Stadt Zürich	3.84	3.92	3.40	4.80
Stadt Winterthur	3.66	3.67	3.20	4.00
Kanton Zürich (Rest)	3.61	3.70	3.50	3.90
Kanton Aargau	3.61	3.72	3.50	4.00
Kanton Basel Stadt	3.81	3.91	3.50	4.30
Ostschweiz	3.55	3.59	3.00	4.00
Zentralschweiz	3.63	3.69	3.30	4.00
Kanton Bern	3.44	3.46	3.00	4.50
Kanton Bern (Romandie)	2.93	2.98	2.00	3.30

Der Preis für ein Café crème ist in der Deutschschweiz im Jahr 2007 wie im 2006 um 7 Rappen auf einen Durchschnitt von Fr. 3.71 (Vorjahr Fr. 3.64 + 1.92 %) angestiegen.

Gemäss dem Bundesamt für Statistik beträgt der durchschnittliche Preis für ein Café crème in der ganzen Schweiz Fr. 3.62 (2006: Fr. 3.57 + 1.40 %, jeweils Stand September).

Kaffeepreisentwicklung 1990 - 2007 (Statistik SCV)

1990	2.42	1996	3.14	2002	3.43
1991	2.64	1997	3.14	2003	3.49
1992	2.72	1998	3.15	2004	3.54
1993	2.82	1999	3.26	2005	3.57
1994	2.85	2000	3.30	2006	3.64
1995	3.12 (Einführung MwSt.)	2001	3.32	2007	3.71

Aus der langjährigen Betrachtung der tatsächlichen Entwicklung des Preises von Café crème (seit 2002) muss festgehalten werden, dass der durchschnittliche, jährliche Anstieg zwischen 3 und 7 Rappen lag. Betrachtet man die einzelnen Betriebe, so schlugen im Durchschnitt nur 31.5 % aller Betriebe jeweils auf. Aus diesen Überlegungen ergibt sich ein kumulierter Nachholbedarf von 4,8 %, was ca. 17 Rappen entspricht. Hier ist es aber wichtig zu berücksichtigen, dass dieser Betrag nur auf Betriebe zutreffen würde, welche seit 2003 nie aufgeschlagen haben.

Eine Tasse Kaffee bleibt aber nach wie vor eine der erschwinglichsten und günstigsten Konsumation im Gastgewerbe. Ein Genuss, der sich jeder leisten kann.

Einige interessante Zahlen zum Kaffeekonsum

Der Kaffeekonsum in Tassen* pro Einwohner/Jahr - im Vergleich mit einigen europäischen Ländern und den USA .

Land	2002	2003	2004	2005	2006	Durchschnitt
Finnland	1599	1639	1712	1795	1748	1698
Norwegen	1338	1319	1372	1437	1395	1372
Schweden	1196	1139	1202	1127	1269	1187
Österreich	1002	835	1094	858	660	890
Schweiz	938	1081	895	1293	1063	1054
Deutschland	946	1001	1062	841	955	961
Italien	770	811	800	812	828	804
USA	608	642	645	640	653	638
GB	313	317	350	316	433	346

Quelle ICO

* Die Angabe (Tassen/Jahr) haben wir zu Vergleichszwecken angefügt. Wir sind von 7 g Kaffee/Tasse ausgegangen. Die Basis der Berechnungen bildet die Kaffeemenge, die sich aus der Differenz zwischen den Einfuhren und Ausfuhren von Kaffee ergibt; Lagerveränderungen sind berücksichtigt.

Der Gesamtkonsum in der Schweiz stagniert mehr oder weniger auf hohem Niveau. Der Einbruch im 2004 ist damit zu begründen, dass im 2005 durch der Inkrafttretung der bilateralen Verträge der Zoll wegfiel. Die Importeure lebten somit im 2004 von ihren Lagern und füllten diese im 2005 wieder auf.

Nach wie vor wird der Löwenanteil des Kaffees zuhause getrunken und über den Detailhandel verkauft. Der Anteil des Gastgewerbes mit 11.50 % hat sich in den letzten fünf Jahren prozentual nur unwesentlich verändert (+/- 0.02 - 0.03 %). Somit hat das Aufkommen von immer mehr Kaffeeketten den Kaffeekonsum im Gastgewerbe nicht erhöht.

Rangliste der beliebtesten Kaffees Ausserhaus

Die Rangliste der beliebtesten Kaffe Zubereitung bleibt klassisch. Zwar wird der Espresso auf Rang 2 immer mehr durch die Kaffee/Milchgetränke (Schale, Cappuccino, Macchiato) bedrängt, aber das Café crème hält sich unangefochten auf Rang 1, hat aber gegenüber dem Vorjahr um 0.27 Punkte abgenommen, während der Espresso eine leichte Zunahme von 0.08 Punkte verzeichnen konnte. Die übrigen Zubereitungen verloren ebenfalls etwas an Boden, während die Kaffeemilchgetränke nochmals leicht zulegen.

1. Café crème	34.76 %
2. Espresso	20.70 %
3. Cappuccino/Schale	19.81 %
4. Macchiato	14.47 %
5. übrige (fertig, aromatisierte etc.)	10.26 %

Fazit

Auf Grund der Preiserhöhungen der Rohstoffe und der neuen Löhne ab 1.1.2008, sollte der Kaffepreis individuell erhöht werden. Die Cafetiers werden nicht darum herum kommen, den Preis zwischen 5 % - 8 %, resp. 20 bis 40 Rappen zu erhöhen. Es sei hier aber der Hinweis angebracht, dass die Preispolitik die Angelegenheit von jedem einzelnen Betriebsinhaber ist.

Quellen: Umfragen SCV 2007, Bundesamt für Statistik, ICO, Branchenspiegel GastroSuisse 2006/7



2.

Berichterstattung der Medien über Resultate der Lebensmittelkontrollen - Imageschaden für das Gastgewerbe

Johanna Bartholdi, Geschäftsführerin SCV

Jeweils bei der Publikation der Jahresberichte der kantonalen Labors machen Negativschlagzeilen in der Presse dem Gastgewerbe zu schaffen. Sogar die seriöse NZZ liess sich am 14.06.07 zu nachstehender Schlagzeile hinreissen: "Wenn Lebensmittelkontrolleure die Türen zu Restaurantküchen aufstossen, haben sie in bis zu 30 Prozent der Fälle etwas zu beanstanden. Die Quote sinkt trotz Kontrollen und Rügen kaum."

So entsteht der Eindruck, dass fast 1/3 aller gastgewerblichen Betriebe unsauber, unhygienisch und geradezu gesundheitsgefährlich sind. Vertieft man sich jedoch in die Berichte der kantonalen Labors, ergibt sich ein etwas anderes Bild. Im Jahresbericht des kantonalen Laboratoriums Bern wird selber festgehalten "Die Gesamtbewertung der Lebensmittelsicherheit zeigt, dass zwar 35 % aller Betriebe einzelne Mängel ausweisen, diese Mängel aber nur bei 3 - 5 % aller Betriebe gravierend sind".

Probeentnahmen

Im Durchschnitt werden pro kontrollierten Betrieb (wenn überhaupt), 3 - 5 Proben erhoben. Unter dieser Betrachtungsweise sinkt die Quote der beanstandeten Betriebe nochmals beträchtlich und dürfte um die 5 % liegen.

Gebiet	Erhobene Proben	Beanstandete Proben	Quote
Kanton Basel-Stadt	1727	332	19.00%
Kanton Aargau	4265	711	16.67%
Kanton St. Gallen	6167	944	15.30%
Kanton Bern	11073*	1356	12.25%
Kanton Zürich	17103	2042	11.94%
Kanton Thurgau	3680	400	10.87%
Kanton Graubünden	4725	491	10.39%

*inkl. 2'028 Trinkwasser, in den anderen Kantonen separat

Aber sogar diese Quote muss nochmals relativiert werden. Proben können aus nachstehenden Gründen beanstandet werden:

- Fehler in der Anpreisung
- Falsche Deklaration (Zusammensetzung)
- Mikrobiologische Beschaffenheit
- Rückstände und Verunreinigung
- Physikalische Eigenschaft
- Gesundheitsgefährdende Beschaffenheit

Die Beanstandungen gemäss lit. c bis f machen im Durchschnitt 85 % der beanstandeten Proben aus.

Was wird kontrolliert - und beanstandet

Gemäss Art. 1 LMG ist der Zweck und das Ziel der Lebensmittelgesetzgebung:

- Schutz der Gesundheit des Konsumenten
- Schutz des Konsumenten vor Täuschung
- Sicherstellung des hygienischen und einwandfreien Umgangs mit Lebensmittel und Gebrauchsgegenständen

Es werden also nicht nur Lebensmittel, sondern auch Gebrauchsgegenstände, die Sauberkeit und Ordnung des Betriebes, der bauliche Zustand, aber auch Arbeitsprozesse, Kontrollaufzeichnungen, Arbeitsanweisungen und die Speise- und Getränkearten kontrolliert. Die Umsetzung des HACCP-Konzepts ist schriftlich nachzuweisen.

Somit können bereits eine undichte Dichtung an einem Kühlschrank, fehlende Kontrolle der Kühlschranktemperatur-Aufzeichnung, kein schriftlicher Nachweis über die Reinigung der Rahmmaschine, ein herumstehender Besen, eine verbeulte Alu-Pfanne, aber auch nur das Fehlen eines schriftlichen Kontroll-Konzeptes etc. etc. zu Beanstandungen führen. Vor allem Kleinbetriebe mit 1 - 2 Mitarbeiter bekunden verständlicherweise grosse Mühe, diesen administrativen Aufwand erbringen zu können.

Gerade bei dieser Art von Beanstandungen kommt immer wieder der Verdacht hoch, dass die Lebensmittelinspektoren eine gewisse Quote von Beanstandungen zwecks Erreichung des Einnahmen-Budgets, aufweisen müssen.

Risikobasierte Kontrollen

Wir haben in der Schweiz eine grosse Vielfalt an guten und gesunden Lebensmitteln. Das liegt auch an der Vielfalt und der Kreativität der Restaurateure, Cafetiers, Bäcker, Metzger und Käser.

Diese Vielfalt ist nicht selbstverständlich. Im intensiven Wettbewerb um die Kunden bei den lebensmittelverarbeitenden Betrieben müssen handwerkliche und regionale Lebensmittelunternehmen bestehen können.

Die Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit müssen für alle gleich sein. Kleine und regionale Lebensmittelunternehmen brauchen dafür angepasste Vorkehrungen für sichere Lebensmittel. Diese müssen sich trotz gleicher Sicherheitsziele von den Sicherheitskonzepten für grosse, industrielle Lebensmittelunternehmen unterscheiden.

Das neue Lebensmittelrecht (Art. 56 des LGV "regelmässige und risikobasierte Kontrollen") ermöglicht eine Flexibilisierung der Vorschriften, aber die Kontrollbehörden nutzen diesen Spielraum nicht. Einzig und allein das Angebot und die vorangegangenen Kontrollen werden für die Beurteilung des Risikos herbeigezogen, nicht aber die Grösse und die Art des Betriebes, was gemäss Gesetz absolut möglich wäre.

Veröffentlichung der Kontrollberichte

Im Kanton Zug sollen in nächster Zukunft die Betriebe gesetzlich verpflichtet werden, die Kontrollberichte den Konsumenten zugänglich zu machen. Zwar wird gegenwärtig signalisiert, dass es sich nicht um den Kontrollbericht 1 : 1 handeln wird, sondern um eine Art Zusammenfassung mit einer Notengebung (sehr gut bis ungenügend?). Auch soll die Notengebung die Resultate der vergangenen Jahre berücksichtigen.

Dennoch, erachtet der Schweizer Cafetier Verband dieses Vorgehen als einen Rückfall ins Mittelalter und fragt sich, ob tatsächlich der Nutzen für den Konsumenten höher zu bewerten ist, als der Datenschutz. Die Veröffentlichung der Kontrollberichte kann den betroffenen Betrieben langfristig einen grossen finanziellen und Image-Schaden zufügen, was in der Regel in keinem Verhältnis zur Auswirkung der Beanstandung steht. Es ist eine Verletzung des Prinzips der Verhältnismässigkeit.

Weiter ist es sehr störend, dass die Produktion nur von örtlich ansässigen Betrieben kontrolliert und an den Pranger gestellt würden. Grossfirmen mit dezentralen und/oder ausserkantonalen Produktionen müssen an den Verkaufsstellen die Kontrollberichte nicht aufhängen. Einmal mehr, werden die ortansässigen und meist kleinen Betriebe benachteiligt.

Fazite

- Rund 95 % aller Betriebe arbeiten sauber und einwandfrei
- Viele Beanstandungen sind Bagatellen, oft auch nur im administrativen Bereich; festgestellte Mängel können in vielen Fällen noch während der Inspektion oder innerhalb kurzer Zeit behoben werden
- Die Kontrollbehörden nutzen gesetzliche Freiräume nicht
- Industrielle Betriebe werden grundsätzlich nach denselben Massstäben wie ein Kleinbetrieb kontrolliert, was sicherlich auch auf die neu vorgeschriebene Zertifizierung der Kontrollbehörde zurückzuführen ist, da scheinbar nur noch nach Schema "F" kontrolliert wird
- Die Lebensmittelverarbeitenden Einzelunternehmungen sind eindeutig im Nachteil; die gleich langen Spiesse entpuppen sich als schwache, kurze Lanzen
- Die Kantonalisierung der meisten Kontrollbehörden hat die Distanz zur Basis nochmals vergrössert
- Die aufreisserische Interpretation der Jahresberichte schadet dem Gastgewerbe
- Der Schweizer Cafetier Verband verurteilt klar die Widerhandlungen gegen die Hygienevorschriften, aber die Relationen sollten bewahrt werden
- Mehr gesunder Menschenverstand wäre besser als immer mehr Bürokratie
- Die buchstabengetreuen Kontrollen werden mittel- und langfristig Existenzen vernichten und die weitere Verbreitung von Convenience Food beschleunigen
- Die Konsumentenstiftungen werden in einigen Jahren feststellen müssen, dass sie mit ihren Forderungen nach immer mehr Deklarationen und Kontrollen ein Eigengoal geschossen haben

Forderung

Art. 15, Abs. 4 LMG sieht vor, dass der Bundesrat durch Verordnung Ausbildungsanforderungen im Bereich Hygiene festlegen kann. Diese Kann-Formulierung ist in eine Muss-Formulierung umzuwandeln. Leider spricht sich das BAG gegen eine solche Änderung aus. Diese Haltung des BAG ist unverständlich, gerade auch in Hinblick auf sein forsches Vorgehen beim Passivrauchschutz. Scheinbar ist dem BAG der Magen weniger wichtig als die Lunge.

Quellen: Jahresberichte der kantonalen Laboratorien, Protokoll des Grossen Rates des Kantons Bern vom 12.9.2007, NAP, LMG, LGV



3. Zwei neue Preismodelle

Hans-Peter Oettli, Zentralpräsident SCV

Der heutige Gast und Konsument ist preisbewusst und reagiert sensibel auf Missverhältnisse zwischen Leistung und Preis. Neue Preismodelle haben es auf der anderen Seite schwer, sich am Markt zu behaupten. Nach wie vor ist die Preispolitik im Gastgewerbe vor allem durch die klassische Faktorenrechnung bestimmt.

Der Schweizer Cafetier Verband empfiehlt deshalb den Cafetiers Preismodelle, welche im Ausland resp. von Kaffeeketten erfolgreich angewandt werden, zu prüfen und einzuführen, wenn die räumlichen, personellen und übrigen betrieblichen Voraussetzungen es erlauben.

Italienisches Modell

Unter anderem in Italien ist es gang und gäbe, Getränke und Speisen, welche stehend an der Bar eingenommen werden, günstiger anzubieten. Es ist verwunderlich, dass in der Schweiz nur ganz wenige Betriebe diese mitarbeitersparende Variante anbieten. Der Schweizer Cafetier Verband empfiehlt Betrieben, welche die räumlichen Voraussetzungen erfüllen würden, solche Modelle einzuführen. Hier wäre denkbar, den Ristretto zu Fr. 2.50 anzubieten. Dies entspricht einem "Ristretto liscio" im Tessin.

Weg vom Einheitspreis für Kaffee

Ein für die Kunden sympathischer und akzeptierter Weg ist den Kaffee preislich nach der Menge zu diversifizieren. Konsequenterweise wäre somit der Ristretto am günstigsten, während ein speziell grosser Latte Macchiato entsprechend teurer wäre. Die Abstufung könnte in etwa wie folgt aussehen:

Ristretto	Fr. 3.70
Espresso	Fr. 3.90
Café crème traditionnel	Fr. 4.10
Café crème large	Fr. 4.30
Café crème extra-large	Fr. 4.50
Schale	Fr. 4.90
Cappuccino	Fr. 5.10
Latte Macchiato	Fr. 5.30



4. Wie viele Verbote erträgt das Gastgewerbe noch?

Johanna Bartholdi, Geschäftsführerin SCV

Es ist unbestritten. Sozial- und gesundheitspolitisch begründete Eingriffe treffen das Gastgewerbe empfindlich. Sei dies nun die Senkung der Promille-Grenze, das sich in der ganzen Schweiz abzeichnende Rauchverbot in den Gaststätten oder die Veröffentlichung von Untersuchungsberichten der kantonalen Kontrollbehörden im Bereich Lebensmittelhygiene.

Umsatzrückgänge nach Einführung des Rauchverbots

Baden-Württemberg, Einführung Rauchverbot 1.8.2007, Resultate einer Umfrage von Ende September:

Über die Hälfte der Gastwirte in Baden-Württemberg (51 Prozent) mussten seit Einführung des Rauchverbots in der Gastronomie Umsatzrückgänge verzeichnen. Rund 40 Prozent der Gastronomen sehen durch das Rauchverbot sogar ihre unternehmerische Existenz bedroht. Dies sind die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts TNS Emnid in Bielefeld. 46 Prozent der Gaststättenbetreiber geben weiter an, durch das Rauchverbot viele rauchende Gäste verloren zu haben. Lediglich 13 Prozent stimmen der Aussage zu, dass sie nicht rauchende Gäste dazu gewonnen hätten. 23 Prozent der Befragten planen aufgrund des Rauchverbots Personal abzubauen.

England, Einführung Rauchverbot 1.7.2007, Bericht im Daily Telegraph vom 27.9.2007:

Pub-Betreiber beklagen sich über massive Umsatzeinbussen bis zu 22 % und es ist bereits zu den ersten Betriebsschliessungen gekommen. Die Vorhersage des "British Institute of Innkeepers", in den nächsten zwei Jahren würden 5000 Pubs wegen des Rauchverbots schliessen, wird wohl zutreffen.

Belgien, Einführung Rauchverbot 1.1.2007, Bericht im Deutschen Ärzteblatt [afp/aerzteblatt.de](http://afp.aerzteblatt.de):

Nach dem Start des Rauchverbots in belgischen Restaurants schlugen die Wirte wegen Umsatzeinbussen Alarm. Seit Inkrafttreten des Verbots am 1. Januar seien die Einnahmen in vielen Speiselokalen um rund ein Drittel zurückgegangen, geht aus einer veröffentlichten Umfrage der Zeitung "Het Laatste Nieuws" in belgischen Restaurants hervor. Einige Lokalbesitzer beklagten sogar einen Umsatzrückgang von etwa 50 Prozent. Viele Stammgäste gingen nun lieber in Kneipen und Bars, denn dort darf - anders als in den Speisegaststätten - weiter geraucht werden.

Schottland, Einführung Rauchverbot 26.3.2006, Bericht in weltonline vom 15.1.2007:

Das Rauchverbot hat zu einem kräftigen Umsatzrückgang in der Gastronomie geführt. Zu diesem überraschenden Ergebnis kommt eine Studie der International Epidemiological Association. Die Autoren der Studie haben die Daten von knapp 1600 Kneipen in Schottland mit denen von mehr als 1100 in England vor und nach Einführung des Rauchverbots verglichen. Demnach ist der Umsatz um zehn Prozent gesunken, die Besucherzahl sogar um 14 Prozent. "Kurzfristig hat das Rauchverbot nicht dazu geführt, dass mehr Kunden wegen der rauchfreien Atmosphäre gekommen sind. Auch kann nicht davon ausgegangen werden, dass Raucher mehr Geld für Getränke und Speisen statt für Rauchwaren ausgegeben haben," schreiben die Autoren. Darüber hinaus zeigten die Zahlen der Getränkeliieferanten, dass der Absatzzuwachs in schottischen Kneipen deutlich geringer ausfällt als in englischen. Raucher würden weniger Zeit in Gaststätten verbringen. Die Annahme, dass Nichtraucher diesen Ausfall durch zusätzliche Bestellungen ausgleichen, sei von Anfang an Unsinn gewesen.

Cafejournal.at:

Sollte ein Rauchverbot kommen, so befürchtet die heimische Gastronomie Umsatzeinbrüche. "Nun hat sich auch wirtschaftlich bestätigt, was wir schon lange befürchtet haben: Rauchen schadet dem Umsatz. Obwohl uns immer wieder Italien und Irland als positive Beispiele vorgestellt werden, gibt es nun bereits Zahlen, die belegen, dass es in der Unterhaltungs- und Eventgastronomie Umsatzrückgänge von bis zu 30 Prozent gibt", erklärt der Fachgruppenobmann der Wiener Kaffeehäuser, Günter Ferstl.

Dem Schweizer Cafetier Verband ist es selbstverständlich bewusst, dass es auch Bereiche der Branche gibt, die mit dem Rauchverbot ganz gut klar kommen. Als Branchenverband haben wir jedoch auch die Pflicht, die Ängste und Nöte der kleinen Cafés nicht einfach zu ignorieren. Die nationale Lösung mit der Möglichkeit, Ausnahmen zu erlauben, ist den kantonalen Lösungen vorzuziehen. Mit den bestehenden und zukünftigen kantonalen Regelungen (TI, SO, GR, AR) wird es besonders in Grenzgebieten zu verwirrenden und unterschiedlichen Regelungen kommen.

Umsatzrückgänge nach Senkung Promille-Grenze

Alkoholkonsum	Wein	Obstwein	Bier	Branntw. 40 %	Total 100 %
1996/2000	43,4	2,8	59,1	3,7	9,2
2001	43,1	2,5	57,1	4,0	9,2
2002	41,8	2,3	55,5	4,0	9,0
2003	40,9	2,3	58,1	4,0	9,0
2004	40,2	2,2	57,0	3,9	8,9
2005	38,8	1,9	55,0	3,8	8,5
2006	38,3	1,8	56,8	3,9	8,6

Die Senkung der Promille-Grenze auf 0,5 trat am 1.1.2005 in Kraft.

Die Senkung der Promille-Grenze hat dem Gastgewerbe Umsatzrückgänge auf den alkoholischen Getränken von über 15 % gebracht. Zudem beklagen vor allem die Betriebe auf dem Lande das Aussterben der Stammtische und damit auch einer Tradition.

Nationales Programm Alkohol 2008 - 2012 (NPA)

Dieses Programm will mit einem Strauss von Massnahmen, drei Ziele erreichen:

1. Verminderung des Rauschtrinkens unter Jugendlichen
2. Verringerung der Alkoholintoxikationen von Jugendlichen und Erwachsenen
3. Verminderung des chronischen Alkoholkonsums im Alter

Problematisch und von allen anerkannt (und sichtbar) ist vor allem das Rauschtrinken an Wochenenden durch Jugend-Clans auf öffentlichen Strassen und Plätzen. Es dürfte hier unbestritten sein, dass der Verkauf von alkoholischen Getränken durch den Detailhandel, Take aways und Tankstellen ins Visier genommen werden muss. In bedienten Gaststätten, Cafés und Restaurants sind die Kontrollen viel effektiver und können auch tatsächlich durchgeführt werden, da hier in der Regel der Besteller auch der Konsument ist.

Deshalb ist der Schweizer Cafetier Verband erstaunt, dass in den vorgesehenen Massnahmen, mit Ausnahme der Massnahme Mn. 04.02 "Verkaufseinschränkung zwischen 21.00 h - 07.00 h für alkoholische Getränke im Detailhandel", eher auf freiwillige Vereinbarungen, Jugendschutzkonzepte bei Grossanlässen, Werbeeinschränkungen, bessere Durchsetzung der bereits bestehenden Kontrollpflicht bei der Abgabe von Alkohol und alternative, alkoholfreie und günstigere Angebote gesetzt wird.

Welches Verbot kommt als Nächstes?

Das Ziel der NPA ist die Reduktion des Alkoholkonsums in der Schweiz. Dabei wird - wie oben gesehen - vor allem der Konsum bei den Jugendlichen anvisiert.

Besonders in den Massnahmen Mn, 08.05 und 08.06 (Übernahme von WHO-Empfehlungen und Harmonisierung mit dem EU-Gesetz) sieht der Schweizer Cafetier Verband die Gefahr, dass einerseits langfristig eine nochmalige Senkung der Promille-Grenze eingeführt werden soll und andererseits z.B. abschreckende Texte oder Bilder (analog Zigaretten-Schachteln) aufgedruckt werden sollen.

Ähnliche Tendenzen machen sich bemerkbar bei ersten Forderungen nach Deklaration des Kalorien- und Fettgehaltes, resp. deren Kennzeichnung durch Warnfarben.

Ebenfalls die Thematik über die Schädlichkeit von Elektrosmog von Heizstrahlern könnte das Gastgewerbe treffen. Bei der Einführung des Rauchverbotes in Lokalen ist es anzunehmen, dass vermehrt Aussenräume gestaltet werden, welche im Winter Heizstrahler haben werden.

Das BAG entwickelt sich je länger je mehr zu einem "Bundesamt für Angst und Grauen", respektive zur Bundesstelle für Anti-Genuss. Mit System wird nämlich seit einigen Jahren den Menschen Angst und Schrecken eingejagt und mit Bundesgeldern eine teure Kampagne nach der anderen zur Förderung eines schlechten Gewissens lanciert. Nach Rauchen, Alkohol, Transfetten und Cumarin werden sicherlich bald auch Brot, Rösti und Pizza verteuert werden. Alle Verbote sind eine Einschränkung der persönlichen Freiheit. Je mehr Verbote, desto unbeweglicher wird unsere Gesellschaft und wird sich schlussendlich selber paralysieren.

Der Schweizer Cafetier Verband ist sich bewusst, dass es Gefahren, Exzesse und negative Auswüchse gibt, welche bekämpft werden müssen. Aber die Annehmlichkeiten und positiven Seiten, welche Genuss, Geselligkeit und Lebensfreude bei den Menschen bewirken, sind eindeutig positiver zu werten.

Der Schweizer Cafetier Verband setzt sich vehement für weniger Verbote, endlich bessere Rahmenbedingungen und ein Zurück zur Eigenverantwortung der Konsumenten ein. Unsere Gesellschaft darf nicht immer mehr bevormundet werden.

Quellen: Eidg. Alkoholverwaltung, verschiedene Zeitungsberichte, foodaktuell.ch, NPA



5. Boulevards-Cafés Situation

Carmen Wanner, GL-Mitglied und Präsidentin ZCV

Im Mai 2007 hat der Schweizer Cafetier Verband eine Tabelle der angewandten Tarife für die Benützung des öffentlichen Raumes von verschiedenen Städten veröffentlicht. Gleichzeitig wurde der Preisüberwacher angerufen, welcher aber zum Schluss gekommen ist, dass die verlangten Gebühren der hohen Lebenshaltungskosten Zürichs entsprechend verhältnismässig sind. Aufgrund von konkreten Beispielen wird diese Aussage aber gegenwärtig überprüft.

Störend an den Gebühren, welche einer Miete gleichzusetzen sind, ist vor allem auch die Tatsache der in die unternehmerische Freiheit eingreifenden, zusätzlichen Vorschriften. So werden in vielen Städten, die Farben von Sonnenschirmen, die Materialisierung des Mobiliars bis hin zum genauen Stuhlmodell und die Bepflanzung explizit und genau vorgeschrieben, dies nebst vielen Verboten, was alles nicht aufgestellt werden darf.

Diskrepanzen

Betriebsinhaber, welche in der glücklichen Lage sind, über den benötigten Raum für das Boulevards-Café auf dem eigenen Grundstück verfügen zu können, müssen sich selbstverständlich nicht an diese Auflagen halten. Dies führt zu unerwünschten Diskrepanzen. Darum sollte in jeder Gebührenverordnung über die Benützung des öffentlichen Raumes der Grundsatz gelten, was auf privatem Grund zulässig ist, muss auch auf öffentlichem Raum erlaubt sein.

Eine weitere Diskrepanz macht der Schweizer Cafetier aus bei der Trennung der Amtsstelle, welche die Vorschriften für die Benützung des öffentlichen Raums erlässt und derjenigen, welche die Gebühren festlegt. Wir vertreten die Meinung, dass mit jeder neuen Vorschrift, die Gebühr um 5 % gesenkt werden müsste.

Neuer und guter Weg in Zürich

Zusammen mit dem zuständigen Departement der Stadt Zürich wird gegenwärtig an einem neuen Leitfaden für Boulevards-Cafés gearbeitet. Dabei wird die unternehmerische Freiheit neu viel stärker gewichtet. Der neue Leitfaden wird zwar weiterhin Verbote beinhalten, aber überall wo es rechtlich gesehen möglich ist und vom Sicherheitsaspekt her keine Einwände anzubringen sind, kann der Betriebsinhaber auf der gemieteten Fläche sein eigenes Konzept durchziehen. Die Stadt Zürich geht hier einen neuen Weg, im Gegensatz zu den Städten Bern und Zofingen. Dennoch hoffen wir, dass Zürich eine positive Trendwende einläutet.

Allgemeine Betrachtungen zu Gebühren

Die Politik macht sich stark für die Senkung der Steuern. Die Steuerpolitik von einzelnen Kantonen hat bereits die EU auf den Plan gerufen. Steuersenkungen sind volkswirtschaftlich gesehen, ein gutes Instrument zur Unterstützung der Wirtschaft und der Konsumfreudigkeit, also prinzipiell begrüssenswert. Es wird aber vergessen (verschwiegen), dass die dadurch entstandenen Mindereinnahmen, in vielen Fällen durch höhere Gebühren wieder hereingeholt werden. Zwar entsprechen die Gebühren dem Verursacherprinzip, aber deren Höhe sollte nachvollziehbar und begründbar bleiben.



6. Die Angst der Cafetiers vor der EM08

Johanna Bartholdi, Geschäftsführerin SCV

Die Freude über die EM08 will in der Schweiz nicht so recht aufkommen. Ein ähnliches Bild zeichnete sich auch in Deutschland vor der WM06 ab. Durch die guten Resultate der Deutschen Fussballmannschaft änderte sich aber dieses Bild während der WM06 und die Medien konnten von fröhlichen und friedlichen Besuchern berichten. Erst im Nachhinein sickerten Berichte über Gewalttätigkeiten durch, welche aber von den Medien tunlichst verschwiegen wurden.

Die DEHOGA (Bericht des Tourismusausschusses) hält in ihrer Bilanz über die WM06 für die Gastronomie folgendes fest:

- Nicht jeder gastronomische Betrieb konnte sofort und unmittelbar von der Fussball-Weltmeisterschaft profitieren
- Es gab viele Gewinner, aber auch viele Verlierer
- Hotels und Restaurants an Spielorten verzeichneten eine größere Resonanz als Betriebe auf dem flachen Land
- Des einen Freud, des anderen Leid: Das schöne Wetter trieb die Fans nach draussen. Gartenlokale und Biergärten mit Leinwänden zur Live-Übertragung von Fussballspielen waren die großen Gewinner, während der klassischen Speisegastronomie oder den Kneipen weniger zum Feiern zumute war
- Die Vielzahl der Angebote - die Fanmeilen, die Public-Viewing-Areas auf Märkten oder in Parks - zog Gäste ab und brachte nur Betrieben im unmittelbaren Umfeld dieser Partyzonen etwas

In einem Bericht der Welt vom 18. April 2007 wurde ein ähnliches Fazit gezogen:

"Das Grossereignis liess die Menschen zwar mehr für Bier, Bratwürste und Fanartikel ausgeben und lockte ausländische Gäste an, wie aus einer neuen Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) hervorgeht. Es floss jedoch weit weniger Geld als vorhergesagt. Um nennenswerte Auswirkungen auf das Wirtschaftswachstum zu haben, seien einzelne Sportereignisse wie die Fussball-WM schlicht zu klein. Allerdings gebe es einen grossen Werbeeffect für Deutschland, der sich wirtschaftlich kaum messen lasse.

Angst und Wut der Cafetiers

Die von den Fan-Meilen entfernten Betriebe befürchten während der EM08 eine Umsatzaufschwung, während diejenigen, welche sich innerhalb der Fanmeilen befinden sich zwar auf einen Zustrom von Kunden freuen können, aber auch grösste Bedenken über das Verhalten der Kunden, resp. der Fussballfans haben.

Die Ausgestaltung der Fan-Meilen wurde in Verträgen zwischen der UEFA und den betroffenen Städten festgelegt. Hier muss festgestellt werden, dass in einigen Fällen, das seit Jahren angesiedelte Gewerbe regelrecht bestraft wird durch Zufahrtsbeschränkungen, aber auch durch unmittelbar vor dem eigenen Geschäft vermieteten Flächen an Marktfahrer und Schausteller. Die Städte kassieren hier Gebühren für die Benützung des öffentlichen Raums und lassen es gleichzeitig zu, dass Gewerbetreibende Umsatzeinbussen hinnehmen müssen. Es ist unverständlich, dass scheinbar die Freizeitgestaltung vor der normalen, beruflichen Tätigkeit, Vorrang erhält.

Empfehlung des Schweizer Cafetier Verbandes an seine Mitglieder

- Besuch der zusammen mit anderen Verbänden angebotenen Seminarien über Deeskalation und Motivationsschulung
- Während der EM08 vermehrte Überwachung und Reinigung der Toiletten; diese aber gleichzeitig gebührenpflichtig zu machen
- Aufnahme von speziellen Speise- und Getränkeangeboten, allenfalls auf die Nationalitäten der Spiele angepasst, wobei der Fokus auf günstige Speisen gelegt werden sollte
- Mitarbeiteraustausch-Börse zwischen den Betrieben, welche eher ruhige Zeiten haben werden und denjenigen in Mitten des Geschehens