



# SCHWEIZER CAFETIER VERBAND

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



## Medienmappe der Jahresmedienkonferenz vom 8. Dezember 2008

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](mailto: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](mailto:j.bartholdi@cafetier.ch)



# 1.

## Entwicklung des Preises von Café crème im 2008

Hans-Peter Oettli, Zentralpräsident SCV

**Seit über 21 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. Während vor allem in den Städten die Schwelle von 4 Franken weitgehend überschritten ist, beginnt in City-Lagen die Grenze von 5 Franken zu wanken. In ländlichen Gebieten hingegen bewegen sich die Preise noch deutlich unter 4 Franken.**

Resultate 2007/2008	Ø 2007	Ø 2008	tiefst	höchst
Stadt Zürich	3.92	4.08	3.50	5.30
Stadt Winterthur	3.67	3.89	3.40	4.40
Kanton Zürich (Rest)	3.70	3.82	3.50	4.20
Kanton Aargau	3.72	3.85	3.50	4.10
Kanton Basel Stadt	3.91	4.10	3.50	4.50
Ostschweiz	3.59	3.71	3.00	4.50
Zentralschweiz	3.69	3.84	3.40	4.40
Kanton Bern	3.46	3.60	3.20	4.90
Kanton Bern (Romandie)	2.98	3.09	2.80	3.60

Der Preis für ein Café Crème ist in der Deutschschweiz im Jahr 2008 auf einen Durchschnitt von Fr. 3.86 (Vorjahr Fr. 3.71 + 4.04 %) angestiegen.

Gemäss dem Bundesamt für Statistik beträgt der durchschnittliche Preis für ein Café crème in der ganzen Schweiz Fr. 3.74 (2007: Fr. 3.62 + 3.31 %, jeweils Stand September).

33.10 % der befragten Betriebe haben im 2008 keine Preisanpassung gemacht, 21.40 % haben den Preis um 10 Rappen, 34.90 % um 20 Rappen und 10.60 % um mehr als 20 Rappen angehoben.

### Wie setzt sich eigentlich der Kaffeepreis zusammen?

Löhne (Service- und Serviceleitung, Buffet, Office)	55,3 % <sup>1)</sup>
Fixe Unkosten (Finanzkosten- und Anlagekosten, Amortisation der für Café crème notwendigen Maschinen und Mobiliar, Mietzins, MwSt.)	17,8 %
Allg. Unkosten (Anteil an Wärme, Licht, Wasser, Abwasser, Werbung, Verbrauchsmaterial, Gebühren)	13,1 %
Warenaufwand	7,7 %
Ersatz (Bruch und Verlust)	1,8 %
Direkte Unkosten (Service-Abos, Reinigung, Unterhalt, Reparaturen)	2,1 %
Reingewinn	2,2 %

<sup>1)</sup> Inkl. Eigenlohn

Quelle: Betriebsbuchhaltungen von kaffeelastigen\* Betrieben, Durchschnittswerte, Stand 2007; \*als "kaffeelastig" werden Betriebe bezeichnet, welche vom Gesamtumsatz mindestens 20 % mit Kaffee (warme Getränke) erwirtschaften. Im Durchschnitt beträgt dieser Anteil gemäss oben stehender Statistik 28,7 %.

## Einige interessante Relationen und statistische Angaben

Für ein Bahnbillet Romanshorn - Genf retour 1. Klasse müsste ein Cafetier somit 3'815 Café crème verkaufen (Basis Reingewinn).

Um den Jahresmindestlohn (2008), inkl. 13. und Sozialkosten bezahlen zu können, müssen im Durchschnitt 13'192 Café crème (Basis durchschnittlicher Verkaufspreis Fr. 3.74) verkauft werden, im 2009 sogar 13'523; alle übrigen anfallenden Kosten sind damit noch nicht abgedeckt. Bei 13'192 Café crème bedeutet dies 259,79 verkaufte Kaffees pro Tag .

Der durchschnittliche gastgewerbliche Betrieb verkauft pro Tag 50.78 Café crème.

### Kaffeepreisentwicklung 1990 - 2008 (Statistik SCV)

1990	2.42		1997	3.14		2004	3.54
1991	2.64		1998	3.15		2005	3.57
1992	2.72		1999	3.26		2006	3.64
1993	2.82		2000	3.30		2007	3.71
1994	2.85		2001	3.32		2008	3.86
1995	3.12	Einf. MwSt.	2002	3.43			
1996	3.14		2003	3.49			

### Wann und wo trinkt der Schweizer Kaffee?

Der Löwenanteil des Kaffees wird zuhause (und im Büro) getrunken und über den Detailhandel verkauft. Der Anteil des Gastgewerbes beträgt 12.05 % und hat sich in den letzten fünf Jahren prozentual nur unwesentlich verändert (+/- 0.50 - 0.55 %). Somit hat das Aufkommen von immer mehr Kaffee Ketten den Kaffeekonsum im Gastgewerbe nicht erhöht. Trotzdem erreicht der Gesamtumsatz Kaffee im Gastgewerbe 2.1 Milliarden Franken, dies bei 1'596'040 verkauften Tassen pro Tag.

Obwohl rund um die Uhr Kaffee getrunken wird, schätzen die meisten Menschen ihn zu den "klassischen Zeiten" besonders: zum Frühstück, zum Znüni und am Nachmittag.

36,3 % aller Getränkebestellungen im Gastgewerbe betreffen ein Warmgetränk. Bei den Frauen (38,4 %) ist dieser Anteil etwas höher als bei den Männern (34,8 %). Ebenso besteht ein Unterschied zwischen der Französischen Schweiz (38,7 %) und der Deutschen Schweiz (35,5 %). Quelle: Branchenspiegel GastroSuisse 2008

Bei den Jugendlichen von 15 bis 29 Jahre entfallen von ihrem Getränkekonsum im Gastgewerbe 23,9 % auf Warmgetränke, während dieser Anteil bei den 30 - 49 jährigen bereits 38,3 % und bei den über 50 jährigen sogar 41,2 % beträgt. Auffallend ist, dass in den letzten zwei Jahren die Jugendlichen eher mehr Kaffee trinken, während der Anteil bei den Älteren stagniert oder leicht zurück geht. Quelle: Branchenspiegel GastroSuisse 2008

### Rangliste der beliebtesten Kaffees Ausserhaus

Nach wie vor ist die Rangliste der beliebtesten Kaffe Zubereitung absolut klassisch. Das Café crème hat sogar anteilmässig gegenüber dem Espresso wieder etwas an Boden gewonnen und die Kaffees mit Milch verharren insgesamt bei rund 1/3.

1.	Café crème	35.03 %
2.	Espresso	20.62 %
3.	Cappuccino/Schale	19.70 %
4.	Macchiato	14.31 %
5.	übrige (fertig, aromatisierte etc.)	10.34 %

Quellen: Café-Bistro/Cafetier, ICO, Deutscher Kaffeeverband e.V., Hamburg



2.

## Leistungsabhängiger Preis für ein Café crème

Johanna Bartholdi, Geschäftsführerin SCV

**Durchschnittliche Preise können Tendenzen aufzeigen. Für den einzelnen, individuellen Betrieb kann aber ein komplett falsches Bild entstehen. Diesem Dilemma versucht nun der Schweizer Cafetier Verband mit einer leistungsabhängigen Berechnung des Café crème zu begegnen.**

Bereits seit September 2008 lauten verschiedene Schlagzeilen "Café crème wird um 10/20 Rappen teurer". Diese Aussage können wir so in seiner Absolutheit nicht stehen lassen, sie muss viel differenzierter sein. Die Geschäftsleitung des Schweizer Cafetier Verbandes hat sich intensiv mit dieser Problematik befasst und hat beschlossen, auf der Website des Schweizer Cafetier Verbandes ([www.cafetier.ch](http://www.cafetier.ch)) ab dem 8.12.2008 ein sehr differenziertes und so weit als möglich auf den einzelnen Betrieb genau zugeschnittenes Berechnungssystem aufzuschalten.

### LACP (= leistungsabhängiger Café Preis)

Dieses System berücksichtigt sowohl die Infrastruktur des Betriebes, wie die Zusatzleistungen, ebenso wie Soft-Faktoren (Freundlichkeit der Mitarbeitenden und die Wohlfühl-Atmosphäre im Betrieb), aber auch die Standorte der Betriebe. Es wird somit vor allem auf Elemente eingegangen, welche einen direkten Einfluss auf die Betriebs- und Mitarbeiterkosten haben, d.h. rund 65 % der anfallenden Kosten eines Betriebes. Die 13 kurzen Fragen im Multiple-Choice-Verfahren können angeklickt werden und der LACP für diesen Betrieb wird berechnet. Bei einigen der Fragen, welche nicht selbsterklärend sind, steht eine kurze Begründung der Frage. Eine Eingabe dauert nicht länger als 30 Sekunden.

### 13 Fragen zum richtigen Preis

1. Art der Kaffeemaschine (hat Einfluss auf die Mitarbeiterkosten)
2. Anzahl der angebotenen Kaffeesorten (hat Einfluss auf die Lagerkosten)
3. Selbstbedienung/Bedienung an der Bar oder an der Theke/Bedienung
4. Freundlichkeit Mitarbeitende (Soft-Faktor)
5. Kaffee mit oder ohne Schokolade/Biscuits/Glas Wasser
6. Ambiance (Soft-Faktoren)
7. Angebot an Print-Medien
8. Tischkultur (z.B. Stofftischtücher)
9. Inneneinrichtung (einfach bis luxuriös)
10. Öffnungszeiten
11. Sonderleistungen (Vollrahm anstelle Kaffeeahm, besonders aufwändige Ausstattung Toiletten, Live-Musik, einheitliche Uniformierung der Mitarbeitenden etc.)
12. Korrekturfaktor Standort (Stadt, Dorf, Land, Einkaufszentrum)
13. Korrekturfaktor Kanton

Auch ein ausgeklügeltes System wie das vorliegende LACP-System des Schweizer Cafetier Verbandes kann trotz aller Sorgfalt nicht alle Faktoren berücksichtigen. Einerseits werden - wie erwähnt - nur ca. 2/3 der Betriebskosten berücksichtigt, andererseits wird z.B. die Qualität des Kaffees, resp. wie der Kaffee dem Kunden schmeckt, nicht bewertet. Bei der Qualität des Kaffees setzen wir voraus, dass er einwandfrei und auf höchstem Niveau ist.

### Der Gast entscheidet über den richtigen Preis

Der Gast entscheidet mit seinem Kaufentscheid grundsätzlich über den richtigen Preis. Jeder einzelne, individuelle Gast muss überzeugt sein, dass das Preis/Leistungsverhältnis in seinem Stamm-Café stimmt.

Der Schweizer Cafetier Verband will mit dem LACP-System, den negativen Druck "der Strasse" auf die jeweiligen Ankündigungen auf Preiserhöhungen entgegen wirken. Wir bieten den Konsumenten ein Entscheidungs-Instrument für die Wahl ihres Stamm-Cafés. Gerade in wirtschaftlich schlechten Zeiten ist es eminent wichtig, den Kunden die Gewissheit zu geben, dass sie einen angemessenen Preis für eine Dienstleistung erhalten und somit kein Missverhältnis zwischen der Leistung und dem Preis besteht.

Diese Sicherheit erhält er mit dem LACP des Schweizer Cafetier Verbandes.

Der ordnungshalber sei aber darauf hingewiesen, dass die Preiskalkulation die Angelegenheit eines jeden einzelnen Cafetiers ist.



3.

## Salatbuffet neben dem Miststock

Carmen Wanner, Präsidentin ZCV

**Immer mehr Schweizer Bauern werden zu landwirtschaftlichen Unternehmern und entdecken die Gastronomie. Dies ist vor allem auf die Änderung von Art. 24b des Raumplanungsgesetzes zurückzuführen, welcher am 1.9.2007 in Kraft trat. Die Vorschriften für solche Besenbeizen sind je nach Kanton sehr unterschiedlich.**

Es war das erklärte Ziel des National- und Ständerates mit der Änderung des Art. 24b RPG, den Bauern drohende Verdienstauffälle zu kompensieren.

*Art. 24b Nichtlandwirtschaftliche Nebenbetriebe ausserhalb der Bauzonen (Raumplanungsgesetz)*

*1 Können landwirtschaftliche Gewerbe im Sinne des Bundesgesetzes vom 4. Oktober 1991 über das bäuerliche Bodenrecht ohne ein Zusatzeinkommen nicht weiter bestehen, so können bauliche Massnahmen zur Einrichtung eines betriebsnahen nichtlandwirtschaftlichen Nebenbetriebs in bestehenden Bauten und Anlagen bewilligt werden. Die Anforderung nach Artikel 24 Buchstabe a muss nicht erfüllt sein.*

*1bis Unabhängig vom Erfordernis eines Zusatzeinkommens können Nebenbetriebe mit einem engen sachlichen Bezug zum landwirtschaftlichen Gewerbe bewilligt werden; dafür können massvolle Erweiterungen zugelassen werden, sofern in den bestehenden Bauten und Anlagen kein oder zu wenig Raum zur Verfügung steht.*

*1ter Bei temporären Betriebszentren können bauliche Massnahmen nur in den bestehenden Bauten und Anlagen und nur für gastwirtschaftliche Nebenbetriebe bewilligt werden.*

*1quater Um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden, müssen nichtlandwirtschaftliche Nebenbetriebe den gleichen gesetzlichen Anforderungen und Rahmenbedingungen genügen wie Gewerbebetriebe in vergleichbaren Situationen in den Bauzonen.*

*2 Der Nebenbetrieb darf nur vom Bewirtschafter oder von der Bewirtschafterin des landwirtschaftlichen Gewerbes beziehungsweise von der Lebenspartnerin oder dem Lebenspartner geführt werden. Personal, das überwiegend oder ausschliesslich für den Nebenbetrieb tätig ist, darf nur für Nebenbetriebe nach Absatz 1bis angestellt werden. In jedem Fall muss die in diesem Betriebsteil anfallende Arbeit zum überwiegenden Teil durch die Bewirtschafterfamilie geleistet werden.*

*3 Die Existenz des Nebenbetriebs ist im Grundbuch anzumerken.*

### Konkurrenz belebt das Geschäft

Die Aussage, dass Konkurrenz das Geschäft belebt ist grundsätzlich richtig. Die Konkurrenz bewirkt, dass sich jeder Betriebsbetreiber immer wieder am Markt messen muss und alles daran zu setzen hat, marktkonforme Leistungen anzubieten. Besenbeizen scheinen den Nerv der Zeit zu treffen und sind sehr beliebt.

Das Gastgewerbe kämpft seit Jahren gegen Überkapazitäten und dem damit verbundenen Preisdruck. Durch das Aufkommen von immer mehr Besenbeizen hat sich die Situation, vor allem auf dem Land noch verschärft. Besenbeizen können ganz anders kalkulieren und tendenziell bei tieferen Preisen als im Gastgewerbe, einen höheren Deckungsgrad erwirtschaften.

### Ungleichbehandlung Gastgewerbe/Landwirtschaft

Der Schweizer Cafetier Verband beklagt nicht die zusätzliche Konkurrenz, sondern die offensichtliche Ungleichbehandlung. Es darf nicht sein, dass unter dem Vorwand der Marktliberalisierung, das bestehende und traditionelle Gastgewerbe so in Bedrängnis gebracht wird, dass es zu Betriebsschliessungen kommt.

Bereich	Gastgewerbe	Besenbeizen	Bemerkungen
Miet-/Finanzkosten	Betrieb, 100 Plätze, ca. 220 m <sup>2</sup> ; Mietzins für Raumbedarf:  Fr. 16'500.00 bei einem m <sup>2</sup> -Preis von Fr. 500.00	Errichtet auf Land-wirtschaftsfläche, gleiche Grösse, Mietzins für Raumbedarf:  Fr. 6'600.00 bei einem m <sup>2</sup> -Preis von Fr. 200.00	Bei einer Differenz von Fr. 300.00 pro m <sup>2</sup> ergibt sich eine Minderbelastung von Fr. 20.00 pro m <sup>2</sup> und Jahr *
Personalkosten	Zwingende Mindestlöhne gemäss L-GAV; Durchschnitt gemäss Bundesamt für Statistik Fr. 3'902.00 (2006)	Nicht dem L-GAV unterstellt; gemäss RPG haben die Besenbeizen mit Familienangehörigen zu arbeiten; somit auch keine oblig. Krankentaggeldversicherung für 720 Tage ab dem ersten Tag.	Hier dürften die Einsparungen rund 35 % betragen, geht man von einem Tageslohn von Fr. 136.00 aus **
Warenkosten	Gastro-Lieferanten, Regionales Gewerbe	Direkt-Bezüge ab Hof	Ca. 15 – 25 % günstiger (Marge der Verteiler und Produzenten)
MwSt.	Dienstleistungen unterstehen dem höheren Ansatz von 7.6 %	Keine Steuer auf Eigenprodukte, somit Wegfall der MwSt.	Margenvorteil
Lehrlingsausbildung	Das Gastgewerbe bildet rund 9'000 Lernende aus; geschätzte Kosten für die Branche 54 Mio. Franken	Keine Ausbildung	Margenvorteil
Öffnungszeiten	Tages- oder Ganztagesbetriebe	Meist nur geöffnet zur Mittagszeit und/oder Abendzeit	Weniger Leerzeiten
Rauchverbot in öffentlichen Betrieben	Erwarteter Umsatzrückgang 7 % - 15 %	Da per Definition Besenbeizen eher im Freien; keine Einschränkungen	weiterer Wettbewerbsvorteil
Lebensmittel-Hygiene	Strenge Vorschriften, strenge Kontrollen	Für Ausschankflächen mit geringer Anzahl Steh- und Sitzplätze können im Sinne der Verhältnismässigkeit angemessene Erleichterungen in baulicher und lufttechnischer Hinsicht gewährt werden. Desgleichen können Erleichterungen in baulicher und Lüftungstechnischer Hinsicht bei Saisonbetrieben gewährt werden. Indessen dürfen dabei keine hygienischen Missstände auftreten. Grundsätzlich haben Besenbeizen die hygienischen Anforderungen der Lebensmittelgesetzgebung zu erfüllen. Sie gelten als Lebensmittelbetriebe im Sinne von Art. 2 der Lebensmittelverordnung, weshalb auf sie die Bestimmungen der Hygieneverordnung des EDI anwendbar sind. Der Vollzug an Ort und Stelle erfolgt betriebsangepasst und verhältnismässig. Stellt der Gastronomiebetrieb nicht die Haupttätigkeit des Betriebes dar, bestehen bereits heute erleichterte Anforderungen. ***	
Bauliche Vorschriften	Strenge Vorschriften, strenge Kontrollen		

\*Quelle: Vortrag von Hans Maurer, Dr.iur. et dipl.chem., Rechtsanwalt, Zürich, über das bäuerliche Bodenrecht und das Raumplanungsgesetz

\*\*Quelle: Bundesamt für Landwirtschaft

\*\*\*Antwort auf ein Postulat vom September 2006 im Regierungsrat des Kantons Zürich

## Verstoss gegen die Bundesverfassung?

In Art. 94 BV wird der Grundsatz der Wirtschaftsfreiheit festgehalten. Indem Art. 24b RPG den Landwirten ein Gewerbeprivileg verschafft und diese in direkter Konkurrenz zu normalen Gewerbetreibenden stehen, wird der freie Wettbewerb zwischen diesen beiden Gruppen

von Marktteilnehmern eingeschränkt. Es fragt sich, ob dies vor der Bundesverfassung standhält.

Mangels einer verfassungsrechtlichen Grundlage verstösst Art. 24b RPG gegen Art. 94 Ziff. 4 BV. Die Angelegenheit ist allerdings nicht justiziabel, weil die Bundesverfassung eine Überprüfung von Bundesgesetzen durch die Gerichte und rechtsanwendenden Behörden ausschliesst (Art. 191 BV). Somit können sich die Gewerbetreibenden nur auf dem politischen Weg gegen Art. 24b RPG wenden.

Eine Abschwächung der unfairen Regelung kann nicht darin gefunden werden, die Landwirtschaftszonen für alle Gewerbetreibenden zu öffnen, denn dadurch würde der wichtigste raumplanungsrechtliche Grundsatz der Trennung des Baugebiets vom Nichtbaugebiet aufgehoben. Vielmehr muss die Lösung in einer zurückhaltenden Bewilligungspraxis zu Art. 24b RPG bestehen.

In die richtige Richtung gehen hier Bestrebungen, mittels kantonalen oder Gemeindevorschriften. Der Kanton Obwalden will die Besenbeizen besser regeln, beispielhaft ist das Reglement der Gemeinde Bubikon.

### **Wiedereinführung einer minimalen Ausbildung**

Wenn schon nicht gegen die tendenzielle Ungleichbehandlung im Bereich RPG angegangen werden kann, dann müsste zumindest bei der Ausbildung der Hebel angesetzt werden.

Der Schweizer Cafetier Verband setzt sich vehement dafür ein, dass in allen Kantonen wieder eine minimale Ausbildung eingeführt wird. Jedoch sollte es nicht bei einem einmaligen, kurzen Einführungskurs bleiben, sondern es sollte eine Regelung gefunden werden, die jeweils bei jedem Wechsel des Betriebverantwortlichen einen "Wiederholungskurs" nötig machen würde.

In dieser Hinsicht zeichnet sich nun auch eine Lösung ab. Das BAG hat eine neue Verordnung des EDI über Ausbildungsanforderungen in Lebensmittelhygiene in die Anhörung gesandt, welche per 1. April 2010 in Kraft treten wird. Zumindest im Bereich der Lebensmittelhygiene kommt es nun wieder zu einer obligatorischen Ausbildung.





4.

## Allerlei Wissenswertes

Hans-Peter Oettli, Zentralpräsident SCV

**Ein Glas Wasser, ein Stück Brot und das Amtsblatt. Auf diese drei Sachen hat jeder Kunde Anspruch. Dies ist einer der klassischsten Irrtümer betreffend Gastgewerbe. Ein weiterer Irrtum betrifft die Bewirtungspflicht.**

Es sei vorweg genommen, der Gast hat keinen Anspruch auf ein gratis Glas Wasser. Der Betriebsinhaber kann dafür einen Preis festsetzen. Es handelt sich ganz klar um einen unternehmerischen Entscheid im Rahmen der Preispolitik. Dasselbe gilt für das Stück Brot, welches aber seit einigen Jahren zum Essen gratis abgegeben wird. Wird das Hausbrot und das Leitungswasser unaufgefordert auf den Tisch gestellt, dann ist es gratis. Hingegen auch für Leitungswasser darf der Cafetier eine Entschädigung verlangen. Vom Ausland her kennt man die Verrechnung des Gedecks oder "Coperto". Das kann das Brot sein, manchmal mit Butter oder Aufstrich. In der Schweiz ist das nicht gebräuchlich.

Das Amtsblatt muss noch in den Kantonen JU, LU, SO, VS und ZH zwingend im Betrieb aufgelegt werden.

### Bewirtungspflicht

Darf ein Cafetier, ein Gastgeber oder ein Hotelier einen Gast abweisen? Diese Frage hat in den letzten Wochen die Gemüter in der Stadt Zürich erhitzt. Niemand stösst sich an der Tatsache, dass es Betriebe gibt, welche nur Personen aufnehmen, die mindestens 25-jährig sind, oder bei gewissen Anlässen nur Damen oder Herren hereinlassen. Wird hingegen eine Berufsgruppe ausgegrenzt, dann kommen Emotionen hoch.

Aber auch hier sei bemerkt, dass es grundsätzlich in der unternehmerischen Freiheit eines jeden einzelnen Betriebsinhabers liegt, sein Kundensegment selber festzulegen. Nur die Kantone FR, GE, JU, NE und SO kennen eine Bewirtungspflicht. In der übrigen Schweiz bestimmt der Gastgeber, wen er bewirten will und wen nicht. Es ist also zulässig, bestimmten Personen ein Hausverbot zu erteilen. Dieses darf aber nicht rassistisch motiviert sein. Störenfriede können aber immer aus dem Café gewiesen werden.

Wichtig dabei ist, dass das gewünschte Gästeprofil klar kommuniziert wird, denn ist der Gast einmal im Betrieb und hat Platz genommen, wurde rechtlich gesehen ein Vertrag begründet, den es einzuhalten gilt. Ab diesem Moment gilt die Bewirtungspflicht. Arbeitet der Betrieb hingegen mit dem Hinweisschild "Sie werden an den Tisch begleitet" so kann spätestens bis diesem Zeitpunkt die Bewirtung verweigert werden.

### Konsumationspflicht

Es besteht eine Konsumationspflicht für den Gast in den öffentlichen, gastgewerblichen Betrieben. Der Cafetier darf sogar nach einer angemessenen Zeit, nachfragen und eine Zweitbestellung verlangen.

### Gratis-Dienstleistungen

Jeder Gast wünscht sich saubere und gut unterhaltene Toiletten. Die Installation einer WC-Anlage, inkl. einem Behinderten-WC, welche zwingend bei Neu- und Umbauten zu installieren sind, kostet zwischen Fr. 30'000.00 pro WC/Pissoir und Fr. 40'000.00 für ein Behinderten-WC. Der Unterhalt pro mittlere WC-Anlage (2 Damen, 2 Pissoirs, 1 Herren-WC und 1 Behinderten-WC) kostet pro Jahr ca. Fr. 15'000.00 (gemäss Auskunft Züri-WC). In den meisten gastgewerblichen Betrieben ist die Benützung der WC-Anlagen kostenlos; in stark frequentierten Standorten sieht man immer mehr, dass die Benützung ausschliesslich den Gästen vorbehalten ist, sei dies mittels Jeton oder Code.

Ebenso normal ist es für jeden Gast, dass in den Cafés Zeitungen zur Verfügung stehen. Die Kosten für ein ansprechendes Angebot erreichen pro Zeitungsabonnement zwischen Fr. 250.00 bis Fr. 450.00 pro Jahr. Viele Betriebe geben für Zeitungs- und Wochenzeitschriften-Abonnemente weit über Fr. 10'000.00 pro Jahr aus.



## 5.

# Einige Zahlen und Fakten über den Schweizer Cafetier Verband

Johanna Bartholdi, Geschäftsführerin SCV  
Carmen Wanner, Präsidentin ZCV

**Der Schweizer Cafetier Verband ist aus dem Verband "alkoholfreier Gaststätten" entstanden, war aber immer für Betriebe mit Alkoholausschank offen.**

### Chronologie

1938	Gründung "Vereinigung Alkoholfreier Gaststätten"
1988	Wahl Georg Gnädinger zum Zentralpräsidenten
1991	Namenswechsel zu "Schweizer Cafetier Verband"
1996	1. Fachtagung
2006	1. März, unerwarteter Hinschied von Georg Gnädinger
2006	20. Juni, Wahl von Hans-Peter Oettli zum Zentralpräsident
2007	15. Mai, der Zentralvorstand beschliesst die Einsetzung einer Arbeitsgruppe "Strategie"
2008	Der Schweizer Cafetier Verband gibt sich eine neue Vision, Mission und ein neues Leitbild

### Mitgliederstruktur SCV (Stand 31.10.2008)

Region Zürich	60.24 %
Region Bern	25.13 %
Region Zentralschweiz	9.29 %
Region Basel	5.34 %

### Mitgliederstruktur nach Grösse und Art (Stand 31.10.2008)

Kleinbetriebe (bis 10 Mitarbeiter/innen)	88.75 %
Grossbetriebe (ab 11 Mitarbeiter/innen)	8.50 %
Passivmitglieder (ohne Betrieb)	1.50 %
Ehrenmitglieder	1.25 %
reine Cafés	57.60 %
Restaurants	5.95 %
Take-aways/Kioske	18.35 %
Kettenbetriebe	10.85 %
Übrige (Bars, Gasthöfe, Hotel, Spitäler, Kliniken)	7.25 %

### Vision

SCV - wir verbinden individuelle Gastronomen

### Mission

1. Wir sind der führende Arbeitgeberverband für individuelle Gastronomen.
2. Wir garantieren Mitgliedernähe
3. Wir bieten eine attraktive Netzwerkplattform
4. Wir agieren im Markt unabhängig, persönlich und flexibel
5. Wir setzen uns für beste Rahmenbedingungen ein
6. Wir transferieren Wissen und Können