

UNIA

**Die Gewerkschaft.
Le Syndicat.
Il Sindacato.**

Publikationen der Gewerkschaft Unia, Nr. 4

Die Perspektiven im Gastgewerbe

Ziele und Vorschläge der Unia



Einleitung

Das Gastgewerbe spürt seit 2005 die sehr gute wirtschaftliche Konjunktur: Logiernächte- und Umsatzzahlen verbessern sich laufend. Das Gastgewerbe leidet aber nach wie vor unter strukturellen Problemen und gehört zu den Branchen mit den prekärsten Arbeitsbedingungen, obwohl es in diesem Jahrtausend wichtige Fortschritte bei der Lohnentwicklung erzielen konnte.

In der vorliegenden Broschüre geht die Unia der Frage auf den Grund, warum das so ist. Im ersten Grundlagenteil werden die wirtschaftliche Entwicklung der Branche und ihr grosser Stellenwert insbesondere in den Schweizer Tourismusregionen erörtert, die mehrheitlich kleingewerbliche Branchen- und Betriebsstruktur sowie der Arbeitsmarkt unter die Lupe genommen und die Branchenpolitik der Arbeitgeberverbände aufgearbeitet.

Diese Analyse liefert Ansätze dafür, dass das Gastgewerbe unausgeschöpfte Potentiale hat, um gute Arbeitsbedingungen zu bieten und strukturelle Probleme zu überwinden. Im zweiten Perspektiventeil definiert die Unia Ziele für die Branche und formuliert Vorschläge, wie diese zu erreichen und die Potentiale zu nutzen sind. In der Branche sind sich alle einig, dass die Mitarbeitenden ihr wichtigster Trumpf sind. Die Unia-Vorschläge zielen darauf ab, dass dieser Trumpf auch sticht.

Mit rund 10 000 Mitgliedern ist die Unia fest im Gastgewerbe verankert. Als Vertragspartnerin des Landes-Gesamtarbeitsvertrages des Gastgewerbes setzt sich die Unia für bessere Arbeitsbedingungen ein und gestaltet die Entwicklung der Branche mit. Mit rund 200 000 Mitgliedern ist die interprofessionelle Unia die grösste Gewerkschaft in der Schweiz. Die Unia verfügt über ein breites Netz von rund 90 lokalen Sekretariaten in der ganzen Schweiz und ist so auch nahe bei den Anliegen der gastgewerblichen Mitarbeitenden und den Betrieben dran.

Andreas Rieger, Co-Präsident Unia
Mauro Moretto, Branchenverantwortlicher Gastgewerbe

Impressum

Herausgeberin: Gewerkschaft Unia | **Redaktion:** Mauro Moretto | **Grafik:** Simone Rolli | **Druck:** Unia, Bern |
Auflage: 1000 Exemplare | **zu beziehen bei:** Gewerkschaft Unia, Sektor Tertiär, Postfach 272, CH-3000 Bern 15,
tertiaer@unia.ch, T +41 31 350 21 11 | Bern, Mai 2008

Inhaltsverzeichnis

Grundlagen	6
1. Der Stellenwert des Gastgewerbes	6
2. Die Branchen- und Betriebsstruktur im Gastgewerbe	13
3. Der gastgewerbliche Arbeitsmarkt	21
3.1 Die Zahl der Beschäftigten	21
3.2 Die Zusammensetzung der Arbeitnehmenden	24
3.3 Die Fluktuation und die Arbeitslosigkeit	32
3.4 Die Arbeitsbedingungen	35
4. Die Arbeitgeberverbände und ihre Handlungsfelder	44
Die Perspektiven – Ziele und Vorschläge der Unia	54
Ziel Nummer 1: Gute Arbeitsplätze für 200 000 Arbeitnehmende	54
Aufgewertete Arbeit und höhere Löhne	
Planbare Arbeitszeiten	
Frühpensionierung und Mutterschafts- resp. Elternurlaub	
Mehr Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz	
Keine Diskriminierungen	
Verschärfte Kontrollen und Sanktionen	
Ziel Nummer 2: Gute Dienstleistungen für die Gäste und mehr Ertrag für die Betriebe	57
Qualifiziertes Personal	
Professionelle und kompetente Betriebsleiter/-innen	
Attraktives Gastgewerbe für Personal und Gäste	
Gutes Preis-Leistungs-Lohn-Verhältnis	
Verbesserte Ertragslage und Rentabilität	
Ziel Nummer 3: Staatliche Förderung von nachhaltiger Entwicklung statt Strukturerhaltung	60
Überwindung der Innovations- und Qualitätsdefizite	
Nachhaltige staatliche Förderung	
Fazit	62

1. Der Stellenwert des Gastgewerbes

Das Gastgewerbe ist eine der traditionellen Branchen der Schweizer Wirtschaft. Mit rund 220 000 Beschäftigten ist das Gastgewerbe der sechstgrösste Arbeitgeber der Schweiz. Seine Bedeutung geht aber über die engen Branchengrenzen hinaus – das Gastgewerbe geht mit dem Tourismus Hand in Hand. Vom Gastgewerbe profitieren auch der Detailhandel, der Verkehr, das Baugewerbe und viele weitere Branchen. Seit 1970 hat das Gastgewerbe zwar Erwerbstätigenanteile an die Bildung, die Kultur, die Gesundheit und an die öffentliche Verwaltung verloren. In absoluten Zahlen ist es aber gewachsen. Das Gastgewerbe bietet auch Arbeitsmöglichkeiten für wenig qualifizierte Menschen, Jugendliche und Berufseinsteiger/-innen und leistet damit einen wichtigen volkswirtschaftlichen Beitrag.

In Graubünden bedeutender als in Zürich

Der Stellenwert des Gastgewerbes ist in einzelnen Kantonen besonders eindrücklich. So hat das Gastgewerbe im Kanton Zürich zwar die meisten Beschäftigten, gefolgt von Bern und Waadt. Mit einem Anteil von über 15% an der Gesamtbeschäftigtenzahl hat das Gastgewerbe das grösste Gewicht jedoch im Kanton Graubünden. Weit überdurchschnittlich ist die Bedeutung im Wallis, wo der Anteil fast doppelt so hoch wie im schweizerischen Durchschnitt ist (6,0%). Ähnlich bedeutend ist das Gastgewerbe in den touristischen Regionen der Kantone Bern (Berner Oberland) und Waadt (Montreux). Dazu trägt vor allem die Hotellerie bei: Arbeiten in der Schweiz durchschnittlich 2% Arbeitnehmende in diesem Bereich, so sind es in Graubünden über 10% und im Wallis 6%. 3,6% der landesweit Beschäftigten arbeiten in Restaurants und Bars, die Mehrheit der Kantone weist einen Anteil zwischen 3 und 5% auf. Nur der Kanton Wallis erreicht mit 6% einen höheren Anteil.

Anteil an der Gesamtbeschäftigung nach Kanton 2005

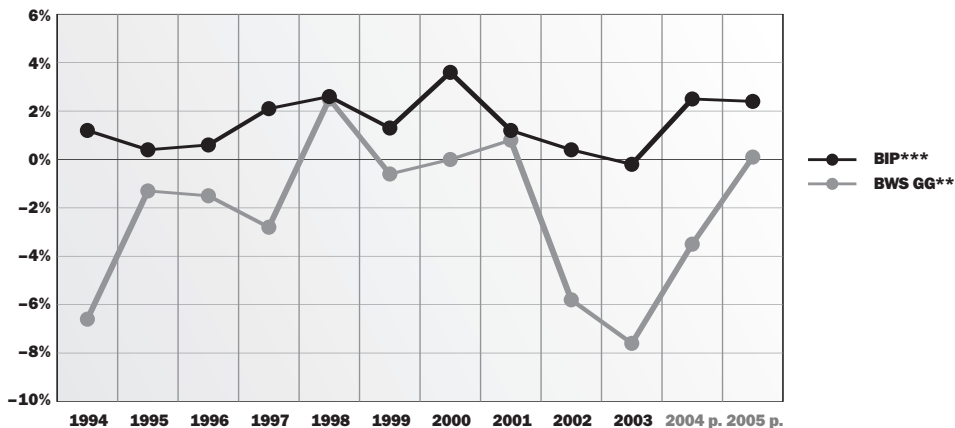
Kanton	Beschäftigte Gastgewerbe	Anteil in %
Genf	14'791	6,0
Wallis	14'146	(3.) 11,7
Waadt	(3.) 16'977	5,8
Bern	(2.) 30'019	6,3
Freiburg	5'793	5,8
Jura	1'404	4,6
Neuenburg	3'354	4,2
Solothurn	5'225	4,8
Aargau	10'618	4,3
Basel-Landschaft	4'017	3,5
Basel-Stadt	7'957	5,2
Zürich	(1.) 38'269	5,2
Appenzell A.-Rh.	1'130	5,7
Appenzell I.-Rh.	704	(2.) 12,8
Glarus	994	6,0
Graubünden	14'141	(1.) 15,5
St. Gallen	11'086	4,9
Schaffhausen	1'692	4,8
Thurgau	4'767	4,9
Luzern	9'498	5,6
Nidwalden	1'370	7,8
Obwalden	1'493	10,6
Schwyz	4'094	7,5
Uri	1'482	10,7
Zug	2'727	3,9
Tessin	13'053	8,0
Total Schweiz	220'801	6,0

Quelle: Bundesamt für Statistik, Betriebszählung 2005, Branchenportrait Beherbergungs- und Gaststätten.

Das Gastgewerbe generiert jährlich einen Umsatz von 22 Milliarden Franken. Davon entfallen 16 Milliarden Franken auf den Bereich Restauration, 6 Milliarden Franken auf den Bereich Beherbergung. Fast die Hälfte des Umsatzes stammt von Touristen/-innen aus dem In- und Ausland. Ausländische Touristen/-innen buchten 2006 gar 57% aller Hotelübernachtungen. Diese Zahlen machen das Gastgewerbe zu einer standortgebundenen Exportbranche, die mit der Metall- und Maschinenindustrie, der Chemie und der Uhrenindustrie zu den wichtigsten Exportindustrien des Landes zählt. Die Personalkosten betragen 9 Milliarden Franken. In der Restauration machen die Löhne (inkl. Unternehmerlohn) rund 45% des Umsatzes aus. Gemäss Berechnungen des Bundesamtes für Statistik BFS und des Instituts BAK Basel Economics trug das Gastgewerbe 2005 mit einer Bruttowertschöpfung von 10,6 Milliarden Franken 2,3% zum Schweizer Bruttoinlandprodukt (BIP) bei.¹ In den grossen Städten hat das Gastgewerbe zwar einen geringeren Stellenwert als in touristischen Regionen; die grösste Wertschöpfung erzielt es aber in den städtischen Zentren.

Das Gastgewerbe stagnierte ab den 90er Jahren stärker als die Gesamtwirtschaft. Zwischen 1994 und 2005 entwickelte sich die Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe nur in den Jahren 1998, 2000, 2001 und 2005 positiv.

Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe und Bruttoinlandprodukt 1994–2005*



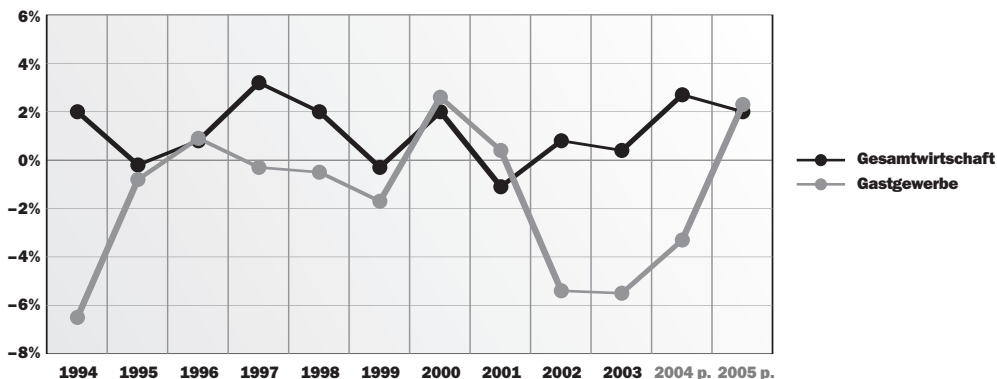
Quelle: BFS, volkswirtschaftliche Gesamtrechnung; *Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %, zu Preisen des Vorjahres; **Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe; ***Bruttoinlandprodukt zu Marktpreisen.

¹ Siehe dazu: Kaspar Weber (BAK Basel Economics, u. a. Spezialist für Tourismusforschung), Das Schweizer Gastgewerbe: Eine Branche im Wandel, in: Die Volkswirtschaft, 1/2–2007.

Damit sank auch der Anteil an der Gesamtwertschöpfung. Die Gründe dafür sind zahlreich: Die Schweizer Haushalte gaben in Hotels und Restaurants weniger Geld aus, und die Entwicklung bei den ausländischen Gästen war negativ, was zu einer unbefriedigenden Auslastung und Ertragslage der Betriebe führte.

Der Anteil des Gastgewerbes am BIP beträgt zwei Fünftel des Anteils an den Erwerbstätigen. Das ist wesentlich auf die unterdurchschnittliche Arbeitsproduktivität zurückzuführen. Als Anbieter personenbezogener Dienstleistungen ist das Gastgewerbe eine personalintensive Branche. Gemäss BAK Basel Economics liegt die Stundenproduktivität im Gastgewerbe bei 27 Franken, in der Gesamtwirtschaft beträgt sie 65 Franken. Die für die letzten 20 Jahre ermittelten Werte legen den Schluss nahe, dass unter anderen Rahmenbedingungen (z. B. mit einer sinnvollen Branchenpolitik) eine günstigere Entwicklung möglich gewesen wäre. Roland Aeppli schreibt in seiner Studie, dass von «1985 bis 1992 die prozentuale Zunahme der Arbeitsproduktivität im Gastgewerbe deutlich höher war als in der Gesamtwirtschaft... 1994 hat die Entwicklung dann allerdings den umgekehrten Verlauf genommen.»² Im Gastgewerbe war die Entwicklung der Arbeitsproduktivität seit 1994 in einigen Jahren positiv. Sie nahm aber zwischen 1994 und 2005 pro Jahr im Durchschnitt um 1,5% ab. Im Vergleich dazu stieg sie in der Gesamtwirtschaft jährlich um 1,2%.

Entwicklung der Arbeitsproduktivität 1994–2005*



Quelle: BFS, Arbeitsproduktivität = Bruttowertschöpfung zu Preisen des Vorjahres, *Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %; Vollzeitäquivalente Beschäftigte gemäss volkswirtschaftlicher Gesamtrechnung.

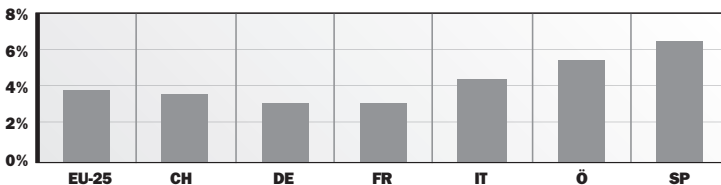
² Roland Aeppli, Volkswirtschaftliche Analyse der Probleme des Arbeitsmarktes im schweizerischen Gastgewerbe, Studie der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich im Auftrag des Seco, 2001, S. 116 f.

Das Schweizer Gastgewerbe hat begonnen, einige Schwächen zu beheben. So wurden die Strukturen optimiert, was zu einer Steigerung der Effizienz und der Produktivität führte. Ein Beispiel: 1990 hatte ein Hotel im Durchschnitt rund 40 Betten – im Jahr 2005 waren es knapp 50. Renoviert wurden in den letzten Jahren insbesondere Häuser im Luxussegment. Aber auch andere Hotelbetriebe profitieren davon, dass Banken wieder grössere Bereitschaft zeigen, die Finanzierung von innovativen Projekten zu unterstützen. Damit hat die Branche verlorenes Terrain teilweise gutgemacht. Weitere Massnahmen, die Aeppli 2001 vorgeschlagen hatte, wurden ansatzweise in Angriff genommen: So arbeiten kleinere Betriebe vermehrt zusammen und vermeiden Doppelspurigkeiten beim Einkauf, bei der Personalrekrutierung und -administration, beim Marketing, bei Reservationssystemen und bei der Buchhaltung.

Im internationalen Vergleich auf dem Spitzenplatz

Der Tourismus gehört zu den weltweit am schnellsten wachsenden Branchen. Dies schlägt sich auf die Zahl der Beschäftigten nieder, welche gesamthaft wächst. In der EU-25 war die Wachstumsrate der Beschäftigung zwischen 2000 und 2004 mit durchschnittlich 2% pro Jahr mehr als doppelt so hoch wie in der Gesamtwirtschaft.³ In der Schweiz war der Trend gegenläufig: im Gastgewerbe schrumpfte die Zahl der Beschäftigten. Gemäss dem Bericht von Eurostat lag im Jahr 2004 in der Schweiz der Anteil der im Gastgewerbe Beschäftigten an der Gesamtwirtschaft mit 3,8%⁴ knapp unter jenem der EU-25 (4%). Anteilmässig waren in der Schweiz mehr Personen im Gastgewerbe beschäftigt als in den grossen Nachbarländern Deutschland und Frankreich, jedoch weniger als in Italien und Österreich. Eine besondere Stellung nimmt das Spitzen-Tourismusland Spanien mit einem Anteil von 6,7% ein.

Anteil Beschäftigte Gastgewerbe an der Gesamtwirtschaft 2004



Quelle: Eurostat.

³ Eurostat, Beschäftigung im Gastgewerbe der erweiterten EU nimmt weiter zu, Statistik kurz gefasst, 32/2005.

⁴ Dem Schreibenden ist es unklar, wie Eurostat diesen Wert ermittelte. Denn die Betriebszählung 2005 (FS) kommt auf einen Anteil von 6% und die Erwerbstätigenstatistik (BFS) für 2005 und 2006 auf einen Anteil von je 5,7%. Die Beschäftigungsstatistik weist aktuell einen Anteil von 5,8% aus. Damit würde die Schweiz im Bereich von Österreich liegen.

Die Schweiz profitierte ab den 1990er Jahren kaum vom weltweiten Wachstum des Tourismus. In der ersten Hälfte der 90er Jahre nahmen die Logiernächte sogar stark ab. Während in Westeuropa die reale Wertschöpfung des Gastgewerbes in den letzten 25 Jahren jährlich um 1,3% zunahm, ist sie in der Schweiz pro Jahr um 0,5% geschrumpft. Seit 2005 zeigt die Kurve wieder nach oben. Trotzdem bleibt die Schweiz eine attraktive Feriendestination, sowohl für Gäste aus traditionellen Herkunftsländern als auch für Gäste aus neuen Märkten wie Russland, China und anderen asiatischen Ländern. 3 von 10 der erfolgreichsten Destinationen im Alpenraum stammen aus der Schweiz. Günstig sind die Prognosen insbesondere für die 4- und 5-Stern-Hotellerie.

Im österreichischen Alpenraum bezahlen die Gäste für ein 3-Stern-Hotel rund einen Drittel weniger als in der Schweiz, im italienischen Alpenraum rund ein Fünftel weniger. Das belegen Untersuchungen von BAK Basel Economics. Das höhere Preisniveau der gastgewerblichen Dienstleistungen war in den Jahren des Rückgangs zweifellos ein Konkurrenznachteil.

Als Gründe für den Rückgang werden oft die Vorleistungs- und Arbeitskosten ins Feld geführt, die im Vergleich mit den Nachbarländern höher sind. Wer die hohen Arbeitskosten als Negativfaktor erwähnt, muss auch die damit verknüpften Elemente wie die Sozialabzüge berücksichtigen. Diese sind in Deutschland, Frankreich und Österreich deutlich höher (je rund 42%, gegenüber 31% in der Schweiz). Eine neue Untersuchung des World Economic Forum (WEF) kommt zum Schluss, dass der Faktor «Preisniveau im schweizerischen Gastgewerbe mehr als nur aufgewogen wird durch eine Reihe sehr gut eingestufte Faktoren, wie die hervorragende Anbindung an die internationalen Touristikströme, die hohen Sicherheitsstandards, die exzellenten Messwerte bezüglich Gesundheit und Hygiene, die auf Nachhaltigkeit ausgelegte Umweltgesetzgebung, die Qualifikation des Personals sowie die Strassen- und Schieneninfrastruktur». ⁵ Diese Faktoren werden zu einem Rating gebündelt, das verschiedene Länder auf ihre touristische Wettbewerbsfähigkeit vergleicht. In diesem Vergleich liegt die Schweiz unter 124 Ländern auf dem Spitzenplatz.

Auch der Preisindex des Hotelbuchungsportals hotels.com relativiert das Preisniveau: Die Schweiz belegt in der Rangliste für den durchschnittlichen Preis pro Hotelübernachtung hinter Grossbritannien mit Dänemark den zweiten Platz, das übrige Europa holt aber mächtig auf. Allein im letzten Jahr sind in Skandinavien und Frankreich die Preise gegenüber dem Vorjahr um durchschnittlich über 27% gestiegen. Mit durchschnittlich 228 Franken kostete ein Hotelzimmer in der Schweiz noch rund 17% mehr als im europäischen Durchschnitt. Einen weiteren untrüglichen Hinweis für die Güte des Tourismusplatzes Schweiz ist die Tatsache, dass die grössten internationalen Hotel- und Restaurationsketten in den letzten Jahren ihre Präsenz in der Schweiz ausbauen.

⁵ Dazu: «NZZ», 2.3.2007, S. 29.

Ein Ländervergleich zeigt, dass die Stundenproduktivität im Schweizer Gastgewerbe deutlich tiefer ist als in Spanien und Österreich, aber leicht höher als in Deutschland.⁶

Das Gastgewerbe – ein personenbezogener Dienstleister

Das Gastgewerbe ist ein traditioneller Anbieter personenbezogener Dienstleistungen, da es diese im direkten Kontakt mit den Gästen erbringt. Sein Tätigkeitsfeld und das Arbeitsvolumen weiten sich nicht nur dank der Wachstumsbranche Tourismus aus. Weil immer mehr Frauen berufstätig sind und die Mobilität wächst, nimmt die Ausser-Haus-Verpflegung zu, was zu mehr Arbeit für das Gastgewerbe führt. In Konkurrenz mit dem Detailhandel übernimmt es einen Teil der Zubereitung und Abgabe von Mahlzeiten, welche früher die Frauen ihren Familien in zeitintensiver und unbezahlter Hausarbeit auf den Tisch servierten. Dieser Gewinn an Marktanteilen ist aus gastgewerblicher Sicht erfreulich.

Unerfreulich sind für das Gastgewerbe andere Aspekte, welche ebenfalls mit seiner Eigenschaft als personenbezogener Dienstleister zusammenhängen. Es teilt diese mit anderen personenbezogenen Dienstleistern/-innen, etwa dem Pflegepersonal:

- Ihre Dienstleistungen sind finanziell tiefer bewertet als andere Dienstleistungen oder Produkte. Konsumentinnen und Konsumenten zahlen dafür einen tieferen Preis, und die Mitarbeitenden, welche die Dienstleistungen erbringen, verdienen weniger als in anderen Branchen.
- Dies liegt zum einen daran, dass die üblichen Produktivitätskriterien, welche bei der Bemessung des Wertes eines Produkts oder einer Arbeit benützt werden, nur eingeschränkt anwendbar sind.
- Es sind mehrheitlich Frauen und Migrantinnen und Migranten, die diese Arbeiten verrichten. Ein Branchenvergleich zeigt, dass dort, wo mehrheitlich Frauen und Migrantinnen und Migranten arbeiten, und das ist allgemein bei den personenbezogenen Dienstleistungen und auch im Gastgewerbe der Fall, die Löhne deutlich tiefer liegen. Selbstverständlich liegt das nicht daran, dass Frauen und Migrantinnen und Migranten minderwertige Arbeit leisten, sondern es handelt sich um eine Form von Diskriminierung, welche historisch gewachsen ist und bisher noch nicht beseitigt werden konnte.
- Viele der bezahlten personenbezogenen Dienstleistungen wurden früher von Frauen in unbezahlter Hausarbeit oder karitativer Arbeit (z. B. von Ordensschwestern in der Pflege und der Kindererziehung) verrichtet. Diese standen im Zeichen des Dienens und des Erbringens von Opfern für andere. Diese Vorzeichen wirken bis heute nach. Personenbezogene Dienstleister/-innen werden wie kaum in anderen Branchen von Arbeitgebern und Gästen, Kunden/-innen oder Patientinnen und Patienten behandelt resp. lassen sich von diesen behandeln, als wären sie stets zu ihren Diensten und hätten sich immer dem Willen der anderen unterzuordnen.

⁶ Angaben von Kaspar Weber in «Die Volkswirtschaft».

2. Die Branchen- und Betriebsstruktur im Gastgewerbe

Die Entwicklung im Gastgewerbe wird von gegenläufigen, über die Schweiz hinaus feststellbaren Trends geprägt. Die Branche erlebt einen Rationalisierungs- und Produktivitätsschub und erwirtschaftet mit weniger Personal einen immer grösseren Output an Produkten und Dienstleistungen.

Betriebe im mittleren Segment haben es schwer

Die Restaurants setzen zunehmend industriell vorgefertigte Produkte ein, welche vor dem Endverbrauch nur noch kurz aufbereitet werden müssen. Die Palette der sogenannten Convenience-Food-Produkte reicht von zubereiteten Basisprodukten wie Gemüse bis hin zu Fertiggerichten. Fast-Food-Ketten mit ihren international standardisierten und auf einen Einheitsgeschmack nivellierten Produkten sind die Zuspitzung dieser Entwicklung. Die Antithese zu Fast- und Convenience-Food bildet die internationale Slow-Food-Bewegung, die 1989 in Italien entstanden ist und in unterschiedlichen länderspezifischen Ausprägungen immer weitere Kreise zieht. Slow Food wirkt mit einem ganzheitlichen Ansatz dem Einheitsgeschmack entgegen und steht für Essen als Genuss und soziales Ereignis. Slow Food spricht sich für die Vielfalt und den Schutz der Ökosysteme aus und setzt sich ein für die Erhaltung und Aufwertung von regionalen Nahrungsprodukten und bewahrt regionale gastronomische Traditionen. Eine Zwischenstellung nimmt die Erlebnisgastronomie mit ihren verschiedensten Ausprägungen wie zum Beispiel der Fusion-Gastronomie ein. Diese setzt häufig ebenfalls auf Convenience-Produkte, hat aber den Anspruch, den Gästen etwas Besonderes zu bieten.

Bei der Hotellerie treiben vor allem die internationalen Ketten die Rationalisierung voran: Beim Bau neuer und bei der Renovation bestehender Häuser über die betrieblichen Abläufe bis hin zu den Dienstleistungen für die Gäste: immer steht die Standardisierung im Zentrum. Damit werden die Gesamtkosten gesenkt und Personal eingespart. Auf der anderen Seite nimmt die Zahl der Beherbergungshäuser zu, welche den Hotelaufenthalt für die Gäste zum vollen Erlebnis machen wollen. An erster Stelle ist die Wellness-Welle zu erwähnen, welche immer mehr Betriebe verleitet, in teure Anlagen zu investieren.

Was bedeuten diese Entwicklungen für das Wechselspiel von Anbietern/-innen und Konsumentinnen und Konsumenten von gastgewerblichen Angeboten? Auf den Punkt bringen es Thomas Rudolph und Kalle Becker in ihrem Beitrag für den Branchenspiegel 2006 von Gastrosuisse.⁷ Sie stellen fest, dass im Bereich Verpflegung seit einigen Jahren vor allem Betriebe im mittleren Preissegment an Terrain verlieren. Der Zuspruch bei den Gästen nimmt ab, wenn das Angebot wenig profiliert ist und sich weder durch Kreativität noch durch ein vorteilhaftes Preis-Leistungs-Verhältnis auszeichnet. Dieser Trend wird durch die Einkommenspolarisierung verstärkt: «In der Schweiz herrschen – wie in den meisten westlichen Ländern – grosse soziale Ungleichheiten bei der Verteilung des zur Verfügung stehenden Einkommens. Die ärmsten 25% der Schweizer Haushalte verfügen über 10% des Gesamteinkommens, die reichsten 25% aber über 45% des Gesamteinkommens. 2005 hat sich der Anteil derjenigen Konsumenten, denen für eine andere Ernährungsweise sowohl Zeit wie auch Geld fehlen, die also gleichzeitig «Time Poor» und «Money Poor» sind, im Vergleich zu einer Untersuchung von 2003 um 17,7% erhöht. Absolut gehören 13,3 Prozent der Befragten zu diesem Segment, was auf die gesamte Schweizer Wohnbevölkerung hochgerechnet rund 980 000 Personen entspricht.»

Preiswerte Ernährungsangebote, welche beispielsweise an Verkaufsständen von Detailhandelsgeschäften oder Takeaways zu kaufen sind, finden vermehrt Anklang. Traditionelle Gastronomiebetriebe mit kaum wechselnden Angeboten gehören zu den Verlierern dieser Verlagerung. Am anderen Ende der Entwicklung steht das lustvolle Essen, bei dem die Gäste gesundheitsbewusst und kreativ zubereitete Qualitätsprodukte suchen, Wert auf ein schönes Ambiente legen und bereit sind, für dieses Angebot einen angemessenen Preis zu bezahlen.

«Gerade im Gastronomiebereich spielt die Umgebung, in der die Dienstleistung erbracht wird, eine bedeutende Rolle. Gut geschultes und freundliches Personal kann ebenfalls zu gesteigerter Kundenzufriedenheit und zum Aufbau einer Stammkundschaft beitragen.»⁸ Oder: «Der wichtigste Wert eines Hotels erscheint nicht in der Bilanz – die Mitarbeitenden. ... Die Mitarbeitenden bestimmen die Qualität der Dienstleistungen».⁹ Alle direkt Beteiligten und Beobachter der Branche sind sich einig, dass das Personal für das Gastgewerbe ein Schlüsselfaktor zum Erfolg ist...

⁷ Thomas Rudolph und Kalle Becker, Wird der Schweizer Foodmarkt zum Discount-Markt? In: Branchenspiegel 2006 Gastrosuisse, S. 2 f. Thomas Rudolph ist Inhaber des Gottlieb-Duttweiler-Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement und Direktor des Instituts für Marketing und Handel an der Universität St. Gallen. Kalle Becker ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am gleichen Institut.

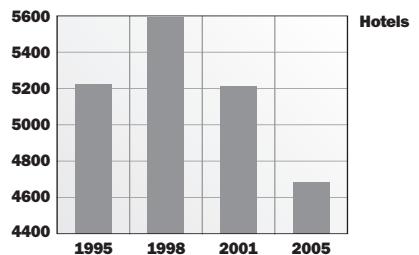
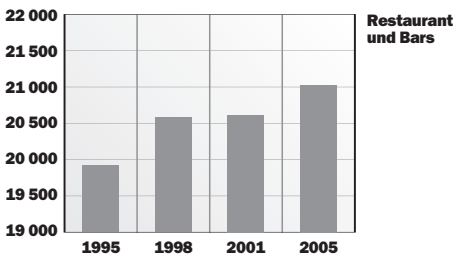
⁸ Quelle: siehe oben.

⁹ Aus: UBS outlook Hotellerie, Denkanstösse und Thesen zur nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit, Zürich, Mai 2007, S. 10.

Ein Betrieb auf 250 Einwohner/-innen

Das Gastgewerbe zählt knapp 30 000 Betriebe. Das entspricht 1 Betrieb pro 250 Einwohner/-innen. Gemäss den Erhebungen des Bundesamts für Statistik wuchs die Gesamtzahl der Betriebe in den letzten 15 Jahren um knapp 4%, wobei sich dieses Wachstum auf den Zeitraum zwischen 1995 und 1998 konzentrierte. Eine differenzierte Betrachtung der Segmente Restaurants und Bars auf der einen und Hotels auf der anderen Seite zeigt eine gegenläufige Entwicklung: Die Zahl der Restaurants und Bars nahm seit 1998 weiter zu, jene der Hotels hingegen ab. Seit 1990 mussten in der Schweiz insgesamt rund 1000 Hotelbetriebe schliessen. Die Zahl der Hotelbetten blieb aber praktisch konstant, was auf einen Trend zur Konzentration hinweist.

Anzahl Restaurants und Bars sowie Hotels 1991–2005



Quelle: Bundesamt für Statistik, Betriebszählung; *Nur Noga 55 (Total Gastgewerbe) zur Verfügung.

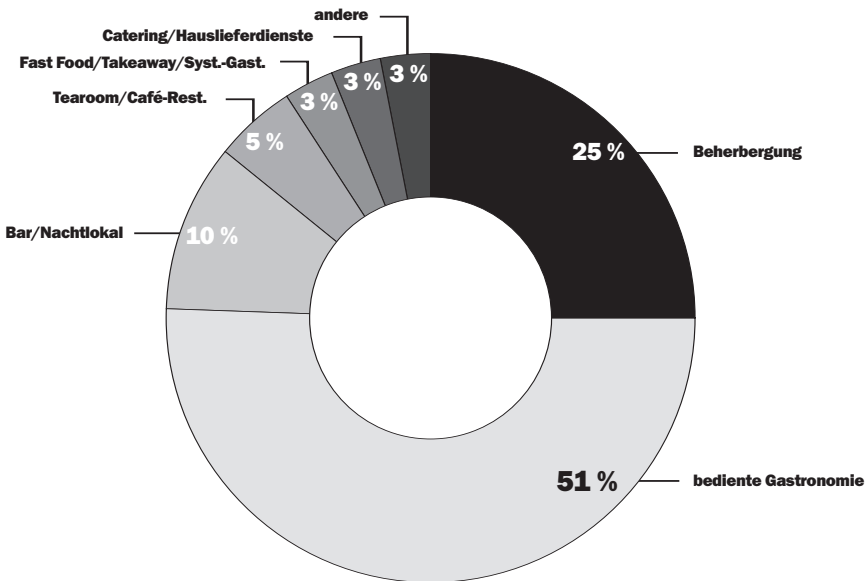
Die von Creditreform jährlich publizierten Zahlen zeigen ebenfalls, dass im Restaurationsbereich die Zahl Betriebe insgesamt zunimmt. Das liegt auch daran, dass viele Kantone die Bedürfnisklauseln abgeschafft oder liberalisiert haben und für den Betrieb kein Wirtepatent mehr verlangen. Die Zahlen zeigen auch, wie instabil die Branche ist: Die Betriebslöschungen und Konkurse nahmen regelmässig zu. Noch ausgeprägter als die Zunahme der Anzahl Betriebe und der Hauptgrund für die Instabilität der Branche ist aber die hohe Fluktuationsrate: Jeder vierte gastgewerbliche Betrieb wird im Laufe eines Jahres durch eine neue Leitung übernommen.¹⁰

¹⁰ Branchenspiegel 2007 von Gastrosuisse, S. 8. Ein auf den ersten Blick anderes Bild ergibt sich aus den vom Bundesamt für Statistik ermittelten Überlebensraten der zwischen 2000 und 2004 gegründeten Unternehmen. Das Gastgewerbe schneidet im Branchenvergleich überdurchschnittlich gut ab: 2005 hatten 88,3% der neu gegründeten gastgewerblichen Betriebe (Vergleichswert Gesamtwirtschaft: 81,7%, nachfolgend jeweils in Klammer) das erste Jahr überlebt, 81,4% (71%) das zweite Jahr, 76,1% (64,9%) das dritte Jahr, 73,6% (60,3%) das vierte Jahr und 59,4% (49,2%) das fünfte Jahr. Allerdings sind diese Zahlen stark zu relativieren, da die Pächterwechsel bei bestehenden Lokalen, welche hauptsächlich zur Instabilität der Branche beitragen, darin nicht berücksichtigt sind.

Restaurants und Hotels obenauf

Die bediente Gastronomie und die Beherbergungsbetriebe machen 51% resp. 25% der Branche aus. Obwohl es im Gastgewerbe in den letzten Jahren wenig Verschiebungen gab, war die Branche sowohl innerhalb der Segmente als auch als Ganzes von einer ausgesprochenen Dynamik geprägt. So ist innerhalb der bedienten Gastronomie die Palette an Betriebsformen und Spezialisierungen sehr vielfältig und in dauernder Veränderung begriffen.

Anteile der Branchensegmente



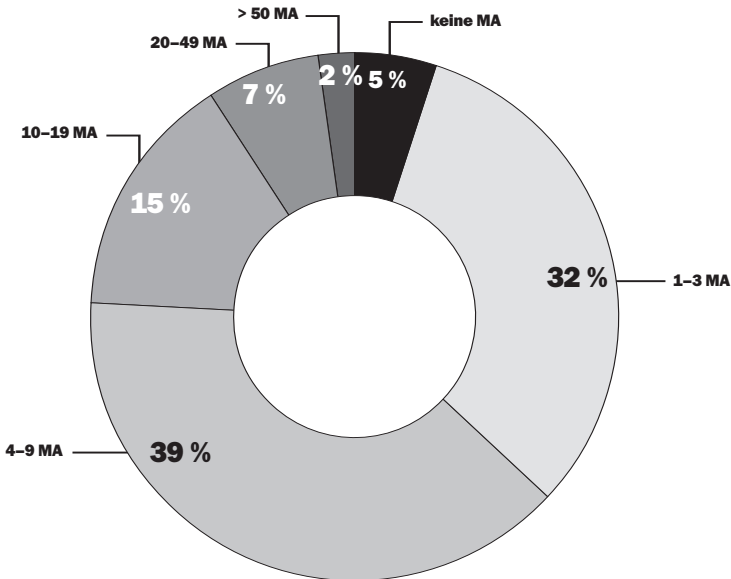
Quelle: Branchenspiegel 2006 von Gastrosuisse.¹¹

¹¹ Aufgrund der einfacheren Lesbarkeit sind die Zahlen dem Branchenspiegel 2006 entnommen. Die Ausgabe 2007 gibt Zahlen wieder, welche auf Mehrfachnennungen der erhobenen Betriebe beruhen.

Kleinbetriebe dominieren zahlenmässig klar

Das Gastgewerbe ist eine ausgeprägte KMU-Branche, in der Kleinbetriebe dominieren: 37% der Betriebe beschäftigen keine bis maximal 3 Mitarbeiter/-innen, knapp zwei Fünftel 4 bis 9 Mitarbeiter/-innen. Bloss ein Viertel der Betriebe beschäftigen mehr als 10 Mitarbeiter/-innen. Der Anteil der Betriebe mit mehr als 50 Mitarbeitern/-innen beträgt gerade mal 2%.

Verteilung nach Betriebsgrösse



Quelle: Branchenspiegel 2007 von Gastrosuisse.

Laut der Betriebszählung 2005 des Bundesamtes für Statistik arbeiten 46% der Beschäftigten der Branche in einem Betrieb mit maximal 9 Vollzeitäquivalenten (VZÄ), 29% in einem Betrieb mit 10–49 VZÄ, 15% in einem Betrieb mit 50–249 VZÄ und 10% in einem grösseren Betrieb mit 250 und mehr VZÄ.

Im Vergleich zu 2001 zeigt die Betriebszählung 2005 bei den Beherbergungsstätten «einen geringeren Anteil von Mikrounternehmen und eine Tendenz zu grösseren mittelgrossen Unternehmen. Dies ist das Ergebnis von Umstrukturierungen und Konzentrationsprozessen der letzten Jahre zur Senkung der Betriebs- und Personalkosten». ¹² Diesen Trend bestätigt auch der Branchenspiegel von Gastrosuisse: In der Ausgabe von 2006 waren es 40% aller Betriebe, die keine bis maximal 3 Mitarbeiter/-innen beschäftigten, 2007 sind es noch 37%.

Migros und McDonald's an der Spitze

In der Hitparade der umsatzstärksten Unternehmungen im schweizerischen Gastgewerbe sind seit Jahren die gleichen Namen vertreten: Die beiden grössten Detailhändler der Schweiz, die Migros und Coop, erzielen mit ihren Selbstbedienungsrestaurants und Take-away-Angeboten erhebliche Anteile am gastgewerblichen Umsatzkuchen. Gemäss dem im Kapitel oben beschriebenen Trend ist ihr Anteil in den letzten Jahren gewachsen.

Der Markengastronom **McDonald's** rangiert umsatzmässig auf dem zweiten Platz, beschäftigt aber unter den Gastrounternehmungen weitaus am meisten Arbeitnehmende (6500). Eine traditionell starke Stellung nehmen die Betriebe aus der Gemeinschaftsgastronomie (Personalrestaurants etc.) ein. Diese entwickeln sich immer mehr zu Unternehmungen, die in mehreren gastgewerblichen Segmenten aktiv sind. So führen die **ZFV-Unternehmungen** neben dem angestammten Bereich der Gemeinschaftsgastronomie erfolgreich auch Hotels und Restaurants in gehobenen Kategorien. Ähnliches lässt sich für die SV Group sagen, welche ebenfalls Hotels betreibt. Die SV Group geht seit dem Herbst 2006 neue Wege und hat als Franchisepartnerin in Zürich ein Marriott-Hotel eröffnet. Die Compass Group betreibt neben Personalrestaurants auch die Kaffeehausmarke Caffè Ritazza. DSR als drittgrösster Gemeinschaftsgastronom der Schweiz ist vor allem in der Romandie aktiv.

Die Mövenpick-Gruppe ist in den Segmenten Markengastronomie, bediente Gastronomie und Hotellerie aktiv. Nach mehreren Jahren mit schrumpfenden Umsatzzahlen verzeichnete sie 2006 wieder einen Aufwärtstrend. Davon ausgenommen war die bediente Gastronomie, welche das grösste Sorgenkind bleibt.

Unter den Unternehmungen, die vorwiegend in der bedienten Gastronomie tätig sind, nimmt die unter verschiedenen Marken auftretende **Bindella-Gruppe** (Ristorante Bindella, Santa Lucia, Spaghetti Factory usw.) eine Spitzenstellung ein. Weitere wichtige Gruppen, die 2006

¹² Branchenportrait Beherbergungs- und Gaststätten, Betriebszählung 2005, BFS, April 2007, S. 7.

zwischen 30 und 78 Millionen Franken Umsatz erwirtschafteten, sind die **Candrian Catering**, die mit ihren Betrieben v. a. den Zürcher Hauptbahnhof monopolisiert; die **Sam's & Han Holding AG** mit Sitz in Wollerau (Marken: Nelson Pub, Sam's Pizza Land, Han Mongolian Barbecue usw.); die **Gastrag** in Basel (Marken: Papa Joe's, Hotel California, Mister Wong, Mr. Pickwick Pub usw.); die **Gamag Management AG** (13 Betriebe) und die **Astoria Betriebs AG** (12 Betriebe) in Luzern; die **Kramer Gastronomie** (15 Betriebe), die **Fred Tschanz Management AG** (12 Betriebe) und die **FBM Gastro Management AG** (10 Betriebe) in Zürich. Diese Gruppen verdeutlichen den Trend in der Branche, welcher vermehrt zum Zusammenschluss von Betrieben und/oder Markenkonzepten zu einer Gruppe führt.

Zu den Umsatzstärksten der Branche gehören auch **Kaffeehaus-Ketten**: Die **Caffè Spettacolo** der Valora AG und die **Starbucks Coffee** figurieren in dieser Sparte an der Spitze.

In der **Hotellerie** ist es schwierig, eine Hitparade der Umsatzstärksten zu erstellen. Einen beachtlichen Umsatz erzielt in der Schweiz wohl der französische Hotel-Multi **Accor** mit aktuell 34 Hotels; spezifische Zahlen für die geschäftlichen Aktivitäten in der Schweiz publiziert das Unternehmen jedoch nicht. Accor gilt als die am schnellsten wachsende Hotelgruppe in Europa und ist auch in der Schweiz daran, ihre Stellung massiv auszubauen. Nebst Hotels betreibt Accor in der Schweiz auch Casinos. Aktuell beschäftigt Accor hierzulande rund 1000 Arbeitnehmende. Eine starke Präsenz mit über 60 3- und 4-Stern-Häusern haben auch die Hotels von **Best Western**, welche sich als die weltweit grösste Hotelorganisation bezeichnet. Hierbei handelt es sich aber nicht um Hotels im Besitz der gleichen Gruppe, sondern um einen Verbund, der unter anderem der gemeinsamen Vermarktung dient. Ebenfalls ein Verbund zur gemeinsamen Vermarktung bildet das Label **Swiss Deluxe Hotels**, welches 36 Luxushotels zusammenfasst. Bekannte internationale Hotelgruppen bauen in den letzten Jahren ihre Präsenz in der Schweiz aus. Gut vertreten sind vor allem in der Stadthotellerie Hotelketten wie **Hilton** (6 Hotels), **Intercontinental** (6), die **Rezidor-Gruppe** (6 Hotels, unter anderem unter der Marke «Radisson SAS»), **NH** (4), **Starwood** (4 Sheraton-Hotels), **Swissôtel/Raffles** (4 Hotels), **Marriott** (3 im Raum Zürich), **Kempinski** (3), **Steigenberger** (3). Im Segment der Luxushotellerie sind die umsatzstarken **Grand Hotels Bad Ragaz** und die **Victoria-Jungfrau-Gruppe** mit Victoria-Jungfrau Grand Hotels, Palace Luzern, Eden au Lac Zürich und neu Bellevue Palace Bern speziell zu erwähnen. Diese Häuser sind auch unter dem Dach von Swiss Deluxe Hotels.

Eine besondere Erwähnung verdient die Firma **Elvetino**, welche im Bereich Bahngastronomie und Nachtzugbegleitung tätig ist. Mit rund 750 Beschäftigten erzielt sie einen Umsatz von ca. 70 Millionen Franken. Innerhalb des Gastgewerbes hat Elvetino einen Sonderstatus: Sie gehört zu 100% den SBB.

Hitparade nach in der Schweiz erzieltom Umsatz 2006 resp. 2005

Firma	Hauptgeschäftsfeld	Sitz	Umsatz	Betriebe	Beschäftigte
Migros Gastronomie	Handelsgastronomie	Zürich	685	203	3500
McDonald's Suisse Holding	Markengastronomie	Crissier	533	144	6500
SV Schweiz	Gemeinschaftsgastronomie	Dübendorf	383	295	4486
Autogrill Schweiz	Markengastronomie	Zürich	294	34	2200
Compass Group (Schweiz)	Gemeinschaftsgastronomie	Kloten	260	293	2200
Coop-Gruppe	Handelsgastronomie	Basel	238	182	1460
Accor Schweiz	Hotellerie	Paris	?	34	ca. 1000
Mövenpick	Markengastr., Hotellerie	Adliswil	192	40	1165
DSR	Gemeinschaftsgastronomie	Morges	153	212	1174
Caffè Spettacolo/Valora AG	Kaffee-Konzepte	MuttENZ	150	55	580
ZFV-Unternehmungen	Gemeinschaftsgastr., Hotellerie	Zürich	136	100	1500
Manor	Handelsgastronomie	Basel	130	53	840
Bindella	Markengastronomie	Zürich	100	30	800
Grand Hotels Bad Ragaz	Hotellerie	Bad Ragaz	91		665
Candrian Catering AG	Markengastronomie, Catering	Zürich	78	36	650

Quelle: u. a. Branchenspiegel 2007 von Gastrosuisse; (Beträge in Mio. CHF).

3. Der gastgewerbliche Arbeitsmarkt

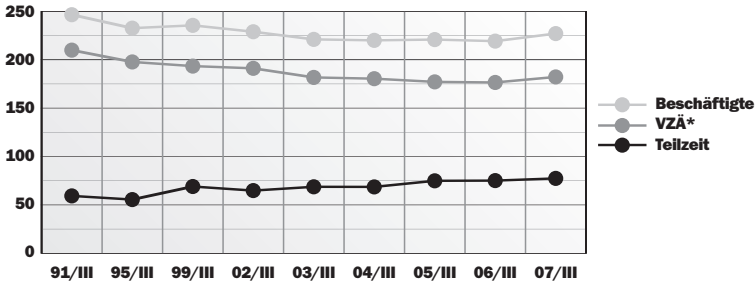
Das Gastgewerbe zählt knapp 30 000 Betriebe und rund 220 000 Beschäftigte.¹³ Der Frauen- und Migrantinnen- und Migrantenteil ist besonders hoch und liegt um einen Viertel über jenem des gesamten Arbeitsmarktes. Mehr als ein Drittel der Beschäftigten arbeiten Teilzeit, mehr als drei Viertel davon sind Frauen. 8000 Personen stehen in einem Lehrverhältnis.

3.1 Die Zahl der Beschäftigten

Die Zahl der Beschäftigten im Gastgewerbe hat gegenüber 1991 gesamthaft um 8% abgenommen. Die Zahl der Vollzeitäquivalente, welche das Beschäftigungsvolumen misst, verdeutlicht, dass die Abnahme noch markanter war: minus 13%. Der Rückgang der Beschäftigtenzahl fiel weniger stark aus, weil die Teilzeitstellen markant – um 30 Prozent – zugenommen haben. Ihr Anteil an der Gesamtbeschäftigung beträgt im Gastgewerbe heute 34% (1991: 24%). Besonders deutlich war die Abnahme im Jahr 2003, als ein Verlust von fast 10 000 Vollzeitäquivalenten resultierte. Seit 2004 hat sich die Beschäftigungsentwicklung stabilisiert, wobei die Teilzeitstellen auf Kosten der Vollzeitstellen kräftig zunahmten und in der Summe die Vollzeitäquivalente noch einmal leicht rückläufig waren. 2007 hat sich die positive Wirtschaftslage auch in einer deutlichen Verbesserung der Beschäftigungssituation im Gastgewerbe niedergeschlagen.

¹³ In der Beschäftigungsstatistik des BFS bezeichnet der Begriff Beschäftigte die besetzten Stellen (ab mindestens 6 Stunden pro Woche). Zu dieser Zahl kommen nach der Erwerbstätigenstatistik (BFS), welche auch Personen mit sehr kleinen Pensen (ab 1 Stunde pro Woche) erfasst, noch 25 000–30 000 Personen hinzu. Ein Teil der Arbeitnehmenden, die in der Handelsgastronomie (beim Detailhandel gezählt) und in Küchen/Restaurants von Spitälern und anderen öffentlichrechtlichen Institutionen arbeiten, ist ebenfalls nicht als gastgewerbliche Beschäftigte in der Beschäftigungsstatistik erfasst. Dieser macht nochmals gegen 10 000 Arbeitnehmende aus, so dass insgesamt von einer Zahl von über 250 000 Personen auszugehen ist, die in der Schweiz einer gastgewerblichen Arbeit nachgehen. In der Folge stützen wir uns, insbesondere aus Gründen der Vergleichbarkeit, mehrheitlich auf die Angaben der Beschäftigungsstatistik ab, da diese den meisten Publikationen und bisher verwendetem Datenmaterial zugrunde liegt.

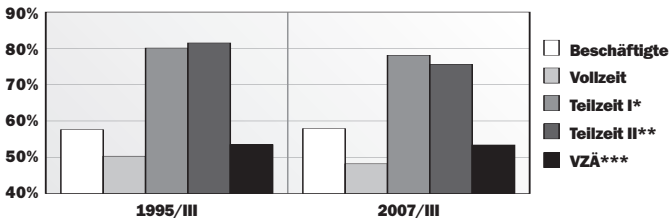
Anzahl Beschäftigte, Teilzeitstellen, Vollzeitäquivalente in 1000 und Arbeitsvolumen 1991–2006



Quellen: Bundesamt für Statistik, Beschäftigungsstatistik; *Vollzeitäquivalente, Bundesamt für Statistik, Arbeitsvolumenstatistik; **Arbeitsvolumen, in Millionen Stunden, Durchschnitt pro Jahr.

Gegen 60% der Beschäftigten im Gastgewerbe sind Frauen. Sie leisten über 50% des Arbeitsvolumens und, mit einem Anteil von gegen 80%, überdurchschnittlich viel Teilzeitarbeit, wobei in den letzten Jahren proportional immer mehr Männer teilzeitlich gearbeitet haben. Interessant ist, dass die Männer vor allem bei den Teilzeitpensen unter 50% stärker zugelegt haben. In ländlichen Kantonen, wo Frauen generell unterdurchschnittlich einer Erwerbsarbeit nachgehen, beschäftigt das Gastgewerbe überdurchschnittlich viele Frauen.

Anteil Frauen an den Beschäftigten in %



Quelle: Bundesamt für Statistik, Beschäftigungsstatistik; *50–89%; ** < 50%; *** % Vollzeitäquivalente.

Gleichzeitig mit dem Rückgang der Anzahl Hotels sank auch die Zahl der Beschäftigung in diesem Segment (über 10% gegenüber 2001). Die Abnahme war gleichmässig über die Schweiz verteilt. Überdurchschnittliche Verluste gab es in den Kantonen Aargau, Zürich, St. Gallen und Luzern. Eine Ausnahmesituation bildete der Kanton Genf, der als einziger unter den beschäftigungsstarken Kantonen eine leichte Zunahme verzeichnete.

Beschäftigte (in Tausend) in Restaurants/Bars und Hotels nach Kanton 2001 und 2005*

Kanton	Restaurants und Bars**		Hotels***	
	2001	2005	2001	2005
Genf	8,8	9,0	4,1	4,2
Wallis	7,1	7,1	7,2	6,4
Waadt	10,3	10,5	5,8	5,1
Bern	17,2	16,9	11,6	10,7
Freiburg	3,9	4,0	1,6	1,4
Jura	0,8	0,8	0,5	0,5
Neuenburg	2,5	2,5	0,7	0,7
Solothurn	4,1	3,7	1,3	1,1
Aargau	7,8	7,6	2,7	2,2
Basel-Landschaft	3,3	3,0	0,8	0,7
Basel-Stadt	4,6	4,5	1,6	1,6
Zürich	25,9	25,9	8,1	7,0
Appenzell A.-Rh.	0,8	0,7	0,5	0,4
Appenzell I.-Rh.	0,2	0,3	0,5	0,4
Glarus	0,7	0,6	0,5	0,4
Graubünden	4,5	4,3	10,2	9,1
St. Gallen	7,5	7,0	3,7	3,2
Schaffhausen	1,4	1,3	0,3	0,3
Thurgau	3,3	3,2	1,4	1,4
Luzern	5,6	5,5	4,4	3,7
Nidwalden	0,6	0,6	1,1	0,8
Obwalden	0,6	0,5	1,0	0,9
Schwyz	2,5	2,5	1,7	1,5
Uri	0,7	0,7	0,7	0,7
Zug	2,0	1,9	0,6	0,5
Tessin	7,6	7,5	5,5	4,9
Total Schweiz	134,3	132,4	78,1	69,7

Quelle: Bundesamt für Statistik, Betriebszählungen;

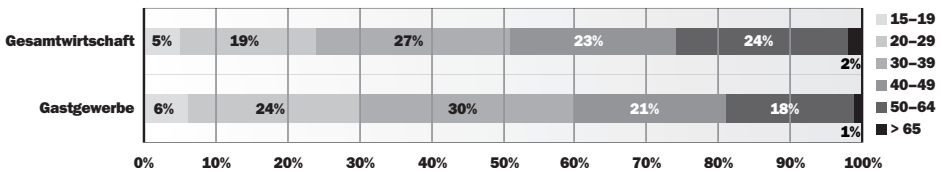
*in 1000; **Noga 55.30 A + 55.40 A; ***Noga 55.11 A + 55.12 A.

3.2 Die Zusammensetzung der Arbeitnehmenden

Im Gastgewerbe arbeiten viele junge Mitgrantinnen und Migranten und immer mehr Personen aus Deutschland

Das Gastgewerbe ist eine junge Branche: 60% der Beschäftigten sind unter 40 Jahre alt, im Vergleich dazu sind es in der Gesamtwirtschaft 51%. Im Gastgewerbe sind weniger als ein Fünftel der Arbeitnehmenden 50 und mehr Jahre alt, in der Gesamtwirtschaft sind es mehr als ein Viertel.

Altersstruktur in Gastgewerbe und Gesamtwirtschaft im Jahr 2000



Quelle: eidg. Volkszählung 2000, Prozentanteile der Altersklassen.

Migrantinnen und Migranten machen das Gastgewerbe zur jungen Branche: Im Gastgewerbe sind 71% der Migrantinnen im Alter zwischen 20 und 39, nur 8% sind 50 oder älter. Bei den Migranten sind es 63% im Alter zwischen 20 und 39, und 12% sind 50 oder älter. Migrantinnen und Migranten, die im Gastgewerbe arbeiten, sind besonders jung: In den stärksten Altersgruppen zwischen 25 und 39 Jahren sind sie anteilmässig noch häufiger vertreten als in der Gesamtwirtschaft. Im Gastgewerbe sind die Migrantinnen und Migranten in einem signifikant stärkeren Mass auf die stärksten Altersgruppen konzentriert, weil sich mit grosser Wahrscheinlichkeit vor allem aus diesen Altersgruppen Mitarbeitende rekrutieren lassen, die nur eine begrenzte Anzahl Saisons in der Hotellerie arbeiten.

Beim Vergleich unter den Beschäftigten mit Schweizer Pass gibt es in den stärksten Altersgruppen (30–44 Jahre bei den Männern und 35–49 bei den Frauen) keinen Unterschied zwischen Gesamtwirtschaft und Gastgewerbe. Es ist der höhere Anteil von Schweizer Beschäftigten im Gastgewerbe unter 24 Jahren, welcher gegenüber der Gesamtwirtschaft den Altersdurchschnitt drückt. Dass es bei den Schweizer Frauen eine Konzentration in den Altersgruppen von 35–49 gibt, liegt wohl an den Wiedereinsteigerinnen nach der Mutterschaftspause. Im Gastgewerbe dürfte dies noch stärker der Fall sein, liegt doch der Anteil der Schweizerinnen in der Altersspanne von 25–34, in welche die Mutterschaftspause mehrheitlich fällt, tiefer als in der Gesamtwirtschaft.

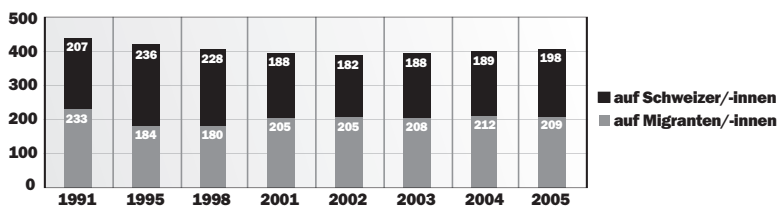
Altersstruktur nach Geschlecht und Herkunft, Jahr 2000

Altersklassen	Männer				Frauen			
	Schweizer		Migranten		Schweizerinnen		Migrantinnen	
	GW*	GG**	GW	GG	GW	GG	GW	GG
15-19	5	9	4	3	5	8	5	4
20-24	7	10	9	10	9	11	11	14
25-29	9	10	12	16	10	9	16	19
30-34	12	12	15	20	12	11	18	21
35-39	13	13	16	17	13	13	16	17
40-44	12	12	13	12	13	13	12	11
45-49	11	10	10	8	12	12	9	7
50-54	11	10	8	6	11	11	7	5
55-59	10	8	6	4	9	8	5	2
60-64	5	4	4	2	4	3	2	1
65-69	1	1	0	0	1	1	0	0
70>	1	0	0	0	1	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: eidg. Volkszählung 2000, Prozentanteile; *Gesamtwirtschaft; **Gastgewerbe.

Migrantinnen und Migranten leisten in den letzten Jahren konstant über die Hälfte des gesamten Arbeitsvolumens, was in der schweizerischen Wirtschaft eine Ausnahmesituation darstellt. Im Bereich private Haushalte und im Baugewerbe, wo Migrantinnen und Migranten ebenfalls einen massgeblichen Beitrag leisten, beträgt dieser weniger als 40%.

Verteilung des Arbeitsvolumens in Millionen Stunden



Quelle: BFS-Arbeitsvolumenstatistik.

Im Jahr 2001 stammten die meisten im Gastgewerbe beschäftigten Migrantinnen und Migranten aus Portugal, Italien, Frankreich und Ex-Jugoslawien. Insgesamt waren die Frauen in der Mehrzahl. Umgekehrt verhielt es sich bei den Herkunftsländern Italien, Frankreich und Türkei: Von diesen Migrantinnen und Migranten waren rund die Hälfte in der Schweiz niedergelassen (C). Unter den Spaniern/-innen waren auffällig viele Niedergelassene (88%), was darauf hindeutet, dass in den letzten Jahren wenig Spanier/-innen neu eingereist sind und im Gastgewerbe eine Stelle angenommen haben. Rund 30% hatten eine Jahresaufenthaltsbewilligung (B), wobei dieser relativ hohe Anteil durch die überdurchschnittliche Vertretung von Personen aus den Ländern Ex-Jugoslawiens und der Türkei zustande kam. Jede zehnte Migrantin, jeder zehnte Migrant hatte eine Saisonbewilligung (A), die inzwischen abgeschafft und weitgehend durch den Kurzaufenthaltsstatus ersetzt wurde. Ein relativ hoher Anteil an Grenzgängern/-innen stammte aus den Grenzländern Frankreich, Deutschland und Österreich. Unter den Arbeitnehmenden aus Frankreich sind die Grenzgänger/-innen sogar in der Mehrheit. Die Beschäftigungsstatistik des BFS, welche die Zahl der Grenzgänger/-innen vierteljährlich erhebt, zeigt, dass diese seit 2001 konstant zwischen 11 000 und 12 000 liegt. Das Gros der Grenzgänger/-innen arbeitet in Genf (zwischen 3000 und 4000), im Tessin (knapp über 2000) und im Kanton Basel-Stadt (gegen 2000).

Herkunft der Migrantinnen und Migranten im Gastgewerbe 2001¹⁴

Herkunft	Anteile		Aufenthaltskategorie in %					
	Total	in %	Frauen	Männer	B	C	A	G
Portugal	18'211	17%	58%	42%	14%	63%	23%	0,24%
Italien	15'064	14%	42%	58%	7%	62%	9%	22%
Frankreich	11'568	11%	43%	57%	12%	24%	10%	54%
Ex-Jugoslawien	11'482	11%	59%	41%	41%	59%	0%	0,05%
Deutschland	8'274	8%	55%	45%	23%	31%	26%	21%
Spanien	4'186	4%	51%	49%	6%	88%	5%	1%
Türkei	3'887	4%	43%	57%	40%	59%	0%	0,41%
Österreich	3'560	3%	60%	40%	19%	45%	19%	18%
Andere	29'904 ¹⁵	28%	54%	46%				
Insgesamt	106'136	100%	52%	48%	29%	49%	10%	11%

Quelle: BFM-Ausländerstatistik.

¹⁴ Seit dem Inkrafttreten des freien Personenverkehrs führt das Bundesamt für Migration (BFM) keine Statistik mehr über die Gesamtzahl der Migrantinnen und Migranten nach Herkunftsland. Die letzte Statistik stammt demnach von 2001 (letztmals mit den Saisonbewilligungen A). Neu führt das BFM die Einwanderungsstatistik.

¹⁵ Nach der Beschäftigungsstatistik des BFS zählte das Gastgewerbe 2001 insgesamt 231 000 Beschäftigte. Obwohl die BFS- und BFM-Zahlen aufgrund unterschiedlicher Erhebungsvorgaben nicht direkt gegenübergestellt werden können, bietet die Beschäftigungsstatistik eine Vergleichsgrösse. So ist davon auszugehen, dass der Anteil der Migrantinnen und Migranten bei rund 45% lag.

In der Hotellerie arbeiten anteilmässig mehr Migrantinnen und Migranten (gegen 60%) als in der Restauration (weit über 40%). In Kantonen, in denen anteilmässig weniger Frauen im Gastgewerbe tätig sind, arbeiten mehr Migrantinnen und Migranten.

Dass 2001 unter den Migrantinnen und Migranten aus Deutschland relativ viele eine A- und B-Bewilligung hatten resp. Grenzgänger/-innen waren, weist auf die starke Zunahme der deutschen Arbeitnehmenden im Gastgewerbe hin. Die Einwanderungsstatistik bestätigt diesen Trend. 2006 hat Deutschland erstmals Portugal als Hauptrekrutierungsland für ausländische Beschäftigte im Gastgewerbe überholt. Es folgen mit klarem Abstand Italien, Frankreich und Österreich. Auch für Spanien bestätigt sich der Trend: Die Zahl der Spanier/-innen, die im schweizerischen Gastgewerbe arbeiten wollen, hat weiter abgenommen. Die Öffnung der Grenzen für Menschen aus Mittel- und Osteuropa beginnt sich real auf die Einwanderung niederzuschlagen: Die Slowakei hat Spanien als Rekrutierungsland für Arbeitnehmende überholt. Aus Ungarn, Grossbritannien, den Niederlanden, Belgien und wohl bald auch aus Polen kommen neuerdings ähnlich viele Menschen wie aus Spanien. Die Quasischliessung der Grenzen für Arbeitsuchende, welche nicht aus dem EU-Raum stammen, zeigt die befürchtete Wirkung: Personen aus den Ländern Ex-Jugoslawiens und aus der Türkei, die neu im Gastgewerbe arbeiten, erscheinen kaum noch in der Einwanderungsstatistik. Noch ausgeprägter gilt dies für Menschen aus Ländern ausserhalb Europas.

Einwanderung und Beschäftigung im Gastgewerbe 2006

	Ständige ausländische Wohnbevölkerung¹⁶	Nicht ständige ausländische Wohnbevölkerung¹⁷	Total
Deutschland	1941	7462	9403
Portugal	1664	7293	8957
Italien	593	2783	3376
Frankreich	722	2531	3253
Österreich	267	1367	1634
Slowakei	97	398	495
Spanien	75	231	306
Ungarn	37	260	297
Grossbritannien	44	250	294
Niederlande	50	231	281
Belgien	32	219	251
Polen	28	174	202
EU 27 total	5678	23772	29450
Europa total	5966	23818	29784
Übr. Kontinente	592	322	914
Gesamttotal	6558	24410	30698

Quelle: zentrales Ausländerregister ZAR.

¹⁶ Zur ständigen ausländischen Wohnbevölkerung gehören die Kurzaufenthalter/-innen, die länger als 12 Monate in der Schweiz arbeiten, die Aufenthaltler/-innen und die Niedergelassenen.

¹⁷ Zur nicht ständigen ausländischen Wohnbevölkerung gehören die Kurzaufenthalter/-innen, die zwischen 5 und 12 Monate, und die Kurzaufenthalter/-innen, die bis 4 Monate in der Schweiz arbeiten. Nicht in der Tabelle aufgeführt sind die Musiker/-innen und Tänzer/-innen, die einen eigenen Status als nicht ständige ausländische Wohnbevölkerung haben. Eine Person, welche unter die nicht ständige Wohnbevölkerung fällt, wird jedes Jahr bei der Einwanderung in dieser Statistik erfasst, auch wenn sie bereits im Vorjahr in der Schweiz gearbeitet hat.

Die Branche ist für Selbständige attraktiv...

Im Gastgewerbe arbeiten überdurchschnittlich viele Selbständige und Familienmitglieder. Unterdurchschnittlich vertreten sind Direktoren/-innen, leitende Angestellte, mittleres und unteres Kader. Der Anteil von Angestellten und Lernenden liegt hingegen im Rahmen des gesamten Dienstleistungsbereichs. Dieser Trend widerspiegelt die kleinstgewerbliche Struktur der Branche.

Erwerbstätige nach Stellung im Beruf 2000

Stellung im Beruf	Dienstleistungen	Gastgewerbe
Selbständige	9,5%	14,5%
Mitarb. Familienmitglieder	1,8%	4,0%
Direktoren/-innen, leitende Angestellte	6,1%	2,4%
Mittleres und unteres Kader	16,7%	10,6%
Angestellte, Arbeiter/-innen	56,1%	56,4%
Lernende	4,8%	4,6%
Ohne Angabe	5,0%	7,5%
Total	100,0%	100,0%

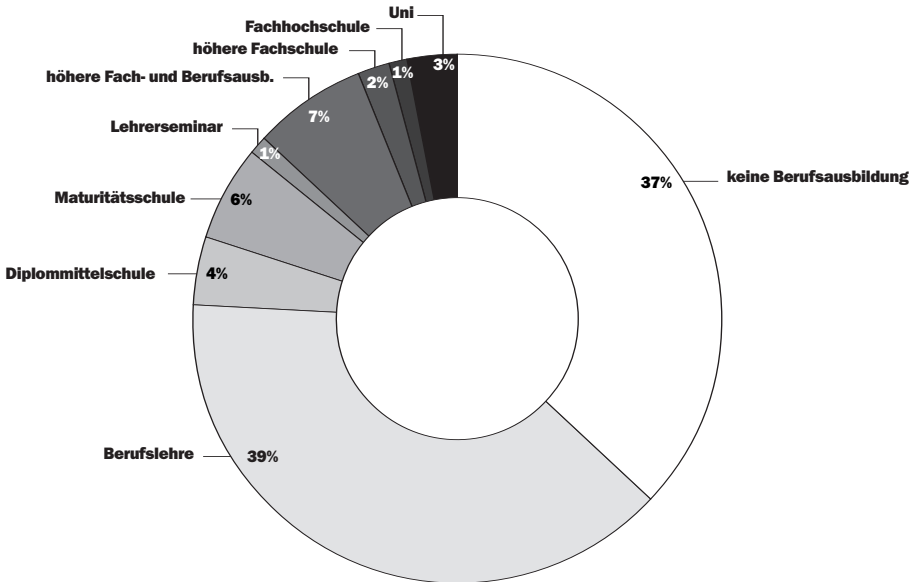
Quelle: eidg. Volkszählung 2000.

...hat ein tiefes Bildungsniveau

Das Gastgewerbe hat die tiefste Durchschnittsbildung aller Wirtschaftsbranchen (Ergebnis der eidg. Volkszählung). 37% der im Gastgewerbe Beschäftigten bringen keine Berufsausbildung mit oder haben die Schule nur bis zur Sekundarstufe I besucht; gegen zwei Fünftel haben eine Berufslehre absolviert. Zählt man die Mitarbeitenden mit einem Diplommittelschul-, Maturitäts- und Lehrerseminarabschluss hinzu, haben genau die Hälfte der Beschäftigten eine Ausbildung auf Sekundarstufe II abgeschlossen. 13% haben einen Abschluss auf Sekundarstufe III, wobei rund die Hälfte eine höhere Fachausbildung im gastgewerblichen Bereich absolviert haben. Der Anteil jener, die eine höhere Berufsausbildung oder einen Hochschulabschluss aufweisen, ist also bedeutend kleiner als in anderen Branchen. Die viel beachtete Aeppli-Studie¹⁸ weist, gestützt auf Zahlen der SAKE 1999, darauf hin, dass Frauen und Männer im Gastgewerbe unterschiedliche Bildungsvoraussetzungen mitbringen: Fast die Hälfte der Frauen hatten keine Qualifikation über die Sekundarstufe I hinaus, bei den Männern waren es halb so viele.

¹⁸ Roland Aeppli, Volkswirtschaftliche Analyse der Probleme des Arbeitsmarktes im schweizerischen Gastgewerbe, Studie der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich im Auftrag des Seco, Seco-Publikation Standortförderung Nr. 4, 07.2001.

Höchste abgeschlossene Ausbildungen

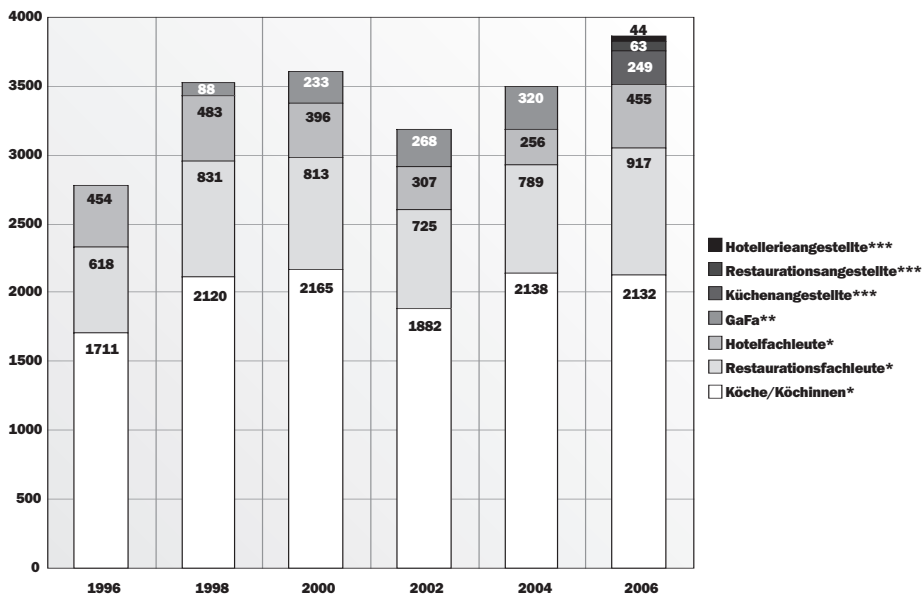


Quelle: eidg. Volkszählung 2000.

Im Gastgewerbe ist die Berufslehre am stärksten vertreten. Rund 15% aller Betriebe bilden insgesamt rund 8000 Lehrlinge aus. Diese Zahl ergibt sich aus den Lehrvertragsabschlüssen pro Jahr (in den letzten Jahren konstant über 3000), abzüglich der abgebrochenen Lehren (die Lehrabbruchquote ist im Gastgewerbe mit rund einem Drittel der Lehrvertragsabschlüsse überdurchschnittlich hoch). 2006 verzeichnete das Gastgewerbe gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme von 3% bei den Lehrausbildungsplätzen. Erfreulich ist auch, dass 2006 die Berufslehraabschlüsse zugenommen haben (+ 8%).

Mehr als die Hälfte der Lernenden im Gastgewerbe absolvieren eine dreijährige Ausbildung als Köchin/Koch. Im letzten Jahr wurde mit über 3800 Lehrvertragsabschlüssen der Höchststand der letzten 10 Jahre erreicht (+ 38% gegenüber 1996). Seit 2005 präsentiert sich die Landschaft der Grundbildungen neu: Die neuen, dreijährigen Berufsausbildungen zu Restaurationsfachleuten und Hotelfachleuten ersetzen die bisherigen, zweijährigen Berufsausbildungen zu Servicefachangestellten resp. Hotelfachassistenten/-innen. Diese Ausbildungen haben dadurch eine Aufwertung erfahren. Die Ausbildung als Gastronomiefachassistent/-in gibt es nicht mehr. Neu sind die drei zweijährigen Ausbildungen zu Küchenangestellten, Restaurationsangestellten und Hotellerieangestellten, die zum eidgenössischen Berufsattest führen. Diese sind vor allem auf schulisch schwächere Jugendliche zugeschnitten.

Anzahl Lehrvertragsabschlüsse 1996–2006



Quelle: Hotel & Gastro Formation; *eidg. Fähigkeitsausweis (EFZ); **Gastronomiefachassistent/-in (EFZ); ***eidg. Berufsattest (EBA).

Die gastgewerblichen Berufslehren sind weitgehend geschlechtsneutral: Sie sind für Frauen und Männer gleich offen. Das haben die eidg. Volkszählungen der letzten Jahrzehnte gezeigt. Traditionell werden zwar in der Küche mehr Männer und in den Bereichen Service und Hauswirtschaft/Empfang mehr Frauen ausgebildet, der Frauenanteil unter den neu ausgebildeten Köchinnen und Köchen steigt aber stetig.

Für viele Arbeitnehmende mit gastgewerblicher Ausbildung ist ihre Berufseinstigsbranche ein Sprungbrett in andere Berufe mit ähnlichem Anforderungsprofil. Umgekehrt beschäftigt das Gastgewerbe viele Personen, die ihre Berufslehre in einem anderen Gewerbe absolviert haben. Berufe des Gastgewerbes führen überdurchschnittlich oft in die Selbständigkeit, was einen Teil ihrer Attraktivität ausmacht. Eine Spezialauswertung der eidg. Volkszählung zeigt,¹⁹ dass von den 22- bis 24-jährigen Männern, die eine Ausbildung im Bereich Küchenpersonal absolviert haben, pro Jahr rund 30% den Beruf gewechselt haben; bei den

¹⁹ Eidg. Volkszählung 2000, Der Übergang von der Ausbildung in den Beruf, Die Bedeutung von Qualifikation, Generation und Geschlecht, Spezialauswertung von Regula Julia Leemann und Andrea Keck, Neuenburg 2005.

Frauen waren es fast 40%. Ein Teil davon ist der Branche treu geblieben und hat in den Service gewechselt. Die Männer, welche die Branche verlassen hatten, bevorzugten eine Beschäftigung als Verkäufer, Detailhandelsangestellter, Magaziner, Lagerist und Chauffeur; die Frauen wählten eine Beschäftigung als Verkäuferin, im Detailhandel oder als KV- und Büroangestellte. Den umgekehrten Weg gingen mehr Frauen: 2000 waren es vor allem gelernte Floristinnen, Schneiderinnen, Coiffeusen, Malerinnen/Tapeziererinnen, Bäckerinnen, Konditorinnen und Confiseurinnen, die im Alter von 22–24 Jahren in das Gastgewerbe wechselten. Unter den Männern fanden jene aus verwandten Berufen wie Bäcker, Konditor und Confiseur am häufigsten eine Beschäftigung im Gastgewerbe.

Diese Bewegungen schlagen sich auch in der hohen Zahl der Quereinsteiger/-innen nieder: Bei den Geschäftsführern/-innen haben nur 19% den Beruf erlernt, beim Servicepersonal sind es 27%, beim Kochpersonal immerhin 51% (SAKE 2004).

3.3 Die Fluktuation und die Arbeitslosigkeit

Das Gastgewerbe ist geprägt durch eine überdurchschnittliche Fluktuation:

- Fast ein Fünftel der Arbeitnehmenden arbeiten weniger als sechs Monate im gleichen Betrieb. Über alle Branchen beträgt dieser Anteil nur 7%.
- Fast zwei Fünftel sind zwischen sechs Monaten und zwei Jahren im gleichen Betrieb (25% über alle Branchen).
- Länger als zwei Jahre bleiben nur zwei Fünftel der Angestellten. Gemäss den Zahlen von Gastrosocial²⁰ arbeiten sogar nur ein Viertel der Arbeitnehmenden länger als 2 Jahre im gleichen Betrieb.
- Die durchschnittliche Verweildauer im gleichen Betrieb beträgt neun Monate.
- Die hohe Fluktuation beschränkt sich nicht auf die Ungelernten und Betriebswechsel innerhalb der Branche: Ein Drittel des Nachwuchses für Küche und Service steigt bereits während der Lehre oder kurz nach Abschluss aus dem Beruf aus. Vier Jahre nach der Lehre hat jeder zweite Koch das Gastgewerbe bereits verlassen.

Schlechte Arbeitsbedingungen führen oft zum Stellenwechsel. Auf der einen Seite spricht das Gastgewerbe Personen an, die noch nicht im Erwerbsprozess verankert sind oder den Einstieg wieder suchen. Auf der anderen Seite führen insbesondere die häufig unbefriedigenden und belastenden Arbeitsbedingungen dazu, dass Personen, die über eine gute Ausbildung und Berufserfahrung verfügen und somit relativ gut in den Arbeitsmarkt integriert sind,

²⁰ Mit über 20 000 angeschlossenen Betrieben die wichtigste Ausgleichskasse resp. Sozialversicherung im Gastgewerbe.

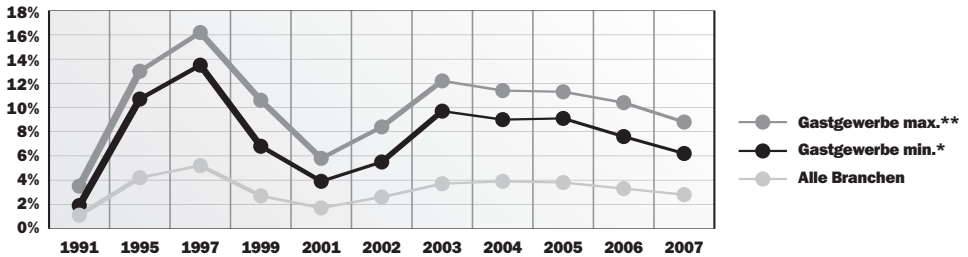
in andere Branchen wechseln. Eine Studie von Fred Henneberger und Alfonso Sousa-Poza vom Forschungsinstitut für Arbeit und Arbeitsrecht der Universität St. Gallen belegt, dass das Gastgewerbe im Branchenvergleich die höchste Rate an Personen aufweist, welche aus «Unzufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen» resp. dem «Wunsch auf Wechsel» eine andere Stelle suchen.²¹ Im Gastgewerbe sind nur ein Drittel aller Stellenwechsel auf eine Kündigung der Arbeitnehmenden zurückzuführen, was im Branchenvergleich unterdurchschnittlich ist. Die Gleichzeitigkeit dieser Beobachtungen erklärt sich aus der weit überdurchschnittlichen Fluktuationsrate im Gastgewerbe – diese liegt gemäss Henneberger und Sousa-Poza fast einen Drittel über dem Wert im Baugewerbe, welches die zweithöchste Rate aufweist.

Das Gastgewerbe ist die Branche mit der höchsten Arbeitslosenquote.²² Diese lag in den letzten 15 Jahren im Durchschnitt über 2,5 Mal so hoch wie die Quote aller Branchen. Wie die Grafik verdeutlicht, folgen die Kurven der Arbeitslosenquoten im Gastgewerbe weitgehend jener für den gesamten Arbeitsmarkt. Dieses Ergebnis ist wenig überraschend, da das Gastgewerbe in starker Abhängigkeit zum allgemeinen Konjunkturverlauf steht. Die zwei Kurven für das Gastgewerbe, welche den monatlichen Minimal- und Maximalwert abbilden, verdeutlichen die ausgeprägte Saisonalität der Branche, was besonders auf die Tourismusregionen zutrifft. Die Minimalwerte fallen in der Regel in die Periode Juli–August, die Maximalwerte in jene von November–Januar. Der Unterschied zwischen minimaler und maximaler Arbeitslosenquote betrug im Gastgewerbe im Durchschnitt gegen 3%. Die verschiedenen Branchensegmente sind unterschiedlich von Arbeitslosigkeit betroffen: Die Arbeitslosenquote im Bereich Restaurants und Bars ist deutlich höher als in der Beherbergung, der Unterschied beträgt gegen 5%. Im Vergleich zum gesamten Arbeitsmarkt weist das Gastgewerbe eine höhere Sockelarbeitslosigkeit auf.

²¹ Fred Henneberger, Alfonso Sousa-Poza, Arbeitsplatzstabilität und Arbeitsplatzwechsel in der Schweiz, Bern, 2007, S. 83 f.

²² Würde hier auf die Zahl der Stellensuchenden statt der registrierten Arbeitslosen abgestellt, wäre die Quote noch höher. Zu den Stellensuchenden gehören zusätzlich zu den als arbeitslos registrierten Personen auch die mit einem Zwischenverdienst, in einem Beschäftigungsprogramm, einer Umschulung oder einer Weiterbildung.

Arbeitslosenquote 1991–2006 (in %)



Quelle: Seco, Arbeitsmarktstatistik (registrierte Arbeitslose); * monatlicher Minimalwert; ** monatlicher Maximalwert.

Drei Hauptgründe sind für die hohe Arbeitslosenquote des Gastgewerbes auszumachen:²³

- Die überdurchschnittliche Fluktuation in der Branche. Diese ergibt sich durch die Saisonalität, die hohe Anzahl Handwechsel in den Betrieben, die Arbeitsbedingungen und die geringe Möglichkeit zu betriebsinternen Arbeitsplatzwechseln.
- Der hohe Anteil von Arbeitnehmenden ohne berufliche Ausbildung bzw. mit ungenügender Qualifizierung und mangelnden Sprachkenntnissen.
- Die Durchlässigkeit des Gastgewerbes. Die Branche bietet vielen Arbeitnehmenden, die keine spezifischen Kenntnisse mitbringen und in anderen Branchen weniger oder keine Beschäftigungschancen haben, eine Arbeitsgelegenheit. Diese Arbeitnehmer/-innen verlieren überdurchschnittlich häufig die Stelle und werden statistisch als Arbeitslose des Gastgewerbes erfasst. Rund ein Viertel der Arbeitslosen aus dem Gastgewerbe haben weniger als ein Jahr Erfahrung in der Branche. Häufig sind es Quereinsteiger/-innen aus anderen Branchen oder Arbeitnehmende mit wenig Erfahrung auf dem Arbeitsmarkt.

Unter den Beschäftigten des Gastgewerbes sind folgende Gruppen überdurchschnittlich häufig arbeitslos:

- Migrantinnen und Migranten: Auf sie entfielen Ende Juni 2004 61,9% der Arbeitslosen, welche zuletzt im Gastgewerbe gearbeitet hatten.²⁴
- Personen im Alter über 40. Die Arbeitslosenquote unter dieser Altersgruppe ist im Gastgewerbe rund dreimal höher als in der Gesamtwirtschaft.
- Unter den Frauen ist die Arbeitslosenquote leicht höher als unter den Männern, was mit der Situation im gesamten Arbeitsmarkt übereinstimmt.

²³ Eine gute Übersicht zur Problematik bietet die Studie: Arbeitsmarktbeobachtung Ostschweiz, Aargau und Zug (AMOSA), Der Arbeitsmarkt im Gastgewerbe, Zürich, November 2005.

²⁴ Bundesamt für Statistik, Ausländerinnen und Ausländer in der Schweiz, Bericht 2005, Neuenburg 2005, S. 58.

3.4 Die Arbeitsbedingungen

Working Poor: Arm trotz Lohnarbeit

Das Gastgewerbe ist traditionell eine Branche im Tieflohnbereich. Zusätzlich ist sie durch Abend- und Nacht- resp. Wochenendarbeit sowie unregelmässige Arbeitseinsätze geprägt. Aus diesen Gründen gab es schon sehr früh einen GAV mit Mindestlohn- und Arbeitszeitregelungen, der als einer der ersten in der Schweiz allgemeinverbindlich erklärt wurde.

2003 galten 17,8% der Beschäftigten im Gastgewerbe gemäss den SKOS-Richtlinien als Working Poor,²⁵ waren also arm, obwohl sie eine bezahlte Arbeit hatten. Das belegen Zahlen des Bundesamtes für Statistik gestützt auf Daten der Schweizerischen Arbeitskräfteerhebung. Die Situation scheint sich gemäss neuesten SAKE-Zahlen ein bisschen verbessert zu haben: 2005 waren noch 10,5% der Beschäftigten unter der Armutsgrenze. Dieser Wert ist immer noch 2,5 Mal so hoch wie die Working-Poor-Gesamtquote von 4,2%. Unter den Wirtschaftsbereichen stehen nur noch die persönlichen Dienstleistungen schlechter da. Das Sozialhilferisiko dieser Working Poor ist hoch, viele können ihren Lebensunterhalt nur dank Unterstützung der Sozialhilfe bestreiten.²⁶

Die Löhne haben sich im Gastgewerbe im Vergleich zur Gesamtwirtschaft schlecht entwickelt, insbesondere zwischen 1974 und 1999, wie Roland Aeppli in seiner Studie darlegt:²⁷ Während die Löhne in der Gesamtwirtschaft jährlich real um durchschnittlich 0,6% zulegten, sind sie im Gastgewerbe real um durchschnittlich 0,1% pro Jahr geschrumpft. In diesem Zeitraum büssten die Löhne im Gastgewerbe gegenüber jenen der Privatwirtschaft insgesamt um fast 18% an Kaufkraft ein. Ähnlich schlecht ging es gemäss dem Reallohnindex in den Jahren 2000 und 2001 weiter, als das Gastgewerbe gegenüber der Gesamtwirtschaft nochmals je 0,6% an Kaufkraft verlor.

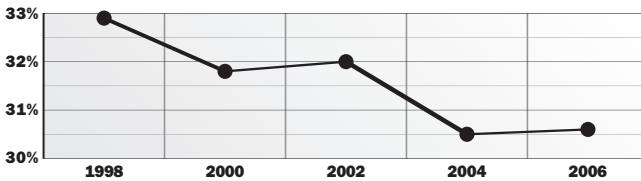
²⁵ Die statistische Armutsgrenze (d. h. Miete + Krankenkassen-Grundprämie + Grundbedarf + Fr. 100 pro Haushaltsmitglied, das das 16. Lebensjahr vollendet hat) beträgt Fr. 2200 für Alleinstehende, Fr. 3800 für Allein-erziehende mit 2 Kindern unter 16, und Fr. 4600 für Paare mit 2 Kindern (nationale Durchschnittswerte).

²⁶ Statistische Auswertungen zur Anzahl Sozialhilfeempfänger/-innen unter den Beschäftigten im Gastgewerbe gibt es noch kaum. Eine Publikation aus dem Kanton Bern («Ausgewählte Ergebnisse der Sozialhilfestatistik aus dem Jahr 2004») liefert aber wichtige Hinweise dazu, dass ein beträchtlicher Teil der Sozialhilfeempfänger/-innen Working Poor sind und vorwiegend in Branchen wie dem Gastgewerbe arbeiten: «Das Gastgewerbe und der Detailhandel sind typische Berufszweige die sich durch tiefe Löhne auszeichnen. Im Jahr 2004 gaben 28% der Sozialhilfeempfänger im Kanton Bern an, erwerbstätig zu sein», S. 3. Ohne konkrete Zahlen zu liefern, hebt auch «Die Schweizerische Sozialhilfestatistik» (Hg.: BFS, Mai 2006) das überdurchschnittliche Sozialhilferisiko von Beschäftigten im Gastgewerbe, insbesondere von Migrantinnen und Migranten, hervor.

²⁷ Aeppli stützt sich auf die Lohn- und Gehaltserhebung vom Oktober (LOK), welche bis 1993 die Grundlage für die amtliche Lohnentwicklungsstatistik bildete, sowie die Daten der Sammelstelle für die Statistik der Unfallversicherung (SSUV), welche seither die Grundlage für den Index der Lohnentwicklung ist.

Die erfolgreiche SGB-Lohnkampagne «Keine Löhne unter 3000 Franken» zu Beginn dieses Jahrtausends, zu der die Unia einen massgeblichen Beitrag leistete, führte dazu, dass die Löhne im Gastgewerbe insbesondere in den Jahren 2002 und 2003 gesamthaft überdurchschnittlich gewachsen sind und sich der Lohnrückstand so ein wenig reduziert hat: Der durch die Lohnstrukturerhebung ermittelte Medianlohn im Gastgewerbe lag 2004 mit Fr. 3825 brutto pro Monat noch 30,5% Prozent unter dem gesamtschweizerischen Wert für alle Branchen der Privatwirtschaft.

Lohnunterschied zwischen Gastgewerbe und Privatwirtschaft 1998–2004



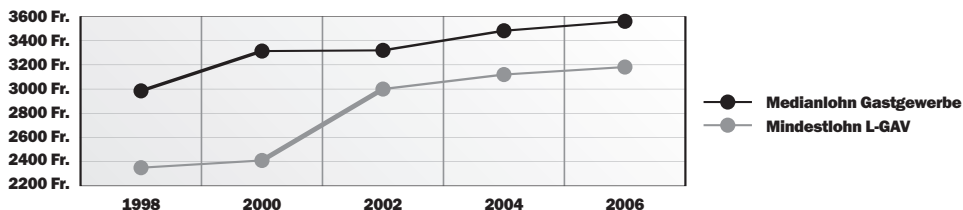
Quelle: BFS, Lohnstrukturerhebungen 1998–2006, Medianlöhne aller Anforderungsniveaus als Basis.

Seit 2004 verlief die Lohnentwicklung ähnlich unbefriedigend wie in der Gesamtwirtschaft. Die Mindestlöhne wuchsen im Gastgewerbe in den letzten 4 Jahren gerade mal um 4,5%. Gemäss Lohnindex des BFS war die Entwicklung in den Jahren 2005/2006 negativ: 2005 stagnierten die Löhne im Gastgewerbe real gegenüber 2004 (–0,2% in der Gesamtwirtschaft), und 2006 nahmen sie gegenüber 2005 real sogar um 0,8% ab (+0,1% in der Gesamtwirtschaft). Auch die Zahlen der Lohnstrukturerhebung 2006 zeigen, dass das Gastgewerbe keine Fortschritte, ja sogar einen kleinen Rückschritt im Vergleich zur gesamten Privatwirtschaft machte.

Die Auswertungen der letzten Lohnstrukturerhebungen liefern interessante und weiterführende Erkenntnisse. Eines der markantesten Resultate der erfolgreichen SGB-Lohnkampagne war ein Zuwachs von 28,6% innerhalb von drei Jahren (2001 bis 2003) beim Mindestlohn für Ungelernte. Dieser Sprung bewirkte, dass der Mindestlohn seit 2002 nahe bei den effektiv bezahlten Löhnen dran ist: Betrug die Differenz zwischen Mindestlohn und dem durch die Lohnstrukturerhebung des BFS erhobenen Medianlohn für einfache und repetitive Tätigkeiten Ende der 90er Jahre noch 23,3%, reduzierte sich diese im Jahr 2002 auf 9,6%. Dadurch haben sich die Effektivlöhne seit 2002 ähnlich weiterentwickelt wie der Mindestlohn, das heisst, die Erhöhung des Mindestlohns hat sich unmittelbar auf die Effektivlöhne ausgewirkt. Dank dem überdurchschnittlichen Wachstum zwischen 2001 und 2003 machten die Löhne im Gastgewerbe in dieser Anforderungsniveau-Kategorie gegenüber der gesamten Pri-

vatwirtschaft einiges an Boden gut: Zwischen 2000 und 2004 reduzierte sich die Medianlohndifferenz um fast ein Viertel von 23% auf 17,8%. 2006 stieg sie wieder leicht auf 18% an.

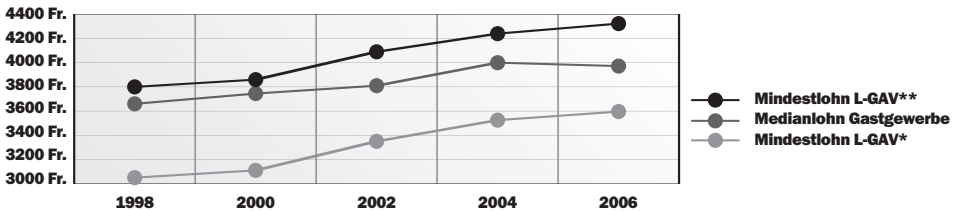
Vergleich zwischen den Effektivlöhnen für einfache und repetitive Tätigkeiten und dem L-GAV-Mindestlohn für Hilfsarbeiten



Quellen: BFS, Lohnstrukturerhebungen 1998–2006, Medianlöhne für einfache und repetitive Tätigkeiten Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes, Mindestlohn für Hilfsarbeiten (Art. 1 Ziff. 1).

Der Mindestlohn für Gelernte stieg bis 2003 substantiell an, jedoch nicht so markant wie der Mindestlohn für Ungelernte: Er nahm zwischen 2001 und 2003 um 12,5% zu. Auch in diesem Fall rückte der Mindestlohn näher an die Effektivlöhne heran, die Differenz zum Medianlohn für Tätigkeiten mit Berufs- und Fachkenntnissen verringerte sich zwischen 2000 und 2002 um mehr als ein Viertel von 17% auf 12,1%. Das Heranrücken des Mindestlohns an die Effektivlöhne bewirkte, dass zwischen 2002 und 2004 die Anhebung des Mindestlohns auch auf die Effektivlöhne durchschlug: Mindestlohn und Medianlohn nahmen um je rund 5% zu. Dadurch stieg der gastgewerbliche Medianlohn für Tätigkeiten mit Berufs- und Fachkenntnissen deutlich stärker als jener der Privatwirtschaft (+5% gegenüber +1,4%), so dass sich der Lohnabstand innerhalb von 2 Jahren auch in dieser Anforderungsniveau-Kategorie immerhin um 2,5% von 27,4% auf 24,9% reduzierte. Möglicherweise stützte die ab 2002 geltende Neuregelung der Mindestlohnkategorie für Angestellte mit Berufslehre und neu 7-jähriger (statt bisher 10-jähriger) Berufspraxis (inkl. Lehrjahre) diese Entwicklung insofern, als die neu definierte Anforderung für den Mindestlohn für einen Teil der Beschäftigten mit Lehrabschluss schneller zur Anhebung des Effektivlohns führte. Ihre positive Wirkung war aber nur von kurzer Dauer: Da sich die neu definierte Mindestlohnkategorie mit 7-jähriger Berufspraxis nicht behaupten konnte, einigten sich die L-GAV-Parteien darauf, ab Mitte 2005 wieder zur Anforderung von 10 Jahren Berufspraxis zurückzukehren und zusätzlich eine Mindestlohnkategorie mit 7-jähriger Berufspraxis auf einem tieferen Lohnniveau zu schaffen. Gesamthaft entwickelte sich der gastgewerbliche Medianlohn für Tätigkeiten mit Berufs- und Fachkenntnissen zwischen 2004 und 2006 negativ und fiel sogar hinter den Wert von 2004 zurück.

Vergleich zwischen den Effektivlöhnen für Tätigkeiten mit Berufs- und Fachkenntnissen und den L-GAV-Mindestlöhnen für Angestellte mit Berufslehre



Quellen: BFS, Lohnstrukturerhebungen 1998–2006, Medianlöhne für Tätigkeiten mit Berufs- und Fachkenntnissen; Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes, Mindestlöhne für Angestellte *mit Berufslehre sowie **mit Berufslehre und 10-jähriger Berufspraxis bis 2001 resp. 7-jähriger Berufspraxis von 2002 bis Mitte 2005 resp. 10-jähriger Berufspraxis ab Mitte 2005.

Der Lohnunterschied zwischen Frau und Mann ist im Gastgewerbe weniger ausgeprägt als in der gesamten Privatwirtschaft.

2006 betrug der Lohnunterschied im Gastgewerbe 8%; das sind rund zwei Fünftel des Wertes der Gesamtwirtschaft. Der Hauptgrund dafür liegt im überdurchschnittlich hohen Anteil von Frauen und Migrantinnen und Migranten, welcher den Lohnunterschied drückt – Sozialwissenschaftler/-innen sprechen von einer doppelten Segregation. Für diese Begründung spricht die Zahl der Beschäftigten, welche einfache und repetitive Tätigkeiten verrichten: In dieser Kategorie, in der im Gastgewerbe vorwiegend Migrantinnen und Migranten und Frauen beschäftigt sind, ist der Lohnunterschied bemerkenswert tief. Hingegen ist der Lohnunterschied in der Kategorie mit Berufs- und Fachkenntnissen, in der die Beschäftigten mit Schweizer Pass übervertreten sind, mit 7,1% (2006) wesentlich höher.

Für die Frauen im Gastgewerbe wirkte sich die Lohnentwicklung zwischen 2002 und 2004 im Vergleich zur Gesamtwirtschaft überdurchschnittlich positiv aus.

Der Lohnrückstand der Frauen reduzierte sich um mehr als einen Fünftel auf 7,7%.

Effektivlöhne von Frauen und Männern 2002–2004

Branche	Jahr	Einfache und repetitive Tätigkeiten			Berufs- und Fachkenntnisse		
		Frau	Mann	Diff.	Frau	Mann	Diff.
Gastgewerbe	2002	3302	3333	0,9%	3648	4013	9,1%
	2004	3466	3514	1,4%	3846	4186	8,1%
	2006	3513	3611	2,7%	3833	4127	7,1%
Privatwirtschaft	2002	3820	4557	16,2%	4743	5493	13,7%
	2004	3893	4588	15,1%	4870	5550	12,3%
	2006	4019	4732	15,1%	4952	5608	11,7%

Quelle: BFS, Lohnstrukturerhebungen 2002–2006.

Mit dem zunehmenden Anforderungsniveau wächst die Lohndifferenz zwischen Frau und Mann auch im Gastgewerbe deutlich. Bei den «einfachen und repetitiven Tätigkeiten» ist die Differenz im Vergleich zu anderen Branchen mit 2,7% bemerkenswert tief. Bei den Tätigkeiten, welche «Berufs- und Fachkenntnisse» erfordern, liegt sie bei 7,1%. Bei den Arbeiten, welche zur Kategorie «höchst anspruchsvoll und qualifiziert» gehören, beträgt sie 12,9%.

Die Region mit den tiefsten Effektivlöhnen ist das Tessin, jene mit den höchsten Zürich. Der Medianlohnvergleich ergibt je nach Funktionskategorie einen maximalen Lohnunterschied zwischen 10 und 14%. Weil sozioökonomisch so unterschiedliche Kantone wie das ländlich-touristische Wallis und der Stadtkanton Genf zur Grossregion «Wallis/Lac Léman» zusammengefasst werden, sind die ermittelten Medianlohnwerte nur bedingt aussagekräftig. Es ist anzunehmen, dass die Löhne in Genf sich jenen in Zürich angleichen.

Effektivlöhne nach Grossregionen 2004

	Alle	Einfache u. repetitive Tätigkeiten	Berufs- u. Fachkenntnisse
National	Fr. 3902	Fr. 3560	Fr. 3972
Tessin	Fr. 3569	Fr. 3294	Fr. 3710
Ostschweiz	Fr. 3733	Fr. 3456	Fr. 3756
Espace Mittelland	Fr. 3850	Fr. 3498	Fr. 3888
Wallis/Lac Léman	Fr. 3850	Fr. 3500	Fr. 4098
Zentralschweiz	Fr. 3921	Fr. 3593	Fr. 3910
Nordwestschweiz	Fr. 3987	Fr. 3683	Fr. 3977
Zürich	Fr. 4123	Fr. 3817	Fr. 4127

Quelle: BFS, Lohnstrukturerhebung 2006.

Arbeit im Gastgewerbe: Unregelmässig und zu Unzeiten

Die Arbeitszeiten – das heisst, die häufige Abend- und Nacht- resp. Wochenendarbeit sowie die unregelmässigen und langen Arbeitseinsätze – sind eine weitere grosse und altbekannte Belastung für die Arbeitnehmenden im Gastgewerbe. Sie gehören zu den wenigen, die, abgesehen vom mickrigen, gesetzlich vorgegebenen Zeitzuschlag von 10% für Nachtarbeit, für die Arbeit an Wochenendtagen und zu Nachtzeiten keine Zuschläge erhalten.

Während in der Gesamtwirtschaft gemäss SAKE-Erhebungen rund zwei Drittel der Beschäftigten lediglich von Montag bis Freitag und drei Viertel nur tagsüber arbeiten, sind es im Gastgewerbe bloss ein Viertel resp. ein Drittel. Es erstaunt nicht, dass die Angestellten als Grund, wieso sie einen Betrieb verlassen haben, häufig die tiefen Löhne und die Nachtarbeit erwähnen. Gemäss der Statistik der betriebsüblichen Arbeitszeit (BUA) des BFS war diese im Jahre 2005 wöchentlich eine halbe Stunde länger als in der Gesamtwirtschaft: 42,1 Stunden gegenüber 41,6 Stunden. 1998 betrug die Differenz noch eine Stunde (42,9 gegenüber 41,9 Stunden). Hinter diese Zahlen ist jedoch ein Fragezeichen zu setzen, weil viele Betriebe im Gastgewerbe die Arbeitszeit der Angestellten oft nicht (korrekt) erfassen, so dass viele Überstunden für die Beschäftigten verloren gehen und statistisch nirgends erfasst sind.

Ein weiterer Grund für die zum Teil prekären Arbeitsbedingungen im Gastgewerbe ist die Arbeit auf Abruf.

Davon betroffen sind insbesondere Beschäftigte in einer Haupttätigkeit und nicht die Aushilfen, welche ihre Einsätze als Nebentätigkeit leisten. Die Arbeit auf Abruf ist im Gastgewerbe also nicht auf die Aushilfen reduzierbar, wie dies häufig von Arbeitgeberseite behauptet wird. 2004 wies ein Forscherteam des Instituts für Arbeit und Arbeitsrecht der Universität St. Gallen in einer empirischen Studie nach, dass das Gastgewerbe mit dem Gesundheitswesen und dem Detailhandel zu den Branchen gehört, wo am häufigsten auf Abruf gearbeitet wird.²⁸ Während 2002 gesamtwirtschaftlich ca. 5,4% aller Personen im Rahmen einer Haupterwerbstätigkeit auf Abruf arbeiteten, waren es im Gastgewerbe mehr als doppelt so viele. Innerhalb des Gastgewerbes war der Anteil unter dem Servicepersonal (12,4%) deutlich höher als unter dem Küchenpersonal (8,2%). Wie in der Gesamtwirtschaft sind im Gastgewerbe vor allem Frauen von Arbeit auf Abruf betroffen. Obwohl keine statistischen Belege dazu angeführt werden können, herrscht unter den Beschäftigten und Gewerkschaftern/-innen der Eindruck vor, dass im Gastgewerbe die Arbeit auf Abruf in den letzten Jahren weiter zugenommen hat. Einerseits häufen sich die Arbeitsverträge ohne Zusicherung eines Stundenpensums oder mit der Angabe einer grossen Stundenbandbreite. Andererseits reagieren die Patrons auf die schwankende Nachfrage, indem sie den fixen Personalbestand reduzieren und die Angestellten kurzfristig aufbieten resp. nach Hause schicken.

²⁸ Fred Henneberger, Alfonso Sousa-Poza, Alexandre Ziegler, Eine empirische Analyse der Arbeit auf Abruf in der Schweiz, Studie im Auftrag der Aufsichtscommission für den Ausgleichsfonds der Arbeitslosenversicherung, 2004.

Schlechte Luft und schwere Lasten

Um die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz ist es im Gastgewerbe nicht zum besten bestellt. Das Passivrauchen, dem die Beschäftigten dieser Branche besonders ausgesetzt sind, ist zu einem breit diskutierten gesellschaftlichen Thema geworden. Auch der übermässige Alkoholkonsum und eine wenig gesundheitsfördernde Ernährungsweise sind im beruflichen Alltag überdurchschnittlich präsent. An der letzten Unia-Branchenkonferenz Gastgewerbe, welche die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz als Schwerpunktthema behandelte, haben die Delegierten den Stress als den am meisten belastenden Faktor bezeichnet, gefolgt vom ungesunden Raumklima, den Arbeitszeiten und den schweren Lasten.

Es erstaunt nicht, dass das Gastgewerbe in der Invaliditätsstatistik schlecht abschneidet, wie eine Studie zur Invalidität nach Branchen und Tätigkeiten aufzeigt.²⁹ Für Angestellte in Restaurants und Hotels ist, wie bei den Bauarbeitern, die Gefahr besonders hoch, unfallbedingt invalid zu werden. Bei den Neurentnern/-innen weisen die Berufe des Gastgewerbes – nach den Produktionsberufen in der Industrie und im Gewerbe – den grössten Anteil auf. Untersuchungen in anderen europäischen Ländern kommen zu ähnlichen Resultaten. Die Befunde wirken sich direkt auf die Lebenserwartung aus: Eine Studie aus Schweden kommt zum Schluss, dass die Beschäftigten im Gastgewerbe im Durchschnitt weniger lang leben.

Der L-GAV wird ungenügend eingehalten

Die schlechte Einhaltung des L-GAV, des Arbeitsgesetzes und der Sozialversicherungsbestimmungen sind seit Jahren ein Dauerbrenner. Bei Nachforderungen holt die Gewerkschaft Unia für die Angestellten Tausende, manchmal Zehntausende von Franken heraus. Die meisten Klagen vor den Arbeitsgerichten stammen aus dem Gastgewerbe. Allerdings wehrt sich nur eine Minderheit der Geprellten vor Gericht:

- Die jährlichen repräsentativen Stichproben der Kontrollstelle für den L-GAV bei 2000 Betrieben haben ergeben, dass die Hälfte der Betriebe den L-GAV in Kernpunkten (Arbeitszeiterfassung und Mindestlöhne) nicht einhält.
- Mit der Einhaltung des Arbeitsgesetzes steht es nicht besser. Unter den Arbeitgebern ist die Haltung verbreitet, das Arbeitsgesetz gelte nicht für das Gastgewerbe. Ausnahmebestimmungen werden unter dem Vorwand durchgedrückt, die heutigen Regelungen seien nicht branchentauglich.
- Arbeitnehmende werden von Gastgewerbebetrieben immer wieder geprellt, weil die Arbeitgeber ihr Personal bei den Sozialversicherungen nicht korrekt anmelden oder die Sozialbeiträge nicht bezahlen.³⁰

²⁹ Blöchlinger, Staehelin & Partner, Invalidität nach Branchen und Tätigkeiten, Projekt Nr. C04_05 zuhanden des Bundesamtes für Sozialversicherung, Basel 2004.

³⁰ Ähnliches geschieht in anderen Bereichen: zu hohe Abzüge für Kost und Logis, die im Betrieb bezogen oder gar nicht bezogen wurden, nicht abgelieferte, jedoch abgezogene Quellensteuern usw.

- Kommt es wegen nicht erfolgter Lohnzahlungen oder nicht überwiesener Sozialversicherungsbeiträge zu Nachforderungen, führen die Klagen oft zum Konkurs des Betriebs.

Der massive Ausbau der Kontrollen und der Kontrollinstrumente, welchen die Gewerkschaften 2005 nach jahrelanger Kampagne und unter dem Druck der bevorstehenden Abstimmung über den freien Personenverkehr und die flankierenden Massnahmen durchsetzen, war ein wichtiger Erfolg. Das Erreichte ist zwar immer noch ungenügend und hat nicht zu einer besseren L-GAV-Einhaltung geführt, es ist aber ein wichtiger erster Schritt, der die Grundlage für nachhaltige Verbesserungen der Arbeitsbedingungen schafft. Die Kontrollen erzielen aber auch unmittelbare Wirkung: Es werden mehr schwarze Schafe unter den Betrieben aufgespürt, und mehr geprellte Mitarbeitende kommen zu ihrem Recht.

Wichtige Bereiche sind dem L-GAV nicht angeschlossen

Der L-GAV des Gastgewerbes ist mit über 200 000 unterstellten Arbeitnehmenden der grösste allgemeinverbindlich erklärte GAV in der Schweiz. Gemessen an der Zahl der im Gastgewerbe erwerbstätigen Menschen könnten es noch einige Zehntausend Vertragsunterstellte mehr sein, wenn der Bundesrat in der Allgemeinverbindlicherklärung des L-GAV nicht wichtige Bereiche des Gastgewerbes aus dem Geltungsbereich des L-GAV ausgeklammert hätte:

- «Die mit Verkaufsgeschäften des Detailhandels räumlich verbundenen Restaurationsbetriebe mit in der Regel gleichen Öffnungszeiten und gleichen Arbeitsbedingungen wie im Verkaufsgeschäft»³¹ sind ausgenommen. Dies betrifft insbesondere die grossen Betriebe und Arbeitnehmenden der Handelsgastronomie: Migros, Coop und Manor – allein diese drei Betriebe der gastgewerblichen Hitparade beschäftigen insgesamt 6000 Arbeitnehmende und erzielen über 1 Milliarde Franken Umsatz im Bereich der Gastronomie. Andere Warenhäuser sind mit ihren Restaurants und Takeaway-Ständen ebenfalls nicht dem L-GAV unterstellt. Bei Migros und Coop fallen diese Arbeitnehmenden unter den Firmengesamtarbeitsvertrag, der im Vergleich zum L-GAV als mindestens gleichwertig einzustufen ist. Über keinen GAV-Schutz verfügen hingegen gastgewerbliche Arbeitnehmende von Warenhäusern wie Manor, welche sich bisher gegen einen GAV-Abschluss sträubten. Die Tearooms, welche mit Bäckereien oder Konditoreien verbunden sind und gleiche Öffnungszeiten haben, sind ebenfalls nicht dem L-GAV des Gastgewerbes unterstellt. Die Arbeitnehmenden dieser Tearooms sind zwar dem GAV des Bäckergewerbes unterstellt, dieser ist aber schlechter als der L-GAV.

³¹ Bundesratsbeschluss über die Allgemeinverbindlicherklärung des Landes-Gesamtarbeitsvertrages des Gastgewerbes vom 19. November 1998, Art. 2, Ziff. 2.

- Nicht unterstellt sind ferner «Kantinen und Personalrestaurants, die ausschliesslich dem betriebseigenen Personal dienen». Die Arbeitsbedingungen dieser gastgewerblichen Arbeitnehmenden sind meistens auf der Ebene des Betriebes geregelt. Da das Niveau von Lohn und Arbeitsbedingungen häufig höher als im Gastgewerbe ist, kann sich dies positiv für die gastgewerblichen Arbeitnehmenden auswirken. Überdurchschnittlich gut sind die Bedingungen zweifellos in Spitalküchen und -restaurants.
- Eine weitere Voraussetzung für die Unterstellung unter den L-GAV ist die Abgabe von «Speisen oder Getränken zum Genuss an Ort und Stelle». Die meisten Takeaway-Stände sind dem L-GAV darum nicht unterstellt. Das hat negative Konsequenzen für die Arbeitnehmenden, die tendenziell unter schlechteren als den im L-GAV geregelten Bedingungen arbeiten. Einen Spezialfall bilden die Pizzakuriere, welche aufgrund eines Beschlusses des Bundesrates neuerdings unter den L-GAV fallen.
- Ein Spezialfall ist der Gastrobetrieb Elvetino, eine SBB-Tochterfirma. Diese fällt unter das Regime des Arbeitszeitgesetzes, weil sie im Bereich des öffentlichen Verkehrs tätig ist. Unia und SEV haben mit der Firmenleitung einen Firmenvertrag abgeschlossen, welcher sich in der Lohnfrage eher am L-GAV des Gastgewerbes und in anderen Fragen (Arbeitszeit usw.) an den SBB-Arbeitsbedingungen orientiert. Die Arbeitsbedingungen bleiben aber wegen der rückläufigen Umsatzzahlen und der permanenten Restrukturierungsprozesse prekär.

Für gastgewerbliche Arbeitnehmende von Warenhäusern, Kantinen und Personalrestaurants – vor allem für jene mit Familie – ist im Vergleich zur allgemeinen Situation im Gastgewerbe attraktiv, dass der Abend und der Sonntag in der Regel arbeitsfrei sind.

4. Die Arbeitgeberverbände und ihre Handlungsfelder

Gastrosuisse, Hotelleriesuisse und Swiss Catering Association (SCA) sind die wichtigsten Arbeitgeberverbände in der Schweiz, welche den Landes-Gesamtarbeitsvertrag zeichnen. Hinzu kommt der Cafetier-Verband.

Die Arbeitgeberverbände

Gastrosuisse – ehemals der Wirtverband – ist der mitgliederstärkste Arbeitgeberverband im Gastgewerbe. Er wies in den letzten Jahren einen stetigen Mitgliederzuwachs aus und zählte Ende 2006 knapp 21 000 Mitgliedsbetriebe (Ende 2001 waren es noch 20 000). Damit verfügt Gastrosuisse über einen hohen Organisationsgrad von über 80%. «Wesentlich zu diesem Wachstum beigetragen haben das weiter gestärkte Dienstleistungspaket der Gastrosuisse-Gruppe und die zahlreichen geldwerten Vorteile, insbesondere auch von Gastrosocial.»³² Die professionellen Dienstleistungsangebote, etwa Gastroconsult (treuhänderische Dienstleistungen) oder Gastrosocial (AHV-Ausgleichs- und Pensionskasse), sind die grossen Trümpfe des Verbandes und ein wichtiger Grund für eine Mitgliedschaft. So rechnen über 20 000 Betriebe die AHV- und über 19 000 Betriebe die Pensionskassenbeiträge über Gastrosocial ab («9 von 10 Gastrobetrieben sind bei uns versichert»³³). Der im L-GAV zwingend vorgesehene einheitliche Beitragssatz erleichtert den Anschluss an die Gastrosocial-Pensionskasse, die durch die Masse ihrer Versicherten besser als andere Kassen in der Lage ist, die Risiken eines Überhangs von älteren Versicherten auszugleichen. Die Mitgliedschaft bei Gastrosuisse ist Bedingung, um sich bei Gastrosocial anschliessen zu können. Auch im Bereich der Aus- und Weiterbildung profitieren die Mitglieder von interessanten Angeboten: die Gastrosuisse-Sektionen, Gastroprofessional und die eigenen Hotelfachschulen in Genf und Zürich bieten Lehrgänge und Kurse an.

³² Aus: Jahresbericht 2005 von Gastrosuisse, S. 10.

³³ Siehe: www.gastrosocial.ch. Im weiteren ist die Swica Partnerin von Gastrosocial in den Bereichen Krankentaggeld-, Krankenpflege- und Unfallversicherung.

Hotelleriesuisse – ehemals der Schweizerische Hotelierverein – ist der Verband der Beherbergungsbetriebe. Er zählte Ende 2006 3350 Mitglieder, davon 2200 Hotels, was einem Organisationsgrad von rund 40% entsprach. Insgesamt generierten die Mitgliedbetriebe aber über 80% der Hotelübernachtungen. Die Zahl der Mitgliedshotels nahm in den letzten Jahren kontinuierlich ab – Ende 2002 waren es noch 2400, was den Rückgang bei den Hotelbetrieben widerspiegelt. Gemäss Hotelleriesuisse blieb der Anteil der Hotelübernachtungen in Mitgliedsbetrieben jedoch konstant. Der Verband nennt 7 Kernaufgaben:³⁴ 1. die Hotelklassifikation, 2. die politische Interessenvertretung, 3. die Weiterentwicklung des L-GAV, 4. Angebote rund um Beruf und Bildung, 5. den Beratungsservice, 6. die Herausgabe der Fachzeitung, 7. Sozialversicherungsangebote durch die Hotela (für sie gilt weitgehend das für Gastrosuisse Gesagte). Die Tätigkeitsbereiche decken sich mehrheitlich mit jenen von Gastrosuisse. Ein Spezialfall ist die Hotel-Sterne-Klassifikation, welche Hotelleriesuisse mit allen Mitteln zuerst gegen die paritätischen Mitbestimmungsansprüche von Gastrosuisse und später gegen deren neu lancierte Konkurrenzklassifikation verteidigt. Ein Teil der Betriebe ist gleichzeitig Mitglied von Gastrosuisse und von Hotelleriesuisse, da sie Restauration und Beherbergung anbieten.

Die SCA (Swiss Catering Association) vereinigt die vier grossen Unternehmungen der Gemeinschaftsgastronomie SV Group, Compass Group Schweiz, DSR und die ZFV-Unternehmungen – sie figurieren alle in der Hitparade der umsatzstärksten gastgewerblichen Unternehmungen in der Schweiz. Gemäss eigenen Angaben erwirtschaften die SCA-Betriebe in der Schweiz einen Umsatz von 900 Millionen Franken und beschäftigen 9100 Mitarbeitende. Die SCA nennt vier Tätigkeitsbereiche: 1. die Mitwirkung an den Verhandlungen für den L-GAV, 2. die Mitwirkung bei der Gesetzgebung für das Gastgewerbe, 3. die aktive Förderung der Grund- und Weiterbildung, 4. die Förderung des Images der Gemeinschaftsgastronomie. Die SCA vertritt als Nachfolgerin der ehemaligen Arbeitsgemeinschaft der Vereinigung alkoholfreier Betriebe (AGAB) auch den Schweizer Cafetier-Verband im Rahmen des L-GAV.

Im Bereich der Aus- und Weiterbildung bieten die Arbeitgeberverbände mit der Hotel & Gastro Union gemeinsam Angebote an. Zusammen tragen sie die Institution Hotel & Gastro Formation,³⁵ welche u. a. bei den Berufslehren als Referenzorganisation der Berufsverbände auftritt, selber Kurse anbietet und in Weggis und Lonay eigene Ausbildungszentren betreibt.

³⁴ Aus: Jahresbericht 2005 von Hotelleriesuisse, S. 2.

³⁵ Gastrosuisse, Hotelleriesuisse und die Hotel & Gastro Union sind die Trägerverbände, SCA und der Cafetier-Verband sind Mitgliedsverbände.

Wirte prägen Gewerbepolitik

Bis in die 80er Jahre des letzten Jahrhunderts war das Gastgewerbe eine hoch regulierte Branche: Kantone und Gemeinden kontingentierte die Betriebsbewilligungen, die sie selber erteilten. Sie erliessen auch die Bestimmungen für die Betriebsführung, die Öffnungszeiten usw. Und sie unterstützten die Branche grosszügig mit Subventionen.

Die Wirte sind im Arbeitgeber- und im Gewerbeverband organisiert und gehören traditionell zum konservativen Flügel von FDP, CVP und SVP. In den letzten Jahren identifiziert sich eine zunehmende Zahl von Wirten mit der Politik der SVP, welche massgeblich diese Verbände und die Politik im allgemeinen prägt. Auch die Hoteliers sind im Arbeitgeber- und im Gewerbeverband vereint. Sie sind darüber hinaus dem Dachverband Economiesuisse angeschlossen.

Von der Regulierung des Marktzugangs zur totalen Liberalisierung

FDP und SVP stützten lange die traditionelle Form der Branchenregulierung. Für die Führung eines Betriebes war ein Wirtepatent notwendig, Neugründungen wurden durch Bedürfnisklauseln verunmöglicht. Die Branchenregulierung und der daraus resultierende Filz gaben den Parteien Macht. Dann schwenkten FDP und SVP auf die neoliberale Linie um, in vielen Kantonen setzten sie die Deregulierungen durch. Vor allem die SVP versuchte die Wirte mit dem falschen Versprechen zu gewinnen, die «Tüchtigen werden gewinnen». Von der euphorischen Einschätzung, die Liberalisierung sei für die Branche eine grosse Errungenschaft, ist in gastgewerblichen Kreisen und insbesondere bei Gastrosuisse nicht viel übriggeblieben. Zwar preisen viele Verbandsvertreter/-innen weiterhin bei jeder Gelegenheit den Segen der Liberalisierungen. Im gleichen Atemzug behaupten sie aber: «Es gibt 10 000 Betriebe zu viel» oder «Die Dichte von einem gastgewerblichen Betrieb pro 250 Einwohner ist eindeutig zu hoch». Der unerschütterliche Marktglauben gerät beim Präsidenten von Gastrosuisse, dem Berner FDP-Grossrat Klaus Künzli, ins Wanken, wenn er sagt: «Wenn der Markt diesbezüglich wirklich funktionieren würde, hätten wir sinkende Betriebszahlen. Das Gegenteil ist der Fall: Trotz Konkursen und im Restaurationsbereich seit Jahren sinkenden Umsätzen steigt die Betriebszahl.»³⁶ Solche Aussagen machten die Verbandsvertreter/-innen vor allem anlässlich der Revisionen des eidg. und der kantonalen Binnenmarktgesetze, als sich zeigte, wie weit in der Praxis summarische Bekenntnisse zur Liberalisierung und handfeste Interessenspolitik auseinanderliegen. So setzte sich Gastrosuisse im Dezember 2005 gegen den Bundesrat durch, der alle interkantonalen Marktzulassungshürden aus dem Binnenmarktgesetz eliminieren wollte: Gastrosuisse konnte in letzter Minute die Mehrheit der Parlamentarier/-innen überzeugen, eine Minimalausbildung für Restaurateure/-innen im Lebensmittelgesetz zu verankern. «Das war nur möglich geworden durch den unermüdlichen Grossein-

³⁶ Zitiert aus einem Interview in der «NZZ», «Eine ‚Extrawurst‘ für das Gastgewerbe? Gastrosuisse hat Vorbehalte beim Binnenmarktgesetz», 30. November 2005.

satz des Vorstandes, des Direktionsteams und der zahlreichen Exponenten in den Kantonen. Die Präsenz vor den Toren des Bundeshauses am 30. November in der Früh und anschliessend auf den Tribünen des Nationalratssaales war beeindruckend.»³⁷ Die Unia ist dezidiert für eine Ausbildung, welche diesen Namen verdient. Eine Ausbildung mit klar definierten Standards sollte Voraussetzung sein, um einen Betrieb führen zu dürfen. Leider steht bei den patronalen Interventionen nicht immer das Wohl der Branche und die Gesundheit der Gäste im Vordergrund, sondern gewichtige Partikularinteressen – etwa dann, wenn sie in 18 Kantonen die verbandseigenen Wirteprüfungen verteidigen.

Nicht nach dem Geschmack von Gastrosuisse verlief die Revision des Raumplanungsgesetzes. Der Verband hatte vergeblich versucht, sich gegen die ungeliebte Konkurrenz der «Besenbeizen» – von landwirtschaftlichen Betrieben, welche immer öfter auch Gäste bewirten – zu wehren, indem er eine Ungleichbehandlung monierte. Im Raumplanungsgesetz wurde dieses neue bäuerliche Tätigkeitsfeld aufgenommen.

Subventionslogik versus Marktlogik

Die Arbeitgeberverbände singen ein Hohelied auf den Markt, dessen Funktionieren nicht durch systemfremde Eingriffe verhindert werden dürfe. Diese vehement vertretene Marktlogik entpuppt sich schnell als vordergründig: Noch so gerne nimmt das Gastgewerbe finanzielle Unterstützung des Staates in Anspruch, sei dies in Form von direkten oder indirekten Subventionen (siehe Kasten).

Ein Dauerbrenner ist der Kampf des Gastgewerbes für einen reduzierten Mehrwertsteuersatz. Noch bis Ende 2010 profitiert die Hotellerie vom Sondersatz von 3,6%. Hotellerieuisse hat in den letzten Jahren erfolgreich für dessen Weiterführung lobbyiert. In der aktuellen Diskussion um die Revision der Mehrwertsteuer kämpft der Verband dafür, dass der Sondersatz erhalten bleibt oder ein allfälliger Einheitssatz möglichst tief sein wird. Auch Gastrosuisse kämpft seit Jahren für einen reduzierten Satz. Das Argument setzte sich bisher nicht durch, die Branche sei gegenüber der Handelsgastronomie benachteiligt. Diese wird beim Verkauf von Takeaway-Gerichten wie die Esswaren mit 2,4% reduziert besteuert. Jetzt fordert auch Gastrosuisse einen reduzierten Steuersatz oder einen möglichst tiefen Einheitssatz für die Restauration.

Ein Beispiel für dankbares Entgegennehmen von Subventionen ist die Landeswerbung. Die Arbeitgeber stört es keinesfalls, dass der Staat jährlich 46 Millionen Franken für die Tourismuswerbung ausgibt. Im Gegenteil: Wenn es nach ihrem Willen geht, sollen diese Beiträge in den nächsten Jahren erhöht werden. Selbstverständlich singen dieselben Kreise das Hohelied des Sparens und fordern tiefere Steuern und weniger Staat.

³⁷ Jahresbericht 2005 von Gastrosuisse, S. 3.

Subventionen fließen üppig

Das Gastgewerbe gehört in der Schweiz zu den Branchen, in die reichlich öffentliche Gelder fließen. Direkte und indirekte Subventionsinstrumente sind:

- Der Hotelkredit: Gestützt auf das Hotelkreditgesetz vergibt die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit zinslose Darlehen im Gesamtvolumen von 100 Millionen Franken zur Finanzierung von Investitionsvorhaben (2003–2007) (siehe Botschaft über die Verbesserung von Struktur und Qualität des Angebots des Schweizer Tourismus vom 20.9.2002).
- Innotour: Gestützt auf den Bundesbeschluss über die Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus liegen 25 Millionen Franken für 2003–2007 bereit (siehe Botschaft vom 20.9.2002). Für 2008–2011 schlägt der Bundesrat einen Verpflichtungskredit von 21 Millionen Franken vor.
- Schweiz Tourismus: Im Rahmen der Standortförderung verfügt Schweiz Tourismus über 138 Millionen Franken für 2005–2007 an Bundesmitteln zur Förderung der touristischen Nachfrage für das Ferienland Schweiz. Für die Periode 2008–2011 schlägt der Bundesrat dem Parlament 186 Millionen Franken vor.
- Die Qualifizierungsinitiative: 10 Millionen Franken für 2003–2007 sind für die Eingliederung von ungelerten Neueinsteigern und die Spezialisierung von Quereinsteigern vorgesehen (siehe Botschaft vom 20.9.2002).
- Mehrwertsteuer-Sondersatz für die Hotellerie: Gemäss internen Seco-Quellen bedeutet der bis Ende 2010 verlängerte MWSt-Sondersatz von 3,6% (Normalsatz beträgt 7,6%) ein Steuergeschenk an die Hotellerie von 150 Millionen Franken pro Jahr.
- Regionalpolitische Förderinstrumente: Dazu gehören z. B. die Investitionshilfen für Berggebiete (gestützt auf das Investitionshilfegesetz IHG) und das Impulsprogramm zur Unterstützung des wirtschaftlichen Strukturwandels im ländlichen Raum (Regio Plus), welche vor allem Tourismusprojekten zugute kommen.
- Subventionen auf Kantons- und Gemeindeebene: Hinzu kommen insbesondere in Tourismusregionen beträchtliche Subventionen, welche durch Kanton und Gemeinden gewährt werden.
- Fürsorgegelder: Eine grosse indirekte Subventionsquelle ist die Sozialhilfe. Gemäss BFS sind ein Zehntel der Beschäftigten des Gastgewerbes unter der Armutsgrenze und potentielle Empfänger/-innen von Fürsorgegeldern.
- ALV-Gelder: In Kantonen wie dem Tessin oder Graubünden – wo die Branche immer noch saisonal geprägt ist – wird die Arbeitslosenversicherung eingesetzt, um saisonal arbeitenden Personen regelmässig Lohnzuschüsse zu gewähren.

Die Subventionsinstrumente folgen keinem kohärenten Plan für die Entwicklung der Branche. Innotour und die Qualifizierungsinitiative verfolgen vom Ansatz her eine nachhaltige Wirkung, die dafür eingesetzten Mittel sind aber gemessen am ganzen Subventionsvolumen

marginal. Die beispielsweise via Mehrwertsteuer-Sondersatz, Fürsorge- und ALV-Gelder eingesetzten Subventionsmittel wirken stark im Sinne der Erhaltung der bestehenden Strukturen.

Schielen nach Osten

Die Arbeitgeberverbände verlangen eine «liberale Arbeitsmarktpolitik». Was bedeutet das? Einerseits möchten sie Regelwerke wie den L-GAV oder das Arbeitsgesetz aushöhlen und die Einhaltung dessen, was übrigbleibt, nicht zu streng kontrollieren lassen; andererseits wollen sie bei der Rekrutierung von Personal aus den EU-Ländern den gewonnenen Spielraum möglichst nutzen. Dazu einige Beispiele:

- Bei den Verhandlungen um den L-GAV wollten die Arbeitgeber die bestehenden Mindestlohnkategorien für Berufsleute mit Berufserfahrung aushöhlen oder beschneiden – die Gewerkschaften konnten diesen Bestrebungen bisher mehrheitlich erfolgreich entgegenreten. Eine weitere Lohnentwicklung (Erhöhung der Mindestlöhne, Einführung neuer Mindestlohnkategorien, z. B. für Ungelernte mit langjähriger Berufserfahrung) bremsen sie mit allen Mitteln. Die Eidg. Einigungsstelle musste in den letzten Jahren mehrfach die neuen Mindestlöhne festlegen, weil die Arbeitgeber nicht einmal bereit waren, die Teuerung auszugleichen und selbst bei sehr guter Konjunktur keine reale Erhöhung gewähren wollten.
- Gehör beim Bundesrat und bei den kantonalen Behörden fanden die Arbeitgeber bei der Beratung des Arbeitsgesetzes; es gelang ihnen, den Schutz der jugendlichen Arbeitnehmenden zu schwächen: Die Herabsetzung des Jugendschutzalters auf 18 Jahre war den Patrons aus dem Gastgewerbe ein besonderes Anliegen. Bei der Regelung der Nacht- und Sonntagsarbeit kamen die Behörden den Gastgewerblern besonders entgegen.
- Beim Vollzug der Gesetze müssen die Gewerkschaften den Arbeitgebern jede zusätzliche Kontrolle hart abringen. Vielen Arbeitgebern liegt die «Unkultur» der freien Hand immer noch näher als die Kultur der gleich langen Spiesse. Immerhin: Nach wiederholt schlechten Ergebnissen der repräsentativen Stichprobenkontrollen zum L-GAV – mehr als die Hälfte der kontrollierten Betriebe verstossen gegen den L-GAV – sind unter den Arbeitgebern zunehmend Stimmen hörbar, welche im Sinne von gleich langen Spiessen eine bessere Vertragsdurchsetzung verlangen. Bahnt sich hier ein Gesinnungswandel an? Zu hoffen wäre es.
- Die Arbeitgeberverbände tun sich schwer, die Bestimmungen zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz umzusetzen. Die aktuelle Debatte um den Schutz vor dem Passivrauchen ist symptomatisch. Lange kümmerte sich die Mehrheit der Arbeitgeber kaum um die Bestimmung im Arbeitsgesetz, welche die Arbeitgeber (zwar nur schwach) verpflichtet, die Arbeitnehmenden vor dem Passivrauchen zu schützen. Als einige Kantone Rauchverbote erliessen und der Schutz vor dem Passivrauchen im Arbeitsgesetz griffig geregelt werden sollte, ergriff Gastrosuisse die Flucht nach vorne – obwohl der Verband zuvor Vorstösse in den Kantonen und auf Bundesebene konsequent bekämpft hatte. Er brachte einen eige-

nen Gesetzesvorschlag ins Spiel, der das Rauchverbot auf die ganze Branche, also auch auf die reinen Familienbetriebe, ausdehnen will – allerdings mit der Möglichkeit von Ausnahmegenehmigungen.

Wenig Fortschritte in der Umsetzung sind bei der Branchenlösung des Gastgewerbes bezüglich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sichtbar. Die Hygienevorschriften geraten regelmässig in die Schlagzeilen, weil Kontrolleure/-innen immer wieder auf schwarze Schafe stossen. Das hat Gastrosuisse letztlich dazu bewogen, sich bei der Revision des Binnenmarktgesetzes erfolgreich für eine obligatorische Hygieneausbildung einzusetzen.

- Anstatt die Arbeitsbedingungen zu verbessern und die Branche auf dem schweizerischen Arbeitsmarkt attraktiver zu machen, streben viele Arbeitgeber eine Deregulierung an und hoffen, aus dem EU-Raum willige und billige Arbeitskräfte rekrutieren zu können. Eine Kurzmeldung, die am 1. April 2006 anlässlich des Inkrafttretens der Personenfreizügigkeitsbestimmungen in einem Newsletter von Hotelleriesuisse erschienen ist, spricht Bände: «Die Analysen zeigen, dass das Gastgewerbe neben dem Handel und dem Gesundheitswesen auch in Zukunft die grösste Nachfrage nach Arbeitskräften aus den neuen EU-Staaten aufweisen wird. Damit bestätigt sich, dass im Gastgewerbe generell nach wie vor eine grosse Nachfrage nach ausländischen Arbeitskräften besteht ...» Tatsächlich rekrutiert das Gastgewerbe schon heute in Ostdeutschland mit Inseraten, Werbeständen und Agenten vor Ort aktiv neues Personal, wie die Einwanderungsstatistiken zeigen.

Klagen über die Lohnkosten nehmen ab...

Als Argument für die ungenügende Ertragslage wird regelmässig das «überhöhte Kosten- und Preisniveau» angeführt. Auch glauben die Arbeitgeber, im Vergleich mit benachbarten ausländischen touristischen Destinationen einen Standortnachteil zu erkennen. Meistens klagen sie bei dieser Gelegenheit über die hohen Kosten für landwirtschaftliche Produkte, Investitionen und Energie und über zu hohe Löhne. In jüngster Zeit rücken sie die Hochpreisinsel ins Zentrum ihrer Argumentation und sagen den überteuerten Produkten den Kampf an. Auf der politischen Agenda von Hotelleriesuisse steht in Bundesbern die Forderung nach einem Freihandelsabkommen mit der EU für Agrargüter und Lebensmittel zuoberst auf der Traktandenliste. Insbesondere verlangt der Verband die Zulassung von Parallelimporten und die Einführung des «Cassis de Dijon»-Prinzips. Der Branchenverband verspricht sich von diesen Massnahmen ein Sparpotential bei den Warenkosten von rund 500 Millionen.

Die «hohen» Lohnkosten werden selbstverständlich weiter erwähnt, sie werden als Argument aber seltener und weniger vehement vorgebracht. Der Tatsache, dass sich das Preis- und Lohnniveau in den Nachbarländern im Gastgewerbe immer mehr jenem der Schweiz annähert und Experten/-innen dem Tourismusland Schweiz eine hohe Wettbewerbsfähigkeit attestieren, können sich die Arbeitgeber nicht länger verschliessen.

...bei der Bildung und den Investitionen sind innovative Ansätze erkennbar

Die Bildungs- und Innovationspolitik der Arbeitgeberverbände ist mitentscheidend für die Zukunftsaussichten der Branche. In der Bildungspolitik setzen die Arbeitgeber auf verschiedenen Ebenen an: insbesondere bei der beruflichen Grundbildung, bei der höheren Fachausbildung und der Führungs- und Betriebsleiter- und -leiterinnenausbildung. Positiven Ansätzen stehen problematische Aspekte gegenüber:

- Positiv zu bewerten ist, dass bei der beruflichen Grundbildung gesamthaft eher mehr Lehrstellen angeboten und besetzt werden. Hervorzuheben sind punktuelle Projekte zur Förderung der Berufsmaturität im Gastgewerbe. Hotelleriesuisse fördert Betriebe, die Berufsmaturität-I-Lernende ausbilden, mit 1000 Franken pro Lernende/-n. Die Ausbildungsbedingungen sind ständig im Auge zu behalten, denn die Erfahrung zeigt, dass die Jugendschutzbestimmungen nicht immer eingehalten werden. Politische Forderungen der Arbeitgeber wie «Bessere Ausrichtung der Berufsbildung an den Bedürfnissen der Branche und der Wirtschaft»³⁸ machen hellhörig. Ein besonderes Augenmerk ist auf die neue zweijährige Attestlehre zu richten. Sie darf nicht zur blossen produktiven Beschäftigung von billigen Arbeitskräften verkommen.

Die Ausbildungsangebote für lernwillige Mitarbeitende ohne Berufsbildung sind nach wie vor ungenügend. Der Lehrgang «Progresso», der finanziell aus den Vollzugskostenbeiträgen des L-GAV und Innotour unterstützt wird, ist nicht mehr als ein Tropfen auf einen heissen Stein. Er fand bisher lediglich maximal 200 Teilnehmende pro Jahr. Dem stehen 80 000 Beschäftigte gegenüber, die keine berufliche Grundausbildung haben.

- Einen auch international mehrheitlich guten Ruf besitzen viele Fachschulen, die z. T. von den Verbänden getragen werden. Die Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) etwa erreicht Fachhochschulniveau und bietet einen eidg. anerkannten Fachhochschulstudiengang an.
- In der Führungs- und Betriebsleiter- und -leiterinnenausbildung sind Bestrebungen zur Behebung der grossen Ausbildungsdefizite erkennbar. So hat Hotelleriesuisse beispielsweise mit dem Angebot «AKAD Business» für Führungspersonen mit eidg. Fähigkeitsausweis Elemente der modularen Ausbildung auf die Hotellerie zugeschnitten. Die Situation bleibt aber unbefriedigend. Die kantonalen Wirteausbildungen bzw. -prüfungen sind – dort, wo sie für die Führung eines Betriebes noch erforderlich sind – mehrheitlich eine «Schnellbleiche» und bereiten angehende Betriebsleiter/-innen und Führungspersonen ungenügend auf ihre Aufgaben vor.

³⁸ Nachzulesen im politischen Programm von Hotelleriesuisse für die Jahre 2007–2011.

Arbeitgeberverbände, Behörden und politische Institutionen sind sich einig: Im Schweizer Gastgewerbe besteht ein grosser Innovationsbedarf. Diese Erkenntnis findet symbolisch ihren Niederschlag im Innovationspreis «Milestone Tourismuspreis Schweiz» von Hotellerieuisse, Seco und Schweizer Tourismusverband (STV) und in den Finanzhilfen des Innovationsförderungsprogramms «Innotour» des Seco. Weitere positive Ansätze sind die Förderung des Ganzjahrestourismus, Investitionen in Hotelerneuerungen und Wellnessanlagen, der Ausbau des Kulturtourismus und die Entwicklung von neuen Gastrokonzepten.

Innovative Ansätze finden sich auch in der Publikation «Ausbruch aus der Mitte – Strategievarianten für Schweizer Hotelbetriebe» von Hotelleriesuisse (Februar 2007). Ausgehend von der Feststellung: «Die Mehrheit der Hotels ist im mittleren Segment positioniert, wo es grössere Anstrengungen braucht, um sich von der Konkurrenz abzuheben», werden anhand konkreter Beispiele verschiedene Strategievarianten beschrieben, die sich im Einzelfall auch kombinieren lassen:

- «Cheap & Chic» ist ein Angebot, das Design, Ambiente und Zusatznutzen zu attraktiven Preisen bietet. Es verspricht im Erfolgsfall mehr Umsatz pro Mitarbeiter/-in und eine höhere Auslastung bei gleichzeitig tieferen Investitionskosten pro Bett.
- Wertsteigerung durch Kooperation: In Grächen (Wallis) sind privat geführte Familienhotels, die eine ungenügende Auslastung und Rentabilität aufwiesen, erfolgreich eine Kooperation eingegangen und arbeiten in den Bereichen Einkauf, Versicherungen, Sales & Marketing, Finanzbuchhaltung, Investitions- und Finanzplanung eng zusammen. Sie konnten dadurch bedeutende Kosteneinsparungen erzielen. Demnächst wollen einige Betriebe auch ihre Angebote zentral anbieten (z. B. Wellness).
- Anschluss an die Markenhotellerie am Beispiel Accor. Der grösste europäische Hotelkonzern bietet, wie andere Hotelgruppen auch, bestehenden Hotels den Anschluss an die Markenhotellerie an, was vor allem die Mitbenutzung von Leistungen in den Bereichen Marktanalyse, Marketing, Reservation, Finanzen, Personalwesen ermöglicht.
- Upgrading: Mit einer Qualitätsstrategie – meistens durch Investitionen in die Infrastruktur – sollen Angebote entwickelt werden, die sich zu besseren Preisen verkaufen lassen.
- Automatisieren, Downgrading: Das Ziel dieser Strategie ist, Kosten zu senken und die Marge zu erhöhen, indem auf Angebote verzichtet wird, die der Gast gar nicht bezahlt. Gespart wird auch beim Personal und im Infrastrukturbereich.
- Vertikale Integration: Hier werden Dienstleistungen und Produkte ausserhalb des traditionellen Hotelangebots offeriert.

Mit der «Strategie Orange» will Gastrosuisse sein Angebot an neue Gästebedürfnisse anpassen. Ein Tagesmenu oder die klassische Abfolge Frühstück, Mittagessen und Abendessen resp. Vorspeise, Hauptgang und Nachspeise zielt immer häufiger an den Bedürfnissen der Gäste vorbei. Als passende Antwort an den heute verbreiteten Gasttypus «Ich-Gast», welcher eine «Multiple-Choice-Mentalität» hat, empfiehlt Gastrosuisse seinen Mitgliedsbetrieben ein «Food-Moduling»: Die Gäste sollen ihre Gerichte aus einem Angebot, das aus vielen Einzelementen besteht, frei zusammenstellen können.

Immer wieder werden aber Innovationsbestrebungen von Partikularinteressen gebremst. So preist sich im Oberengadin jeder Kurort lieber einzeln an, statt dass alle gemeinsam als Region auftreten. Der endlose, für Aussenstehende kaum nachvollziehbare Sternestreit zwischen Hotelleriesuisse und Gastrosuisse um die Hotelklassifikation ist ebenfalls schwerlich als Innovationsbeitrag einzustufen.

Ziel Nummer 1: Gute Arbeitsplätze für 200 000 Arbeitnehmende

Das heisst:

- Das Gastgewerbe und die Hotellerie sollen 200 000 gute Arbeitsplätze mit Löhnen bieten, welche die gestellten Anforderungen angemessen abgelten.
- Ein Teil der Beschäftigten sieht eine längerfristige Perspektive in der Branche. Für andere – vor allem jüngere Mitarbeitende – ist die Beschäftigung vorübergehend und dient als Sprungbrett für einen Wechsel in andere Branchen.
- Zwei Drittel der Arbeitsplätze sollen gelernten Mitarbeitenden, ein Drittel Personen ohne (anerkannte) Ausbildung Beschäftigung bieten. Letzteren müssen die Betriebe im Berufsalltag und in der Ausbildung Entwicklungsmöglichkeiten bieten, sofern sie nicht nur vorübergehend in der Branche arbeiten wollen.
- Es ist zwingend dafür zu sorgen, dass bestehende Vereinbarungen wie der Landes-Gesamtarbeitsvertrag und zukünftige Regelungen auch tatsächlich um- und durchgesetzt werden.

Was braucht es, um das Ziel «gute Arbeitsplätze» zu erreichen?

Aufgewertete Arbeit und höhere Löhne

Probleme	Vorschläge der Unia
Die Löhne liegen im Gastgewerbe im untersten Bereich der nationalen Lohnskala.	Die Arbeit wird aufgewertet und das Lohnniveau schrittweise angehoben, bis Löhne von mindestens Fr. 3500 brutto mal 13 bzw. Fr. 4000 brutto mal 13 für qualifizierte und erfahrene Berufsleute erreicht sind.
Das qualifizierte und erfahrene Personal läuft dem Gastgewerbe wegen der tiefen Löhne davon.	Qualifikation und Berufserfahrung werden angemessen berücksichtigt und durch verbindliche Lohnkategorien honoriert.
Erfahrene Mitarbeitende, die qualifizierte Arbeit leisten, aber kein anerkanntes Diplom haben, müssen sich mit dem absoluten Mindestlohn begnügen.	Im Ausland erworbene Diplome müssen anerkannt und Weiterbildungen lohnwirksam werden. Es sind Lohnkategorien einzuführen, welche auch Mitarbeitenden einen fairen Lohn garantieren, die über keinen schweizerischen Berufslehraabschluss verfügen, aber dank langer Berufspraxis qualifizierte Arbeit leisten.

Die Mitarbeitenden werden von vielen Betriebsleitern/-innen zunehmend zu blossen Befehlsempfängern/-innen degradiert und als Kostenfaktor betrachtet.

Die Mitarbeitenden wollen neben einem Lohn, der ihrer Arbeit gerecht wird und ausreicht, den Lebensunterhalt zu bestreiten, vor allem eines: Anerkennung, Wertschätzung und eine respektvolle Behandlung.

Planbare Arbeitszeiten

Probleme

Viel qualifiziertes und erfahrenes Personal läuft dem Gastgewerbe wegen der Arbeitszeiten (unregelmässig, in der Nacht, am Wochenende) davon.

Die Arbeit auf Abruf nimmt zu.

Vorschläge der Unia

Die Arbeitszeiten werden so gestaltet, dass ein Privatleben möglich ist. Eine konsequent korrekte Erfassung der geleisteten Arbeitsstunden, die Einhaltung der vorgeschriebenen Ruhezeiten und eine fristgerechte und menschengerechte Arbeitsplanung sind unabdingbar.

Schluss mit den falschen Aushilfen! Aushilfsverträge werden auf Mitarbeitende beschränkt, die tatsächlich als Aushilfen arbeiten wollen. Diese dürfen auf eine nicht verpflichtende Anfrage für einen Einsatz ohne Zwang mit einer Zu- oder Absage antworten. Für alle anderen Arbeitsverhältnisse wird eine durchschnittliche wöchentliche Stundenzahl mit einem garantierten regelmässigen Monatseinkommen vereinbart.

Frühpensionierung und Mutterschafts- resp. Elternurlaub

Probleme

Mitarbeitende im Gastgewerbe haben ein höheres Invaliditätsrisiko und sterben im Durchschnitt früher als die Beschäftigten in anderen Branchen.

Die Arbeit im Gastgewerbe ist wenig kompatibel mit der Betreuung neugeborener Kinder.

Vorschläge der Unia

Die Möglichkeit einer frühzeitigen Pensionierung ohne Renteneinbusse spätestens ab 62 Jahren ist angebracht.

Der Mutterschafts- resp. Elternurlaub wird auf einen bezahlten Mutterschaftsurlaub von 16 Wochen (zu 100% Lohn) plus 10 Wochen (zu 80%) ausgebaut und kann von einem Elternteil bezogen werden. Danach braucht es Arbeitszeiten, die familienkompatibel sind. Das bedeutet: keine Abend- und Nachtarbeit für Mütter von Kleinkindern bis 3 Jahre.

Mehr Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz

Problem

Arbeitsbelastung und Stress wachsen und machen viele Mitarbeitende krank oder dauerhaft arbeitsunfähig.

Vorschlag der Unia

Massnahmen für mehr Arbeitssicherheit und einen besseren Gesundheitsschutz sind angebracht. Die Abschiebung von vermindert leistungsfähigen Mitarbeitenden in die Invalidität wird gestoppt. Die Branche bietet diesen Menschen angemessene Beschäftigungsmöglichkeiten in einem gesunden Arbeitsumfeld.

Keine Diskriminierungen

Probleme

Frauen und Migrantinnen und Migranten haben das Nachsehen.

Vorschläge der Unia

Die Diskriminierungen bezüglich Lohn und Aufstiegsmöglichkeiten werden durch lohnwirksame Qualifizierungs- und Bildungsmaßnahmen gezielt ausgemerzt.

Mitarbeitende über 40 werden zunehmend verdrängt.

Die Betriebe setzen wieder vermehrt auf erfahrene Mitarbeitende, und das Erreichen des Pensionsalters in der Branche wird eine reale Perspektive.

Verschärfte Kontrollen und Sanktionen

Probleme

Betriebe, die sich nicht an die Bestimmungen des L-GAV halten, haben heute wenig zu befürchten.

Vorschläge der Unia

Die Kontrollen und Sanktionen werden massiv verstärkt, damit der L-GAV, das Arbeitsgesetz, die Bestimmungen der Sozialversicherungen und andere Vorschriften (Steuern, Hygiene usw.) endlich korrekt angewendet werden.

Ausschliesslich nationaler Vollzug des L-GAV.

Die Sozialpartner des L-GAV sollen die gemeinsamen Tätigkeiten in der Branchenpolitik und im Vollzug auch regional verankern.

Ziel Nummer 2: Gute Dienstleistungen für die Gäste und mehr Ertrag für die Betriebe

Das heisst:

- Dank besserer Qualifikation und mehr Professionalität des Personals und der Betriebsleiter/-innen und einer geringeren Personalfuktuation schafft das Gastgewerbe die Voraussetzungen, seinen Gästen dauerhaft gute Dienstleistungen anzubieten.
- Die Dienstleistungen des Gastgewerbes werden von mehr Gästen genutzt, und die Betriebserträge wachsen.

Was braucht es für bessere Dienstleistungen?

Qualifiziertes Personal

Probleme

Ein grosser Teil des Gastgewerbepersonals hat beträchtliche Ausbildungsdefizite.

Für Ungelernte und Quereinsteiger/-innen sind die Kursinhalte und -formen oft unverständlich.

Vorschläge der Unia

Eine Qualifizierungsoffensive wird gestartet. Das Recht der Mitarbeitenden auf Weiterbildung und Freistellung wird durchgesetzt. Die Arbeitszeit wird so gestaltet, dass Kursbesuche möglich sind.

Eine Bildungsoffensive wird gestartet. Migrantinnen und Migranten werden auf ihre Kursbesuche vorbereitet und sprachlich gefördert. Damit eröffnen sich auch ihnen Karrierechancen, und die Fluktuationsrate nimmt ab.

Professionelle und kompetente Betriebsleiter/-innen

Probleme

Dem Kader und den Betriebsleitern/-innen mangelt es oft an Fachwissen und Professionalität.

Kurz nach der Eröffnung haben viele Betriebsleiter/-innen die Voraussetzungen und Bestimmungen für die Betriebsführung schon vergessen.

Vorschläge der Unia

Qualifizierungs- und Kompetenznachweise müssen zwingend erbracht werden. Wer einen Betrieb eröffnen oder übernehmen und Personal anstellen will, muss eine Mindestanzahl von Modulen aus einer Grundausbildung, die vom BBT anerkannt ist, oder eine gleichwertige Ausbildung erfolgreich absolviert haben. Personalführung und Kostenmanagement sind Bestandteile der Ausbildung.

Die Vorschriften müssen nachhaltig umgesetzt werden:

- Wer einen Betrieb eröffnet oder übernimmt, muss den Angestellten die Bezahlung von mindestens zwei Monatslöhnen garantieren können und die notwendige Geldsumme auf ein Sperrkonto einzahlen.
- Das Wissen über die Voraussetzungen und die Bestimmungen für die Betriebsführung ist regelmässig aufzufrischen.
- Rechtliche Bestimmungen betreffend Sozialversicherungen, Steuern, Hygiene, Lebensmittelkontrolle etc. müssen strikte durchgesetzt werden. Wer sich nicht daran hält, verliert alle staatlichen Vergünstigungen.

Attraktives Gastgewerbe für Personal und Gäste

Probleme

Die hohe Personalfuktuation ist eine grosse Hypothek.

Zu viele gute Mitarbeitende sehen im Gastgewerbe keine berufliche Zukunft.

Vorschläge der Unia

Das Gastgewerbe muss sein mit «Land und Leuten» verbundenes einheimisches Gepräge pflegen und weiterentwickeln. Die Mitarbeitenden sind sein Gesicht.

Mitarbeitende, die ihren Lebensmittelpunkt dauerhaft in der Schweiz haben, sollen im Gastgewerbe vermehrt eine längerfristige Perspektive haben. Ihr Anteil muss deutlich erhöht werden. Das ist nur mit substantiellen Lohnerhöhungen und besseren Arbeitsbedingungen zu erreichen. Die Branche ist für die Gäste nur so attraktiv, wie sie es für ihre Mitarbeitenden ist.

Gutes Preis-Leistungs-Lohn-Verhältnis

Probleme

Die «Geiz ist geil»-Mode.

Das bestehende Angebot ist noch zu uniform und beliebig austauschbar.

Gejammer über zu hohe Preise.

Vorschläge der Unia

Es gibt genügend Gäste, die nicht knausern, wenn Angebot und Leistung stimmen – Voraussetzung dafür sind gut-qualifizierte und motivierte Mitarbeiter/-innen und faire Arbeitsbedingungen.

Das Angebot im Gastgewerbe wird immer vielseitiger und differenziert sich ständig weiter: von Fast Food, Takeaway, Food-Moduling über Verpflegungs- und Erlebnis- bis zu höchster Gourmet-Gastronomie, von «Cheap & Chic» über 3- und 4-Stern-Komfort-Beherbergung mit Wellnessangeboten bis hin zur Luxushotellerie. Jedes Angebot hat seinen Preis.

Im internationalen Vergleich nähern sich die Preise bei den gastgewerblichen Dienstleistungen an. Das Schweizer Gastgewerbe ist sehr wettbewerbsfähig.

Verbesserte Ertragslage und Rentabilität

Probleme

Fixierung auf tiefe Kostenstruktur.

Falsche Strategie der billigen Arbeitskräfte.

Vorschläge der Unia

«Ein anderer, oft mehr Erfolg versprechender Weg ist, die Attraktivität des Angebots für die Gäste zu verbessern und damit eine höhere Präsenz und Zahlungsbereitschaft zu generieren.» Aus: UBS outlook Hotellerie, Denkanstösse und Thesen zur nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit, Zürich, Mai 2007, S. 18.

«Soweit es gelingt, mit höheren Löhnen auch besser qualifiziertes (einheimisches) Personal zu rekrutieren, können substantielle Qualitätssteigerungen und entsprechend höhere Produktivitätsfortschritte erwartet werden. Diese dürften eine Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und letztlich auch wieder positive Renditen bewirken.» Aus: Roland Aeppli, Volkswirtschaftliche Analyse der Probleme des Arbeitsmarktes im schweizerischen Gastgewerbe», Seco-Studie, 2001, S. 109.

Ziel Nummer 3: Staatliche Förderung von nachhaltiger Entwicklung statt Strukturerhaltung

Das heisst:

- Der Anteil von stabilen, innovativen Betrieben, die auf Qualität setzen, wächst.
- Der Staat unterstützt diese Betriebe gezielt. Nicht aber jene, die durch ständige Wechsel und wiederholte Verstösse gegen einschlägige Bestimmungen auffallen.

Was braucht es dazu?

Überwindung der Innovations- und Qualitätsdefizite

Probleme	Vorschläge der Unia
Viele Betriebe erfüllen die Erwartungen ihrer Gäste immer weniger und investieren ungenügend in die Erneuerung.	Es braucht mehr Freude an den Gästen und an der Innovation sowie die Mittel dazu. Viele traditionelle gastgewerbliche Betriebe haben sich den gewandelten Konsumgewohnheiten und -ansprüchen nicht oder nur ungenügend angepasst. Sie sind wenig innovationsfreudig, ihr Angebot findet bei den Gästen immer weniger Zuspruch. Diesen Betrieben fehlt für überfällige Investitionen das Geld. Der Markt sorgt aber nicht für eine Selektion.
Viele Betriebe zeichnen sich durch ständige Wechsel aus.	Die Branche muss sich gesamthaft stabilisieren. Voreilige Neugründungen resp. Konkursfälle müssen abnehmen, ebenso die häufigen Wechsel in der Betriebsführung.

Nachhaltige staatliche Förderung

Probleme

Viele Betriebe versuchen, mit einer Kostendrückerei zulasten des Personals und der Qualität der Leistungen über die Runden zu kommen.

Der Staat betreibt eine widersprüchliche Politik, welche die Strukturprobleme mehr verstärkt als löst. Die staatlichen Subventionen sind ausgerechnet in den IHG-Gebieten am höchsten, wo der schon tiefe Mindestlohn noch um 10% unterschritten werden darf.

Vorschläge der Unia

Wirte und Hoteliers, die auf innovative Angebote und Qualität setzen und ihre Mitarbeitenden als Schlüsselfaktor für den Erfolg sehen, werden unterstützt.

Eine staatliche Förderung, die diesen Namen verdient, legt Wert auf Qualitätssteigerung und lehnt es ab, Strukturprobleme durch verfehlte Massnahmen zu zementieren:

- Betriebe, die Jugendliche ausbilden und/oder die Weiterbildung der Mitarbeitenden aktiv fördern, werden gezielt mit staatlichen Qualifizierungszuschüssen unterstützt.
- Förderinstrumente wie die Qualifizierungsinitiative und Massnahmen, welche Innovationsbestrebungen unterstützen, werden ausgebaut.
- Staatliche Institutionen sorgen dafür, dass Betriebe, die wiederholt gegen den L-GAV und die Gesetze verstossen, geschlossen werden. Betriebsleitern/-innen, die wiederholt den L-GAV und das Arbeitsgesetz missachten, wird das Patent – so es für die Führung eines Betriebes vorausgesetzt ist – entzogen.

Fazit

Das Schweizer Gastgewerbe hat nur dann eine erfolgreiche Zukunft, wenn es sein Potential mit einer Strategie der nachhaltigen Qualitätsentwicklung ausschöpft. Das bedingt:

- **die Betriebe müssen ihren Beschäftigten eine würdige und sichere Existenz garantieren;**
- **sie streben eine hochstehende Qualität ihrer Dienstleistungen und eine bessere Ertragslage und Rentabilität an;**
- **ihre Bemühungen für eine nachhaltige Entwicklung bezüglich Qualität und Beschäftigung müssen von den staatlichen Institutionen mit geeigneten Instrumenten gefördert werden.**

Publikationen der Gewerkschaft Unia:

- Nr. 1 Mit Unia kämpfen! 33 Wegmarken für eine Gewerkschaft, die geeint ins dritte Jahrtausend aufbricht**
- Nr. 2 Gewerbe-Konzept: Was das Gewerbe in der Schweizer Wirtschaft bedeutet und wie es zu stärken ist**
- Nr. 3 Kommentar zum Gesamtarbeitsvertrag in der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie**
- Nr. 4 Die Perspektiven im Gastgewerbe; Ziele und Vorschläge der Unia**

Unia Zentralsekretariat

Weltpoststrasse 20
CH-3000 Bern 15
T +41 31 350 21 11
info@unia.ch
www.unia.ch