



## Komm! In die Beiz, lieber Gast!

Ein gutes Restaurant ist mehr als ein Ort, wo gegessen und getrunken wird. Es ist ein Ort der Kultur. Jetzt, in dieser andauernden Krise, braucht es uns Gäste.

TEXT CHRISTIAN GERIG

Nein, sagte der Gastronunternehmer Rudi Bindella jr., als er am 11. Mai – zwei Tage nachdem die Restaurants in der Schweiz nach der Corona-Pause wieder öffnen durften – gefragt wurde, ob er mit den Umsätzen zufrieden sei. Aber damit habe er auch nicht gerechnet. Er und seine Kollegen hätten ihre Betriebe nicht geöffnet, um Geld zu verdienen, sondern weil irgendwer diese sedierte Atmosphäre haben müssen. Und wer sei dafür besser geeignet als die Restaurants?

Tatsache ist: Systemgastronomieketten, Selbstbedienungsrestaurants, Fine-Dining-Betriebe, Pizzerien, ja selbst die Zürcher Seeufer-Restaurants des erfolgreichen Gastronunternehmers Michel Péclard haben nach der Öffnung vom 11. Mai Verluste gemacht. «Ja, wir hatten bessere Umsätze und Zahlen erwartet», bilanziert Péclard stellvertretend für die meisten seiner Berufskollegen, «wenigstens eine schwarze Null.»

Zwar ist inzwischen wieder mehr Leben in die Städte zurückgekehrt, aber viele Restaurants darben weiter.

Neu steigende Ansteckungskurven und Verunsicherung vor allem auch bei älteren Gästen steigern weder den Umsatz der Wirtinnen und Wirte noch die Laune der Gäste. Und die Abstandsregeln haben die Anzahl der Plätze in vielen Restaurants nahezu halbiert. Aber auch diese Hälfte der Ti-

sche bleibt oft spärlich besetzt.

Dabei trifft diese gegenwärtige, unverschuldete Krise die Gastronomie härter als andere Branchen, weil sie mit einer strukturellen, hausgemachten Misere zusammenfällt. Strukturkrisen einzelner Branchen sind meist Modernisierungskrisen. Eine Branche gerät in Schieflage, weil ihre Leistungen nicht mehr nachgefragt sind oder die Art und Weise, wie ihre Leistungen produziert werden, zu teuer ist. Die Krise der Uhrenindustrie ab Mitte der Siebzigerjahre war das Signal, dass die Epoche der mechanischen Uhr abgelaufen war, die Zukunft der Quarzuhr gehörte. Tausende von Uhrenarbeiterinnen und -arbeitern verloren ihren Arbeitsplatz. Es brauchte einen Visionär wie Nicolas Hayek, um der angeschlagenen Industrie wieder auf die Beine zu helfen.

Eine vollkommen neue Vision für die Gastronomiebranche ist allerdings kaum denkbar. Vielmehr wird es zu einer Ausdifferenzierung kommen, das prophezeit Hanni Rützler, eine der führenden Foodtrend-Forschenden Europas und Herausgeberin eines jährlichen «Food-Reports», der die wichtigsten Trends und Entwicklungen der Gastrobranche zusammenfasst. In der Ausgabe von 2021, die ganz im Zeichen von Corona steht, schreibt sie, dass künftig entweder Speisen verlangt werden, die schnell

gehen, gut, gesund und zahlbar sind – für den Lunch – oder aber Restaurants gesucht werden, die gute Qualität und eine besondere Atmosphäre bieten – für das Nachtessen. «Restaurants werden als Genussorte und Treffpunkte geschätzt, Delivery Food wegen der Bequemlichkeit und Unkompliziertheit», heisst es im «Food-Report». Aber ist das eine neue Erkenntnis?

Jedenfalls sind beide Wünsche für Wirte nicht einfach zu erfüllen. So ist das Schnell-gut-gesund-zahlbar-Konzept für ein klassisches Restaurant ein Risiko. Das liegt vor allem daran, dass es kaum günstiger produzieren kann



Daniel Spoerri, Sevilla-Serie Nr. 27, Assemblage, 1992.

als eine Betriebskantine oder ein Take-away. Kommt dazu, dass die Krise uns alle sparsamer gemacht hat. Manche verzichten aus diesem Grund auf das Mittagessen in einer Beiz, sie besuchen lieber die Kantine oder einen Bratwurststand. Noch schwieriger ist es für ein Restaurant, unter Kostendruck seine klassische Tugend auszuspielen: ein Ort zu sein, an dem Menschen sich in einer schönen Atmosphäre treffen, um gemeinsam Zeit zu verbringen und auf hohem Niveau zu speisen. Das Auslagern von Produktionsschritten in Billiglohnländer ist schliesslich nicht möglich. Auch bei der Qualität der Produkte kann nicht gespart werden, ohne dass dies zulasten der Kundinnen und Kunden ginge. Nicht einmal das Rationalisieren von Produktionsschritten in grossem Stil ist in der klassischen Gastronomie möglich.

Natürlich gibt es immer wieder Versuche dazu, beispielsweise über Digitalisierung wie im Restaurant Data Kitchen in Berlin. Hier versucht ein Gastronom, den teuersten Produktionsfaktor, die Kosten für das Servicepersonal, zu eliminieren und dennoch nicht als Selbstbedienungsschuppen wahrgenommen zu werden. Sein Restaurant nimmt Bestellungen nur via E-Mail entgegen, die Gerichte werden nicht serviert, sondern bereitgestellt. «Dein Essen steht in Box J bereit», wird der Gast *on time* auf seinem Handy informiert, im Speiserestaurant stehen Glasboxen bereit, darin befinden sich schön aufgereiht silberne Tablettts mit Essen. Die Box lässt sich über einen Link in der Mail öffnen, bezahlt wird per Smartphone. Das ist zwar interessant, aber kaum mehr als eine Spielerei, die sich nicht durchset-

zen wird. Denn es ist doch sehr umständlich, aufwendig und technisch kompliziert – und liefert nicht das gemütliche Essen im bedienten Restaurant, das eben zunehmend gefordert wird.

### Die Vermieter allein können die Gastrobranche nicht retten

Die kommenden Monate, vielleicht Jahre, werden für viele Restaurantbetreibende schwierig werden. Denn alle Massnahmen – Bankkredite, Mietzinsreduktionen, Pandemieversicherungen – sind erschöpft. Aber die Umsätze

bleiben knapp 50 Prozent tiefer als vor der Pandemie. Auch wenn sich, was die jüngsten Zahlen von GastroSuisse zeigen, die Umsätze vieler Restaurants etwas erholt haben.

Allerdings sinken die Pendlerzahlen. das bedeutet: Weniger Men-



schen arbeiten in ihren Büros, was die Nachfrage nach Mittagessen in den Restaurants zurückgehen lässt. Das Homeoffice scheint sich für viele bewährt zu haben. Die knapp zwei Milliarden Franken, welche die rund 26'000 Stautunden jedes Jahr kosten, sind gegen eine Stunde Schlaf mehr und eine Tasse Kaffee am Küchentisch sinnvoll eingetauscht. Die eingesparten Büroflächen verschönern die Bilanzen der Unternehmen – ausser jenen der Immobilienkonzerne. Je nach Stärke der Rezession werden zudem einige Tausend Menschen aus dem Arbeitsmarkt ausscheiden. Auch sie werden ihre Mahlzeiten künftig nicht mehr im Restaurant einnehmen.

Die meisten internationalen Touristen und Geschäftsreisenden, die in

den vergangenen Jahren gegen 21 Millionen Nächte in Schweizer Hotels schliefen, waren natürlich auch Restaurantbesucher – die nun fehlen.

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten, schrumpfende Gewinnspannen zu vergrössern: den Ertrag steigern oder den Aufwand senken. In der gegenwärtigen Situation können die Erträge nicht gesteigert werden. Bleiben Anpassungen also nur auf der Aufwandseite. Das ist schwierig.

Ein städtisches Speiserestaurant sollte als Richtwert einen Umsatz von rund 72 Franken pro Sitzplatz und Tag erwirtschaften können. Diesen Wert hat KATAG errechnet, das renommierteste Gastronomie-Treuhandunternehmen der Schweiz. Ein Restaurant mit beispielsweise hundertfünfzig Plätzen sollte also – bei ungefähr dreihundert Betriebstagen – 3,2 Millionen Franken im Jahr erwirtschaften. Zu die-

sem Umsatz trägt gemäss KATAG die Küche rund 65 Prozent bei, bis zu 20 Prozent kommen aus dem Weinkeller, die übrigen 15 Prozent werden – je nach Ausrichtung des Hauses – aus Bier, Mineralwasser, Spirituosen und Kaffee erwirtschaftet. Mit diesem Bruttoumsatz muss das Restaurant seine gesamten Aufwände decken. Und zwar nach folgendem Schlüssel, wie die KATAG auflistet: 25 Prozent Warenaufwand, 47 Prozent Personalaufwand, 10 Prozent Miete, 12 Prozent «übriger Betriebsaufwand», also die aufwendige, umweltgerechte Entsorgung von Speisen und Leergut, die anspruchsvolle Reinigung von Restaurant, Küche, Tischtüchern, Servietten und Kleidung der Mitarbeitenden. Dazu kommen Sach- und Personalversicherungen, Lizenzen für Buchungs- und Abrechnungsinformatik sowie Kreditkartenkommissionen. Schliesslich noch 5 Prozent Abschreiber auf Kleininventar. Ergibt 99 Prozent – bleibt 1 Prozent Gewinn. Davon etwas abzuziehen, um zu sparen, wird also schwierig. Auch beim Abschreiber und beim übrigen Betriebsaufwand gibt es wenige Möglichkeiten für Einsparungen. Das Einsparpotenzial beschränkt sich also auf Waren-, Raum- und Personalkosten. «Die Mieten», sagt Michel Péclard, «sind das absolute Killerkriterium. Die sind meistens zu hoch.»

Viele Vermieterinnen und Vermieter haben sich zu einem ganzen oder teilweisen Erlass der Mieten für die Dauer des Lockdowns mit den Gastronomen solidarisiert. Allen voran die Stadt Zürich. Sie hat den Ernst der Lage für viele ihrer Gastromieter rasch erkannt und unbürokratisch Hand geboten. Andere grosse Liegenschaftsbesitzer-

rinnen haben zumindest eine Stundung der Mietzahlungen offeriert, um so wenigstens die Liquidität der Gastrounternehmen zu sichern.

Aber genau hier verbirgt sich die Katastrophe, auf die viele Restaurants zusteuern: Gestundete Mieten wären eine Lösung, wenn sich die Umsätze wieder erholen würden und die Mietschulden über die kommenden Monate abgebaut werden könnten. Aber angesichts der düsteren Aussichten vergrössern sie lediglich die Welle der Verbindlichkeiten, welche die Restaurants vor sich herschieben. Und die vor allem bei Restaurants mit einer vereinbarten Sockelmiete – also einer vereinbarten Mindestmiete, die unabhängig vom Umsatz bezahlt werden muss – relativ gesehen auf Dauer immer grösser werden. Denn diese Sockelmiete wurde prozentual zu den erwarteten Umsätzen des Restaurants festgelegt – und zwar zu den Umsätzen in normalen Zeiten, also vor Ausbruch der Pandemie. Das bedeutet nun: rote Zahlen und Liquiditätsengpässe. Weil Restaurants ohne Personal und ohne Lebensmittel ihre Gäste nur suboptimal zufriedenstellen können, wird zuerst einmal der Mietzins nicht bezahlt. Es drohen die Kündigung und die Insolvenz.

Zugleich ist aber der Spielraum eng für kommerzielle Liegenschaftsverwalter, Mietausfälle zu akzeptieren oder Mietzinsreduktionen anzubieten.

### Schadet der freie Markt?

Eine Branche den Kräften des Marktes auszuliefern, kann zu einem Qualitätsverlust führen. Das zeigt die Kinobranche. Schweizer Kinos zeigten bis Mitte der Neunzigerjahre ein vielfältiges Programm mit kleinen und grossen



Filmen aus der ganzen Welt, synchronisiert oder in Originalsprache. Die Anzahl Kopien, mit denen ausländische Titel in die Kinos drängten, wurde dem erwarteten Zuschaueranspruch angepasst. Die Zahl der Kopien

## Wir Gäste müssen die Gastronomie neu schätzen lernen.

wurde jedoch vom Bund kontingentiert. Wer von einem Film zu viel einfuhrte, hatte für den nächsten, vielleicht kommerziell vielversprechenden Film kaum mehr Kontingente zur Verfügung. In der zweiten Hälfte der Neunzigerjahre wurden die Kontingente aufgehoben. Als Folge drängten Grossproduktionen mit einer viel größeren Anzahl Kopien in den Markt. Kleinere, anspruchsvolle Filmproduktionen wurden immer seltener gespielt. Der freie Markt hat also zu einer Verschlechterung des Filmangebots geführt (ein Punkt, der sich allerdings debattieren lässt).

Dieser Mechanismus wiederholte sich im Buchmarkt: Die staatlich verordnete Buchpreisbindung war eine Fördermassnahme des Staates und damit eine kulturpolitisch begründete Verletzung des kartellrechtlichen Verbots von Preisabsprachen. Aber die Auswirkungen für die Leserinnen und Leser waren positiv: Das Angebot war breit, auch anspruchsvolle Titel wurden verlegt. Und die Buchpreisbindung garantierte eine Marge von durchschnittlich 35 Prozent bis 45 Pro-

zent. Mit dieser Massnahme konnten kleinere Verlage und Buchhandlungen überleben und ein Konzentrationsprozess sowohl seitens der Verlage als auch seitens der Buchhandlungen verhindert werden. Der Effekt der Aufhebung: Die Margen der Kleinbuchhandlungen sind geschrumpft, die Angebote ausgedünnt.

Und in der Gastronomie? Eine kurze Rückschau: Bis 1998 galt in Zürich ein Gastgewerbegesetz aus dem Jahre 1985. Es regelte die Restaurantdichte mittels einer damals berühmt-berühmten «Bedürfnisklausel». Diese

besagte, dass sich «die Zahl der in einer politischen Gemeinde höchstens zulässigen... Restaurants... nach der Einwohnerzahl» zu richten habe. Für die ersten 3000 Einwohner sollte auf je 300 Einwohner eine bewilligungspflichtige Gastwirtschaft zugelassen werden, danach auf 400 Einwohner eine weitere. Das würde bedeuten, dass heute 993 Beizen Zürichs soziales Leben bereichern dürften. Nach heutigem Stand sind es aber 2829, also fast dreimal so viele. Herrscht ein Überangebot? Das gebe es tatsächlich, besonders in den Städten, bestätigt Hanspeter Blättler, Chef von KATAG. Wenn einige davon nun schliessen müssten, sei das in einem urbanen Zentrum nicht unbedingt dramatisch. «Aber es ist eine Katastrophe für alle Arbeits- und Ausbildungsplätze, die verloren gehen», gibt er zu bedenken.

Trotz Überkapazitäten will aber niemand in die alten, regulierten Zeiten zurück, nicht nur wegen des übermächtigen Korruptionspotenzials der damaligen Kontingentierungsregeln, sondern auch wegen des Papierkrieges und der fast schikanösen Reglemen-

tierungen, Abgaben und Kontrollen. Aber der «freie» Markt hat auch kein «gesundes» Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage geschaffen. Und der Preis führt weder bei Büchern noch bei Kinos zur Sicherung der Qualität. Und bei Speiselokalen schon gar nicht. Die Preise in der Gastronomie wurden schon vor der Krise als überhöht wahrgenommen. Jetzt wird sich der Preiskampf verschärfen. Das wird aber kaum zu einer Steigerung der Qualität der Speisen führen. Eher im Gegenteil, denn irgendwo muss ja gespart werden. Qualität aber hat – Redensarten müssen nicht immer falsch sein – ihren Preis.

### Ein Blick in die Kalkulation eines Speiserestaurants

Mit den Einnahmen aus Speis und Trank muss ein Wirt sämtliche Kosten decken, das heisst 100 Prozent seines gesamten Aufwands. Wie oben aufgelistet, beträgt der Warenaufwand – der Preis für den Einkauf der Produkte, die er im Restaurant verarbeitet – 25 Prozent der Gesamtkosten. Aus diesen 25 Prozent «Investitionen» müssen also 100 Prozent der Einnahmen erwirtschaftet werden, das heisst: Die Ein-

nahmen aus Speis und Trank müssen mindestens viermal so hoch sein wie der Betrag, den der Wirt für den Einkauf der Produkte bezahlt hat.

Der Küchenchef eines gehobenen Speiselokals in Zürich hat es vorgerechnet: 59.50 Franken kostet das teuerste Menü, das «Dry aged Entrecote, Jus, Pommes allumettes» im Restaurant Razzia. Der Warenaufwand setzt sich zusammen aus: 15.70 Franken das 220 Gramm schwere Entrecote, 50 Rappen die selbst gemachte Kräuterbutter, 1



Franken der Jus aus selbstverständlich sorgfältig reduziertem Fond, 10 Rappen die Gewürze, Zutaten und Tinkturen aus dem Geheimregal, 82 Rappen die Pommes allumettes. Warenkosten: 18.12 Franken. Multipliziert mit dem zu Deckungszwecken notwendigen Faktor vier macht einen Endpreis von 72.48 Franken. Eine Summe, die nach der Einschätzung vieler Gastronomen die allgemeingültige Schmerzgrenze von 60 Franken überschreitet. Also wird dieses Gericht mit einem Buchverlust von 12.98 Franken angeboten. Finanziert werden solche Gerichte gemeinhin mittels «Quersubventionierung» durch kostengünstige Mahlzeiten. Im Razzia ist das das «Crispy Chicken» mit gepickeltem Gemüse, Teriyaki-Sauce und Mayo. Listenpreis: 26.00 Franken. Produktionskosten: Hühnchen 2.22 Franken, Mayonnaise 30 Rappen, gepickeltes Gemüse 1 Franken, Algen, Dressing, Reis und so weiter 80 Rappen, Deko-Lebensmittel 19 Rappen. Total: 4.51 Franken, multipliziert mit dem Faktor vier ergibt 18.04 Franken. Die «Subvention» für das «Dry aged Entrecote» beträgt 7.96 Franken.

Zugegeben, das Entrecote im Razzia ist teuer, aber eben gleichzeitig auch nicht, es ist preiswert im buchstäblichen Sinne. Das Fleisch stammt von Rindern, die schmerz- und angstfrei getötet wurden. Somit muss dafür

im Einkauf deutlich mehr bezahlt werden als für das Fleisch von Tieren, die nach einer qualvollen Reise quer durch Europa von einem Bolzenschussgerät in einem Schlachthof getötet wurden.

Und Peretti-Tomaten vom Biobauern im Thurgau kosten den Beizer auch mehr als die Tomaten, die von Tagelöhnern im spanischen Almería unter der Treibhausblache halb reif geerntet und in die Schweiz gekarrt werden. Gastronomen haben mit Gästen zu tun, die zu Recht hohe Ansprüche haben, aber nicht gewillt sind, den entsprechenden Preis dafür zu bezahlen.

Was also ist zu tun? Wie lässt sich die Institution Restaurant in diesen schwierigen Zeiten retten?

«Wir Gäste müssen die Gastronomie neu schätzen lernen», resümiert der deutsche Gastrokritiker Wolfgang Fassbender.

Ein ökonomisch begründetes «Gesundshrumpfen» der Beizenszene würde nicht die guten Restaurants überleben lassen, sondern jene, die entweder Systemgastronomie betreiben oder bei den Löhnen, der Qualität der eingekauften Waren oder der Servicequalität sparen. Will das eine Gesellschaft wirklich? Theateraufführungen, Presseerzeugnisse, Opern, landwirtschaftliche Produkte und Kinofilme werden mit staatlichen Geldern unterstützt. Das ist gut so. Ob es ebenso gut

war, Banken, die sich verspekulierten, bis sie selbst am Abgrund standen, mit öffentlichen Milliarden unter die Arme zu greifen, ist zumindest umstritten.

Restaurants mit staatlichen Mitteln am Leben zu erhalten, kann aber nicht die Antwort auf die Krise sein. Das wäre ein unzulässiger Eingriff in die freie Marktwirtschaft. Andererseits: 85'300 Männer und 101'200 Frauen tragen jedes Jahr 7,2 Milliarden Franken zum Bruttoinlandprodukt bei – das Heer von Gemüsebauern, Metzger, Bäckern, Weinhändlern, Bierbrauern und Wäschereien nicht eingerechnet. Ist die Gastronomie mit diesen Zahlen nicht etwa systemrelevant? Wenn Systemrelevanz nicht nur ökonomisch gemessen wird, sondern emotionale und gesellschaftliche Bedeutung einschliesst, beantwortet sich die Frage von selbst.

Eine Welt, in der Restaurants, Bars, Biergärten und Hotels fehlen, wird eine traurigere Welt sein. So gesehen ist die Gastronomie vor allem humanrelevant. Sie muss nicht vom Staat unterstützt werden, aber von uns Gästen. **DM**

CHRISTIAN GERIG ist freier Journalist. Seine Partnerin betreibt das Restaurant LaSalle in Zürich.  
[redaktion@dasmagazin.ch](mailto:redaktion@dasmagazin.ch)