

**SONDERAUSGABE  
Preise im Gastgewerbe**

**Herbst 2007**

Wirtverband Basel-Stadt, Freie Strasse 82, CH-4010 Basel  
Telefon 061 271 30 10 Fax 061 278 94 90 info@baizer.ch

Basler Hotelier-Verein, Elisabethenstrasse 23, Postfach 332, 4010 Basel  
Telefon 061 227 50 50 Fax 061 227 50 51 kontakt@basler-hoteliers.ch

### Deutlich höhere Preise ab 2008

Eine Erhebung bei unseren Mitgliedern ergab, dass für das kommende Jahr mit höheren Preisen zu rechnen ist. Artikel wie Offener Bier, Mineral und Kaffee verteuern sich um rund 30 Rappen.

Die Gründe liegen unter anderem bei höheren LGAV-Minimallöhnen und stark steigenden Warenkosten. Gemüse, Früchte, Fleisch und Kaffee haben schon im Lauf des Jahres 2007 stark aufgeschlagen, teilweise im zweistelligen Bereich. Für andere Artikelgruppen wie Brot, Teigwaren, Milch, Bier und Tafelgetränke wurden Preiserhöhungen von bis zu 20% angekündigt. Stark ins Gewicht fallen auch die steigenden Energie- und Kapitalkosten sowie Aufschläge bei Nonfood-Artikeln.

Hinzu kommt, dass die Ertragslage in den meisten Restaurationsbetrieben nach wie vor angespannt ist. Es besteht absolut kein Spielraum, Kostensteigerungen nicht an unsere Gäste weiter zu geben.

Mehr auf Seite 2

#### Impressum

Unser Magazin erscheint sechsmal jährlich.  
Auflage dieser Sonderausgabe: 5000

#### Herausgeber

Wirtverband Basel-Stadt  
info@baizer.ch

Basler Hotelier-Verein  
kontakt@basler-hoteliers.ch

#### Redaktion

Maurus Ebner  
ebner@baizer.ch

#### Gestaltung

Grafik Alex Walder  
info@g-a-w.ch

#### Quellen

Ein Teil unserer Artikel basiert auf Angaben von GastroSuisse.

## Die Mär' vom reichen Wirt

**Verdienen sich Wirte auf dem Buckel ihrer Gäste dumm und dämlich? Das ist eine Legende, beträgt doch der durchschnittliche Gewinn eines Restaurants nur mickrige 0.8 Prozent des Nettoertrags exklusive Mehrwertsteuer.**

Gemäss einer Statistik von Gastroconsult schreiben 12.3% der Betriebe selbst dann rote Zahlen, wenn Sie auf einen Unternehmerlohn und auf die Verzinsung des Eigenkapitals verzichten. Wird für das im Betrieb investierte Kapital ein marktgerechter Zins und für die Arbeitsleistung der Unternehmerfamilie ein angemessener Eigenlohn bezahlt, schreiben 66% aller Betriebe rote Zahlen!

**«Der durchschnittliche Gewinn beträgt 0.8% des Umsatzes.»**

Gibt ein Gast in einem Lokal 100 Franken aus, bleibt dem Wirt ein Netto-Umsatz von CHF 92.93. Davon braucht er rund 43 Franken für die Personalkosten, 26 Franken für den Wareneinkauf, 13 Franken für die Betriebskosten und 11 Franken für die Anlagekosten. Gerade einmal 74 Rappen bleiben durchschnittlich als Gewinn übrig!

Nun hat es das Gastgewerbe mit massiven Kostensteigerungen zu tun (siehe Seiten 2 und 4). Die obigen Zahlen zeigen deutlich, dass die Betriebe nicht darum herum kommen werden, ihre Verkaufspreise anzupassen.

### Kostenstruktur in der Restauration



■ Von einem Umsatzfranken des Gastes bleiben nach Abzug der Mehrwertsteuer 92.93 Rappen. Der durchschnittliche Gewinn beträgt noch mickrige 0.74 Rappen. Sechs von zehn Wirten schreiben gar rote Zahlen, wenn sie ihr Eigenkapital verzinsen und sich einen bescheidenen Lohn auszahlen.

Die Basler Gastronomie  
auf einen Klick!

www.basel-restaurants.ch



Online-Markt für das  
Schweizer Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

# Preisentwicklung im Basler Gastgewerbe

## Es ist mit deutlich höheren Preisen zu rechnen

**Wir führten eine Preiserhebung im Basler Gastgewerbe durch. Für das Jahr 2008 ist mit Aufschlägen von 4% bis 6% zu rechnen. Artikel wie Offenbier und Kaffee verteuern sich um etwa 30 Rappen. Die Preisunterschiede zwischen den Betrieben nehmen zu.**

Die voraussichtliche Jahresteuering wird 2007 voraussichtlich 1% betragen, doch steht jetzt schon fest, dass die LGAV-Mindestlöhne im Gastgewerbe um über 2% steigen. Auch haben verschiedene Lieferanten Preis-erhöhungen bis zu 20% angekündigt. Beim Bier betragen sie bis zu 8%, weil Rohstoffe aufschlagen, die Wechselkurse ungünstig sind und die LSWA aufschlägt.

Betrachten wir einzelne Artikel, so fällt auf, dass die Preisspanne zwischen den günstigsten und teuersten Restaurants in den letzten Jahren zugenommen hat. Das Gastgewerbe

ist eine sehr heterogene Branche mit hohem Konkurrenzdruck. In der Regel liegen günstige Restaurants 5 bis 10% unter dem erhobenen Durchschnittspreis, während die Betriebe im oberen Segment bis zu 25% darüber liegen.

Verschiedene Preisschwellen gehören in Basel zunehmend der Vergangenheit an. In der Innenstadt werden Kaffeepreise von über CHF 4.50 normal, beim Cappuccino und beim Mineralfläschchen Preise über fünf Franken. In Betrieben mit gepflegtem Service und besonderer Ambiente wird eine Stange Bier über fünf Franken kosten.

### Voraussichtliche Verkaufspreise im Jahr 2008

Es wurden nur bediente Restaurants befragt. Die zwei tiefsten und die zwei höchsten Preise der Umfrage wurden gestrichen. Alle Angaben in Schweizer Franken.

Artikel	Tiefster Preis	Mittelwert	Höchster Preis
<b>Wein</b>			
Cüpli Prosecco 1dl	8.00	9.00	10.00
Cüpli Champagner 1dl	14.50	15.75	17.00
5dl Epeeses	29.00	32.00	35.00
5dl Fendant	25.00	27.00	29.00
<b>Bier</b>			
Lagerbier offen 3dl	4.60	5.05	5.50
Lagerbier offen 5dl	6.50	7.25	8.00
<b>Spirituosen</b>			
Apéritifs 4cl	7.00	8.00	9.00
Gin Tonic	13.50	15.75	18.00
<b>Heissgetränke</b>			
Café / Espresso	4.40	4.95	5.50
Latte Macchiato / Cappuccino	4.80	5.30	5.80
Heisse Schokolade	4.90	5.45	6.00
<b>Alkoholfreie Getränke</b>			
Mineral Flasche 33cl	5.00	5.50	6.00
Mineral Flasche 50cl	6.00	7.25	8.50
Mineral Flasche 100cl	10.50	12.75	15.00
Mineral offen 3dl	4.50	5.00	5.50
Mineral offen 5dl	6.00	6.75	7.50
<b>Ausgeliehene Mitarbeiter <sup>1)</sup></b>			
Lernende	25.00	30.00	35.00
Servicemitarbeiter	56.00	63.00	80.00
Chef de Service	70.00	85.00	100.00

<sup>1)</sup> Wenn Mitarbeiter nicht in die Preise von Speisen und Getränken eingerechnet sind, also beispielsweise bei Party-Service mit Waren, die dem Besteller gehören.

## Teuerungsschub

**Es ist nicht der Sinn unserer Sonderausgabe, konkrete Preise zu empfehlen oder gar Mindestpreise durchzusetzen. Dies wäre angesichts des hohen Konkurrenzdrucks gar nicht möglich. Es ist uns aber ein Anliegen, über die Hintergründe der kommenden Preiserhöhungen zu informieren.**

Der Personalaufwand spielt im Gastgewerbe eine entscheidende Rolle. Auch 2008 werden diese Kosten erneut um mindestens 2% ansteigen. Sorgen bereiten uns auch die wachsenden Energiekosten, die höheren Zinsen und die Verteuerung von Nonfood-Produkten um bis zu 20%.

Besonders schwer wiegt dieses Jahr eine Lebensmittelteuerung, deren Ausmasse alle Befürchtungen übertrifft. Zum Teil erfolgten die Aufschläge schon, teilweise wurden sie erst angekündigt. Tatsache ist, dass die Erhöhungen innert Jahresfrist beim Kaffee bis 50% betragen werden, beim Wild- und Pouletfleisch bis 30%, bei Milchprodukten bis 8%, bei Teigwaren bis 20%, beim Reis bis 10%, beim Bier bis 8%, beim Mineral bis 15%.

Die Gründe sind vielfältig, haben aber vor allem mit einer Verknappung auf dem Weltmarkt zu tun. So verzeichnen Milchprodukte und Kaffee eine erhöhte Nachfrage aus China, Indien und Russland. Öl und Getreide werden zur Herstellung von Bio-Treibstoffen verwendet. Witterungsbedingte Ernteauffälle und ein hoher Eurokurs tun ihr übriges. Selbst der Tsunami zeigt Nachwirkungen, z.B. bei den Einkaufspreisen von Spargelspitzen oder Ananas.

Die Schweiz ist keine Insel. Die dramatischen Veränderungen auf dem Weltmarkt hinterlassen auch bei uns ihre Spuren. Wir bitten Sie deshalb um Verständnis für ungewöhnlich hohe Preisaufschläge.



**Josef Schüpfer**  
Präsident Wirtverband  
Basel-Stadt



Die Basler Gastronomie  
auf einen Klick!

[www.basel-restaurants.ch](http://www.basel-restaurants.ch)

# Kriterien der Preisgestaltung

## Wie werden Preise berechnet?

**Wie alle anderen Geschäftsleute muss auch der Gastwirt seine Preise nach kaufmännischen Gesichtspunkten berechnen. Die Preispolitik ist eines der wirksamsten Mittel, um den Absatz zu beeinflussen. Dieses Instrument kann jedoch nur dann wirksam werden, wenn die Preise an die individuellen Kostenstrukturen angepasst werden.**

Wichtigste Überlegung in der Preisberechnung muss immer die Frage sein, was eine bestimmte Leistung den Restaurateur selber kostet, und was der Gast bereit ist, dafür zu bezahlen. Auch die Preise der vergleichbaren Konkurrenz haben Einfluss auf die Preisgestaltung.

Die Berechnung des Preises für eine einzelne Leistung erfolgt im Gastgewerbe in zwei Schritten: Zuerst werden die Warenkosten bestimmt und anschliessend werden alle Betriebskosten und ein angemessener Gewinn berück-

sichtigt, indem ein entsprechender Zuschlag zu den Warenkosten berechnet wird. Dieser Bruttogewinn-Zuschlag erfolgt in Prozent oder in Franken. Er ist nicht einheitlich für den ganzen Betrieb, sondern pro Sparte und Leistung unterschiedlich, wobei vor allem der jeweilige Arbeitsaufwand berücksichtigt werden muss. Die abweichenden Zuschlagssätze sind auch aus Verkaufsüberlegungen notwendig, würden doch bei einem einheitlichen Zuschlag einzelne Leistungen so teuer, dass sie nicht mehr verkauft werden könnten. Wichtig: Der Unternehmerlohn und der Eigenkapitalzins

müssen in die Berechnung einbezogen werden – und zwar selbst dann, wenn sie nicht effektiv ausbezahlt werden.

Der Vorgang der Preisberechnung ist nie abgeschlossen, besteht doch eine der wesentlichen Aufgaben des Unternehmers darin, die Entwicklung auf allen Gebieten laufend zu überwachen. Falls das Controlling Abweichungen zwischen den erwarteten und den tatsächlichen Ergebnissen ergibt, müssen die Preise neu überdacht werden.

### Die richtige Kalkulationsmethode?

Der Bruttogewinn ist die Differenz zwischen dem Netto-Verkaufspreis (exklusive Mehrwertsteuer) und dem Wareneinstand.

Unter anderem sind mit dem Bruttogewinn folgende Aufwände abzudecken: Löhne inklusive 13. Monatslöhne, Bonuszahlungen und Gratifikationen, Sozialleistungen, Personalbeschaffung, Berufskleidung, Schulungen, Unternehmerlohn, Sachversicherungen, Abgaben, Strom, Gas, Wasser, Entsorgung, Heizung, Reinigung, Wäsche, Betriebsmaterial, Transporte, Telefon, Büromaterial, Porti, Beratungshonorare, Buchhaltungskosten,

Bankspesen, Werbung, Musik und Dekoration, Zeitungen, Beiträge, Fremd- und Eigenkapitalzinsen, Miete, Ersatzinvestitionen, Unterhaltskosten, Abschreibungen, Debitorenverluste, Kreditkartenkommissionen und vieles mehr. Der Reingewinn entschädigt für das Unternehmerrisiko, erhält das eingesetzte Kapital, bildet Reserven und ermöglicht Neuinvestitionen.

Früher war es einfach: Der Wirt rechnete einfach mal drei oder vier – und schon hatte er den ungefähren Verkaufspreis. Das sogenannte «Faktorenrechnen» gerät aber zune-

hend unter Beschuss. Und dies zurecht! Ein billiger Kernobstbrandwein kann halt nicht mit dem selben Faktor kalkuliert werden wie ein teurer Malt Whisky. Entweder würde der Trester zu billig oder die Edel-Spirituose zu teuer. Fixe Kostendeckungszuschläge in Franken gelten als moderne Kalkulationsmethode. Viele Betriebe schlagen beispielsweise bei Flaschenweinen 30 Franken auf den Einstandspreis und addieren am Schluss noch die Mehrwertsteuer. Diese Methode ist nicht ganz ungefährlich, wenn sie stur angewendet wird. Hohe Umsätze täuschen dann eine gute Ertragskraft vor, obwohl sie gar nicht vorliegt.

## Essen im Restaurant wurde um 35% günstiger!

**Auch wenn viele es anders wahrnehmen: Die Preise im Gastgewerbe sind gemessen an der Kaufkraft deutlich gesunken. In realen Werten wird das Auswärts-Essen immer billiger.**

So muss heute für ein Mittagessen im Restaurant deutlich weniger lang gearbeitet werden als früher. Vor 50 Jahren entsprach der Preis für ein Mittagmenu ungefähr dem Stundenlohn eines Arbeiters. Heute muss er dafür nur noch eine halbe Stunde arbeiten.

Ein konkretes Beispiel aus einem Berner Betrieb bestätigt diese Aussage. 1961 kostete ein Tagesteller CHF 6 und eine Flasche Aigle CHF 13.50. Gemäss Auskunft des Bundesamts für

Statistik belief sich 1961 der mittlere Lohn in unserem Land auf CHF 1091. Heute beträgt dieser etwa das Fünffache. Wären die Preise im Gastgewerbe im gleichen Ausmass angestiegen, so müsste der Tagesteller heute 30 Franken und die Flasche Aigle fast 70 Franken kosten. Der aktuelle Durchschnittspreis für die entsprechenden Produkte beträgt aber – trotz Mehrwertsteuer – nur rund 65% des rechnerischen Wertes. Das Angebot ist real also 35% billiger geworden!



# Warum ein Kaffee mehr als vier Franken kostet

**Über kaum einen Preis wird so häufig diskutiert wie über denjenigen des Kaffees. Aufschläge auf breiter Front schaffen es sogar auf die Titelseiten der Boulevardpresse. Viele Leute verstehen nicht, wieso ein Espresso mehr als vier Franken kostet.**

Ein Grund dafür ist die Tatsache, dass unsere Gäste zu wenig Kenntnis von der Kostenstruktur im Gastgewerbe haben. Sie gehen fälschlicherweise davon aus, dass der Wareneinkauf die entscheidende Kostenkomponente ist.

Die Personalkosten sind aber mit einem Anteil von 46% viel massgebender als die Warenkosten, welche bei einem Kaffee ja «nur» 50 bis 80 Rappen betragen. Ein Kaffee kostet im Restaurant einige Franken mehr, weil andere Aufwände, insbesondere die Dienstleistung,

---

**«Ein Kaffee verursacht Personalkosten von beinahe drei Franken.»**

---

ebenfalls gedeckt sein müssen. Konkret fallen folgende Arbeiten an: Wir nehmen die Bestellung auf. Am Buffet werden die geordneten Leistungen bereit gestellt. Wir servieren den Kaffee, später kassieren wir ihn ein. Wir räumen den Tisch ab und reinigen ihn. Das

Geschirr geht zurück ans Buffet, wo es abgewaschen, gereinigt und wieder verstaut wird. Zusätzlich muss die Kaffeemaschine gereinigt, gepflegt und entkalkt werden. Der Kaffee muss beim Lieferanten bestellt werden.

Würden wir wie in der Industrie eine Prozesskostenrechnung anstellen, wäre der Kaffee wohl wesentlich teurer. Objektiv betrachtet, verursachen die oben genannten Arbeiten nämlich mehrere Minuten Arbeitsaufwand. Bei einem Stundenansatz von fünfzig Franken verursacht ein Kaffee Personalkosten von drei Franken. Dabei ist noch nicht einmal berücksichtigt, dass die Mitarbeiter manchmal auch einfach herum stehen und auf Gäste warten. Und dass der Gast unsere Toilette benutzt und unsere Zeitungen liest...

Eine gute Kaffeemaschine kostet weit über 10'000 Franken und manchmal das Mehrfache davon. Sie muss amortisiert werden. Das Serviceabonnement kostet über tausend Franken pro Jahr! Die Miete, die Energiekosten, die Ka-

pitalzinsen, die Mehrwertsteuer und anderes mehr sind noch gar nicht berücksichtigt. Und last but not least muss der Wirt auch einen Gewinn erzielen, wenn er langfristig überleben will.



■ Der Kaffeepreis ist ein regelrechtes Politikum.

## Kostentreiber in der Gastronomie

**Das Gastgewerbe gehört zu den wenigen Branchen, die sowohl personal-, kapital und energieintensiv sind. In den vergangenen zehn Jahren mussten wir massive Kostensteigerungen verdauen. Wegen des starken Konkurrenzdrucks war es für die meisten Betriebe kaum möglich, die gestiegenen Kosten vollständig auf die Konsumenten zu überwälzen.**

Ein durchschnittlicher Schweizer Restaurantsbetrieb weist Personalkosten von 46% des Netto-Umsatzes auf. Verdiente eine ungelernte Hilfskraft vor zehn Jahren noch CHF 2300 brutto, beträgt der LGAV-Mindestlohn ab nächstem Jahr CHF 3300. Gelernte Kräfte verdienen mindestens CHF 3730. Die Lohnnebenkosten sind vor allem wegen der tieferen Eintrittsschwelle in die Zweite Säule ebenfalls stark gestiegen. Erschwerend kommt hinzu, dass Rationalisierungen im konventionellen Gastgewerbe kaum möglich sind.

Die Warenkosten spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Die Aufschläge der Lieferanten sind dieses Jahr besonders hoch. Vor allem Gemüse, Früchte, Fleisch und Kaffee haben schon im

Lauf des Jahres 2007 aufgeschlagen, teilweise im zweistelligen Bereich. Für andere Artikelgruppen wie Brot, Teigwaren, Reis, Bier, Milch und Tafelgetränke wurden Preiserhöhungen

---

**«Preisanpassungen sind eine betriebswirtschaftliche Notwendigkeit.»**

---

von bis zu 20% angekündigt. Importierte Waren wie ausländische Weine verteuern sich wegen des hohen Eurokurses.

Stark ins Gewicht fallen die Energiekosten: Beim Gas und beim Heizöl belaufen sich die Erhöhungen auf weit über 10%. Die Kapitalkosten sind ebenfalls gestiegen. Zunächst wa-

ren es die Kredit-Ratings der Banken, die das Fremdkapital im Gastgewerbe verteuerten, jetzt sind es die allgemeinen Zinserhöhungen. Da es sich bei Investitionen in Restaurants und Bars um Risikokapital handelt, sollte auch die Eigenkapitalverzinsung überdurchschnittlich ausfallen. Das tut sie aber meistens nicht!

Angesichts der Umstände fallen die angekündigten Preiserhöhungen (siehe Seite 2) eher moderat aus. Sie sind letztlich nichts anderes als eine betriebswirtschaftliche Notwendigkeit, um die Kostensteigerungen der vergangenen Jahre aufzufangen. Die gute Konsumentenstimmung lässt Preisanpassungen einfacher erscheinen als auch schon.

