

Alpen. Preise. Hotelaufenthalt und Essen im Restaurant kosten in der Schweiz deutlich mehr als in den umliegenden Ländern. Das wird sich aufgrund des schwächelnden Euros so schnell auch nicht ändern.

Die Schweiz ist meist teurer

Für Ferien in der Schweiz muss der Gast tief in die Tasche greifen. Besonders beim Essen, wie die Statistik zeigt. Schuld daran ist auch der starke Franken.

GUDRUN SCHLENZCEK

Die Schweiz gilt als teuer. Ein Blick in die laufende Erhebung des Statistischen Amtes der Europäischen Union (Eurostat) bestätigt dieses Image. Zumindest was die Gastgewerbebranche betrifft. 2009 lag das Preisniveau in Schweizer Gaststätten und Hotels 28,6 Prozent über dem Durchschnitt im Euroraum (EU-15-Länder). Deutschland, wohl nicht zuletzt aufgrund des West-Ost-Gefälles, dagegen sogar 0,6 Prozentpunkte darunter, Italien und Österreich rund 4 Prozent über dem Durchschnitt. Etwas teurer kommt ein Restaurant- oder Hotelaufenthalt in Frankreich: Mit 16 Prozent höheren Preisen als im EU-Mittel.

Der direkte Vergleich der beiden typischen Alpenländer Österreich und Schweiz offenbart eine sehr deutliche Preisdifferenz: Das Preisniveau in Österreichs Gaststätten und Hotels lag 2009 im Durchschnitt ein Fünftel unter jenem in der Schweiz. Dabei wird die Schere aufgrund des fallenden Eurokurses in diesem Jahr wohl noch weiter



In der Schweiz nicht viel teurer als in Österreich: Kaffee trinken.

aufgehen. Die Verteuerung durch den Wechselkurs ist nicht ganz neu. «Der Anstieg in den letzten Jahren ist vor allem währungsbedingt», schätzt Christian Hunziker von BAK Basel Economics. 2007 war das Schweizer Gastgewerbe gemäss Eurostat-Statistik erst 12 Prozent teurer als der Durchschnitt der EU-15-Länder gewesen.

Zu Buche schlägt dabei besonders das Essen. Im August dieses Jahres konnte der Gast in einem Restaurant in Österreich gemäss

Statistik Austria im Durchschnitt einen Tagesteller für 6,82 Euro bestellen, das sind umgerechnet Fr. 9,20. In der Schweiz musste er im gleichen Monat mehr als das Doppelte hinblättern, nämlich Fr. 19,77 für einen Tagesteller, so die Angaben des Bundesamtes für Statistik. Sogar ein Fischgericht ist in Österreich preiswerter: umgerechnet aktuell rund 14 Franken. Kaum teurer ist die Schweizer Gastronomie dagegen beim Kaffee: Fr. 3,83 kostete im August im Durchschnitt die Tasse, in Österreich 3,35 Franken (2,48 Euro). Das scheint bei den Getränken aber auch die Ausnahme zu sein: Ein Glas Mineralwasser (0,25 l) kostet in unserem Nachbarland gerade mal 2 Franken (1,54 Euro), hierzulande (0,3 l) mit um die 4 Franken, je nachdem ob offen oder in der Flasche, auch wieder rund das Doppelte.

Ausschlaggebend für diese Preiskluft ist nicht zuletzt der in der Schweiz allgemein deutlich höheren Preislevel für Essen und nichtalkoholische Getränke: laut Eurostat liegt dieser 35 Prozent über dem EU-Durchschnitt (2008). Im gesamten EU-Raum gibt es nur zwei Länder, die bei dieser Sparte teurer sind als die Schweiz (Dänemark und Norwegen). Frankreich hat einen Preisindex von 104 (4% teurer als EU-Durchschnitt), Deutschland



Alpenromantik hat in der Schweiz ihren Preis.

von 106, Österreich von 112. In Österreich liegen die Nahrungsmittelpreise also 17 Prozent unter Schweizer Niveau. Der Unterschied zur



Kostet in der Schweiz deutlich mehr: Essen im Restaurant.

Schweiz ist im Einkauf mithin lange nicht so gross wie schlussendlich auf der Speisekarte im Restaurant.

Teurer als in den umliegenden Ländern sind auch andere für den Tourismus wichtige Leistungsträger wie der öffentliche Verkehr. Das Preisniveau der Verkehrsbetriebe liegt 20 Prozent über dem EU-Durchschnitt (EU-27, 2008), in Österreich, Frankreich und Deutschland beträgt die Differenz nur zwischen 6 und 11 Prozent.

Aber es gibt auch Konsumbereiche, bei denen die Schweiz im Vergleich zu Nachbarländern gemäss Eurostat nicht an der Preisspitze steht: Bei der Energie, bei der Einrichtung oder bei Alkohol und Tabak.

PUBLIREPORTAGE

«Ausstellen an der Igeho schafft Kontakte, die sich auszahlen!»

In der hoch digitalisierten Welt von heute verlagert sich der Handel immer mehr ins Internet. Dennoch ist der persönliche Kontakt weiterhin unverzichtbar, um Vertrauen zu bilden. Die Igeho 2011 bietet ihren Ausstellern vom 19. bis 23. November 2011 in der Messe Basel die Möglichkeit, sich vor 80 000 Branchenprofis nachhaltig und emotional zu präsentieren. Messeleiter Matthias Lager gibt erste Fakten zu den Schwerpunkten.

Matthias Lager, wie beurteilen Sie die Ausgangslage für die Igeho 2011?

Matthias Lager: Sehr positiv. Die Igeho hat ihre Positionierung als wichtigste Fachmesse für alle, die professionell verpflegen und beherbergen, kontinuierlich gestärkt. Dies dokumentiert der hohe Fachbesucheranteil von 88%. Steigend ist auch die Zahl der Topentscheidungsträger. Mit unserem VIP-Programm laden wir über 1500 Gäste aus der Schweiz und dem angrenzenden Ausland mit attraktiven Annehmlichkeiten ein. Zudem freut es mich, dass es bei den Ausstellern Rückkehrer gibt.

Gewinnen Sie neue Besucher?

M.L.: Neben Gastronomie und Hotellerie wächst der Anteil an Spezialisten aus dem Lebensmittelhandel wie Bäckereien, Take-away und Metzgereien. Wir verstärken zudem das An-

gebot für das Facility Management oder den Care-Bereich von Spitälern und Heimen.

Wie schaffen Sie es, dass im nächsten Herbst 80 000 Fachbesucher nach Basel reisen?

M.L.: Einerseits bieten die über 800 Aussteller aus 20 Ländern ein breites und tiefes Sortiment an Produkten und Dienstleistungen mit vielen Neuheiten, die sich kein Profi entgehen lassen kann. Andererseits bieten wir den Rahmen, damit sich die Community auch wirklich treffen kann. Wir motivieren Branchenverbände und Organisationen dazu, die Igeho für Tagungen, Seminare und Events zu nutzen. Dies bringt uns zusätzliche Entscheidungsträger.

2009 hatten Sie deutlich mehr Besucher aus Süddeutschland!

M.L.: Das stimmt. Unser erstmals durchgeführter Baden-



Matthias Lager, Messeleiter der Igeho

Württemberg-Tag war ein grosser Erfolg. Wir werden diesen wiederholen. Uns liegen aber besonders auch die Fachbesucher aus der Westschweiz am Herzen, weshalb wir 2011 erstmals einen Journée romand lancieren werden.

Die Igeho ist bekannt für ihre Sonderpräsentationen. Was planen Sie 2011?

M.L.: Wir setzen auf Bewährtes. Es wird die attraktive Ige-

ho Kocharena geben sowie die World of Inspiration mit dem integrierten Forum. Weitere Themen sind Kaffee, nachhaltige Verpflegung, Energieeffizienz, Hotellerie im Gesundheitswesen und Vending. Zudem planen wir, 2011 ein kulinarisch attraktives Gastland zu präsentieren.

www.igeho.ch

Zu den Firmen, welche ihre Teilnahme an der Igeho 2011 bereits zugesagt haben, gehören:



igeho

19. - 23. November 2011 | Basel | www.igeho.ch
Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum