

«Das Wichtigste ist die Rekrutierung von Fachkräften»

«**Innovative und gute Konzepte**» sind laut Gastrosuisse-Präsident Casimir Platzer gefragt, um derzeitige Schwierigkeiten bewältigen zu können. An der **Delegiertenversammlung von Gastro Graubünden** wurden einige solche vorgestellt.

► STEFANIE STUDER

D

«Der Start ins Tourismusjahr 2016/17 war verhalten», so Franz Sepp Caluori. Der Präsident von Gastro Graubünden begann seine Rede gleich mit den Schwierigkeiten, mit denen die Gastronomie derzeit zu kämpfen hat: Der starke Franken, ein Mangel an Fachkräften und ein verstärkter Wettbewerb sind nur einige davon. Die Branche sehne sich weiterhin nach guten Wintern, vor allem nach dem Nein zum Grossprojekt Olympia, meinte Caluori an der gestrigen Delegiertenversammlung in Churwalden. Gastro Graubünden suche deshalb nach Lösungen und Projekten.

«Ich glaube, das Wichtigste ist die Rekrutierung von Fachkräften», so Caluori. Um genügend Lernende rekrutieren zu können, seien zusammen mit Hotellerieuisse Graubünden verschiedene Projekte aufgelegt worden. Das 2016 lancierte Projekt «Leben in Graubünden», welches Kindern die Branche mit einem Blick hinter die Kulissen näherbringen solle, sei im ersten Jahr rege genutzt worden. Etwa 30 Schulklassen mit rund 600 Schülerinnen und Schülern hätten Bündner Hotel- und Gastrobetriebe besucht, so Caluori. Derzeit in Entstehung sei zudem das mehrjährige Programm «Graubünden Viva. Genuss aus den Bergen», für welches sich Gastro Graubünden kürzlich als Mitglied angemeldet habe.

Zusammenarbeit dreier Branchen

Verstärkt werden soll laut Caluori auch die Zusammenarbeit von Landwirtschaft, Tourismus und Gastronomie. «Wir müssen unbedingt Projekte und Ideen koordinieren und gemeinsam anpacken, um



Präsident Franz Sepp Caluori (ganz rechts) orientiert die Delegierten über die **laufenden und initiierten Projekte** des Verbands Gastro Graubünden. (FOTO YANIK BÜRKLII)

auch in Zukunft erfolgreich zu sein.» Insbesondere bei den Themen Regionalität, Authentizität, Zusammenarbeit und Storytelling könne man sich so gegenüber anderen Mitbewerbern abheben.

Dieser Meinung ist auch der Präsident des nationalen Branchenverbands, Casimir Platzer. Wie er in seiner Rede erwähnte, habe Gastrosuisse eine Plattform für den Direktvertrieb zum Ziel, mit welcher auch das Gastgewerbe gestärkt werden solle. Laut Platzer sind «innovative Ideen und gute Konzepte» in diesen «herausfordernden Zeiten» gefragt. Und gute Rahmenbedingungen, für die Gastrosuisse kämpfe. So rief Platzer die anwesenden Delegierten auf, die von Gastrosuisse mitinitiierte Fair-Preis-Initiative zu unterstützen. Diese will missbräuchliche Schweiz-Zuschläge unterbinden und so im Inland für günstigere Preise sorgen. «Wir brauchen 2000

Unterschriften von Ihnen», meinte Platzer.

«Hartnäckig am Ball bleiben»

«Qualität ist das A und O, vor allem jetzt mit dem starken Franken», meinte Caluori weiter. Und deshalb werde er im Herbst erneut einen Auftrag zur Qualitätsverbesserung in der Gastronomie im Grossen Rat einreichen (siehe Titelseite). Lebensmittelkontrolleure hätten dem Verband mitgeteilt, dass sie wegen der Aufhebung von vorgeschriebenen Kenntnissen in der Lebensmittelgesetzgebung in zu vielen Betrieben zu viel Zeit aufbringen müssten, um die Betriebsinhaber und Geschäftsführer über Inhalt und Vollzug der Lebensmittelgesetzgebung detailliert aufzuklären. So werde die Zeit für die eigentliche Aufgabe, die Lebensmittelkontrolle, immer kürzer, berichtete Caluori. Und: «Die Konkursbeamten bestätigten uns,

dass die Anzahl der Betriebsschliessungen in den vergangenen Jahren stets zugenommen hat.» 18 Kantone verlangten eine obligatorische Grundausbildung, «wir als führender Tourismuskanton sind nicht dabei». Er werde mit diesem Thema deshalb «hartnäckig am Ball bleiben» und sei zuversichtlich, dass der Auftrag im Grossen Rat in abgeschwächter Form grössere Chancen haben werde, als die im April 2016 abgelehnte Variante einer Gastroprüfung mit Buchhaltungskennnissen. «Ich hörte von verschiedenen Parteien, dass sie eine Grundausbildung begrüssen, wenn diese nur die Lebensmittelhygiene und Suchtprävention betrifft», erklärte Caluori dem BT. Wie Jon Domenic Parolini in seiner Grussadresse festhielt, werde die Regierung den Auftrag sicherlich prüfen und sie zeige sich offen, die Gastronomie im Kanton zu fördern.

NACHGEFRAGT

«Gärtli-Denken in den Kübel werfen»

BÜNDNER TAGBLATT: Herr Tischhauser, Appetit auf ein 3-Gang-Interview? Im Januar haben Sie die Geschäftsleitung von Gastro Graubünden übernommen. Waren die vergangenen drei Monate eine Art Vorspeise für Sie?

MARC TISCHHAUSER: Ja, das war schon ein bisschen wie eine Vorspeise. Ich bin sehr gut gestartet und bekam – wie bei einer Vorspeise üblich – häppchenweise viel Neues mit. Auch in der jetzigen Phase sauge ich noch vieles auf, schaue, wie was läuft und was verbessert werden könnte. Nun gilt es, Prioritäten zu setzen, um diese Dinge im Lauf des Sommers umsetzen zu können.

Sie waren vorher in verschiedenen Funktionen im Tourismus tätig, mitunter als Präsident bei Savognin Tourismus und Projektleiter beim Programm San Gottardo. Konnten Sie diese Erfahrungen nutzen? Auf jeden Fall. Vor allem bei San Gottardo, bei dem ich bereits sehr viel mit dem Kanton und den politischen Prozessen zu tun hatte. Die Arbeit für den Verband ist nun ebenfalls nahe bei Politik, Behörden und Verwaltung. Das touristische Know-how ist sicher ebenfalls wichtig, von dem her verfüge ich über einen guten Rucksack und kann mich auf die wirklichen Herausforderungen konzentrieren.

Von diesen gibt es so einige: der starke Franken, der verstärkte Wettbewerb und der Mangel an Nachwuchs. Ein harter Brocken zum Hauptgang?

«Jammern bringt nichts», lautet unsere Philosophie. Jeder Leistungsträger muss bei sich beginnen und überlegen, wo er Kosten senken und Erträge steigern kann. Ein matchentscheidender Punkt ist, unsere Dienstleistungs- und Gastgeberqualitäten wirklich zu leben – zuoberst vom Chef bis zum Mitarbeiter in der Wäscherei. Dies kostet uns nicht mehr als ein Lachen mit dem Herzen. Der zweite Punkt ist, dass wir den Herausforderungen auch begegnen. Im Nachwuchsbereich gilt Graubünden seit Jahren als innovativster und aktivster Kanton. Den Nachwuchs müssen wir aber nicht nur finden, sondern auch behalten und weiterbilden. Hier sind wir als Ausbildungszentrum in der Verantwortung, attraktive Angebote zu schaffen.



Marc Tischhauser sieht in der «**Spezialität Graubünden**» viele Chancen. (FOTO YANIK BÜRKLII)

Am Tourismusforum Alpenregionen im Ötztal warnte die Future-Food-Trend-Expertin Hammi Rützler vor einer Standardisierung der alpinen Küche und empfahl neue Konzepte wie ein klares Commitment zu besserer Qualität (BT vom 29. März). Sehen Sie hier ebenfalls Chancen für die hiesigen Gastronomen?

Völlig. Laut einer Studie der Hochschule St. Gallen bezahlen Schweizer für regionale Produkte 20 bis 30 Prozent mehr. Diesen Trend gibt es aber auch bei Ferien und Kurzaufenthalten. Ich bin überzeugt, dass wir unseren Kanton zu einer solchen «lokalen Spezialität» entwickeln müssen. Das Lokale, das Authentische und die Geschichten dahinter sind das, was die Leute suchen. Diese Entwicklung sollte aber auch für Dienstleistungen anderer Art in Graubünden gelten. Die Menschen und Geschichten von hier sollten im Zentrum stehen, denn sie sind einzigartig.

Darfes zum Dessert ein Wunsch für die Zukunft von Gastro Graubünden sein?

Hmm, es gibt viele Wünsche. Ich denke, die Zusammenarbeit zwischen den Kantonen, den Verbänden und Ämtern ist gut, könnte aber sicherlich erweitert und vertieft werden. Dasselbe wünsche ich mir auch in den Destinationen: dass wir das «Gärtli-Denken» in den Kübel werfen und uns gemeinsame Projekte überlegen. Die Projekte Graubünden Viva und Faszination Tourismus sind für mich Schritte in die richtige Richtung.

Marc Tischhauser hat am 1. Januar 2017 die Geschäftsführung von Gastro Graubünden von Fluregn Fravi übernommen.

Humorfestival: Die Suche nach Geld geht weiter

Das **Arosa Humorfestival** muss sich neue Sponsoren suchen, um den Wegfall des bisherigen Hauptsponsors zu kompensieren. Die **Kulturförderung** kann nicht einspringen – **man fürchtet ein Präjudiz.**

In den 25 Jahren seines Bestehens konnte das Arosa Humorfestival auf gute und treue Sponsoren zählen. Nur so war es möglich, das von Arosa Tourismus organisierte Gipfeltreffen der Humorszene ohne öffentliche Mittel zu finanzieren. Aktuell ist aber das Feld des Hauptsponsors auf der Website des Humorfestivals leer. Stattdessen findet man dort ein Video, in dem Tourismusdirektor Pascal Jenny und Festivalleiter Frank Baumann nach einem neuen Sponsor suchen.

Bei ihrer Suche haben sich die Arosener auch an den Kanton gewendet, genauer an die Kulturförde-

rung. Diese hat das Gesuch aber abgelehnt (siehe BT von gestern). Um maximal 158 000 Franken wäre es gegangen, den Rest des Ausfalls tragen gemäss Jenny die Gemeinde Arosa, Arosa Tourismus «und hoffentlich neue Sponsoren».

Humorfestival ist nicht allein

Tourismuskonzepte Jenny macht keinen Hehl daraus, dass er seine Veranstaltung als kulturellen Anlass sieht und entsprechend Beiträge vonseiten des Kantons möglich sein sollten. Anders sieht das Regierungsrat Martin Jäger. «Wir können nicht einfach einspringen, weil ein

Sponsor abspringt», sagt er auf Nachfrage. Das Humorfestival sei nicht die einzige Institution, die davon betroffen ist, dass sich Sponsoren zurückziehen oder ihre Beiträge verringern. «In der aktuellen Wirtschaftslage gehen die Sponsoren- und Stiftungsbeiträge fast überall zurück.» Gemäss Jäger wollte man kein Präjudiz schaffen, weshalb das Arosener Gesuch abgelehnt wurde.

Hintertür Wirtschaftsförderung?

Dem Arosa Humorfestival steht allenfalls ein anderes Törchen offen: Über das Wirtschaftsentwicklungsgesetz können auch Kulturprojekte mitfinanziert werden, jedoch sind die Kriterien streng und eher darauf ausgelegt, Projekte anzuschieben – was im Fall des Humorfestivals, das seit 25 Jahren besteht, schwierig zu argumentieren wäre. Eine erste telefonische Abklärung habe denn auch ergeben, dass das Festival nicht berechtigt ist, sagt Jenny. Nichtsdestotrotz wolle man sich diesen Weg weiterhin offenhalten. Zumindest eines ist klar: Die Festivalsausgabe 2017 ist vor allem dank

der Gemeinde, Arosa Tourismus und Reserven gesichert.

Das Zusammenspiel von Amt für Kultur und Amt für Wirtschaft und Tourismus wurde kürzlich vom Präsidenten der Kulturförderungskommission, Kobi Gantenbein, als «mühsames Pingpong» bezeichnet. Regierungsrat Jäger relativiert: Die Zusammenarbeit laufe gut, die entsprechenden Schnittstellen seien mit dem Wirtschaftsentwicklungsgesetz definiert worden. «Das Grundproblem ist, dass wir zu wenig Geld haben», sagt Jäger. Auch deshalb lege die Kulturförderung den Fokus vor allem auf die klassischen Kulturbereiche und auf die Förderung der Jugend und nicht so sehr auf die Tourismusförderung. Das könnte sich ändern: Mit dem neuen Kulturförderungsgesetz, das 2018 in Kraft tritt, kommt dem Grossen Rat die Aufgabe zu, die Kulturförderungstrategie zu definieren. Jäger: «Man wird dann sehen, ob der Grosse Rat weiterhin die Kultur unterstützen will, die nicht den grossen Publikumsaufmarsch im Auge hat.» JULIAN REICH

INSERAT

Wir sind im **Bündnerland** zu Hause.

Comercialstrasse 34, Postfach 286, CH-7007 Chur
T 081 650 08 80, F 081 650 08 89
E info@integralstiftung.ch, www.integralstiftung.ch

IntegralStiftung 
Für die berufliche Vorsorge.