

«Lieber weniger und dafür gesunde»

Die Strukturereinigung in der Gastrobranche ist in vollem Gange. Franz Sepp Caluori, Präsident von Gastro Graubünden, erklärt im Interview, weshalb diese Entwicklung für den Verband auch eine Chance darstellt.

VON NORBERT WASER

Am kommenden Montag findet die Delegiertenversammlung im Kinocenter in Chur statt. Ist das auch eine politische Aussage mit Blick auf die Volksabstimmung über die Kino-Initiative?

Franz Sepp Caluori (Präsident Gastro Graubünden): Nein, das ist es nicht. Da gibt es keinen Bezug, das Kinocenter ist auch nicht Mitglied von Gastro Graubünden. Mir ging es darum, für die Delegiertenversammlung eine etwas spezielle Location zu suchen, die auch dem jungen, innovativen Vorstandsteam entspricht. Gegenüber einer Turnhalle oder einem Gemeindesaal bietet das Kino ein besonderes Ambiente und es liegt auch auf der Hand, dort kurze Filme zu zeigen. Die ersten Reaktionen von Mitgliedern zeigen, dass diese Idee gut ankommt.

Sie präsentieren den Mitgliedern an der Versammlung eine neue 5-Jahres-Strategie. Gastro Graubünden setzt sich das ehrgeizige Ziel, zu den drei führenden Gastronomie- und Hotelleriesverbänden der Schweiz zu gehören. Nehmen Sie sich Hotelleriesuisse Graubünden zum Vorbild?

Nein, darum geht es nicht. Im Gegenteil, wir möchten noch viel enger mit Hotelleriesuisse Graubünden zusammenarbeiten. In der Nachwuchsförderung funktioniert das bereits sehr gut. Unsere von einer gemeinsamen Kommission kreierten Angebote zählen schweizweit zu den besten und werden auch von anderen Kantonalverbänden als Vorbild genommen. Unser Bestreben ist es, die Zusammenarbeit auf weitere Bereiche auszuweiten mit dem mittelfristigen Ziel eines einzigen Verbands für Gastronomie und Hotellerie auf nationaler Ebene.

In St. Moritz arbeiten die Verbände von Gastro und Hotellerie neu eng zusammen und bauen damit Doppelspurigkeiten ab. Wächst da von unten zusammen, was eigentlich längst zusammeng gehört?

In Davos funktioniert das schon seit längerer Zeit bestens. Nun sind auch die St. Moritzer nach personellen Veränderungen zum Schluss gekommen, Doppelspurigkeiten abzubauen und einen gemeinsamen Verein zu gründen. Gastro und Hotellerie St. Moritz vertritt nun die Interessen unserer gesamten Branche.

Der Mitgliederbestand von Gastro Graubünden ist innerhalb eines Jahres von 993 auf 966 gesunken. Was steckt hinter diesem Mitgliederschwund?

Das ist einfach erklärbar und, so schmerzhaft der Einzelfall sein mag, sogar begrüssenswert. Es sind viele Kleinbetriebe verschwunden, gleichzeitig haben wir im Verband Neuzugänge von grösseren, innovativen, gesünderen und qualitativ besseren Betrieben. Ein Indiz dafür sind die Zahlen der Familienausgleichskasse. Die Lohnsumme ist deutlich gestiegen und hat einen Höchststand erreicht. Deshalb konnten wir sogar den Satz senken, wovon alle Mitglieder profitieren. Wenn wir im letzten Jahr 27 Mitglieder verloren haben, so ist das auch ein Indiz für eine Strukturereinigung, die vom Verband grundsätzlich begrüsst wird und schweizweit schon im Gange ist. Ein gutes Beispiel ist das Münstertal, wo zwar zwei, drei Betriebe verschwunden sind, umgekehrt aber Mitglieder von uns für den Mut zu Investitionen und ein kreatives Angebot mit Erfolg belohnt werden. Qualität ist das Wichtigste, das gilt sowohl für die Betriebe an der Front als auch für den Verband. Wir haben lieber 20, 30 Mitglieder weniger, dafür sind die bestehenden qualitativ gut.

Der schwindende Nachwuchs und der Mangel an Fachkräften wurden als dringende Handlungsfelder eruiert. Gleichzeitig werden die Kostenstrukturen und die Profitabilität als Problemfelder erkannt.



Aus- und Weiterbildung als erstes Handlungsfeld: Präsident Franz Sepp Caluori vor dem Ausbildungszentrum von Gastro Graubünden in Chur. Foto Norbert Waser

Besteht da nicht ein unmittelbarer Zusammenhang?

Das ist durchaus möglich. Der schwindende Nachwuchs hat aber sicher auch demografische Gründe, da ist unsere Branche nicht alleine. Wichtig ist aber

«Man kann auch in unserer Branche einen guten Lohn verdienen, zudem öffnen sich Türen zur ganzen Welt.»

eine Imagekorrektur bei den Gastroberufen. Da gilt es, sowohl bei den Eltern als auch in der Berufsberatung anzusetzen. Mit entsprechender Aus- und Weiterbildung kann man nämlich auch in unserer Branche einen guten Lohn verdienen, zudem öffnen sich Türen auf der ganzen Welt. Die Branche muss da aber mit attraktiveren Arbeitszeitmodellen auch ihren Beitrag leisten. Zimmerstunde und regelmässige Wochenendeinsätze sollen mit Flexibilität und Kreativität kompensiert werden. Der Verband bietet mit seinen gezielten Weiterbildungsangeboten gute Chancen, auf der Karriereleiter weiter nach oben zu kommen.

Im Sommer 2018 haben 60 Lernende eine dreijährige Kochlehre oder eine zweijährige Attestausbildung angetreten – das sind 28 Prozent mehr als im Vorjahr. Ist das auch eine Folge des Medienechos von Stars wie Andreas Caminada?

Das hilft sicher mit, das Image der ganzen Branche zu verbessern. Ich kenne Andreas Caminada persönlich und bin ihm sehr dankbar, dass er beispielsweise an der Lehrabschlussfeier mit dabei ist. Es tut den jungen Lehrlingebenen gut zu sehen und zu hören, dass Persönlichkeiten wie Andreas Caminada für ihren Beruf einstehen. Das zeigt, was man alles

erreichen kann und welche Türen nach einer guten Ausbildung offen stehen.

Welche Rolle spielen dabei die Sprachen?

Englisch ist sicher eine wichtige Voraussetzung für eine Karriere in der Gastrobranche. Entsprechend glücklich sind wir, dass der Kanton in der Koch-Ausbildung soeben ein Pilotprojekt an der Gewerblichen Berufsschule Chur für zwei Zweisprachenklassen Deutsch/Englisch bewilligt hat.

Die Aus- und Weiterbildung war seit dem Bau des eigenen Ausbildungszentrums an der Loëstrasse in Chur ein zentrales Anliegen. Wie wird das Kursangebot von den Mitgliedern genutzt?

Die Aus- und Weiterbildung ist unser erstes Handlungsfeld. Wir möchten mit attraktiven Kursangeboten und speziellen Modulen unsere Mitglieder direkt ansprechen. Unser ehrgeiziges Ziel ist es, die Zahl der Kursteilnehmer innerhalb von zwei Jahren zu verdoppeln. Um dies zu erreichen, arbeiten wir auch mit einer Agentur zusammen.

Die Hoffnung, das einst obligatorische Wirtepatent zu reaktivieren, hat sich auf politischer Ebene auch im zweiten Anlauf zerschlagen. Fehlt der Gastronomie die politische Lobby?

Ich glaube nicht, dass uns die politische Lobby fehlt. Immerhin erreichen wir mit vier aktiven Gastronomen im neuen Kantonsparlament schon fast Fraktionsstärke. Wir sind nach wie vor überzeugt, dass eine minimale Grundausbildung für den Einstieg in die Gastrobranche wichtig ist. Wir bieten den Wirtekurs nach wie vor an, diesen besuchen aber vor allem Leute, die sich aus eigenem Antrieb gut auf ihre Aufgabe vorbereiten möchten. In

mehr als einem Dutzend Kantonen gibt es nach wie vor einen obligatorischen Wirtekurs. Für mich ist dieses Thema nun politisch vom Tisch, wir müssen andere Wege finden, die Aus- und Weiterbildung auf freiwilliger Basis zu aktivieren. Wir starten demnächst auf Facebook eine Kampagne mit Trailern, die junge Berufsleute auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit begleiten. In sechs Teilschritten wird aufgezeigt, was es alles braucht, um ein Restaurant zu eröffnen. Das Finale ist dann ein temporärer Betrieb eines Pop-up-Restaurants, in dem die Protagonisten ihr angeeignetes Wissen in der Praxis anwenden können. Uns als Verband soll die Kampagne auch aufzeigen, wo es allenfalls Lücken im Weiterbildungsangebot gibt.

Den Wirtekurs auf kantonaler Ebene haben Sie ad acta gelegt, Sie kandidieren im Herbst aber für den Nationalrat. Was bezwecken Sie mit Ihrer Kandidatur?

Politik und Kooperation sind ein wichtiges Handlungsfeld unserer Strategie. Mit meiner Kandidatur möchte ich mit gutem Beispiel vorangehen und die Mitglieder auffordern, sich auch selbst aktiv in der Politik zu engagieren. Auch wenn ich für die CVP kandidiere, die Gastronomie kennt keine Parteigrenzen. Wichtig ist der Einsatz für unsere Branche. Ich möchte diese Themen auch in Bern aktiv einbringen.

Ein Blick auf die jeweils erteilten Gastrobewilligungen ist ein Indiz für eine Multikulti-Gastrozone. Verstehen die Wirtinnen und Wirte die Sprache des Verbands?

Der direkte Kontakt zu den Lokalbetreibern ist vor allem Sache der nach wie vor 16 Sektionen. Gastro Graubünden ist für sie ein wichtiger Ansprechpartner. In Chur, das schweizweit zu den Städten mit der höchsten Restaurantdichte zählt, hat sich tatsächlich eine Multikulti-Gastrozone entwickelt. Gerade um der hohen Fluktuation entgegenzuwirken, wollten wir eine Grundausbildung beibehalten.

Am 15. Juni ist Gastro Graubünden am Tag der offenen Tür der Ems Chemie für die Verpflegung der über 10 000 erwarteten Besucher zuständig. Steigt der Verband nun auch noch selbst ins Cateringbusiness ein?

Nein, das machen wir selbstverständlich nicht. Als mir aber zu Ohren kam, dass sich nur auswärtige Caterer um diesen Auftrag beworben haben, war mein Ehrgeiz geweckt. Wir können das auch, sagte ich mir und wir reichten ein Konzept ein, mit Bündner Lernenden, Bündner Produkten und Bündner Mitarbeitenden. Mir geht es um eine Türöffnerfunktion, um künftigen Veranstaltern aufzuzeigen, dass wir auch solche Grossanlässe im

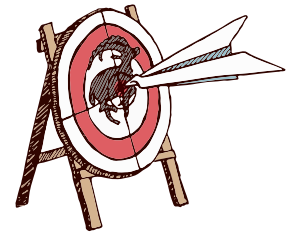
«Wir sind überzeugt, dass eine minimale Grundausbildung für den Einstieg in die Gastrobranche wichtig ist.»

eigenen Kanton abdecken können. Innovation und Kooperation ist eines unserer definierten Handlungsfelder, also erbringen wir hier den Tatbeweis. Gelingt es, ist das ein perfekter Leistungsausweis für künftige Auftraggeber.

Wenn nicht am Tag der offenen Tür, versalen Sie Ems-Chemie-Chefin und SVP-Nationalrätin Magdalena Martullo bei den Wahlen im Herbst die Suppe?

(lacht) Ich möchte Frau Nationalrätin Magdalena Martullo gar keine Suppe versalzen, denn dazu gibt es gar keine Veranlassung. Frau Martullo hat schon mehrfach unsere Anliegen in Bern in ihre Fraktion getragen und hat, im Unterschied zu anderen, eine gewisse Affinität zu unserer Branche gezeigt. Und wie gesagt, die Gastronomie kennt keine Parteigrenzen.

Blattschuss



Die öffentlichen und rätomanischen Medien wollen also ihre Kräfte bündeln. **«Media rumantschas 2019»** heisst das in dieser Woche vorgestellte Konzept. Als externen Berater für das Projekt engagierte die Sprachorganisation Lia Rumantscha im November 2018 den früheren NZZ-Chefredaktor **Markus Spillmann**. Böse Zungen behaupten, allein mit seinem Honorar wären die Druckkosten von «La Quotidiana» ein Jahr lang garantiert.

Die schweizerische SP hat mit ihrem Telefon-Wahlkampf begonnen. Laut Pressemeldungen hat das entsprechende Callcenter jetzt schon mehrmals den St. Galler Nationalrat **Lukas Reimann** angerufen und um seine Stimme gebeten. Doch der ist leider in der SVP.

Ebenfalls im Vorwahlkampf verteilt die CVP an der diesjährigen Churer Frühjahrsmesse **Higa** Glace, die SVP aber Schöggeli. Im Oktober wird sich dann weisen, wer das Wahlziel unterkühlt erreicht und wer sich einen Schoggi-Job sichert.

Bei der **SVP** an der Higa kann zusätzlich auch noch mit der Armbrust geübt und geschossen werden. Dies ist auch nötig, denn bei den Zürcher Wahlen hat ja der SVP-Schuss sein Ziel verfehlt. Eigentlich schade, der BT-Blattschuss hätte gerne einen Kollegen gehabt.

Die **FDP** Schweiz erforscht ihren eigenen politischen Klimakurs. Mit einem Fragebogen will die Partei bei ihren Mitgliedern den Puls zur Umwelt- und Klimapolitik nehmen. Auch will sie wissen, ob sie überhaupt an einen durch den Menschen verursachten Klimawandel glauben. Und die Erde ist eine Scheibe oder?

Gerne hätte der BT-Blattschuss die Antwort auf folgende Frage gewusst, welche die FDP ihren Mitgliedern stellt: «Wie viel Prozent Ihres eigenen Jahreseinkommens wären Sie bereit, zusätzlich für eine zielführende Klima- und Umweltpolitik zu bezahlen?» Was «zielführend» bedeutet, ist in der Politik wie so oft Ansichtssache. Aber zumindest bekommt der oft zitierte **Klimarappen** bei der FDP eine ganz persönliche (Bank-)Note.

Es ist zu befürchten, dass sich auch noch der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte mit dem Fall des **Churer Grosskinos** zu befassen hat, bevor endlich der erste Film im neuen City-West-Multiplex gezeigt werden kann. Irgendeine Argumentation wird den Gegnern bestimmt einfallen.

Die **HTW Chur** hat auf ihre Weise einen Beitrag zur Diskussion rund um den Klimawandel geleistet. Mit ihrem Post auf Instagram, dass Tourismus-Studienleiter **Thorsten Merkle** mit dem Flugzeug von seinem Wohnort im Wallis zum Arbeitsort nach Chur pendelt, hat die Hochschule ein grosses Echo ausgelöst. Anscheinend seien die im Rahmen einer eben erst durchgeführten Nachhaltigkeitswoche formulierten Ziele bloss Heuchelei gegenüber den Studierenden, so ein Kommentar. Der kritisierte Studienleiter rechtfertigte sich damit, dass er die ökologischen Folgen des (Hobby-)Fliegens damit kompensiere, dass er kein Auto besitze. Zudem sorge der Unterhalt des 50-jährigen Oldtimers auch für Arbeitsplätze in der Region. Nachhaltigkeit habe eben nicht nur eine ökologische, sondern auch eine ökonomische und soziale Dimension. «Abheben mit HTW, was willsch no meh», meinte da ein Instagrammer.