



Kennzahlen | 2020



KOMPETENT IN HOTELLERIE UND GASTRONOMIE
TREUHAND | BETRIEBSBERATUNG | IMMOBILIENBERATUNG
SEIT 1960





Treuhand und Beratung: Wir wissen, wovon wir sprechen.

Mit uns haben Sie einen Partner an Ihrer Seite mit über 60 Jahren Erfahrung in der Hotellerie und Gastronomie. Nutzen Sie unsere Kompetenz, unser Engagement sowie fundiertes und breites Fachwissen für Ihren Erfolg. Wir hören zu, denken mit und zeigen Ihnen verschiedene Lösungswege auf.

Wählen Sie aus unseren Dienstleistungs-Modulen Buchhaltung, Personalwesen und Controlling. Wir messen Ihren Betrieb anhand von Vergleichs- und Referenzwerten, zeigen Ihnen Optimierungspotenziale, beraten Sie in Personal- und Sozialversicherungsfragen und unterstützen Sie effektiv und effizient in sämtlichen Finanz- und Steuerangelegenheiten. Wir verarbeiten Ihre Unterlagen digital durch Spezialisten und mit modernster Infrastruktur. Damit entlasten wir Sie in Ihrem Alltag und Sie können sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren.

Unsere Beratung ist lösungsfokussiert, praxisorientiert und liefert Ihnen Entscheidungsgrundlagen. Wir denken immer einen Zug voraus und haben ein wachsames Auge für Veränderungen. Wir analysieren für Sie den Markt, die Konkurrenz und Trends. Entwickeln Sie mit uns neue Konzepte und lassen Sie sich bei Vertragsangelegenheiten begleiten. Bauen Sie auf unsere Expertise in Immobilienfragen – sei es für einen Umbau, eine Finanzierung, eine Bewertung oder einen Verkauf. Profitieren Sie von unserem langjährig aufgebauten Netzwerk, beispielsweise für die diskrete Suche nach professionellen Betreibern oder Investoren für spezifische Objekte und Projekte.

Martin Küttel
Partner

Hanspeter Blättler
Partner

Simon Bachmann
Partner

Vorwort

Tourismus

Die Tourismusbranche hat sich wieder gut erholt. Im Jahr 2018 wurde mit knapp 39 Millionen Übernachtungen ein neuer Rekord verzeichnet. Erfreulicherweise konnte eine Steigerung der Logiernächte von Gästen aus dem In- und Ausland von 2014 bis 2018 von insgesamt 8% verzeichnet werden. Insbesondere die Märkte wie Indien, die USA und China befinden sich im Aufschwung. Generell kann eine höhere Diversifizierung der Quellmärkte festgestellt werden. Die europäischen Kernmärkte haben sich gegenüber 2014 jedoch noch nicht erholt.

Hotellerie

Die Luxus Hotellerie wies seit 2015 das grösste Wachstum in der Zimmerauslastung auf. Allerdings musste sie auch den grössten Rückgang in der durchschnittlichen Zimmerrate hinnehmen. Die Budget Hotellerie ist im gleichen Zeitraum relativ stabil geblieben. Das online Buchungsportal airbnb führte ebenfalls zu einer starken Zunahme der Logiernächte. Da die wenigsten der aufgeführten Unterkünfte registriert sind, fehlen diese jedoch in den offiziellen Statistiken.

Geographisch gesehen weisen die Tourismusregionen Genf und Zürich deutlich die höchste Auslastung auf. Die höchste Steigerung der Auslastung von 2014 bis 2018 konnten die Regionen Luzern/ Vierwaldstättersee, Jura & Drei-Seen-Land und Wallis vorweisen.

Gastronomie

Die Gastronomie der letzten Jahre zeigt ein kaum verändertes Bild. Die Anzahl der Betriebe in der Schweiz ist in den letzten Jahren stabil geblieben. Zudem ist eine hohe Dynamik im Gastromarkt zu beobachten. Neue Konzepte entstehen und neue Franchiseprodukte aus dem Ausland dringen (wieder) auf den Schweizer Markt. Die klassischen Restaurationsbetriebe geraten von zwei Seiten in Bedrängnis: Einerseits von den Kleinkonzepten (z.B. Pop Ups) und Betrieben mit begrenztem Food-Angebot (inkl. Bäckereien und Metzgereien). Andererseits von den Gemeinschaftsverpflegungs- und Systemgastronomiebetrieben, welche mit neuen eigenen sowie eingekauften Konzepten den traditionellen Verpflegungsmarkt aufmischen.

Kennzahlenbroschüre

Um eine möglichst breite Marktübersicht sicher zu stellen, wurde die vorliegende Ausgabe mit statistischem Material von weiteren für die Branche relevanten Daten ergänzt.

Neu wurde der Bericht mit einem Kapitel zum Thema Immobilien ergänzt. Die KATAG & Partners AG - als schweizweit tätige Expertin für Immobilienbewertungen in der Hotellerie und im Gastgewerbe - zeigt deren Komplexität auf. Es werden verschiedene Details für eine Immobilienbewertung im Gastgewerbe aufgezeigt.

Wir hoffen, Ihnen den grösstmöglichen Nutzen aus den zusammengestellten Informationen liefern zu können. Selbstverständlich stehen wir Ihnen für weitere Auskünfte gerne zur Verfügung.

Das KATAG & Partners AG-Team

Inhaltsverzeichnis

1	Betriebe	5
1.1	Betriebe	5
1.2	Die grössten Schweizer Gemeinschaftsverpfleger	6
2	Volkswirtschaftliche Bedeutung	7
2.1	Gesamtumsatz Hotellerie und Restauration	7
2.2	Aufstellung pro Kanton	9
2.3	Logiernächte-Entwicklung in der Schweiz	10
3	Betriebsstruktur	12
3.1	Umsatz pro Betrieb (Hotellerie und Restauration)	12
3.2	Aufteilung Hotelbetriebe nach Anzahl Betten	13
3.3	Aufteilung Restaurants nach Anzahl Stühlen	15
3.4	Mitarbeiter pro Betrieb (Hotellerie und Restauration)	16
3.5	Mittagsmahlzeiten – Preisbarometer in CHF	17
3.6	Entwicklung der Umsatzstruktur traditioneller Restaurants	19
3.7	Beherbergungs-Moyenne nach Sternen	20
3.8	Zimmerauslastung nach Sternen	21
3.9	Verteilung Sternekategorien nach Region	22
3.10	Zimmerauslastung nach Tourismusregionen 2018	23
3.11	Logiernächte nach Regionen 2018	24
3.12	Langfristige Zimmerauslastung nach Regionen	25
3.13	Aufenthaltsdauer	26
4	Kostenstruktur in der Restauration	27
4.1	Der Warenbruttogewinn	27
4.2	Entwicklung der Mindestlöhne	28
4.3	Umsatzkennzahlen Mitarbeitende in der Restauration	29
4.4	Mitarbeiteraufwand	29
4.5	Mietzinse je Restaurationstyp	30
4.6	Mietzinse im Rohbau	30
5	Kostenstruktur in der Hotellerie	31
5.1	Prozentuales Küchen-, Keller- und Warenergebnis im Vorjahresvergleich	31
6	Erfolgsrechnung in % nach verschiedenen Betriebstypen	32
7	Erfolgsrechnung in % nach Hotelkategorien	33
8	Immobilienbewertung in der Hotellerie und im Gastgewerbe	34
8.1	Welche äusseren Faktoren haben Einfluss auf den Wert?	35
8.2	Reprokosten	35
8.3	Technische Entwertung	37
8.4	Erfolgsrechnung	38
8.5	Plan Umsatz	38
8.6	Mitarbeiterkosten	39
8.7	Plan Mietzins	39
8.8	Plan-Erfolgsrechnung	39
8.9	Mieterspiegel	39
8.10	Kapitalisierungssatz Hotel Restaurant	40
8.11	Ertragswert und Verkehrswert	40

1.1 Betriebe

Von 2014 bis 2017 hat sich das Total der Anzahl Betriebe in der Schweiz kaum verändert. Bei genaueren Studium fällt jedoch auf, dass es bei gewissen Betriebsarten durchaus zu markanten Veränderungen gekommen ist. Die Anzahl Hotels mit Restaurants sind mit 8.6% rückläufig. Dies widerspiegelt den Trend, dass je länger je mehr neue Hotels ohne eigene Restaurants auf den Markt kommen. Die Hotels können somit operative Restaurantkosten im Personalbereich wie auch beim Warenaufwand sparen. Der Gast auf der anderen Seite hat die Wahl, sich je nach Budget und Bedürfnis eine alternative Verpflegungsmöglichkeit ausserhalb des Hauses zu suchen. Die stärkste Zunahme konnte bei den Kollektivunterkünften festgestellt werden. Bei Kollektivunterkünften handelt es sich um Gruppenunterkünfte mit oftmals minimalem Komfort wie Vereins- und Clubhäuser, Touristen- und Massenlager, Berghütten, Jugend- und Sportquartiere, usw..

Abbildung 1 Betriebsarten 2014-2017

Betriebsarten	2014	in %	2015	in %	2016	in %	2017	in %	Abweichung 2014-2017
Hotels mit Restaurant	3 917	11,9%	3 809	11,6%	3 699	11,2%	3 581	11,0%	-8,6%
Hotels ohne Restaurant	464	1,4%	450	1,4%	464	1,4%	470	1,4%	1,3%
Ferienwohnungen, Ferienhäuser	906	2,7%	881	2,7%	898	2,7%	939	2,9%	3,6%
Kollektivunterkünfte	581	1,8%	644	2,0%	676	2,0%	680	2,1%	17,0%
Campingplätze	355	1,1%	348	1,1%	329	1,0%	344	1,1%	-3,1%
Sonstige Beherbergungsstätten	45	0,1%	41	0,1%	37	0,1%	37	0,1%	-17,8%
Restaurants, Cafés	21 617	65,4%	21 652	65,7%	21 764	66,0%	21 353	65,6%	-1,2%
Event-Caterer	1 215	3,7%	1 234	3,7%	1 271	3,9%	1 294	4,0%	6,5%
Kantinen	1 273	3,9%	1 282	3,9%	1 267	3,8%	1 292	4,0%	1,5%
Bars	2 241	6,8%	2 238	6,8%	2 238	6,8%	2 251	6,9%	0,4%
Diskotheiken, Dancings, Night Clubs	418	1,3%	376	1,1%	347	1,1%	322	1,0%	-23,0%
Total Betriebe	33 032	100%	32 955	100%	32 990	100%	32 563	100%	-1,4%

Quelle 1 Bundesamt für Statistik

Die Anzahl Restaurants ist stabil geblieben, wobei jedes Jahr mit einer relativ hohen Anzahl an Schliessungen und Neueröffnungen zu rechnen ist. Event-Caterer waren weiterhin gefragt. Diese können mit einer guten Auslastung profitabel arbeiten, was stetig für Neueintritte auf dem Markt sorgt. Der Abwärtstrend der Diskotheken und Night Clubs hielt nach wie vor an.

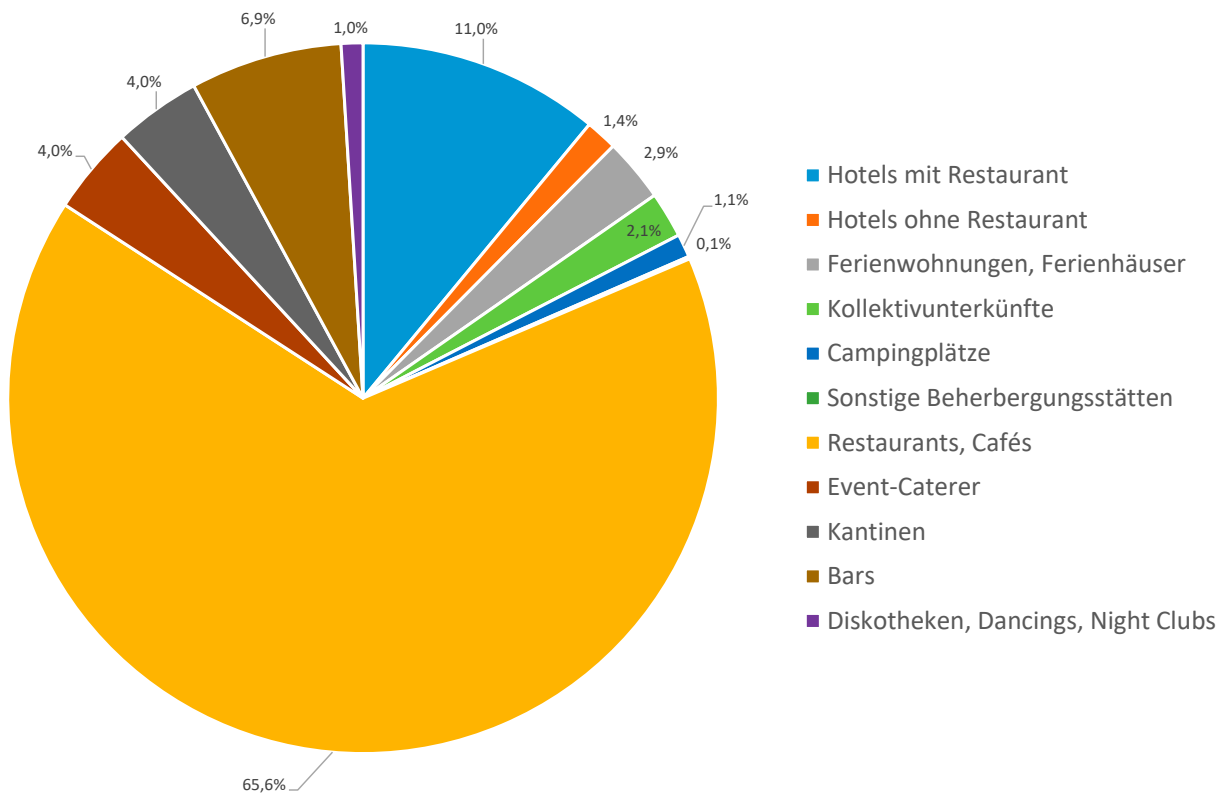
Restaurants und Cafés machen mit Abstand das grösste Stück vom Kuchen aus. Dies zeigt eine Analyse der Betriebsarten der Jahre 2014 bis 2017. Es ist dabei zu berücksichtigen, dass es oftmals gerade bei Restaurants eine Herausforderung ist, diese rentabel zu führen.¹

¹ Quelle: BFS Arbeitsstätten und Beschäftigte nach Kanton, Wirtschaftsart und Grössenklasse



1 | Betriebe

Abbildung 2 Betriebsarten 2017

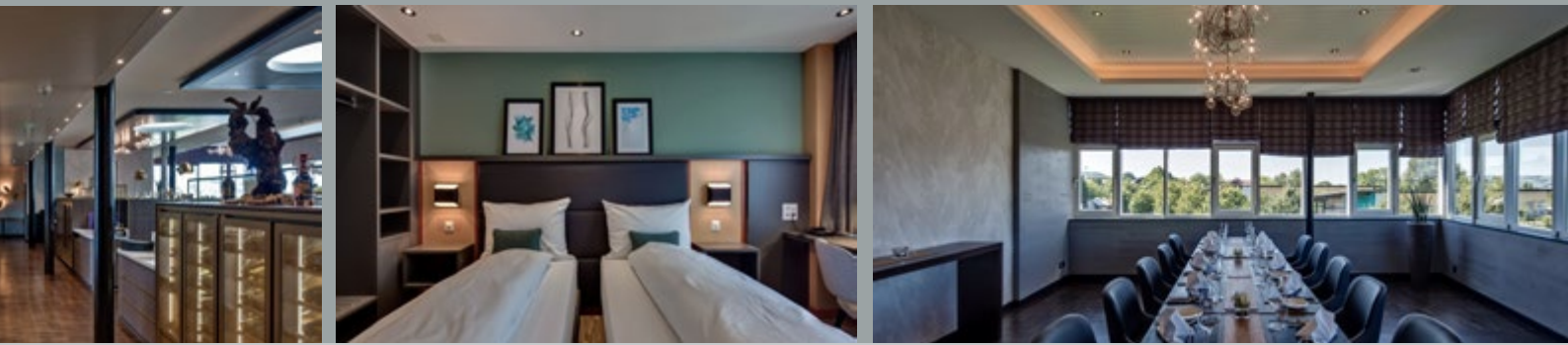


Quelle: 2 Bundesamt für Statistik

Insgesamt machen die Beherbergungsbetriebe rund 19% und die Gastronomiebetriebe dementsprechend rund 81% aller Betriebe aus.

1.2 Die grössten Schweizer Gemeinschaftsverpfleger

Die Compass Group weist seit 2013 keine länderspezifischen Zahlen mehr aus. Aufgrund der weltweiten Tätigkeit ist es sehr schwierig, eine Schätzung zum Schweizermarkt abzugeben. Die SV Group weist seit 2015 keine Umsatzangaben zu den einzelnen Ländern mehr aus. Die Umsätze der beiden verbleibenden Unternehmen konnten von 2016 auf 2017 erneut gesteigert werden. Zwischen 2010 und 2017 konnten sowohl die Eldora wie auch die ZFV mit 28% und 53% ein sehr positives Umsatzwachstum verzeichnen.



Betriebe | 1

Abbildung 3 Die grössten Schweizer Gemeinschaftsverpfleger

Umsätze in Mio. CHF	2010	2013	2014	2015	2016	2017
SV Group (nur CH)	436,9	437	465		Keine Publikation	
Eldora (ehemals DSR - Le Restaurateur)	263	291	294	306	315	336
ZFV-Unternehmungen	179	220	236	237	247	273
Compass Group Schweiz	260			Keine Publikation		
Total	1138,7	948,1	994,5	543,3	562,1	609,4

Anzahl Betriebe	2010	2013	2014	2015	2016	2017
SV Group (nur CH)	336	306	327	331	328	307
Eldora (ehemals DSR - Le Restaurateur)	240	260	260	269	270	257
ZFV-Unternehmungen	124	149	153	161	164	191
Compass Group Schweiz	355			Keine Publikation		
Total	1055	715	740	761	762	755

Quelle 3 Gemäss einzelner Geschäftsberichte auf der jeweiligen Homepage

Bei den Anzahl Betrieben ist bei der SV Group und bei der Eldora ein Reduzierung festzustellen. Die Eldora konnte dabei dennoch eine Umsatzsteigerung erzielen. Die ZFV weist ein stetiges Wachstum auf. ²

2.1 Gesamtumsatz Hotellerie und Restauration

Nach einem Einbruch des Gesamtumsatzes der Branche in der Schweiz im 2015 ist dieser 2016 wieder auf über CHF 28 Mia. angestiegen. Der Anteil Umsatz für die Gastronomie betrug für das Jahr 2016 rund 64% oder CHF 18.2 Mia. Rund CHF 10.2 Mia. oder 36% werden im Beherbergungsbereich erwirtschaftet.

² Quelle: Geschäftsberichte und Publikationen auf der jeweiligen Homepage

2 | Volkswirtschaftliche Bedeutung

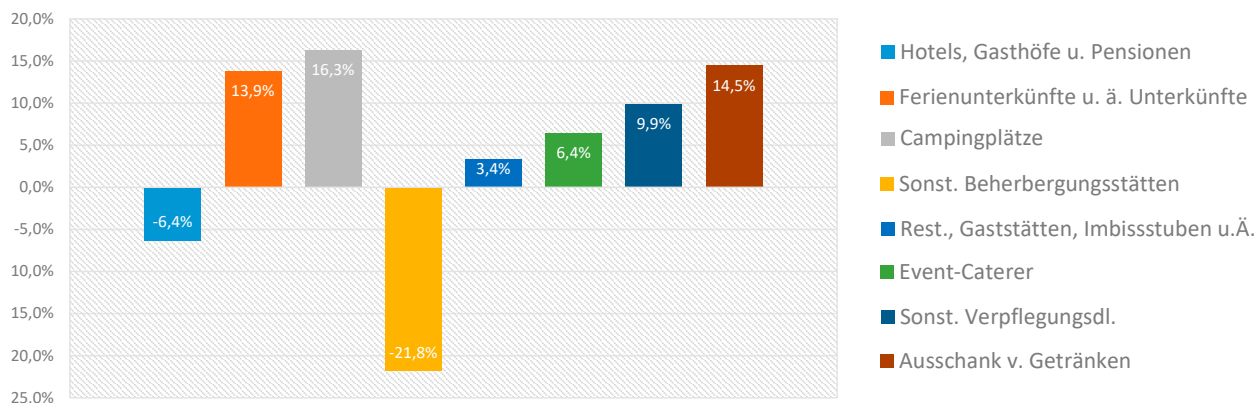
Abbildung 4 Beschäftigte im Gastgewerbe / Umsatz der Branche

Beschäftigte im Gastgewerbe / Umsatz der Branche					
Angaben in Tausend	Total*	VZE*	Besch. Grad	Umsatz pro MA/Jahr	Umsatz **
Jahr					Branche/Jahr
2008	251,1	185,6	73,9%	151,5	28 114 500
2011	237,1	179,4	75,7%	159,7	28 658 812
2012	236,7	177,9	75,1%	158,9	28 268 082
2013	238,4	179,9	75,5%	157,7	28 377 105
2014	240,5	182,5	75,9%	158,5	28 921 539
2015	240,3	178,1	74,1%	155,4	27 678 082
2016	241,8	179,4	74,2%	158,4	28 404 406
2017	242,1	178,3	73,7%	0,0	Keine Daten

Quelle 4 *Bundesamt für Statistik *VZE (Vollzeitäquivalente) **Eidgenössische Steuerverwaltung ESTV

Zwischen 2008 und 2016 ist der Gesamtumsatz im Gastgewerbe um knapp CHF 290 Mio. oder 1% angestiegen. Der Umsatz der Beherbergung ist dabei um ca. 5% gesunken und der Umsatz der Gastronomie um rund 5% gewachsen. In der längerfristigen Betrachtung von 2008 bis 2016 zeigen sich deutliche Differenzen in der Umsatzentwicklung.

Abbildung 5 Umsatzentwicklung Gesamtumsatz 2008 bis 2016



Quelle 5 Eidgenössische Steuerverwaltung ESTV

Es ist eine Verschiebung von der klassischen Hotellerie hin zu den übrigen Anbietern von Übernachtungsmöglichkeiten zu beobachten. Grösste Gewinner sind dabei die Ferienunterkünfte. Grosse Anbieter wie AirBnB konnten in diesem Zeitraum bereits markante Wachstumsraten vorweisen. Da viele dieser privaten Unterkünfte bis heute nicht registriert sind, kann in Realität wahrscheinlich mit einem weitaus stärkeren Wachstum gerechnet werden.

Der Umsatzanteil der Ferienunterkünfte von total CHF 607 Mio. ist im Vergleich zu den CHF 9.5 Mia. der Hotels immer noch sehr gering. In der Gastronomie konnten die meisten Sparten ihren Umsatz steigern. Insbesondere die Sparte «Ausschank von Getränken» konnte ihren Umsatz erhöhen. Dieser ist vorwiegend auf den Umsatz von Bars zurück zu führen.³

³ Quellen: *Bundesamt für Statistik (BFS) ** Eidgenössische Steuerverwaltung ESTV

2.2 Aufstellung pro Kanton

Die Restaurantdichte in der Schweiz verzeichnet seit 2011 ein geringe aber stetige Abnahme. Die Anzahl Betriebe ist zwar leicht gewachsen, die Bevölkerung hat dabei in dem gleichen Zeitraum jedoch schneller zugenommen. Nichtsdestotrotz ist die Restaurantdichte in der Schweiz nach wie vor sehr hoch. Spitzenreiter an Neueröffnungen sind die Kantone Waadt und Genf mit 27 und 38 neuen Betrieben von 2014 bis 2017. Umgekehrt fanden unter dem Strich in den Kantonen Zürich, St. Gallen, Tessin und Wallis mit über 60 Betrieben am meisten Schliessungen statt. Tendenziell besteht in den kleinen ländlichen Kantonen oder in touristischen Bergkantonen eine weitaus höhere Dichte an Betrieben.

Abbildung 6 Anzahl Betriebe pro Kanton

Kanton	Einwohner 2014	Anzahl Betriebe 2014	Einwohner pro Betrieb	Einwohner 2015	Anzahl Betriebe 2015	Einwohner pro Betrieb	Einwohner 2016	Anzahl Betriebe 2016	Einwohner pro Betrieb	Einwohner 2017	Anzahl Betriebe 2017	Einwohner pro Betrieb
Aargau	645 277	1 693	381	653 675	1 685	388	663 462	1 699	391	670 988	1 664	403
Appenzell A.Rh.	54 064	256	211	54 543	249	219	54 954	254	216	55 178	247	223
Appenzell I.Rh.	15 854	109	145	15 974	106	151	16 003	103	155	16 105	97	166
Basel-Landschaft	281 301	655	429	283 231	651	435	285 624	661	432	287 023	651	441
Basel-Stadt	190 580	849	224	191 817	832	231	193 070	828	233	193 908	825	235
Bern	1 009 418	3 783	267	1 017 483	3 790	268	1 026 513	3 800	270	1 031 126	3 758	274
Freiburg	303 377	996	305	307 461	999	308	311 914	1 006	310	315 074	979	322
Genève	477 385	2 208	216	484 736	2 245	216	489 524	2 242	218	495 249	2 235	222
Glarus	39 794	209	190	40 028	211	190	40 147	213	188	40 349	211	191
Graubünden	195 886	1 933	101	196 610	1 914	103	197 550	1 911	103	197 888	1 879	105
Jura	72 410	336	216	72 782	339	215	73 122	331	221	73 290	323	227
Luzern	394 604	1 140	346	398 762	1 150	347	403 397	1 160	348	406 506	1 149	354
Neuchâtel	177 327	725	245	178 107	709	251	178 567	697	256	177 964	715	249
Nidwalden	42 080	146	288	42 420	152	279	42 556	149	286	42 969	160	269
Obwalden	36 834	210	175	37 076	209	177	37 378	204	183	37 575	205	183
Schaffhausen	79 417	310	256	79 836	301	265	80 769	295	274	81 351	300	271
Schwyz	152 759	690	221	154 093	671	230	155 863	670	233	157 301	678	232
Solothurn	263 719	849	311	266 418	869	307	269 441	868	310	271 432	841	323
St. Gallen	495 824	1 943	255	499 065	1 921	260	502 552	1 911	263	504 686	1 880	268
Thurgau	263 733	921	286	267 429	915	292	270 709	914	296	273 801	882	310
Ticino	350 363	2 247	156	351 946	2 227	158	354 375	2 241	158	353 709	2 179	162
Uri	36 008	250	144	35 973	255	141	36 145	248	146	36 299	249	146
Waadt	761 446	2 877	265	773 407	2 914	265	784 822	2 907	270	793 129	2 915	272
Wallis	331 763	2 842	117	335 696	2 796	120	339 176	2 810	121	341 463	2 773	123
Zug	120 089	390	308	122 134	394	310	123 948	394	315	125 421	372	337
Zürich	1 446 354	4 471	323	1 466 424	4 466	328	1 487 969	4 491	331	1 504 346	4 409	341
Schweiz	8 237 666	33 038	249	8 327 126	32 970	253	8 419 550	33 007	255	8 484 130	32 576	260

Quelle 6 Bundesamt für Statistik STATENT

In der Rangliste der Kantone mit der höchsten Dichte hat sich wenig verändert. Die höchste Dichte an touristischen Betrieben verfügt dabei nach wie vor der Kanton Graubünden mit 9.5 Betrieben auf 1'000 Einwohner, gefolgt vom Wallis mit 8.1. Am anderen Ende der Rangliste liegt Basel Land mit rund 2.3 Betrieben pro 1'000 Einwohner. Der Schweizerische Mittelwert liegt bei rund 4 Betrieben pro 1'000 Einwohner. ⁴

⁴ Quelle: Bundesamt für Statistik: STATENT

2 | Volkswirtschaftliche Bedeutung

2.3 Logiernächte-Entwicklung in der Schweiz

Die Entwicklung des Gesamtmarktes von 2014 bis 2016 war von einer Stagnation geprägt. In den Jahren 2017 und 2018 konnte mit 5.2% und 3.8% gegenüber den Vorjahren ein deutlich positives Wachstum verzeichnet werden. Das Jahr 2018 ist mit erfreulichen 38.8 Mio. Logiernächten ein Rekordjahr.

Abbildung 7 Logiernächte-Entwicklung in der Schweiz in Zahlen

Angaben in Tausend	Abweichung		Abweichung		Abweichung		Abweichung		2018
	2014	2014-2015	2015	2015-2016	2016	2016-2017	2017	2017-2018	
Gäste aus dem Inland	16 026,1	0,2%	16 052,2	1,2%	16 244,6	4,2%	16 919,9	2,9%	17 413,0
Gäste aus dem Ausland	19 907,4	-1,7%	19 576,3	-1,5%	19 288,0	6,1%	20 472,9	4,5%	21 393,7
Total	35 933,5	-0,8%	35 628,5	-0,3%	35 532,6	5,2%	37 392,7	3,8%	38 806,8
Deutschland	4 394,5	-12,3%	3 853,2	-3,9%	3 703,8	1,1%	3 745,1	3,9%	3 891,9
Grossbritannien	1 667,4	-1,6%	1 640,5	-0,4%	1 633,2	-1,1%	1 615,7	2,3%	1 652,3
Frankreich	1 337,9	-6,2%	1 254,4	-0,8%	1 244,6	-0,0%	1 244,4	3,3%	1 285,9
Italien	1 014,1	-7,6%	936,9	-1,8%	919,8	0,8%	927,3	-0,8%	919,8
Belgien	625,6	-9,5%	566,2	-4,9%	538,6	9,1%	587,6	3,9%	610,3
Niederlande	681,7	-14,4%	583,8	0,1%	584,4	3,7%	605,8	4,5%	633,0
Diverse	3 282,7	-10,0%	2 953,2	1,3%	2 992,2	5,1%	3 145,4	4,0%	3 271,4
Total	13 003,8	-9,3%	11 788,2	-1,5%	11 616,5	2,2%	11 871,3	3,3%	12 264,5
USA	1 644,4	5,7%	1 738,8	5,5%	1 834,5	11,5%	2 046,4	10,1%	2 252,7
China (ohne Hongkong)	1 034,3	33,3%	1 378,4	-18,0%	1 130,9	13,1%	1 279,2	6,3%	1 359,5
Diverse	4 224,9	10,6%	4 670,8	0,8%	4 706,1	12,1%	5 275,9	4,6%	5 517,0
Total	6 903,6	12,8%	7 788,1	-1,5%	7 671,5	12,1%	8 601,5	6,1%	9 129,2
Total Ausland	19 907,4	-1,7%	19 576,3	-1,5%	19 288,0	6,1%	20 472,9	4,5%	21 393,7

Quelle 7 Bundesamt für Statistik

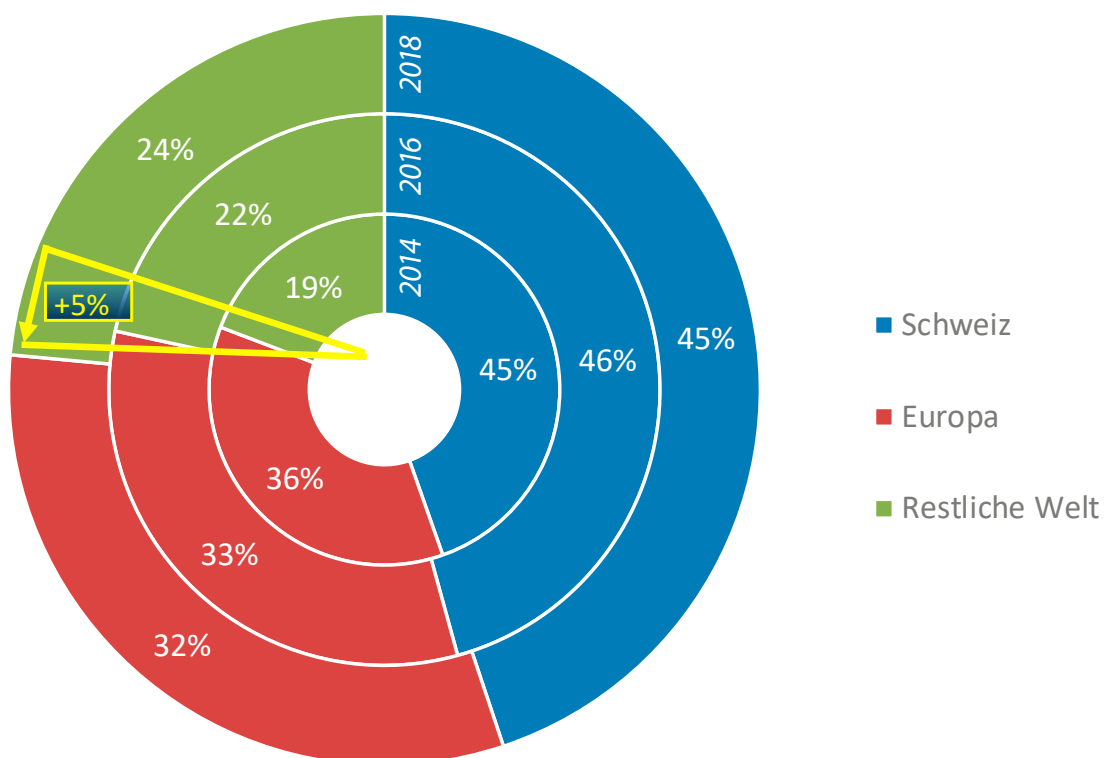
Wirft man einen Blick auf die einzelnen Herkunftsländer, sind durchaus unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Vor allem nach dem Frankenschock im Januar 2015 sind verschiedene Märkte innert kurzer Zeit eingebrochen. Unser wichtigster Gästemarkt im Ausland, Deutschland, ist von 2014 auf 2015 um satte 12.3% eingebrochen. Seit 2017 ist zwar wieder ein Wachstum zu erkennen, die Logiernächte lagen 2018 jedoch immer noch 11.4% unter dem Wert von 2014. Der Einbruch von weiteren wichtigen europäischen Gästemarkten wie Frankreich, Italien, Belgien oder den Niederlanden um 6.2% bis zu 14.4% zeigt, wie preissensitiv der Markt auf Kursschwankungen reagieren kann. Keines dieser Länder hat die Anzahl Logiernächte aus dem Jahr 2014 wieder erreichen können.

Erfreulicherweise sind die beiden grossen Märkte USA und China zusammen mit den restlichen Ländern auf der Welt in diesem Zeitraum insgesamt um über 30% gewachsen. Seit 2015 repräsentieren die USA sogar den zweitwichtigsten Kundenmarkt im Ausland. China verzeichnete 2016 aufgrund von Konjunkturschwankungen, erschwerten Visabedingungen und aus Angst vor Anschlägen einen kurzzeitigen Einbruch.

Auch die Inlandnachfrage ist sehr erfreulich. Seit 2014 sind die Logiernächte der Schweizer Gäste um insgesamt 8.7% gestiegen.

Nachfolgende Abbildung verdeutlicht die Nachfrageverschiebung weg von den europäischen Kernmärkten:

Abbildung 8 Logiernächteentwicklung in der Schweiz - Graph



Die Auslandnachfrage ist heute viel breiter abgestützt. Diese Diversifizierung verringert einerseits die Abhängigkeit von einzelnen Ländern und Regionen. Andererseits gestaltet es die Marktbearbeitung für den Hotelier deutlich aufwändiger, da eine viel heterogenere Gästegruppe angesprochen werden muss. Neben dem Marketing- und Sales-Aufwand bringen viele der „Neuen Märkte“ einen höheren Aufwand pro Zimmernacht mit sich, da die durchschnittliche Aufenthaltsdauer tiefer liegt als bei den traditionellen Märkten. Für Hoteliers wird es je länger je anspruchsvoller, gezielte wirksame Marketingmassnahmen umzusetzen. Die Abhängigkeit von grossen internationalen online Verkaufskanälen (OTA) wie Booking.com ist massiv gestiegen.⁵

⁵ Quelle: Bundesamt für Statistik

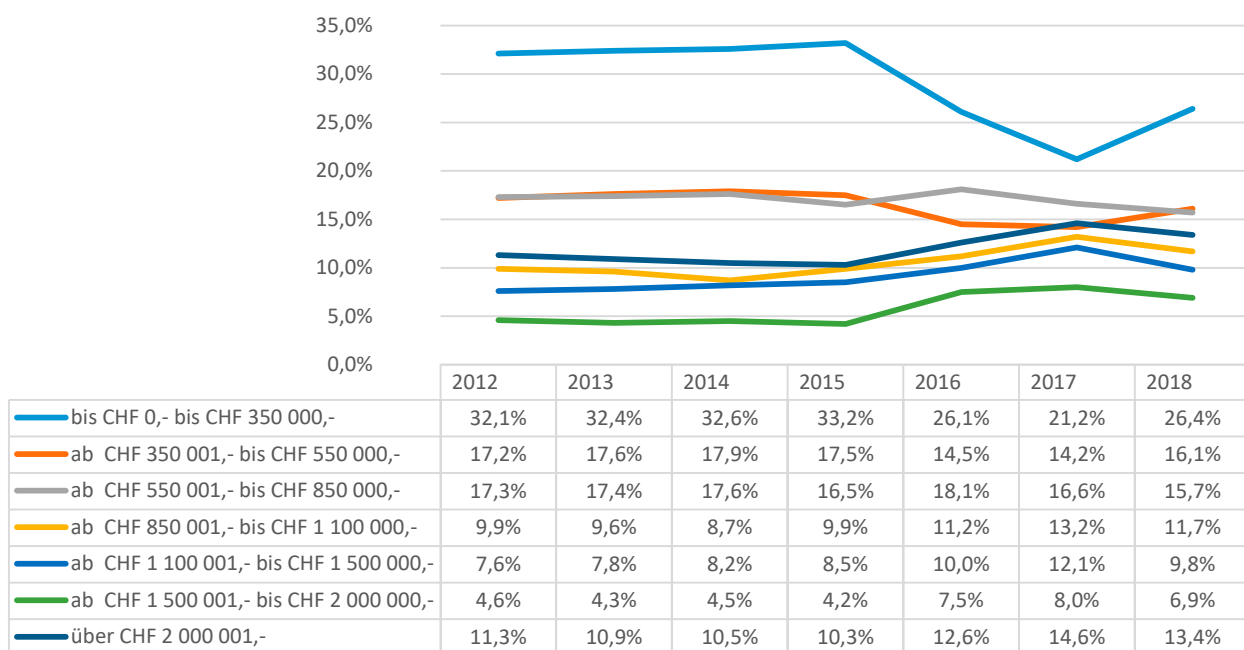


3 | Betriebsstruktur

3.1 Umsatz pro Betrieb (Hotellerie und Restauration)

In den Jahren 2012 bis 2015 ist die Entwicklung der verschiedenen Betriebe relativ stabil verlaufen. Anschliessend kam es zu einem Strukturwandel in der Branche. Generell haben vor allem die kleinen Betriebe an Terrain verloren. Am stärksten sind dabei die Kleinstbetriebe (bis CHF 350'000.-) eingebrochen. Seit 2018 scheinen sich die Kleinkonzepte wieder etwas erholt zu haben.

Abbildung 9 Betriebsgrösse nach Umsatz



Quelle 9 Gastrosuisse

Im selben Zeitraum konnten die grösseren Betriebe Ihre Anteile steigern. Eine markante Steigerung zeigen dabei die Betriebe mit CHF 1.5 Mio. bis CHF 2 Mio. Umsatz. Mit diesem Umsatzvolumen lassen sich diese Unternehmen im Verhältnis kostengünstiger und rentabler führen. Mit 58.2% sind die kleineren Betriebe (bis CHF 850'000.-) immer noch am stärksten im Markt vertreten. ⁶

⁶ Quelle: Gastrosuisse



Betriebsstruktur | 3

3.2 Aufteilung Hotelbetriebe nach Anzahl Betten

Die Hotellandschaft Schweiz zeigt ein klares Bild: Ein Drittel der Betriebe weist 1-20 Betten auf, ein Drittel weist 20-50 Betten auf und ein Drittel der Hotelbetriebe hat über 50 Betten anzubieten.

Abbildung 10 Aufteilung Hotelbetriebe nach Anzahl Betten

Betriebsgrösse	2014	Betriebe	Aufteilung	Betten	Aufteilung	Zimmer	Aufteilung	
Kleinstbetriebe	1 - 20	Gastbetten	1 666	36,6%	23 046	9,4%	12 079	9,4%
Kleine Betriebe	21 - 50	Gastbetten	1 510	33,2%	54 918	22,3%	28 112	21,9%
Mittlere Betriebe	51 - 100	Gastbetten	846	18,6%	64 023	26,0%	33 500	26,0%
Grosse Betriebe	über 100	Gastbetten	532	11,7%	104 462	42,4%	54 947	42,7%
Total			4 554	100,0%	246 449	100,0%	128 638	100,0%

Betriebsgrösse	2015	Betriebe	Aufteilung	Betten	Aufteilung	Zimmer	Aufteilung	
Kleinstbetriebe	1 - 20	Gastbetten	1 629	36,1%	22 467	9,1%	11 833	9,2%
Kleine Betriebe	21 - 50	Gastbetten	1 498	33,2%	54 897	22,2%	27 917	21,6%
Mittlere Betriebe	51 - 100	Gastbetten	842	18,7%	63 271	25,6%	33 049	25,6%
Grosse Betriebe	über 100	Gastbetten	541	12,0%	106 989	43,2%	56 179	43,6%
Total			4 509	100,0%	247 625	100,0%	128 979	100,0%

Betriebsgrösse	2016	Betriebe	Aufteilung	Betten	Aufteilung	Zimmer	Aufteilung	
Kleinstbetriebe	1 - 20	Gastbetten	1 562	35,4%	21 528	8,7%	11 375	8,9%
Kleine Betriebe	21 - 50	Gastbetten	1 463	33,2%	53 797	21,8%	27 316	21,3%
Mittlere Betriebe	51 - 100	Gastbetten	842	19,1%	63 923	25,9%	33 246	25,9%
Grosse Betriebe	über 100	Gastbetten	544	12,3%	107 184	43,5%	56 587	44,0%
Total			4 411	100,0%	246 432	100,0%	128 523	100,0%

Betriebsgrösse	2017	Betriebe	Aufteilung	Betten	Aufteilung	Zimmer	Aufteilung	
Kleinstbetriebe	1 - 20	Gastbetten	1 392	31,9%	17 629	7,0%	9 515	7,3%
Kleine Betriebe	21 - 50	Gastbetten	1 458	33,4%	49 441	19,7%	25 283	19,4%
Mittlere Betriebe	51 - 100	Gastbetten	902	20,6%	64 904	25,9%	33 460	25,7%
Grosse Betriebe	über 100	Gastbetten	617	14,1%	119 016	47,4%	61 795	47,5%
Total			4 369	100,0%	250 990	100,0%	130 053	100,0%

3 | Betriebsstruktur

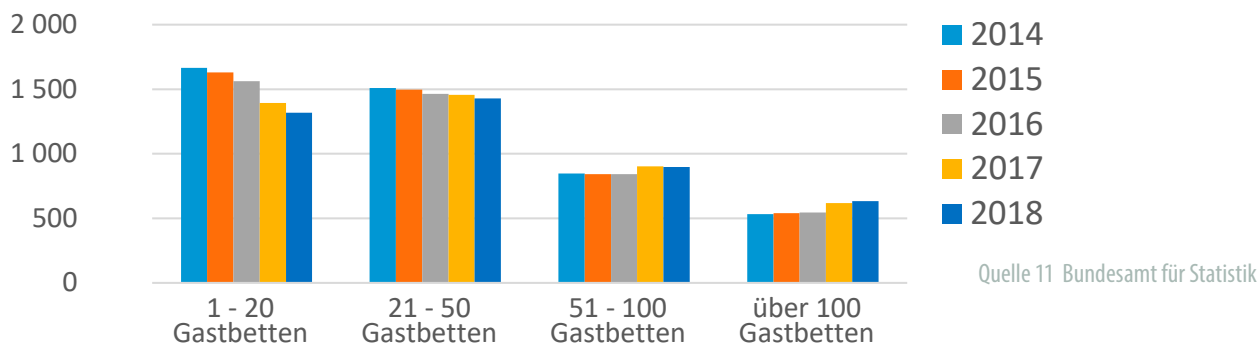
Betriebsgrösse	2018	Betriebe	Aufteilung	Betten	Aufteilung	Zimmer	Aufteilung	
Kleinstbetriebe	1 - 20	Gastbetten	1 318	30,8%	16 725	6,6%	8 974	6,9%
Kleine Betriebe	21 - 50	Gastbetten	1 428	33,4%	48 484	19,3%	24 745	19,0%
Mittlere Betriebe	51 - 100	Gastbetten	896	21,0%	64 494	25,6%	33 250	25,6%
Grosse Betriebe	über 100	Gastbetten	632	14,8%	121 976	48,5%	63 080	48,5%
Total			4 275	100,0%	251 679	100,0%	130 049	100,0%

Abweichungen zu 2014	-6,14%	2,12%	1,10%
Abweichungen zu 2017	-2,15%	0,27%	-0,00%

Quelle 10 Bundesamt für Statistik

Die Entwicklung der Anzahl Betriebe nach Grösse zeigt, dass nach wie vor eine Abnahme der kleinen Betriebe und eine Zunahme der grossen Unterkunftsbetriebe feststellbar ist. Die Gesamtsumme der Betriebe hat dabei abgenommen. Vor allem in den urbanen Regionen haben sich bereits viele internationale Kettenhotels angesiedelt. Diese verfügen meist über eine bestimmte Mindestkapazität an Hotelzimmern.

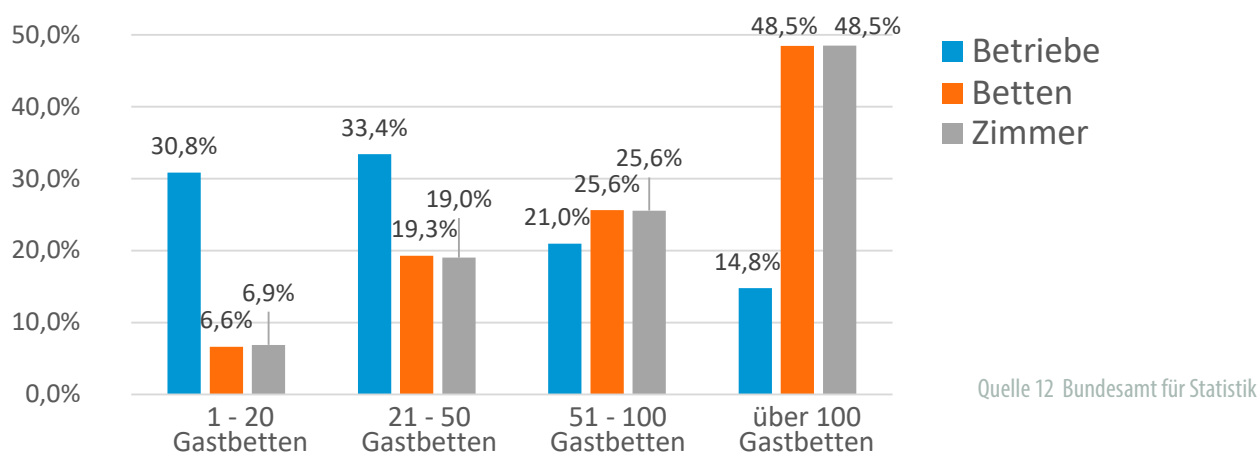
Abbildung 11 Entwicklung der Anzahl Betriebe nach Grösse



Quelle 11 Bundesamt für Statistik

Die Skizze mit dem Verhältnis von der Anzahl Betrieben zu Zimmern und Betten im Jahr 2018 veranschaulicht klar, dass die hohe Anzahl an Kleinstbetrieben (rund 30,8%) über eine sehr geringe Zimmer- und Bettenkapazität verfügt. Umgekehrt verhält es sich mit den grossen Betrieben. Die 14,8% der Grossbetriebe verfügen über eine Kapazität von 48,5% aller Zimmer und Betten.⁷

Abbildung 12 Verhältnis Betriebe zu Betten und Zimmer 2018

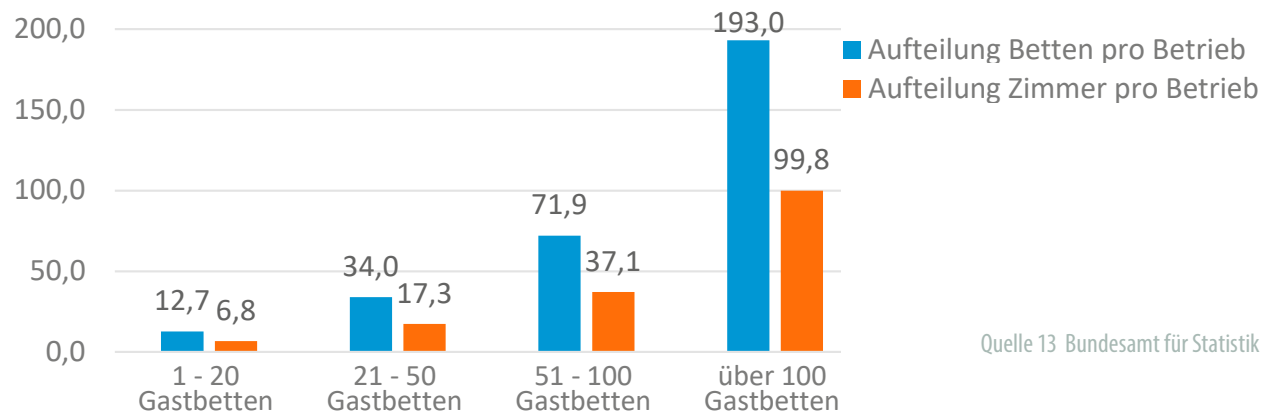


Quelle 12 Bundesamt für Statistik

⁷ Quelle: Bundesamt für Statistik

Konkret verfügt ein Kleinstbetrieb durchschnittlich über 6.8 Zimmer. Demgegenüber kann ein grosser Beherbergungsbetrieb rund 99.8 Zimmer vorweisen. Wie bereits bei den Gastronomiebetrieben ersichtlich, sind grössere Betriebe im Verhältnis kostengünstiger und rentabler zu führen. Wir gehen somit davon aus, dass der Trend zu grösseren Betrieben weiterhin anhalten wird.

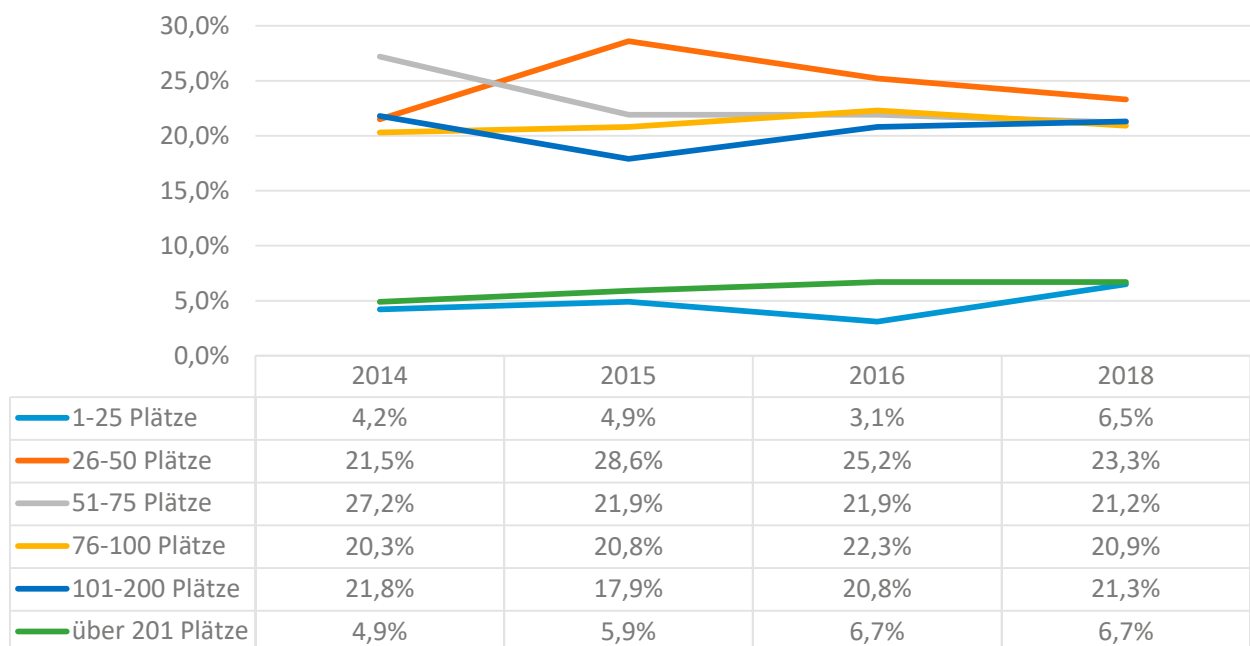
Abbildung 13 Betriebsgrösse nach Betten und Zimmern 2018



3.3 Aufteilung Restaurants nach Anzahl Stühlen

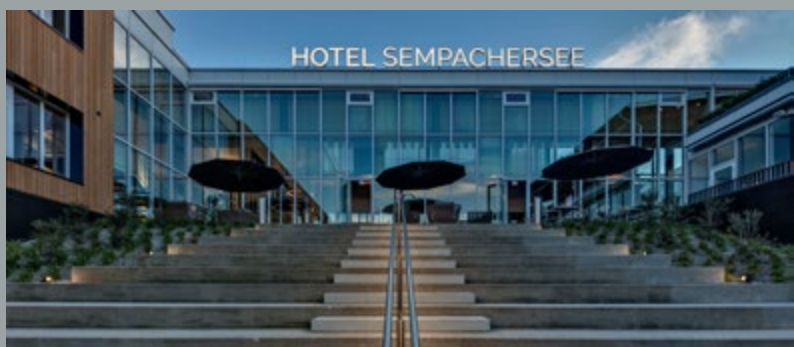
Sowohl die Kleinst- wie auch die Grossbetriebe konnten in den letzten vier Jahren das stärkste Wachstum vorweisen. Nach unserer Einschätzung wurden einerseits unter dem Thema «Grab&Go» viele Kleinstbetriebe eröffnet, andererseits sind vor allem viele grosse, professionell geführte Mitarbeiterrestaurants entstanden.

Abbildung 14 Betriebsgrösse Restaurants nach Plätzen



Grösste Verlierer der letzten Jahre in der Gastronomie stellen die klassischen Restaurants mit 51-75 Sitzplätzen dar. ⁸

⁸ Quelle: Gastrosuisse



3 | Betriebsstruktur

3.4 Mitarbeitende pro Betrieb (Hotellerie und Restauration)

Der Anteil der Betriebe mit einem Mitarbeiter hat im Betrachtungszeitraum zwischen 2015-2018 am stärksten abgenommen (-10.4%). Die meisten Betriebe zählen zwischen 2 und 19 Mitarbeitern. Die stärkste Zunahme mit +27.3% erfolgte dabei bei den Betrieben mit über 50 Mitarbeitern.⁹

Abbildung 15 Mitarbeiter pro Betrieb

Betriebsgrösse	2015	2016	2017	2018	Veränderung 2015-2018	Veränderung 2017-2018
1 Mitarbeiter	6,7%	4,3%	4,8%	6,0%	-10,4%	25,0%
2-3 Mitarbeiter	18,2%	14,9%	17,3%	22,6%	24,2%	30,6%
4-5 Mitarbeiter	18,8%	16,9%	16,4%	20,2%	7,4%	23,2%
6-9 Mitarbeiter	21,1%	24,4%	22,6%	21,7%	2,8%	-4,0%
10-19 Mitarbeiter	16,8%	25,0%	24,1%	18,8%	11,9%	-22,0%
20-49 Mitarbeiter	8,5%	11,0%	11,3%	8,0%	-5,9%	-29,2%
über 50 Mitarbeiter	2,2%	3,5%	3,5%	2,8%	27,3%	-20,0%
ohne Mitarbeiter	7,8%					

Quelle 15 Gastrosuisse



3.5 Mittagsmahlzeiten – Preisbarometer in CHF

Im Verpflegungsmarkt ist nach wie vor eine Preisstagnation zu beobachten. Dies liegt einerseits an der negativen Teuerung der vergangenen Jahre und andererseits am stark umkämpften Markt mit neuen Mitstreitern. Insbesondere in der Mittagsverpflegung drücken die alternativen Anbieter wie Bäckereien, Metzgereien, Grossverteiler, Tankstellen und Take-Aways das allgemeine Preisniveau.¹⁰

Abbildung 16 Mittagsmahlzeiten - Preisbarometer in CHF

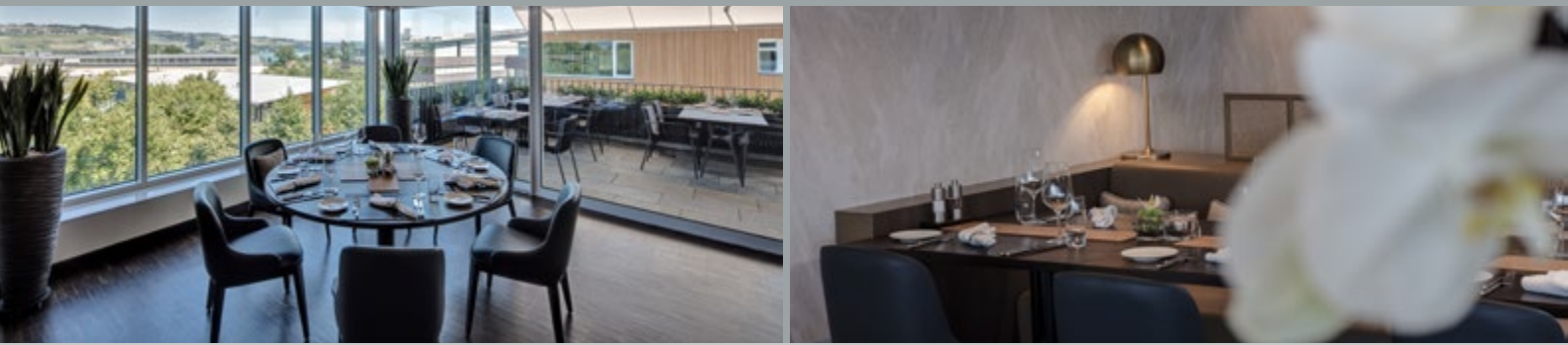
Mahlzeiten	1995	2000	2005	2010	2015	2017	2018
Feinschmecker-Restaurant	28,00	29,00	28,00	29,00	28,00	27,00	27,50
Spezialitäten-Restaurant (italienisch, chinesisches, griechisch, mexikanisch,...)	21,00	20,00	21,00	21,50	21,00	21,00	21,50
Fischgerichte (Spez.-Restaurant) / Fleischgerichte (trad. Restaurant)	25,00	25,00	27,00	27,00	28,00	28,00	28,50
Tagesteller I (Spez.-Restaurant) Tagesteller II (trad. Restaurant) Pizza/Pasta mit Menüsalat	19,00	19,00	18,50	19,00	19,00	18,50	18,50
Tagesteller I (trad. Restaurant)	15,00	15,00	15,00	16,50	17,00	17,00	17,00
Tagesteller Handelsgastronomie	11,50	12,00	12,00	12,50	12,50	12,00	12,00
Menü im Personalrestaurant, Mensa etc. / Personalesen (Gastgewerbe) / Menü im Imbiss	9,00	10,00	9,50	10,00	12,00	12,00	12,00
Cervelat mit Brot / Sandwich (klein) / Hamburger	6,00	6,50	7,00	8,00	8,50	8,50	8,50

Quelle 16 KATAG & Partners AG

Stuhlsätze inklusive Steh- und Barplätze

Die Tabelle weist die Tendenz des Stuhlsatzes für die verschiedenen Konzepte nach Region aus. Der ermittelte Durchschnittswert, unabhängig des Konzepts pro Region, setzt sich aus Erfahrungszahlen und Werten zusammen, die auf branchenkonformen Renditeüberlegungen basieren. Die Pfeile verdeutlichen, inwiefern ein Konzept in der entsprechenden geographischen Lage diesen Durchschnittswert trifft, bzw. über- oder unterschreitet. Die Differenzen der Stuhlsätze ist weniger auf den durchschnittlichen Konsumationsbeitrag als vielmehr auf die höhere Auslastung der Plätze zurückzuführen.

¹⁰ Quelle: KATAG & Partners AG



3 | Betriebsstruktur

Abbildung 17 Stuhlsätze Tendenzen

	Grossstadt Zentrum	Stadt Aussenbezirk	Kleinstadt Zentrum	Gemeinde / Land
Feinschmecker- Restaurant	→	→	→	→
Spezialitäten- Restaurant	→	→	→	→
Traditionelles Restaurant	→	↘	↘	↘
Bar / Pub	↗	→	↘	↘
Fast Food / Handelsgastronomie	↗	→	→	→
Durchschnittliches Soll in CHF	72,00	42,00	43,00	26,00

Quelle 17 KATAG & Partners AG

Die Unterschiede zwischen Stadt und Land sind nach wie vor beträchtlich. Gegenüber der Kennzahlenbroschüre 2016 sehen wir im hochpreislichen Segment eher eine Abnahme des Stuhlsatzes.¹¹

¹¹ Quelle: KATAG & Partners AG



3.6 Entwicklung der Umsatzstruktur traditioneller Restaurants

Während der Weinumsatz in den letzten Jahren stagniert ist, konnte sich der Bierkonsum nach einem Einbruch wieder auf das Niveau von 2007 zurück kämpfen. In den Jahren 2012 bis 2018 ist die Anzahl Bierbrauereien von 385 auf 1'021 gestiegen. Das entspricht einem unglaublichen Wachstum von 265%. Bei den meisten Produktionen handelt es sich um Klein-Brauereien.¹² Entsprechend ist die Vielfalt der Biere enorm gestiegen. Jede Region verfügt inzwischen über ihre eigenen lokalen Biersorten.

Abbildung 18 Entwicklung der Umsatzstruktur traditioneller Restaurants in Zahlen

	1983	1995	2007	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Trend	Differenz 2012-2017
Wein	14,1%	12,8%	11,3%	13,5%	12,9%	12,5%	12,5%	12,5%	12,6%	→	-6,7%
Bier	12,5%	13,7%	6,4%	5,2%	5,3%	5,7%	5,7%	6,6%	6,5%	↗	25,0%
Spirituosen	3,8%	3,2%	1,6%	2,5%	2,0%	2,3%	2,3%	2,3%	2,6%	→	4,0%
Mineral	7,1%	8,1%	7,6%	6,6%	8,2%	7,5%	7,5%	7,8%	7,8%	↗	18,2%
Küche	48,0%	48,1%	63,1%	65,3%	63,4%	64,2%	64,2%	62,5%	62,9%	↘	-3,7%
Kaffee	12,0%	11,7%	8,8%	6,9%	8,2%	7,8%	7,8%	8,3%	7,8%	↗	13,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%		

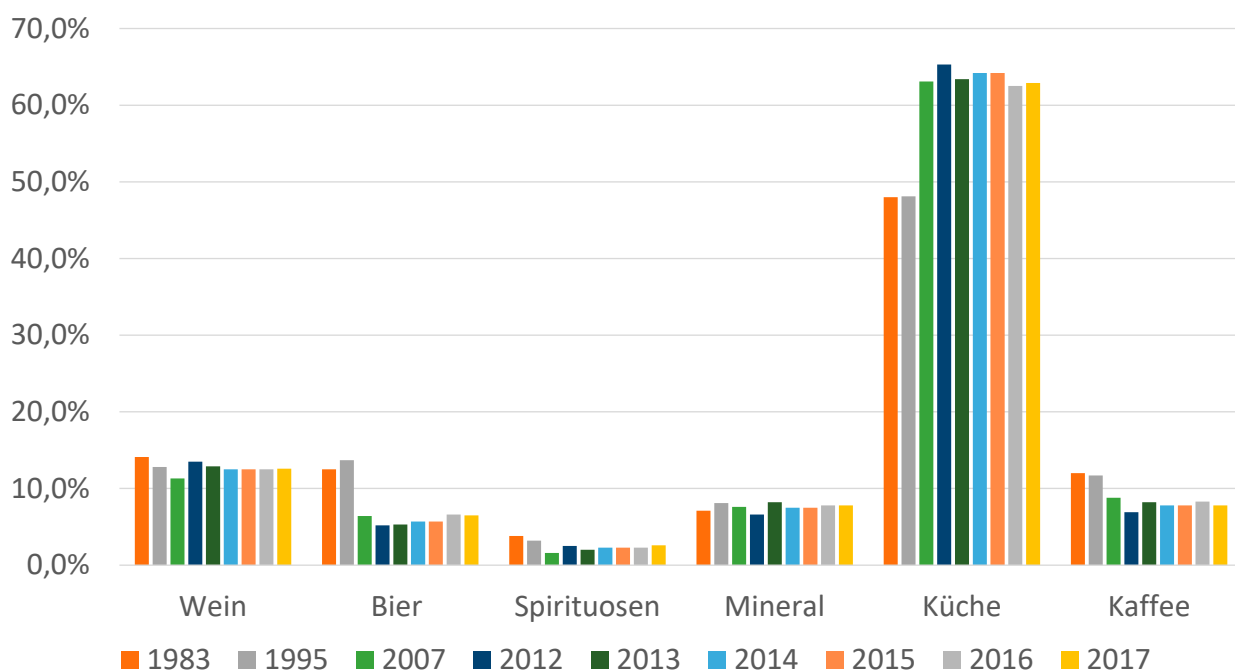
Quelle 18 Gastrosuisse

Der leichte Rückgang des Küchenumsatzanteils führen wir auf die gestiegene Preissensibilität der Gäste und das daraus resultierende, wachsende Angebot an günstigen Verpflegungsmöglichkeiten zurück. Dies zeigen auch Erfahrungsberichte von Restaurantketten, welche trotz Volumenwachstum sinkende Umsätze zu verzeichnen haben.¹³

¹² www.statista.com vom 09.09.2019 ¹³ Quelle: Gastrosuisse

3 | Betriebsstruktur

Abbildung 19 Entwicklung der Umsatzstruktur traditioneller Restaurants - Graph



Quelle 19 Gastrosuisse

3.7 Beherbergungs-Moyenne nach Sternen

Anstelle der Beherbergungs-Moyenne (durchschnittlichen Beherbergungsertrag pro Logiernacht) wird in dieser Ausgabe die Average Daily Rate (ADR), sprich der durchschnittliche Beherbergungsertrag pro Zimmer aufgezeigt.

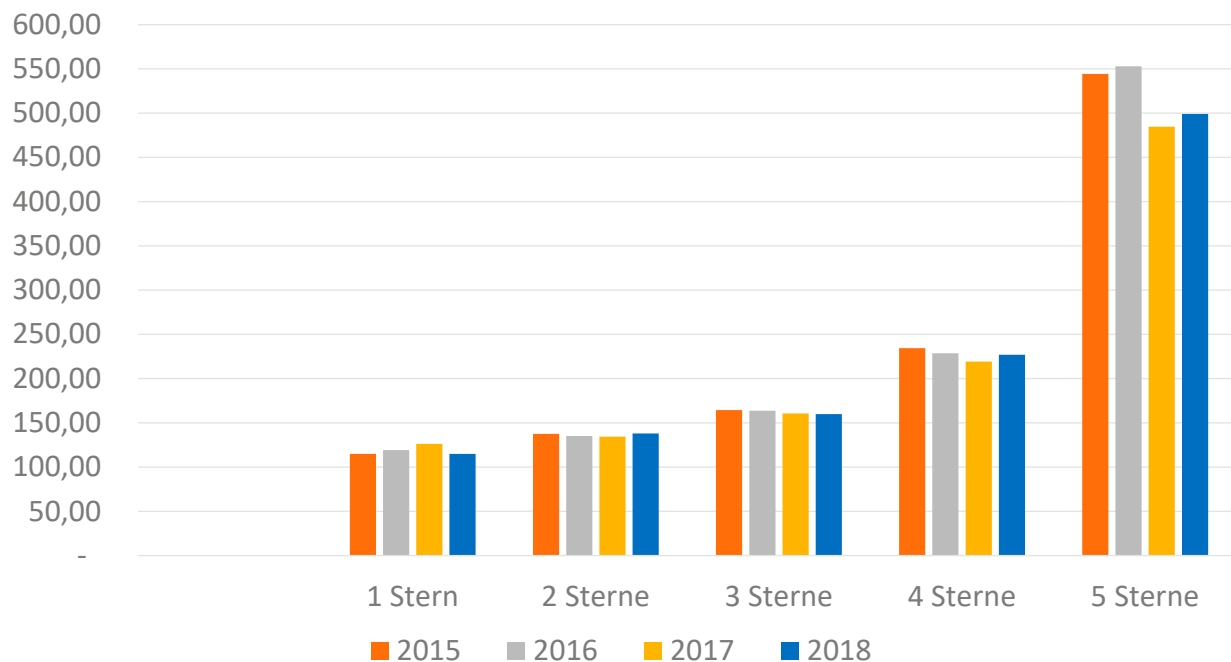
Abbildung 20 Beherbergungs-Moyenne nach Sternen in Zahlen

ADR	ADR	2015 in CHF	2016 in CHF	2017 in CHF	2018 in CHF	Abweichung 2015-2018	Abweichung 2017-2018
Einstern-Betriebe	1 Stern	115,01	119,25	126,17	115,00	-0,0%	-8,9%
Zweistern-Betriebe	2 Sterne	137,52	135,13	134,30	138,00	0,3%	2,8%
Dreistern-Betriebe	3 Sterne	164,41	163,71	160,57	160,00	-2,7%	-0,4%
Vierstern-Betriebe	4 Sterne	234,41	228,66	219,29	227,00	-3,2%	3,5%
Fünfstern-Betriebe	5 Sterne	544,34	553,00	484,60	499,00	-8,3%	3,0%

Quelle 22 HotellerieSuisse

Im Vergleich 2015 bis 2018 mussten bis auf die Budget-Betriebe alle Kategorien ihre Zimmer zu einem günstigeren Preis anbieten. Je höher dabei die Sternekategorie war, desto grösser war die Preisreduktion.¹⁴

Abbildung 21 Beherbergungs-Moyenne nach Sternen - Graph



Quelle 21 HotellerieSuisse

3.8 Zimmerauslastung nach Sternen

Umgekehrt verhielt es sich in der Schweiz mit der Zimmerauslastung. Nach dem Frankenschock hat sich gezeigt, dass je höher die Sternekategorie desto weniger preissensibel die Gäste reagiert haben.

Abbildung 22 Zimmerauslastung nach Sternen in Zahlen

Zimmerauslastung		2015 in %	2016 in %	2017 in %	2018 in %	Abweichung 2015-2018	Abweichung 2017-2018
Einstern-Betriebe	1 Stern	70,5%	68,9%	70,0%	70,7%	0,3%	1,0%
Zweistern-Betriebe	2 Sterne	66,2%	66,6%	65,8%	67,5%	2,0%	2,6%
Dreistern-Betriebe	3 Sterne	66,6%	66,5%	67,7%	68,9%	3,5%	1,8%
Vierstern-Betriebe	4 Sterne	65,0%	66,9%	69,2%	69,4%	6,8%	0,3%
Fünfstern-Betriebe	5 Sterne	54,1%	54,6%	56,2%	57,8%	6,8%	2,8%

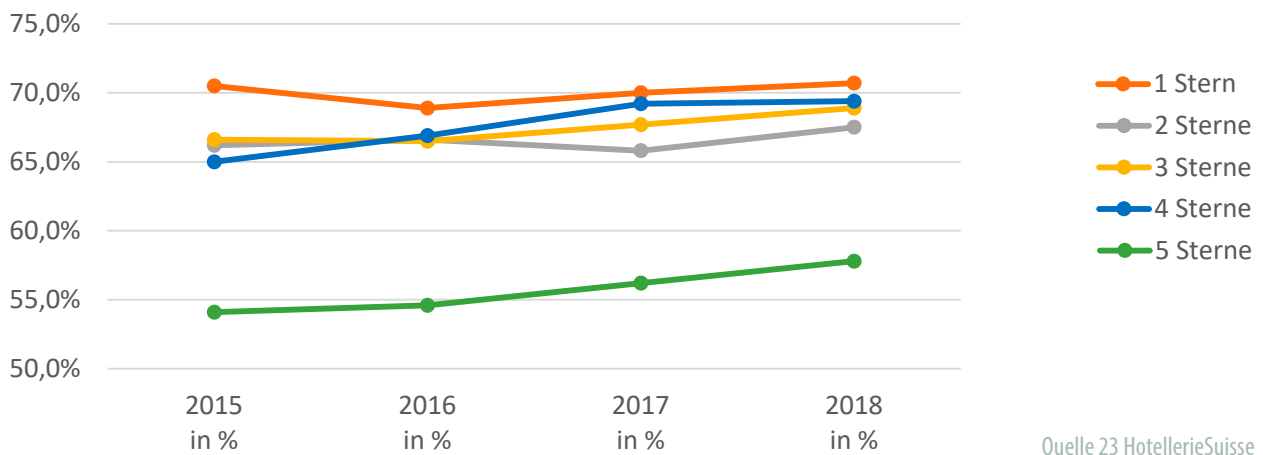
Quelle 22 HotellerieSuisse

Die Fünfstern-Betriebe konnten sich über ein stetiges Wachstum der Auslastung freuen. Im Einsterne- und Zweistern-Bereich musste in diesem Zeitraum zwischendurch ein leichter Rückgang verzeichnet werden.¹⁵

¹⁵ Quelle: HotellerieSuisse

3 | Betriebsstruktur

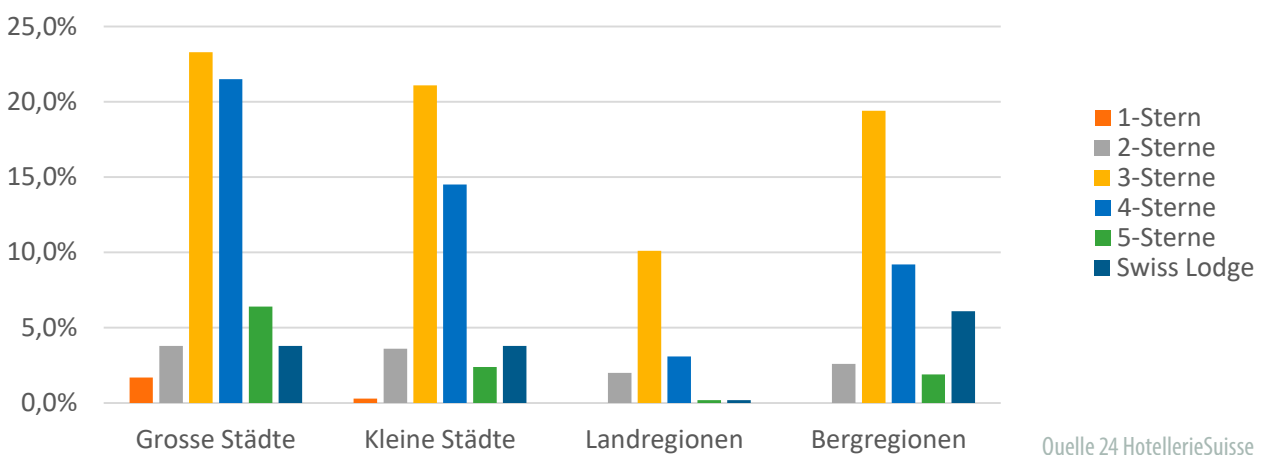
Abbildung 23 Zimmerauslastung nach Sternen - Graph



3.9 Verteilung Sternekategorien nach Region

Ein Blick auf die Verteilung der Sternekategorien in den verschiedenen Regionen 2018 zeigt, dass deutlich am meisten Betriebe nicht klassiert sind. Der grösste Anteil nicht klassierter Betriebe ist in den Land- und Bergregionen mit 84.4% und 60.8% vertreten. Auf der nachfolgenden Tabelle ist die Verteilung der Ein- bis Fünfsterne Hotels, sowie der Swiss Lodges in den verschiedenen Tourismusregionen aufgezeigt:

Abbildung 24 Verteilung Sternekategorien nach Region

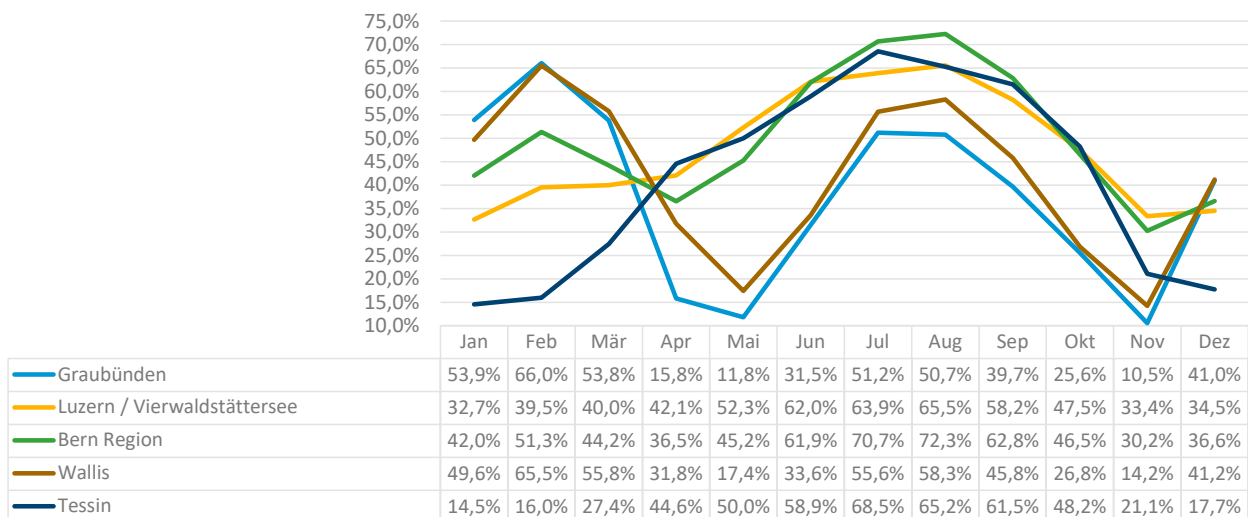


Der grösste Anteil klassierter Betriebe ist in der Dreisterne Hotellerie gefolgt von der Viersterne Hotellerie zu finden. Die Diversifikation der Kategorien ist am grössten in den grossen Städten.¹⁶

3.10 Zimmerauslastung nach Tourismusregionen 2018

Die Zimmerauslastung der einzelnen Regionen widerspiegelt die Vielfalt der Schweiz.

Abbildung 25 Brutto Zimmerauslastung nach Tourismusregion und Monat 2018 - Ferienregion

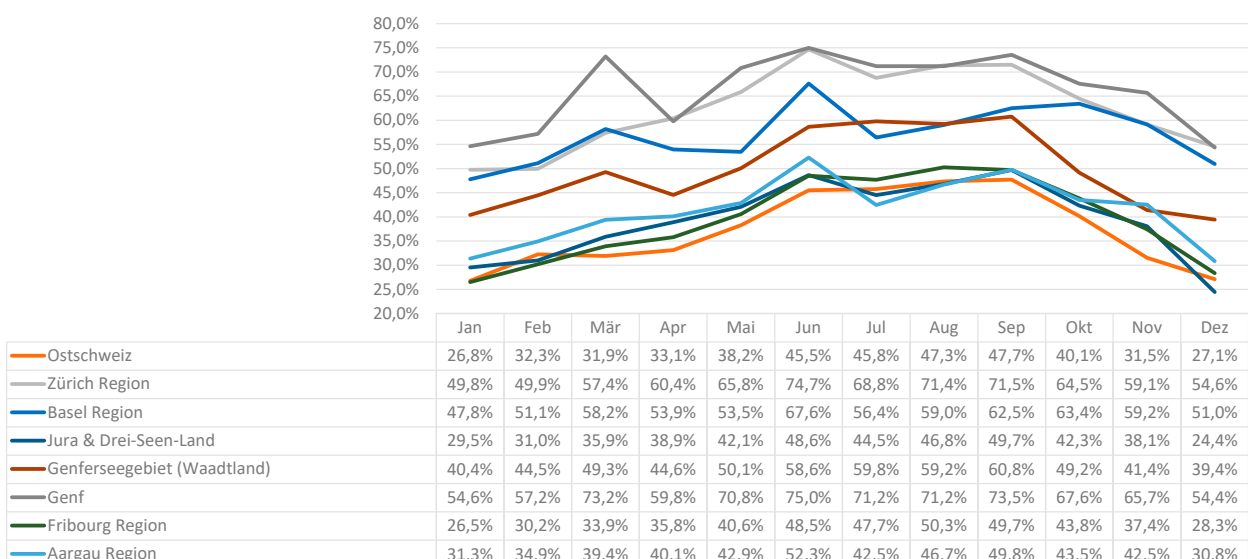


Quelle 25 Bundesamt für Statistik

Ferientestinationen wie Graubünden oder Tessin verzeichnen teilweise enorme Schwankungen in der Zimmerauslastung (bis zu 55%).

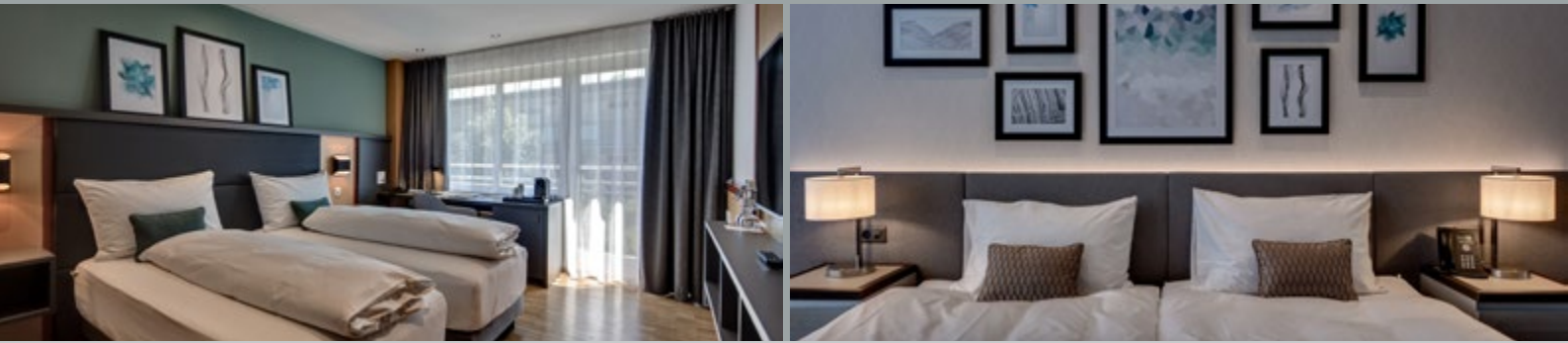
In städtischen Regionen wie Genf und Zürich sind die monatlichen Schwankungen mit ca. 25% weitaus flacher. Es zeigt sich, dass im Zeitraum von Juli bis September 2018 überall in der Schweiz Hochsaison herrschte und eine Mindestauslastung von rund 40% zu verzeichnen war.¹⁷

Abbildung 26 Brutto Zimmerauslastung nach Tourismusregion und Monat 2018 - Stadtregion



Quelle 26 Bundesamt für Statistik

¹⁷ Quelle: Bundesamt für Statistik

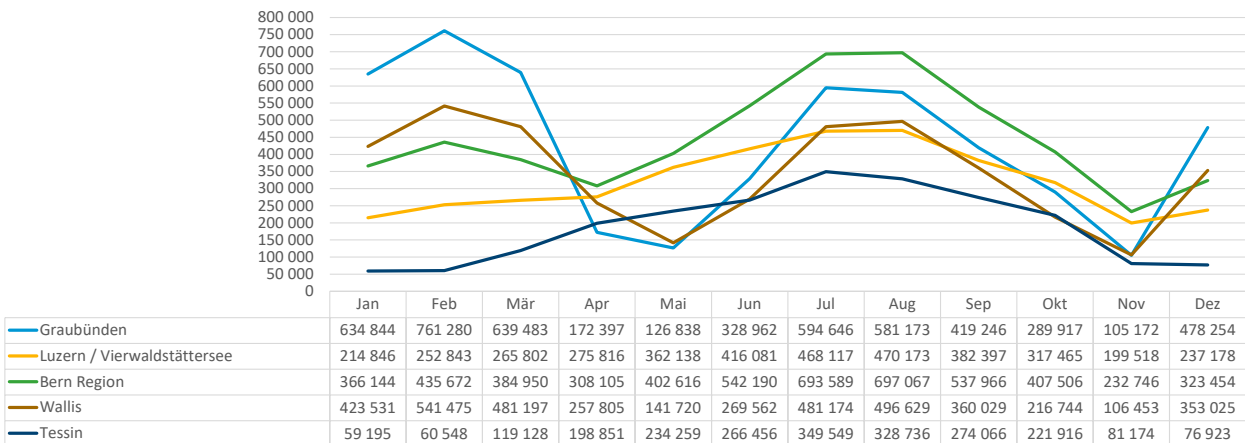


3 | Betriebsstruktur

3.11 Logiernächte nach Regionen 2018

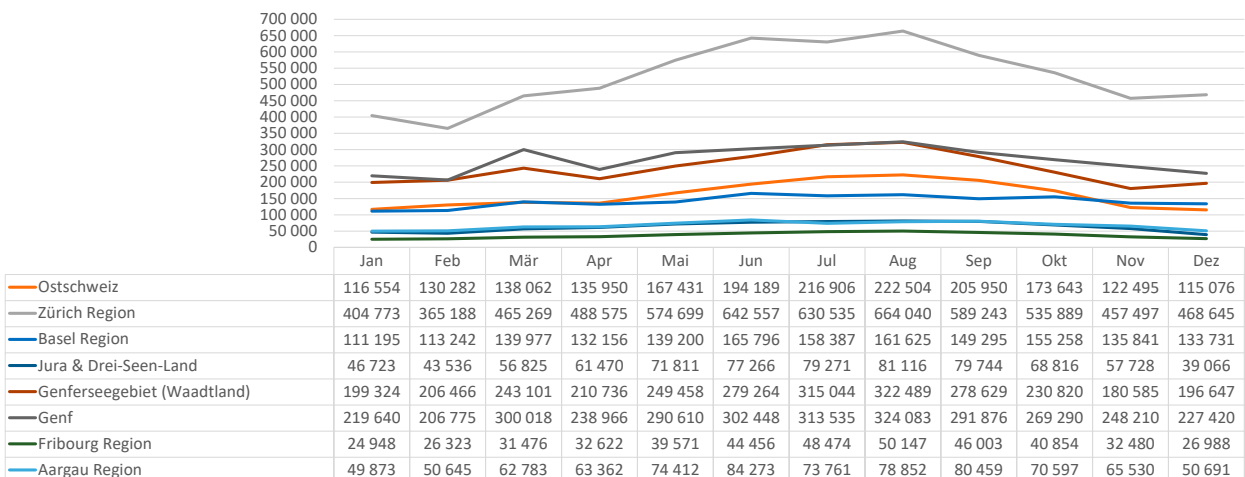
Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Verteilung der Logiernächte 2018. Genf (3.2 Mio. Logiernächte) kann mit durchschnittlich 66.2% zwar die höchste Auslastung vorweisen, aufgrund der höheren Kapazität verzeichnen die Regionen Zürich (6.3 Mio.), Bern (5.3 Mio.) und Graubünden (5.1 Mio.) jedoch klar mehr Logiernächte.¹⁸

Abbildung 27 Logiernächte nach Region und Monat 2018 - Ferienregion



Quelle 27 Bundesamt für Statistik

Abbildung 28 Logiernächte nach Region und Monat 2018 - Stadtregion



Quelle 28 Bundesamt für Statistik

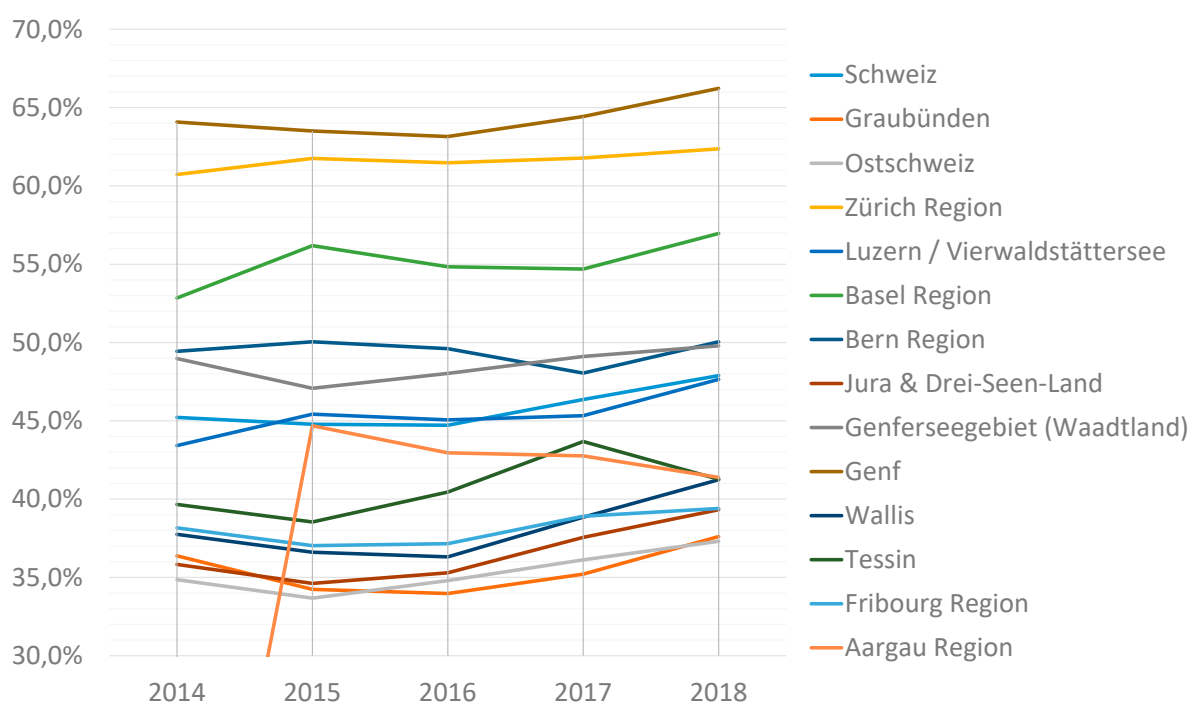
¹⁸ Quelle: Bundesamt für Statistik



3.12 Langfristige Zimmerauslastung nach Regionen

Die Schweiz konnte von 2014 bis 2018 auf ein erfreuliches Wachstum der Bruttoauslastung von 5.9% zurückblicken. Dabei konnten fast sämtliche aufgeführten Regionen eine positive Entwicklung notieren.

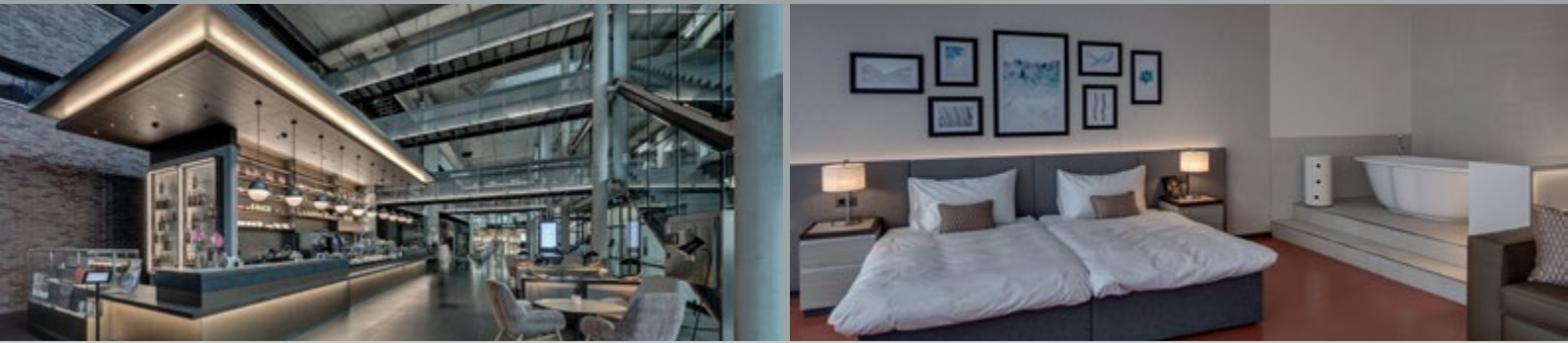
Abbildung 29 Brutto Zimmerauslastung nach Region Langzeit



Quelle 29 Bundesamt für Statistik

Die Regionen mit dem stärksten Wachstum waren dabei Jura & Drei-Seen-Land und Luzern/ Vierwaldstättersee mit je 9.7% und das Wallis mit 9.2%. Einzige Region mit einem Rückgang war der Aargau (von 2014 sind keine Daten vorhanden). Je nach Region zeigen sich markante Unterschiede in der Auslastung. Während der letzten vier Jahre konnten die Regionen Genf und Zürich über 60% verzeichnen, demgegenüber die Regionen Graubünden und die Ostschweiz nur rund 35% Auslastung.¹⁹

¹⁹ Quelle: Bundesamt für Statistik



3 | Betriebsstruktur

3.13 Aufenthaltsdauer

Der Trend zu einer kürzeren Aufenthaltsdauer ist nicht zu bremsen. Langfristig betrachtet, haben dabei vor allem Schweizer und europäische Gäste ihren Aufenthalt verkürzt. Durchschnittlich verbringt ein Gast noch zwei Nächte in einer Unterkunft in der Schweiz.²⁰

Abbildung 30 Aufenthaltsdauer der Gäste

Aufenthaltsdauer	1998	2000	2005	2010	2018	1998-2018	2010-2018
Inländer	2,57	2,45	2,22	2,08	1,94	-25%	-7%
Europäer	2,85	2,80	2,65	2,47	2,18	-24%	-12%
Aussereuropäischer Raum	2,15	2,10	2,22	2,13	1,92	-11%	-10%
Total	2,60	2,52	2,39	2,23	2,01	-23%	-10%

Quelle 30 HotellerieSuisse



Kostenstruktur in der Restauration | 4

4.1 Der Warenbruttogewinn

Die Prozentzahl am unteren Ende der Tabelle stellt den Soll-Durchschnitt des Warenbruttogewinnes dar. Die Pfeile innerhalb der Tabelle beziehen sich auf diese Werte. Pfeile, die nach oben zeigen, signalisieren einen höheren Warenbruttogewinn, respektive nach unten zeigende Pfeile einen tieferen Warenbruttogewinn.

Abbildung 31 Warenbruttogewinn Tendenz

	Wein	Bier	Spirituosen	Mineral	Küche	Kaffee
Feinschmecker-Restaurant	→	→	↗	↗	→	↗
Spezialitäten-Restaurant	→	→	↗	→	↗	↗
Traditionelles Restaurant	↘	→	→	↘	↘	→
Bar / Pub	↘	↗	↗	↗	↘	→
Fast Food Handelsgastronomie	↘	↘	↘	→	↗	→
Durchschnittliches Soll in %	64%	71%	78%	74%	70%	90%

Quelle 31 KATAG & Partners AG

Die Warenkosten haben sich in der Vergangenheit stagnierend oder leicht rückläufig entwickelt. Die Warenrendite konnte infolge dessen gehalten oder leicht gesteigert werden. Bei Mineralwasser und Bier sehen wir indes einen leichten Margenrückgang.²¹

²¹ Quelle: KATAG & Partners AG

4 | Kostenstruktur in der Restauration

4.2 Entwicklung der Mindestlöhne

Die gastgewerblichen Betriebe unterstehen dem Landesgesamtarbeitsvertrag (L-GAV) und der Regelung der Mindestlöhne. Im Jahr 2012 wurde das Lohnsystem einheitlich angepasst. Die Berufserfahrung wird ab diesem Zeitpunkt nicht mehr berücksichtigt.

Abbildung 32 Entwicklung der Mindestlöhne

Jahr nach L-GAV	Beruf	Brutto-lohn in CHF	Arbeits-zeit pro Woche	Kost u. Logis in CHF	Ferien-tage pro Jahr	Freie Tage pro Woche	Stunden pro Jahr	Lohn-kosten pro Std. in CHF	*
1975	Servicemitarbeiter	2 095	54	390	21	1,50	2 592	9,70	
	eidg.dipl. Küchenchef	3 184	45	390	21	1,50	2 164	17,70	
1984	Servicemitarbeiter	2 965	47	540	28	1,75	2 236	15,90	
	eidg.dipl. Küchenchef	3 947	44	540	28	1,75	2 087	22,70	
1989	Servicemitarbeiter	3 200	44	660	28	2,00	2 089	18,40	
	eidg.dipl. Küchenchef	4 300	43	660	28	2,00	2 038	25,30	
1999	Servicemitarbeiter	3 550	42	810	35	2,00	1 975	23,40	
	eidg.dipl. Küchenchef	5 800	42	810	35	2,00	1 975	38,20	
2010	Servicemitarbeiter	4 597	42	990	35	2,00	1 975	30,30	
	eidg.dipl. Küchenchef	6 919	42	990	35	2,00	1 975	45,50	
2015	Servicemitarbeiter ²	4 108	42	990	35	2,00	1 975	27,00	
	dipl. Küchenchef ³	4 810	42	990	35	2,00	1 975	31,70	
2017	Servicemitarbeiter ²	4 120	42	990	35	2,00	1 975	27,69	
	dipl. Küchenchef ³	4 824	42	990	35	2,00	1 975	32,43	
	Zimmermitarbeiter ¹	3 417	42	990	35	2,00	1 975	22,96	
	Réceptionist ²	4 120	42	990	35	2,00	1 975	27,69	
2018	Servicemitarbeiter ²	4 141	42	990	35	2,00	1 975	27,83	
	dipl. Küchenchef ³	4 849	42	990	35	2,00	1 975	32,59	
	Zimmermitarbeiter ¹	3 435	42	990	35	2,00	1 975	23,09	
	Réceptionist ²	4 141	42	990	35	2,00	1 975	27,83	
2019	Servicemitarbeiter ²	4 195	42	990	35	2,00	1 975	28,19	
	dipl. Küchenchef ³	4 910	42	990	35	2,00	1 975	33,00	
	Zimmermitarbeiter ¹	3 470	42	990	35	2,00	1 975	23,32	
	Réceptionist ²	4 195	42	990	35	2,00	1 975	28,19	

Quelle 32 KATAG & Partners AG

* inkl. 13. Monatslohn, Frei- und Ferientage

¹ Mitarbeiter ohne Berufslehre ² Mitarbeiter mit einer beruflichen Grundbildung mit eidg. Fähigkeitszeugnis (EFZ) oder gleichwertiger Ausbildung³ Mitarbeiter mit einer eidgenössischen Berufsprüfung oder einer eidgenössischen höheren Fachprüfung

Die Sozialpartner verhandeln gemäss Art. 34 L-GAV jährlich über die Anpassung der Mindestlöhne. Auf Arbeitnehmerseite sind dies die Hotel & Gastro Union, die Syna und die Unia, auf der Arbeitgeberseite GastroSuisse, HotellerieSuisse sowie die Swiss Catering Association SCA. In 2018 und 2019 sind die Mindestlöhne zwischen 1.0 % - 1.3 % angepasst worden. ²²

²² Quelle: KATAG & Partners AG

4.3 Umsatzkennzahlen Mitarbeitende in der Restauration

Die oben in der rechten Spalte angezeigten Werte entsprechen einem durchschnittlichen, konzeptunabhängigen Jahresumsatz-Soll pro Mitarbeitenden. Während ein Küchenmitarbeitender gegen CHF 155'000.- Jahresumsatz erzielen sollte, liegt dieser Wert beim Servicemitarbeitenden bei rund CHF 250'000.-. Diese Grössen schwanken je nach Betriebskonzept.

Abbildung 33 Umsatzkennzahlen Mitarbeitende in der Restauration Tendenz

	Fein- schmecker- Restaurant	Speziali- täten- Restaurant	Traditio- nelles Restaurant	Bar / Pub	Fast Food / Handelsgastro- nomie	Durchschnitt- liches Soll in CHF
Mitarbeitende Küche zu Küchenumsatz	→	→	→	→	→	155 000
Mitarbeitende Service/Bufferet zu Totalumsatz	→	→	→	→	→	250 000
Alle Mitarbeitenden zu Totalumsatz	→	→	→	→	→	130 000

Quelle 33 KATAG & Partners AG

Pro Mitarbeiter – also Küche, Service und Betriebsleiter - sollte ein durchschnittlicher Jahresumsatz von rund CHF 130'000.- erreicht werden. Die Pfeile beziehen sich auf den Jahresumsatz pro Mitarbeitenden in einem konzeptionell entsprechenden Betrieb. Zeigt ein Pfeil nach oben, so macht ein Mitarbeitender in der Regel mehr Umsatz als das durchschnittliche Soll der Branche. Das Gegenteil gilt für nach unten zeigende Pfeile.²³

4.4 Mitarbeiteraufwand

Der Mitarbeiteraufwand ist im Gastgewerbe während den Jahren 2014 bis 2017 relativ stabil geblieben. Er lag im Jahr 2017 gegenüber dem erzielten Umsatz bei 42.1%.²⁴

Abbildung 34 Mitarbeiteraufwand in % vom Gesamtaufwand

	Mitarbeiter-Kosten Ratio (Aufwand zum Gesamtumsatz)				Abweichung 2014-2017	Abweichung 2016-2017
	2014	2015	2016	2017		
Hotelbetriebe						
Dreistern-Betriebe	42,8%	43,1%	41,6%	41,8%	-2,5%	0,5%
Vierstern-Betriebe	42,6%	42,7%	43,1%	43,3%	1,8%	0,6%
Fünfstern-Betriebe	44,5%	44,1%	45,4%	44,9%	0,9%	-1,1%
Alle Kategorien	41,9%	42,1%	42,1%	42,1%	0,5%	0,0%

Quelle 34 HotellerieSuisse

²³ Quelle: KATAG & Partners AG ²⁴ Quelle: HotellerieSuisse

4 | Kostenstruktur in der Restauration

In der Restauration wurde ein Anstieg des Personalkostenanteils im gleichen Zeitraum von 2% festgestellt.²⁵

Abbildung 35 Mitarbeiteraufwand in % vom Gesamtaufwand Restauration

Restaurant	Mitarbeiter-Kosten Ratio (Aufwand zum Gesamtumsatz)				Abweichung 2014-2017	Abweichung 2016-2017
	2014	2015	2016	2017		
Total	49,9%	51,2%	50,6%	50,9%	2,0%	0,6%

Quelle 35 Gastrosuisse

4.5 Mietzinse je Restaurationstyp

Die Mietzinse für ein voll ausgebautes Gastro-Objekt bewegen sich je nach Konzept und Lage zwischen 7.0% und 15%.

Abbildung 36 Mietzinse je Restaurationstyp

	Mietzins in % vom Umsatz	
	von..	bis..
Feinschmecker-Restaurant	8,5%	9,5%
Spezialitäten-Restaurant	8,5%	10,5%
Traditionelles Restaurant	7,0%	9,0%
Bar/Pub	9,0%	15,0%
Fast Food /Handelsgastronomie	9,0%	13,0%

Quelle 36 KATAG & Partners AG

Der Einfluss der Lage auf den Mietzins ist weiter gestiegen. Es besteht nach wie vor ein Angebotsüberhang in der Restauration, weshalb der Standort des Betriebes weiter an Bedeutung gewonnen hat. Hohe Umsätze und damit auch höhere Mieten können an aussergewöhnlichen Frequenzlagen in Städten oder an einmaligen Lagen – wie beispielsweise an Bahnhöfen - erzielt werden.²⁶

4.6 Mietzinse im Rohbau

Im Unterschied zu der herkömmlichen Miete in einem ausgebauten Zustand ist die Rohbau-Miete für Gastrobetriebe üblicherweise tiefer.

Insbesondere an städtischen Hochfrequenzlagen spielt die Rohbau-Miete zunehmend eine bedeutendere Rolle. Im Gesetz wird die Rohbaumiete nicht speziell geregelt. Vielmehr ist sie eine den Bedürfnissen von Geschäftsvermietern und -mietern entsprechende Erscheinung des Rechtsalltags. Für Vermieter kann es interessant sein, Geschäftsräume roh, d.h. nicht oder nur teilweise ausgebaut zu vermieten und allenfalls am Ende des Mietverhältnisses die Räume wieder in demselben Zustand zurückzuerhalten. Dem Mieter dagegen entsteht der Vorteil, die Geschäftsräume auf sein individuelles Konzept auszurichten. Die Schnittstellen müssen dabei klar geregelt werden. Nebst den geringen Investitionen und der Befreiung der Ersatzpflicht reduziert sich das unternehmerische Risiko für den Vermieter. Durch diese Verschiebung reduziert sich die Höhe des Mietzinses. Der Mieter hat nebst einem geringeren Mietzins das Interesse, einen langjährigen Mietvertrag abzuschliessen, um seine Investitionen abzuschreiben.²⁶

²⁵ Quelle: Gastrosuisse ²⁶ Quelle: KATAG & Partners AG

5.1 Prozentuales Küchen-, Keller- und Warenergebnis im Vorjahresvergleich

Die Renditen der Küche und des Kellers haben im Betrachtungszeitraum 2014 bis 2017 mit -2.7% und -0.8% leicht abgenommen.

Abbildung 37 Prozentuales Küchen-, Keller- und Warenergebnis im Vorjahresvergleich

Rendite	2014			2015			2016			2017		
	Küche	Keller	Waren	Küche	Keller	Waren	Küche	Keller	Waren	Küche	Keller	Waren
Dreistern-Betriebe	66,6%	73,7%	68,7%	67,1%	72,5%	68,8%	67,1%	71,6%	68,8%	62,0%	72,6%	67,8%
Vierstern-Betriebe	67,0%	71,9%	68,1%	67,6%	71,1%	68,7%	68,0%	71,3%	68,9%	66,6%	71,6%	69,2%
Fünfstern-Betriebe	69,1%	73,7%	70,8%	69,6%	76,0%	71,9%	68,5%	75,7%	71,0%	68,7%	73,4%	70,6%
Mittelwert	67,6%	73,1%	69,2%	68,1%	73,2%	69,8%	67,9%	72,9%	69,5%	65,8%	72,5%	69,2%

Quelle 37 HotellerieSuisse

Die Küchenergebnisse sind erneut gesunken und somit weiterhin unter Druck. Auffällig sind die starken Schwankungen im 3-Sternebereich. Auch die Kellerrenditen mussten eine marginale Einbusse hinnehmen, dabei waren ebenfalls die 3-Sternehotels am stärksten betroffen. Dank der stetigen Steigerung der Warenrendite in der 4-Sternehotellerie ist die Gesamtrendite stabil geblieben. Die 3-Sternehotellerie ist unter Druck gekommen. ²⁷



6 | Erfolgsrechnung in % nach verschiedenen Betriebstypen

Abbildung 38 Erfolgsrechnung in % nach verschiedenen Betriebstypen

2018/2019	Feinschmecker- Restaurant	Spezialitäten- Restaurant	Traditionelles Restaurant	Bar / Pub	Fast Food- / Handels- gastronomie
Warenauftrag	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Warenaufwand	30,5%	28,0%	31,0%	23,0%	29,0%
Bruttoerfolg I	69,5%	72,0%	69,0%	77,0%	71,0%
Personalkosten (inkl. Unternehmerlohn)	45,5%	44,0%	46,0%	40,0%	38,0%
Bruttoerfolg II	24,0%	28,0%	23,0%	37,0%	33,0%
Übriger Betriebsaufwand	12,0%	11,0%	12,0%	10,0%	13,0%
Betriebsergebnis I	12,0%	17,0%	11,0%	27,0%	20,0%
Unterhalt & Ersatz Kleininventar/Mobiliar, Unterhalt Betriebsanlagen	2,5%	2,5%	2,5%	5,0%	3,0%
Gross Operating Profit	9,5%	14,5%	8,5%	22,0%	17,0%
Mietzins	9,0%	9,5%	8,5%	12,0%	10,0%
Abschreibung Kleininventar	1,0%	2,0%	1,0%	6,0%	6,0%
Erfolg	-0,5%	3,0%	-1,0%	4,0%	1,0%

Quelle 38 KATAG & Partners AG

Die Erfolgsaussichten in der Schweizer Gastronomie haben sich tendenziell auf tiefen Niveau gehalten. Die leicht gestiegenen Mitarbeiter- und Betriebskosten können durch die tieferen Warenkosten nur zum Teil kompensiert werden. Grössere Gastronomiegruppen mit einem zentralisierten Wareneinkauf erzielen dadurch den besten Bruttoerfolg.²⁸

Über alle Kategorien betrachtet konnte der GOP der Hotelbetriebe im Betrachtungszeitraum von 2016 und 2017 um 0.6% verbessert werden. Es konnte somit wieder ein Brutto Betriebsgewinn (GOP) wie im Jahr 2013 vor dem Frankenschock erreicht werden. Der Bruttobetriebserfolg konnte den Wert von 41.1% im Jahr 2013 nicht mehr erreichen. Dies hängt von einem Mehraufwand sowohl bei den Waren- wie auch bei den Personalkosten zusammen.

Abbildung 39 Erfolgsrechnung in % nach Hotelkategorien

Erfolgsrechnung	3-Sterne Betriebe		4-Sterne Betriebe		5-Sterne Betriebe		Alle Kategorien	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Betriebsertag	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total direkter Waren- und Dienstleistungsaufwand	22,0%	22,0%	21,3%	21,2%	21,1%	21,3%	21,2%	21,1%
Direkter Personalaufwand	38,9%	39,0%	39,0%	39,3%	38,1%	38,0%	38,1%	38,2%
Brutto Betriebserfolg GOI	39,3%	39,0%	39,7%	39,5%	40,8%	40,7%	40,8%	40,7%
Verwaltungsaufwand (inkl. Personalaufwand)	8,8%	8,2%	8,0%	7,9%	8,4%	7,9%	8,3%	8,0%
Marketingaufwand (inkl. Personalaufwand)	2,5%	2,4%	3,8%	3,7%	5,5%	5,4%	3,6%	3,5%
Unterhaltsaufwand (inkl. Personalaufwand)	5,5%	5,3%	6,1%	5,9%	6,4%	6,1%	5,7%	5,6%
Aufwand Energie / Entsorgung / Reinigung	3,7%	3,5%	3,7%	3,6%	3,1%	2,9%	3,6%	3,5%
Übriger Aufwand	0,9%	0,8%	0,9%	0,8%	0,2%	0,2%	0,8%	0,7%
Brutto Betriebsgewinn (GOP)	17,9%	18,8%	17,2%	17,8%	17,3%	18,3%	18,8%	19,4%

Quelle 40 HotellerieSuisse

In der Dreisterne-Kategorie konnte der Betriebsgewinn um 0.9 % erhöht werden. Eine markante langanhaltende Erhöhung der Rentabilität ist in der Fünfsterne-Hotellerie festzustellen. Seit 2012 konnte der GOP von 15% auf 18.3% gesteigert werden. Somit hat die Luxushotellerie in Punkto Rentabilität die Viersterne-Betriebe klar überholt. Dies gelang vor allem dank einer Kostensenkung in den Bereichen Direkter Personalaufwand (1.6%), Verwaltungsaufwand (-0.6%), Unterhaltungsaufwand (-0.7%) und dem Aufwand Energie/ Entsorgung/ Reinigung (-0.8%).

Die Drei- und Viersterne-Betriebe konnten trotz der kurzfristigen guten Steigerung des GOPs noch nicht wieder an die Werte aus dem Jahr 2012 anknüpfen. Der GOP betrug damals im Dreisterne-Bereich 19.8% und im Viersterne-Bereich 18.7%. Unter dem Strich erzielt die Dreisterne-Hotellerie im Benchmarkvergleich immer noch die besten GOP Werte, das Feld rückt jedoch immer enger zusammen.

Die Stadthotels im Drei- und Viersterne-Bereich sind rentabler als die Ferienhotels. So konnten auch von 2016 auf 2017 die Viersterne-Stadthotels gegenüber der Viersterne-Ferienhotels +0.7% zu +0.4% an GOP zulegen. Ähnlich sieht es bei den Fünfsterne-Betrieben aus, bei denen die Ferienhotels mit 1.1% mehr als die Stadthotels mit +0.9% an GOP erwirtschaften konnten. Bei den Dreisternehotels verhält es sich genau umgekehrt: Dort konnten die Dreisterne-Ferienhotels von 2016 auf 2017 sich mit +1.8% im Vergleich zu den Dreisterne-Stadthotels mit Null Wachstum besser steigern.²⁹

²⁹ Quelle: HotellerieSuisse

8 | Immobilienbewertung in der Hotellerie und im Gastgewerbe

In der Schweiz kommt es häufig zu Besitzerwechseln von Hotels oder Restaurants. Oft steht auf Seiten der Verkäufer oder Käufer die Frage nach dem korrekten Verkaufspreis im Raum. Dabei werden wir mit Begriffen wie Gebäudeversicherungswert, Realwert oder Mischwert konfrontiert. Welche Werte sind für einen Verkauf oder für eine Finanzierung relevant? Nachfolgend eine kurze Erklärung der wichtigsten verwendeten Begriffe:

• NEUWERT:

Geschätzter oder effektiver Kostenaufwand inkl. Honorare und Nebenkosten, der für die Erstellung des Gebäudes und der Umgebungsanlage zum Zeitpunkt des Bewertungsstichtages erforderlich wäre (Baukostenplan (BKP) 2,4 +5).³⁰

• VERSICHERUNGSWERT:

Der Versicherungswert ist in der Schweiz der jeweilige Schätzwert der kantonalen Gebäudeversicherungen sowie privater Versicherungen und stellt einen Reproduktionswert oder Wiederherstellungswert der baulichen Anlagen ohne Landwert auf einem Grundstück dar. Die Ermittlung erfolgt nach unterschiedlichen kantonalen Usancen. Der Wiederherstellungswert berücksichtigt die Kosten für den Ersatzneubau eines Gebäudes in ähnlichem Umfang bezüglich Nutzung, Design und Standard. Dabei werden Planungskosten, Abbruchkosten inklusive Entsorgung, temporäre Schutzmassnahmen sowie gesetzlich vorgeschriebene Gebühren berücksichtigt. Es werden weder Mietzinsausfälle während der Bauzeit noch bisherige Kontaminationen, welche vor dem Wiederaufbau schon bestanden, in die Kalkulation mit einbezogen.³¹ Der Wert entspricht den Baukosten zur Wiederherstellung des Gebäudes ohne Baunebenkosten oder Umgebung.

• REALWERT/SACHWERT:

Der Real- oder Sachwert setzt sich zusammen aus dem Zeitwert der baulichen Anlagen auf einem Grundstück, den Umgebungsarbeiten, den Baunebenkosten sowie dem Landwert. Der Zeitwert der baulichen Anlagen entspricht dem Wiederbeschaffungswert oder den Kosten für den Ersatz eines Gebäudes, abzüglich der Wertminderung für die technische Altersentwertung sowie andere relevante Wertminderungen oder notwendige Verbesserungen, ohne Rücksicht auf ungewöhnliche oder persönliche Verhältnisse.³¹

• MISCHWERT:

Bei der Mischwertmethode wird durch Gewichtung von Sach- und Ertragswert der Marktwert überbauter Grundstücke ermittelt. Bei dieser Methode ist es in der Bewertungspraxis üblich, den Sachwert stets einmal und den Ertragswert mit einem Faktor ($m \geq 0$) zu gewichten.³⁰ Dieser Wert berücksichtigt den Ertragswert. Diese Methode kommt in der heutigen reinen Immobilienbewertung kaum mehr zur Anwendung, ist aber auch nicht mehr zeitgemäss.

• VERKEHRSWERT/MARKTWERT:

Der Verkehrs- oder Marktwert ist der geschätzte Betrag, für welchen ein Immobilienvermögen am Tag der Bewertung zwischen einem verkaufsbereiten Veräusserer und einem kaufbereiten Erwerber, nach angemessenem Vermarktungszeitraum, in einer Transaktion im gewöhnlichen Geschäftsverkehr ausgetauscht werden sollte, wobei jede Partei mit Sachkenntnis, Umsicht und ohne Zwang handelt.³¹ Da bezüglich der

³⁰ Schweizerisches Schätzerhandbuch 2012 ³¹ Swiss Valuation Standards (SVS), Best Practice of Real Estate Valuation in Switzerland 2017

Wertermittlung jedoch nicht mit jeder Liegenschaft auf den Markt gegangen werden kann, wird mit Hilfe von Rechnungsmodellen ein Annäherungswert bestimmt. Je nach Anforderung an die Schätzung kann der Wert mit Hilfe der Ertragswert-, Barwert-, DCF-Methode etc. erstellt werden. Alle diese Berechnungsmodelle berücksichtigen einerseits den Ertragswert und somit die betriebswirtschaftliche Situation des Betriebes und andererseits den Zustand der Bausubstanz. Der Verkehrs- oder Marktwert ist der häufigste und relevante Wert für einen Kauf/Verkauf oder eine Finanzierung.

Für die Erstellung einer Immobilienbewertung in der Gastronomie gibt es einige branchenspezifische Eigenheiten und Faktoren zu beachten:

8.1 Welche äusseren Faktoren haben Einfluss auf den Wert?

- **LAGE:**

Liegt die Immobilie im Stadtzentrum, in einem Dorf oder auf dem Land?

Welche Frequenzen sind am Standort zu erwarten?

Wie ist die Anbindung an den Verkehr? Wie gut können die Gäste den Betrieb erreichen?

Wie ist die Visibilität?

- **ZONE:**

In welcher Bauzone befindet sich die Liegenschaft?

Gibt es noch Baulandreserven?

- **EINSCHRÄNKUNG:**

Gibt es andere wertrelevante Einflüsse wie Denkmalschutz, Anmerkungen oder Vormerkungen im Grundbuch?

Können diese einen möglichen Um- oder Neubau verhindern?

- **NUTZUNG:**

Kann auf dem Grundstück ein anderer Baukörper gebaut werden?

Ist eine Umnutzung möglich (Zonenverordnung, Exitstrategie)?

8.2 Reprokosten

Die Reprokosten bezeichnen die Wiederherstellungskosten der gegebenen Bausubstanz eines Objektes, in der gleichen Bauweise, mit den gleichen baulichen Eigenschaften und derselben Bauqualität. Diese dienen als Grundlage zur Bestimmung der Erneuerungskosten und der jährlichen erforderlichen Rückstellungen.³² Nachfolgend ein Beispiel der Reprokosten eines Hotels mit einer Tennishalle, einem Parkhaus, einem Schwimmbad, mit verschiedenen Gastronomiebereichen und 75 Hotelzimmern:

³² Die Immobilienbewertung, Schätzerwissen im Überblick, 2009



8 | Immobilienbewertung in der Hotellerie und im Gastgewerbe

Abbildung 40 Beispiel Reproduktionskosten eines Hotels

Gebäude				
BKP 1	Vorarbeiten			CHF 0,--
BKP 2	Rohbau			
	Hotel	19 000 m ³	à 700,-- CHF/m ³	CHF 13 300 000,--
	Tennishalle mit Parking	8 500 m ³	à 300,-- CHF/m ³	CHF 2 550 000,--
	Schwimmbad/Fitnessräume	5 000 m ³	à 950,-- CHF/m ³	CHF 4 750 000,--
	Total	32 500 m ³	à 634,-- CHF/m ³	CHF 20 600 000,--
BKP 3	Betriebseinrichtung			
	Hauptrestaurant	160 Plätze	à 5 000,-- CHF	CHF 800 000,--
	Bar / Smoker Raum	60 Plätze	à 4 500,-- CHF	CHF 270 000,--
	Terrasse	40 Plätze	à 2 000,-- CHF	CHF 80 000,--
	Versch. Junior Suiten	10 Zi.	à 25 000,-- CHF	CHF 250 000,--
	Versch. Doppelzimmer	55 Zi.	à 20 000,-- CHF	CHF 1 100 000,--
	Versch. Einzelzimmer	10 Zi.	à 15 000,-- CHF	CHF 150 000,--
BKP 4	Umgebung		Pauschal	CHF 250 000,--
BKP 5	Baunebenkosten		8,00%	CHF 1 880 000,--
Neuwert BKP 2-5, gerundet				CHF 25 380 000,--

Quelle 40 KATAG & Partners AG

Hotels und Restaurant verfügen oftmals über eine hohe Kubatur, denn grosse Speisesäle oder Schwimmbadhallen nehmen enorm viel Volumen ein. Die Baukosten dieser kostspieligen Anbauten können leider jedoch keineswegs auf den Wert der Immobilie dazugeschlagen werden. Diese Räume gehören zum Gesamtkonzept des Betriebes und generieren keinen eigenen zusätzlichen Ertrag. Eher das Gegenteil ist der Fall, die Räume sind oft kaum genutzt, müssen aber jedes Jahr abgeschrieben werden.

Bei einem gastronomischen Betrieb stellt sich oft die Frage nach der Bewertung des Gross- und Kleininventars. Als Faustregel gilt: was niet- und nagelfest ist und zur Nutzung des Be-



Immobilienbewertung in der Hotellerie und im Gastgewerbe | 8

etriebes gehört, zählt zum Grossinventar. Das Grossinventar, sprich die Betriebseinrichtung ist ertragsbildend und darauf sind Rückstellungen zu bilden. Das Kleininventar auf der anderen Seite sind meist die beweglichen Einzelteile des Mobiliars, welche vom Mieter oder Käufer zusätzlich erworben werden müssen. Dieses ist nicht Bestandteil der Immobilienbewertung. Für die Betriebseinrichtung wird nach Standard pauschal ein Wert pro Sitzplatz und Zimmer für die Betriebseinrichtung eingesetzt. Je nach Zimmer- oder Restaurantbereich kann dieser zusätzlich variieren. In der Summe liegt der Kubikmeterpreis eines Hotels oder Restaurants für gewöhnlich deutlich höher als der eines konventionellen Mehrfamilienhauses.

8.3 Technische Entwertung

Die Wertverminderung eines Gebäudes hängt vom bautechnischen Zustand und den daraus resultierenden Kosten ab. Dieser Minderwert des Gebäudes oder Objekts wird als technische Entwertung angegeben. ³³

Abbildung 41 Beispiel Rückstellungsbedarf

Bauteil	Anteil in % an BKP 2	*Anteil inkl. BNK	Gesamtlebens- dauer	Jährlicher Rückstellbedarf	Restnutzungs- dauer	(Bau-)techn. Alter
BKP 2 Rohbau	50%	CHF 11 124 000,--	GLD100 J.	CHF 11 173,--	RND100 J.	TA0 J.
Hülle	20%	CHF 4 449 600,--	GLD60 J.	CHF 20 983,--	RND45 J.	TA15 J.
Installationen	15%	CHF 3 337 200,--	GLD50 J.	CHF 23 970,--	RND35 J.	TA15 J.
Ausbau	15%	CHF 3 337 200,--	GLD30 J.	CHF 62 545,--	RND30 J.	TA0 J.
BKP 3 Betriebseinrichtungen		CHF 2 862 000,--	GLD25 J.	CHF 71 543,--	RND15 J.	TA10 J.
BKP 4 Umgebung		CHF 270 000,--	GLD50 J.	CHF 1 939,--	RND40 J.	TA10 J.
	100%	CHF 25 380 000,--		CHF 192 153,--		
Rückstellungsbedarf in % v. BKP 2-5				0,76%		
*Baunebenkosten linear auf BKP 2 bis 4 verteilt.			Zinssatz	3,70%		

Quelle 41 KATAG & Partners AG

³³ Die Immobilienbewertung, Schätzerwissen im Überblick, 2009

8 | Immobilienbewertung in der Hotellerie und im Gastgewerbe

Jedes Bauelement der Immobilie hat eine bestimmte Gesamtlebensdauer. Der Rückstellungsbedarf zeigt, was der Immobilienbesitzer pro Jahr zurücklegen muss. Je nach Konzept und Ausbaustandard eines Hotels oder Restaurants kann die Gesamtlebensdauer der Betriebseinrichtung variieren.

Abbildung 42 Beispiel Technische Entwertung

Bauteil		Restnutzungsdauer	(Bau-)techn. Alter	Entwertung
BKP 2	Rohbau	RND100 J.	Alter0 J.	CHF 0,--
	Hülle	RND45 J.	Alter15 J.	CHF 410 915,--
	Installationen	RND35 J.	Alter15 J.	CHF 469 420,--
	Ausbau	RND30 J.	Alter0 J.	CHF 0,--
BKP 3	Betriebseinrichtungen	RND15 J.	Alter10 J.	CHF 847 110,--
BKP 4	Umgebung	RND40 J.	Alter10 J.	CHF 22 963,--
Total technische Entwertung				CHF 1 750 409,--
Entwertung in % BKP 2-5				6,9%

Quelle 42 KATAG & Partners AG

Technische Entwertung zum Zeitpunkt der Bewertung zeigt den Investitionsbedarf des Gebäudes um dieses wieder in einen entwertungsfreien Zustand zu bringen. Für einen Käufer gilt hier festzustellen, ob Baumängel oder ein Sanierungstau vorhanden sind, welche eventuell unerwartete Kosten generieren könnten.

8.4 Erfolgsrechnung

Die Erfolgsrechnung im Gastgewerbe verfügt über einige Eigenheiten. Es ist dementsprechend zu empfehlen, diese nach dem Kontorahmen des schweizerischem Gastgewerbes zu erstellen. Anhand der effektiven Erfolgsrechnung wird die betriebswirtschaftliche Situation des Betriebes analysiert. Welches Betriebskonzept besteht? Die Kennzahlen müssen konzeptspezifisch analysiert (Hotelkonzept/Restaurantkonzept) werden. Des Weiteren muss der Standard des Betriebes berücksichtigt werden. Ein Einstern-Hotel sollte andere Werte als ein Fünfsterne-Hotel, ein Take Away oder eine grosse Mitarbeiterkantine vorweisen. Es gilt zu analysieren, ob das Umsatzpotential des Betriebes ausgeschöpft wird und wie die Auslastung der Zimmer im Vergleich zu der Region aussieht. Entsprechen die grossen Kostenblöcke Warenaufwand und Personalaufwand den branchenüblichen Werten? Diese beiden Aufwände können bereits rund 80% der Kosten ausmachen. Da die Branche oftmals nur einen kleinen Gewinn ausweisen kann, ist ein kosteneffizientes Arbeiten essentiell.

8.5 Plan-Umsatz

Nach der Analyse der bestehenden Erfolgsrechnung wird ein Plan-Umsatz in einem regulären Jahr erstellt, welcher ein durchschnittliches Geschäftsjahr abbilden soll. Je nach Einschät-

zung muss dementsprechend der bestehende Umsatz erhöht oder sogar gedrosselt werden, da man nicht davon ausgehen kann, dass ein Nachfolge-Geschäftsführer dieselben Umsätze erreichen wird. Es ist zu beachten, ob der Betrieb ganzjährig oder saisonal offen ist, mit welcher realistischen Auslastung in einem stabilisierten Jahr zu rechnen ist und welcher durchschnittliche Ertrag pro Zimmer oder Sitzplatz verwendet werden kann.

8.6 Mitarbeiterkosten

Anhand des Konzeptes gilt es abzuwägen, wie viele Mitarbeiter es für die Betriebsführung braucht. Der Lohn des Geschäftsführers muss darin enthalten sein. Gerade kleine ländliche Betriebe können leider oft nur überleben, wenn das Wirtepaar mit einem bescheidenen Lohn und ohne Berücksichtigung der geleisteten Arbeitszeit arbeitet.

8.7 Plan-Mietzins

Im Unterschied zu der Miete pro Quadratmeter für Gewerbeflächen oder Wohnungen fällt die Miete für Gastrobetriebe üblicherweise tiefer aus. Einerseits besteht eine tiefere Rentabilität in der Branche und andererseits gibt es in einem gastronomischen Betrieb/Hotel im Verhältnis viel mehr Verkehrsflächen, wie zum Beispiel Eingangsbereiche, Gänge, etc., welche keinen Ertragswert generieren können.

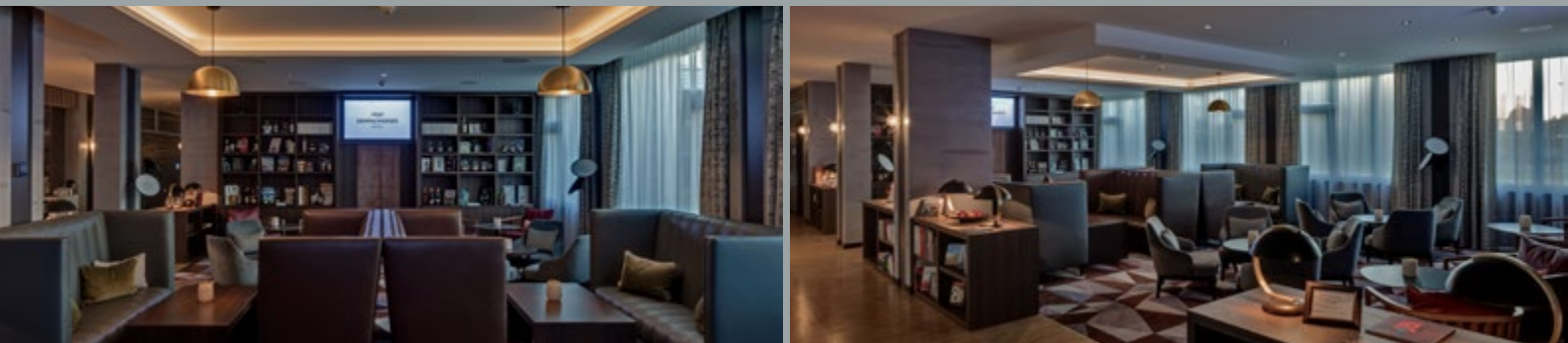
Für die Bestimmung eines fairen Mietzinses gibt es verschiedene Faktoren zu berücksichtigen. Welche Art Mietvertrag liegt vor? Wird das Objekt im Roh- oder Ausbau vermietet? Wie lange ist die Vertragsdauer? Besteht eine echte oder unechte Option auf eine Verlängerung? Welches Betriebskonzept besteht? Sind die Arbeitsabläufe kosteneffizient gestaltet? Je nach Standort (Stadt oder Land) kann die Miete höher oder tiefer ausfallen. Für gewöhnlich gibt es drei Möglichkeiten, den Mietzins zu definieren: eine Fixmiete, ein Staffelmiete oder eine Umsatzmiete. Bei letzterer variieren die Prozentsätze auf die Umsätze aus der Beherbergung und der Restauration in einem Betrieb (Prozente zum Umsatz sind auf S.24 zu finden).

8.8 Plan-Erfolgsrechnung

Die Plan-Erfolgsrechnung im stabilisierten Jahr - im Abgleich mit den branchenüblichen Werten und unter Berücksichtigung der vorhandenen Betriebsstruktur zeigt, ob der Betrieb rentabel geführt werden kann. Früher wurde das Unternehmensergebnis der Plan-Erfolgsrechnung für die Bestimmung des Ertragswertes verwendet. Inzwischen wird hierfür jedoch der Plan-Mietzins verwendet.

8.9 Mieterspiegel

Der Mieterspiegel stellt sämtliche ertragsbringenden Wertelemente der Liegenschaft dar. Die Miete des Hotels oder Restaurants basiert dabei auf der Plan-Erfolgsrechnung. Wertelemente, die nicht Teil des gastronomischen Bereiches sind, sind in der Bewertung separat zu



8 | Immobilienbewertung in der Hotellerie und im Gastgewerbe

erfassen. Hierzu gehören unter anderem Wirtwohnungen, Ladenlokalitäten, Garagenplätze oder externe Büros. Die zusätzlichen Mieteinnahmen werden ebenfalls den marktüblichen Mietzinsen angepasst und auf dem Mieterspiegel aufgeführt. Es entsteht eine Gesamtmiete der Liegenschaft. Nebenanlagen, die zum Gesamtkonzept des Betriebes gehören und nicht als separate Einnahmequelle verzeichnet werden können, werden nicht als zusätzliche Werteelemente aufgeführt. Hierzu gehören zum Beispiel die Gästeparkplätze eines Restaurants oder das Hotelschwimmbad.

Die Mietwerte werden mit einem Bruttozinssatz kapitalisiert. Dieser besteht aus dem Nettozinssatz, welcher die Verzinsung des Fremd- und Eigenkapitals berücksichtigt. Hinzu kommen Zinszuschläge für die jährlich anfallenden Kosten und Rückstellungen für in Zukunft anfallende Erneuerungen. Dieser sogenannte Bruttozinssatz wird als Kapitalisierungssatz verwendet.

8.10 Kapitalisierungssatz Hotel Restaurant

Der Kapitalisierungssatz für Hotels und Restaurants ist aufgrund des grösseren Risikos in der Regel um 1-2 Prozentpunkte höher als bei Gewerbe- oder Wohnimmobilien. Die Fondsbildung und Amortisation decken die jährlichen Rückstellungen. Der Netto und Bruttokapitalisierungssatz der zusätzlichen Werteelemente wird separat bestimmt. Am Ende ergibt sich für die Liegenschaft ein gewichteter Kapitalisierungssatz.

8.11 Ertragswert und Verkehrswert

Aus dem Mietzins der Liegenschaft und dem Kapitalisierungssatz resultiert der Ertragswert für die einzelnen Werteelemente. Nach Abzug der technischen Entwertung - welche das Alter des Gebäudes widerspiegelt - ergibt sich der Verkehrswert. Dieser Wert ist schlussendlich relevant für einen Kauf/Verkauf der Liegenschaft und wird als Grundlage für eine Finanzierung dienen.

Die Verkehrswertmethode mit dem Ertragswert ist heute die gängigste Form zur Wertbestimmung. Alternativ gibt es weitere Methoden wie der Barwert, die Discounted Cashflow-Methode, etc.. Die Methode kann variieren, das Resultat sollte dabei jedoch zum selben Ergebnis führen.



Abbildungsverzeichnis |

Abbildung 1	Betriebsarten 2014-2017	5
Abbildung 2	Betriebsarten 2017	6
Abbildung 3	Die grössten Schweizer Gemeinschaftsverpfleger	7
Abbildung 4	Beschäftigte im Gastgewerbe / Umsatz der Branche	8
Abbildung 5	Umsatzentwicklung Gesamtumsatz 2008 bis 2016	8
Abbildung 6	Anzahl Betriebe pro Kanton	9
Abbildung 7	Logiernächteentwicklung in der Schweiz in Zahlen	10
Abbildung 8	Logiernächteentwicklung in der Schweiz - Graph	11
Abbildung 9	Betriebsgrösse nach Umsatz	12
Abbildung 10	Aufteilung Hotelbetriebe nach Anzahl Betten	13
Abbildung 11	Entwicklung der Anzahl Betriebe nach Grösse	14
Abbildung 12	Verhältnis Betriebe zu Betten und Zimmer 2018	14
Abbildung 13	Betriebsgrösse nach Betten und Zimmern 2018	15
Abbildung 14	Betriebsgrösse Restaurants nach Plätzen	15
Abbildung 15	Mitarbeiter pro Betrieb	16
Abbildung 16	Mittagsmahlzeiten - Preisbarometer in CHF	17
Abbildung 17	Stuhllumsätze Tendenzen	18
Abbildung 18	Entwicklung der Umsatzstruktur traditioneller Restaurants in Zahlen	19
Abbildung 19	Entwicklung der Umsatzstruktur traditioneller Restaurants - Graph	20
Abbildung 20	Beherbergungs-Moyenne nach Sternen in Zahlen	20
Abbildung 21	Beherbergungs-Moyenne nach Sternen - Graph	21
Abbildung 22	Zimmerauslastung nach Sternen in Zahlen	21
Abbildung 23	Zimmerauslastung nach Sternen - Graph	22
Abbildung 24	Verteilung Sternekategorien nach Region	22
Abbildung 25	Brutto Zimmerauslastung nach Tourismusregion und Monat 2018 - Ferienregion	23
Abbildung 26	Brutto Zimmerauslastung nach Tourismusregion und Monat 2018 - Stadtregion	23
Abbildung 27	Logiernächte nach Region und Monat 2018 - Ferienregion	24
Abbildung 28	Logiernächte nach Region und Monat 2018 - Stadtregion	24
Abbildung 29	Brutto Zimmerauslastung nach Region Langzeit	25
Abbildung 30	Aufenthaltsdauer der Gäste	26
Abbildung 31	Warenbruttogewinn Tendenz	27
Abbildung 32	Entwicklung der Mindestlöhne	28
Abbildung 33	Umsatzkennzahlen Mitarbeitende in der Restauration Tendenz	29
Abbildung 34	Mitarbeiteraufwand in % vom Gesamtaufwand	29
Abbildung 35	Mitarbeiteraufwand in % vom Gesamtaufwand Restauration	30
Abbildung 36	Mietzinse je Restaurationstyp	30
Abbildung 37	Prozentuales Küchen-, Keller- und Warenergebnis im Vorjahresvergleich	31
Abbildung 38	Erfolgsrechnung in % nach verschiedenen Betriebstypen	32
Abbildung 39	Erfolgsrechnung in % nach Hotelkategorien	33
Abbildung 40	Beispiel Reproduktionskosten eines Hotels	36
Abbildung 41	Beispiel Rückstellungsbedarf	37
Abbildung 42	Beispiel Technische Entwertung	38

Wir danken dem Hotel Sempachersee für das verwendete Bildmaterial. Das Hotel mit 150 Zimmern und drei Restaurants bietet über 30 Seminarräume, Säle und Auditorien an und ist eines der führenden Seminarhotels der Schweiz. Wir haben im Auftrag der Schweizer Paraplegiker Stiftung (SPS) die Analyse für das Hotel Sempachersee erarbeitet und in Zusammenarbeit mit D&D Hospitality GmbH das Umbau-Konzept erstellt sowie den Umbau begleitet.





KATAG & Partners AG | Hotellerie und Gastronomie | Arsenalstrasse 40 | 6010 Kriens
+41 41 317 37 37 | katag@katag.ch | www.katag.ch

