



# Pressemitteilung

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

## Wertschätzung der Branche

Grundsatzrede von Ulrich N. Brandl, Präsident des DEHOGA Bayern  
anlässlich des GastroFrühlings 2012

### Welche Wertschätzung genießt die Branche – welches Bild wird gezeichnet?

Wenn ich heute über die Wertschätzung des Hotel- und Gaststättengewerbes sprechen möchte, muss ich erst einmal die Frage stellen wie es denn darum bestellt ist – welches Bild denn von unserer Branche gezeichnet wird. Wird das, was wir - Mitarbeiter und Unternehmer der Branche - tagtäglich tun überhaupt als „Wert“ angesehen!?

Wenn über **Ausbildung** in unserer Branche gesprochen wird, dann ist von Ausbeutung, den höchsten Abbruchquoten, wenig attraktiven Arbeitszeiten und schlechten Arbeitsbedingungen die Rede. Keine Rede von einer Ausbildung, die einem Möglichkeiten auf der ganzen Welt eröffnet, die einen täglich neu herausfordert und Lösungen abverlangt, die eine gute Leistung mit dem direktem positiven Feedback glücklicher Gäste belohnt, die mit dem direkten Dienst am Menschen garantiert mehr zu persönlicher Zufriedenheit beiträgt als die monotone Arbeit an einem Industrieband und die auch dort stattfindet wo Industrie nie ansässig war bzw. sich lange zurückgezogen hat.

Wenn über **Löhne** in der Gastronomie gesprochen wird, ist ausschließlich die Rede von Niedriglöhnen und Schwarzarbeit, langen und ungünstigen Arbeitszeiten oder einfachen und wenig anspruchsvollen Tätigkeiten. Keine Rede davon dass hoher Kostendruck, die belegbare Wettbewerbsverzerrung bei der Mehrwertsteuer, eine geradezu beschämende Preisakzeptanz der Deutschen für die deutsche Gastronomie keine höheren Löhne zulassen. Keine Rede davon, dass die Arbeitszeiten früh morgens, bis spät in die Nacht, am Wochenende sowie an Sonn- und Feiertagen dem Freizeitbedürfnis genau derer geschuldet ist, die dies gleichzeitig anprangern. Keine Rede davon, dass meist genau die sich am liebsten bedienen lassen und als Gäste am unmöglichsten sind, die die Arbeit in Serviceberufen als wenig attraktiv und sogar als minderwertig abstempeln.

Wenn über **Lebensmittelskandale** geschrieben wird, ist von Verbrauchern die Rede, die man vor unhygienischen Zuständen in Restaurantküchen schützen muss, von Ampeln und Barometern, die im Namen des Verbraucherschutzes vermeintliches oder tatsächliches Übel aufzeigen sollen. Keine Rede davon, dass alle diese Skandale wie jüngst bei Müller-Brot in der Lebensmittelindustrie und nicht in unseren gastronomischen Betrieben stattgefunden haben. Keine Rede davon, dass eine in der aktuellen Gesetzeslage mögliche sofortige Schließung einer Gaststätte ersetzt werden sollte durch ein Ampel oder Barometersystem, das nichts anderem als einem mittelalterlichen Pranger gleichgekommen wäre und in unverantwortlicher Weise Existenzen aufs Spiel gesetzt hätte. Ich dachte wir wollen uns

weiter- und nicht zurückentwickeln oder wie sonst soll man dies den sonst verstehen als so als wolle man dem eh schon verunsicherten Verbraucher sagen ... Du kannst Dich hier zwar vergiften, aber wir haben es Dir vorher gesagt... Und das soll dann besseren Verbraucherschutz bedeuten, als echter hygienischer Schlamperei gleich die Tür zuzusperren. Und nicht zuletzt keine Rede davon, wie lange wir als Verband schon fordern und in unternehmerischer Eigenverantwortung alles dafür tun, dass Unternehmer im Hotel- und Gaststättengewerbe über eine fundierte, nachprüfbare Ausbildung verfügen. Der GastroManagementPass, kurz GMP, ist der jüngste Beweis dafür.

Wenn über eine **Mehrwertsteuerreduzierung** in der Hotellerie gesprochen wird, dann ist die Rede von einem unsinnigem Steuergeschenk, einer spendenorientierten Klientel-Politik und von Schulen in die es hereinregnet, weil Hoteliers lange überfällige faire Wettbewerbsbedingungen erhalten haben. Keine Rede davon, dass ein reduzierter Mehrwertsteuersatz in 24 von 27 europäischen Staaten, beim Hauptmitbewerber des bayerischen Tourismus Österreich schon seit über 20 Jahren dazu genutzt wird, Wettbewerbsvorteile für das eigene Hotel- und Gaststättengewerbe zu schaffen. Keine Rede davon, dass die daraus resultierenden Steuerausfälle gegenüber den milliardenschweren Hilfen für die Automobil- und Finanzwirtschaft geradezu lächerlich sind und wirklich keinem Verhältnis stehen. Keine Rede davon, dass es anders als dort kein Fass ohne Boden ist, sondern die dadurch möglichen Investitionen und Qualitätsverbesserungen in der Folge ein Vielfaches an Steuereinnahmen, nicht nur in unserer Branche, sondern auch aus dem Handwerk, dem begleitenden Dienstleistungsgewerbe und nicht zuletzt auch aus dem Einzelhandel wieder in die Kassen des Staates zurückgespült werden. Keine Rede davon, dass dieser Ausgleich in logischer Konsequenz, dringender denn je so schnell wie möglich auch dem heimischen Gastgewerbe zugestanden werden muss!

Wenn über die **Wirte und Hoteliers** selbst gesprochen wird, dann ist zu allererst die Rede von Chaoten und Ausbeutern, Umsätzen, die wahrscheinlich eh am Finanzamt vorbeigeschleust werden und von Sprüchen wie ...wer nichts kann und nichts wird, wird eben Wirt... Keine Rede davon, dass leistungsfähige Unternehmen und Unternehmer einen enormen und belegbaren Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg dieses Landes leisten, insbesondere bodenständige, ehrbare Familienunternehmer oft über Generationen hinweg nicht zuletzt auch einen wertvollen Dienst für das gesellschaftliche Leben leisten. Wirte und Hoteliers Arbeitsplätze insbesondere auch in den ländlichen Regionen schaffen, wo sich andere Branchen längstens zurückgezogen haben. Keine Rede davon, dass es gerade die Familienunternehmer der Branche sind, die hervorragende Nachwuchskräfte ausbilden, die nicht nur in den besten Hotels auf der ganzen Welt, sondern auch in vielen anderen Branchen heiß begehrt sind.

### **Fakten zur Branche – einer Leitökonomie allenfalls gerecht**

Bevor man mir aber nun vorwerfen kann polemisch zu sein, lassen Sie mich beleg- und nachweisbar aufzeigen, was unsere Branche in Bayern und ganz Deutschland tatsächlich leistet.

Ganz aktuell ist diesbezüglich in einer Studie des Bundeswirtschaftsministeriums zur *Bedeutung des Tourismus für Deutschland* folgendes nachzulesen:

- **Güter und Dienstleistungen im Gesamtwert von fast 280 Milliarden Euro** haben Urlauber sowie Geschäftsreisende aus dem In- und Ausland 2010 in Deutschland in Anspruch genommen.
- Dank dieser Umsätze finden hierzulande **2,9 Millionen Menschen** - das sind **sieben Prozent aller Erwerbstätigen** - einen Arbeitsplatz in unserer Branche. Im Maschinenbau sind es 976.000 Beschäftigte, Fahrzeugindustrie 790.000 und bei den Banken gerade mal 657.000 Beschäftigte....

Wie war das nochmal? Wie viel Geld fließt wohin...? Ach so, das ist nicht das Gleiche. Schließlich handle es sich bei den staatlichen Hilfen für andere Branchen um einmalige Hilfen und durch eine reduzierte Mehrwertsteuer würden jedes Jahr Steuern fehlen.

Nun, denen die in dieser oder ähnlicher Form abwiegeln, stelle ich jetzt mal zwei Gegenfragen: Ich frage Sie, wie weit kann man denn bei den ganzen Unterstützungsmaßnahmen für die Finanzmärkte, von denen jede einzelne für etliche Jahre Mehrwertsteuerreduzierung in der gesamten Gastronomie reichen würde, noch von Einzelmaßnahmen reden? Und ich frage Sie: sind denn die Steuereinnahmen für den Staat seit der Einführung der reduzierten Mehrwertsteuer für die Hotellerie nun gesunken oder gestiegen?

Für wie naiv halten diejenigen denn die Menschen, die jetzt behaupten, dass dieses positive Steueraufkommen ausschließlich in der Exportwirtschaft erwirtschaftet wurde. Wir lassen uns unseren Anteil an diesen vermehrten Steuereinnahmen nicht wegdividieren. Dazu haben wir mit unseren Investitionen, größerer Attraktivität und dadurch ausgelösten höheren Umsätzen mindestens genauso beigetragen wie jede andere Branche auch. Für diejenigen, die es immer noch nicht verstehen, kommen jetzt die drei Sätze, die ein Leser des *Gastronomie Reports* in der Nachberichterstattung zu meiner Rede im letzten Jahr eingefordert hat:

1. Der Verzicht auf einen Teil der Steuereinnahmen aus der Hotellerie hat Investitionen ermöglicht, die in den Jahren zuvor aufgrund der niedrigeren Mehrwertsteuersätze in fast allen europäischen Nachbarländern und des darauf für deutsche Hoteliers resultierenden Kostendrucks in vielen Betrieben nicht mehr möglich waren.
2. Mit dem in den Betrieben verbleibenden zusätzlichen Gewinn konnte ein oft seit Jahren bestehender Investitionsstau aufgelöst werden und in die Attraktivität investiert werden, die der Markt heute fordert.
3. Die damit realisierten Investitionen haben die Auftragsbücher des Handwerks gefüllt, die Attraktivität unserer Betriebe gesteigert, den Tourismus insgesamt belebt – die Zahlen beweisen es doch - und durch die insgesamt höheren Umsätze wesentlich mehr Steuerrückflüsse generiert, als durch den Wachstumsanreiz der Reduzierung erst einmal nicht abgeführt werden musste.

Damit sollte es jetzt eigentlich jeder verstanden haben, mindestens aber diejenigen die für sich den Anspruch erheben von Wirtschaft etwas zu verstehen und diesbezüglich politische Verantwortung tragen. Auf jeden Fall aber werden wir mit allen gebotenen Mitteln dafür sorgen, dass sich diejenigen, die uns anders als vor den letzten Wahlen auf einmal – parteiübergreifend - erzählen wollen, dass für letztlich sich selbst finanzierende, faire Wettbewerbsbedingungen kein Geld da wäre, mit den eben geschilderten Zahlen und offensichtlichen Fakten auseinandersetzen werden müssen. Bzw. diejenigen entlarven, die einerseits jedem noch so bodenlosen Rettungsschirm für unverbesserliche Finanzjongleure zustimmen und sich andererseits erdreisten die im Volumen geradezu lächerliche Reduzierung der Mehrwertsteuer für undichte Dächer in Schulen und Kindergärten verantwortlich zu machen!

Bei allem nötigen Respekt für jeden, der als Politiker seine Überzeugung vertritt. Wir stellen uns gerne der Diskussion mit jeder politischen Partei, hören uns gerne auch andere, sachliche und belegbare Argumente an, tragen gerne zu einer brauchbaren Lösung der jeweiligen Problematik bei, erwarten aber, dass man sich auch mit unseren Argumenten sachlich und seriös auseinandersetzt.

Politische Vertreter allerdings, die nur an den Fakten vorbei argumentieren und uns dabei auch noch offenbar bewusst in Misskredit bringen wollen, haben von uns bei den kommenden Wahlen nichts, aber auch gar nichts zu erwarten und sollten sich darüber hinaus wirklich einmal fragen, ob Populismus mittlerweile Rechtfertigung genug dafür ist, auch noch den letzten Funken politischen Anstands über Bord zu werfen.

Aber zurück zu weiteren Fakten, die die wirtschaftliche Bedeutung unserer Branche eindrucksvoll unter Beweis stellen:

- **Der Tourismus** in Deutschland trägt allein durch die so genannten "direkten Effekte" wie z.B. Flug- und Bahntickets oder Hotelbuchungen, mit fast 100 Milliarden und damit **4,4 % zur Bruttowertschöpfung** in Deutschland bei. Wieder zum Vergleich die Banken 76 Mrd. oder 3,6%, der Maschinenbau 64 Mrd. oder 3,0%. und die Fahrzeugindustrie 54 Mrd. oder 2,6%.
- Bezieht man die so genannten **Vorleistungen**, zu denen zum Beispiel die Dienstleistungen am Flughafen, Lieferungen von Bäckern an Gaststätten oder Renovierungsarbeiten durch Handwerker im Hotel entstehen, mit ein, so ist der Tourismus sogar mit **9,7% an der Wertschöpfung und 12% an der Beschäftigung beteiligt!**

Und wieder frage ich Sie! Wird die Unterstützung, die wir bei unseren Anliegen erfahren, diesen Zahlen gerecht? Und es geht weiter:

- **In Bayern, dem Tourismusland Nr. 1 sind 560.000 Erwerbstätige im Tourismus beschäftigt**, zum Vergleich bei AUDI und BMW zusammen sind es weltweit nur 164.000!
- **315.000 Erwerbstätige – also fast doppelt so viele wie bei Audi und BMW insgesamt – sind allein im Gastgewerbe beschäftigt**, 123.000 davon in der Beherbergung und 192.000 in der Gastronomie

- **12.660 Auszubildende erlernen ihren Beruf in unseren Betrieben**, was wiederum fast 10 % aller Ausbildungsverhältnisse Bayerns entspricht
- **42.000 Betriebe**, davon 12.233 im Beherbergungs- und 29.200 in der reinen Gastronomie sorgen in allen Ecken Bayerns für Arbeit, wirtschaftliche Prosperität und nicht zuletzt gesellschaftliches Leben.
- **31 Mrd. Euro Jahresumsatz werden im Tourismus generiert** und dabei kommen über die Hälfte aller touristisch bedingten Ausgaben- dem Einzelhandel bzw. nicht gastgewerblichen Dienstleistungsbereich zu Gute.
- **12. Mrd. Euro Jahresumsatz werden allein im Gastgewerbe erwirtschaftet**, 40% davon im Beherbergungs- und 60% im Gastronomiebereich.

Sie denken was wollen die denn eigentlich, wenn sie eh schon so erfolgreich sind... Falsch gedacht, denn das vorhandene Potenzial ist noch lange nicht ausgeschöpft und nur zu gern würden wir es auch noch viel stärker ausbauen, wenn die Politik es auf europäischer und inländischer Ebene schaffen würde, insgesamt faire Wettbewerbsbedingungen herzustellen. Ein weiteres sollten diese Zahlen auch dem letzten Zweifler klarmachen, nämlich die Tatsache, dass unsere Branche den hohen Ansprüchen an eine Leitökonomie allemal gerecht wird und definitiv deutlich mehr Anerkennung und Wertschätzung verdient als das bisweilen der Fall ist!

## **Wertschätzung für die Branche – Worte ohne Inhalt, Taten ohne Konzept und Logik**

Nun, sehen wir uns doch mal an wie es um diese Wertschätzung bestellt ist: Wertschätzung ist verbunden mit Respekt, Wohlwollen und Anerkennung. Wertschätzung drückt sich u.a. in Zugewandtheit und Interesse aus. Machen wir doch mal die Probe aufs Exempel und wagen den Blick in die Runde, um zu sehen wer von den geladenen Politikern alles gekommen ist... Fragen wir uns, wie das wohl ausgesehen hätte, wenn die Automobilindustrie oder der Bankenverband eingeladen hätte... Im Übrigen, wenn ich immer wieder auf die Automobilindustrie und Banken eingehe, bitte ich mich nicht falsch zu verstehen. Ich nicht, und ich denke wir alle nicht, machen diesen beiden Branchen und auch keiner anderen einen Vorwurf dafür, dass sie für versuchen für ihre Interessen das Beste herauszuholen. Seien Sie versichert, dass ich und wir alle sehr stolz auf eine insgesamt starke bayerische Wirtschaft sind, die wir gerne in unseren Betrieben bewirten und mit denen wir gerne gemeinsam eine erfolgreiche wirtschaftliche Zukunft für Bayern gestalten. Die Vergleiche, die ich im Laufe meiner Rede immer wieder bemühe, zielen einzig darauf ab der Politik und dem unbedarften Betrachter aufzuzeigen, dass die Aufmerksamkeit, die uns seitens der Politik geschenkt wird, unserer wirtschaftlichen Leistung einfach nicht gerecht wird. Und dennoch, es gibt auch Politiker, die sich unseres Wertes bewusst sind, die uns wertschätzen und dies auch mit ihrer Anwesenheit heute zeigen. Insofern möchte ich mich ausdrücklich bei diesen für Ihr Kommen bedanken.

Es gibt aber auch die, die – wenn wir dabei sind – uns nach dem Mund reden, und kaum sind wir nicht dabei, etwas ganz anderes erzählen. Verlässlichkeit, Glaubwürdigkeit sieht anders aus und was bei dieser Art von Politikverständnis herauskommt wird bei vielen, nicht nur unseren Themen deutlich sichtbar.



## Falsche Rahmenbedingungen und Wettbewerbsnachteile

Ein Ergebnis sind falsche Rahmenbedingungen als Folge oberflächlicher Betrachtung, einseitiger Bewertung, mangelnder Sachkenntnis und zwangsläufig unzureichender Abwägung. Sie belasten die Wirtschaft insgesamt und führen insbesondere in Branchen mit vielen kleinen Betrieben, die die Macht einzelner Großbetriebe nicht für sich nutzen können, immer mehr zu gravierenden und ungerechtfertigten Benachteiligungen.

Lassen Sie mich neben der Mehrwertsteuerungerechtigkeit, auf die ich bereits eingegangen bin, ein weiteres Beispiel aus unserer Branche aufzeigen, wo dies deutlich wird. Reden wir nochmal über die Forderung nach einem Hygienebarometer. Lassen Sie mich bei der Diskussion um vermeintlich mehr Verbraucherschutz eines nochmal deutlich klarstellen: Ohne Wenn und Aber steht der Verband zu größtmöglicher Hygiene in seinen Betrieben. Mitnichten wollen wir damit, dass wir uns gegen dieses unsinnige, bürokratische Monster stellen, schlampigen Betrieben das Wort reden. Im Gegenteil, wir werden nicht müde unsere Mitglieder immer wieder zu größtmöglicher Sauberkeit aufzurufen und sie auch dabei zu unterstützen – freiwillig und in Eigenverantwortung!

So geschehen mit dem **GastroManagementPass**. Nicht ohne Grund widmet sich ein Modul ausschließlich der Hygiene in unseren Betrieben. Zielsetzung dieses Passes, kurz GMP genannt, ist es die vorhandenen Qualifikationen in unseren gut geführten Betrieben aufzuzeigen, Defizite gezielt durch entsprechende Schulungen auszugleichen und die geforderten Standards auch regelmäßig zu rezertifizieren. Und auch heute möchte ich die Gelegenheit nutzen, alle Kolleginnen und Kollegen aufzufordern, mitzumachen. Lassen Sie uns gemeinsam und in beeindruckender Zahl Politik und Gesellschaft zeigen wie wichtig uns eine hohe Qualität bei unserer täglichen Arbeit ist. Machen Sie mit und beantragen Sie so schnell wie möglich den GastroManagementPass, wenn Sie es nicht eh schon getan haben! Zeigen Sie, welches hohe Leistungsniveau unsere Branche tatsächlich auszeichnet und wirken Sie damit einem Bild entgegen, das leider nur zu häufig sehr einseitig gezeichnet wird. Lassen Sie es mich bei diesem Thema aber auch nicht versäumen, mich ganz herzlich zu bedanken. Beim bayerischen Wirtschaftsministerium, Herrn Staatsminister Martin Zeil und seiner Staatssekretärin Katja Hessel für die großzügige finanzielle und ideelle Unterstützung, bei den bayerischen IHK's für deren hervorragende Mithilfe bei der Einführung des GMP auf breiter Basis und nicht zuletzt auch bei denen, die bereits dabei sind.

Die Diskussion um das Hygienebarometer hat aber noch etwas gezeigt. Nämlich die Tatsache, dass Verbandsarbeit auch etwas bewirkt, dass in Bayern oft mit sehr viel mehr Augenmaß agiert wird als dies in anderen Bundesländern, wie z. B. Berlin, der Fall ist, dass wir mit unseren Argumenten unsere bayerischen Politiker erreicht haben und diese nach sachlicher Abwägung diesem Irrsinn einen Riegel vorgeschoben haben, zumindest solange, solange eklatante Fragen der Umsetzung nicht befriedigend geklärt sind. Eine Forderung, der sich übrigens auch die Spitze der bayerischen Lebensmittelkontrolleure angeschlossen haben und sich damit ebenfalls wohlwollend von ihren Kollegen aus anderen Bundesländern abheben. Und nicht zuletzt hat bei diesem Thema auch die Presse verantwortungsvoll gehandelt, anders als oftmals bei der Mehrwertsteuer hat man bei diesem Thema das Für und Wider sachlich gegeneinander abgewogen und entsprechend berichtet.

## Heterogenität – Leistung, die man nicht sieht

Näher eingehen möchte ich auch noch auf das bereits angesprochene Problem der Heterogenität unserer Branche, womit nichts anderes gemeint ist als die Tatsache, dass sie sich eher aus vielen kleinen Betrieben besteht. Betrieben, die sich leider, aber nachvollziehbar nicht in der Art bemerkbar machen können, wie dies Großbetrieben und Konzernen möglich ist.

Die meisten von uns sind mittelständische Familienunternehmer, obwohl auch in unserer Branche nur zu gern eher von den wenigen Hotelkonzernen die Rede ist. Wir arbeiten an 365 Tagen im Jahr, lange bevor der Betrieb für die Gäste öffnet und auch noch lange, nachdem die Türen wieder geschlossen sind. Der Begriff des „ehrbaren Kaufmanns“, der hart arbeitet, verantwortlich agiert und sich oft genug sozial engagiert, ist für uns – bis auf wenige Ausnahmen, die es in jeder Branche gibt – nicht nur eine leere Worthülse, sondern Verpflichtung. Oft genug begründet in einer langen Familientradition, in der auch Werte heute noch ihre Gültigkeit haben. Wir übernehmen Verantwortung für unsere Mitarbeiter und deren Familien. Wir haben als Unternehmer ein Gesicht, können und wollen auch nicht in der Anonymität eines Konzerns verstecken. Wir sind zusammen mit Familienunternehmern anderer Branchen das Rückgrat der bayerischen und deutschen Wirtschaft, scheffeln nicht über Jahre hinweg Milliardengewinne und schreien dennoch nicht nach einem Krisenjahr nach großzügigen Hilfen des Staates. Und wieder frage ich Sie: Wird dies alles in dem Maße wertgeschätzt, wie es angemessen wäre?

Ich meine nein und stelle gleichzeitig die Frage warum nicht? Wieso wird die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung unserer Branche nicht so dargestellt, wie sie tatsächlich ist?

## Minderheiten prägen das Bild

Wenn man die gerade dargestellte wirtschaftliche Leistung und den gesellschaftlichen Beitrag unserer Branche mit dem Bild vergleicht, dass in den Medien in Summe gezeichnet wird, dann kann man nur zu dem Schluss kommen, dass eine absolute Minderheit von wenigen Chaoten – die es in jeder Branche gibt, immer wieder das Bild prägt - und eben nicht die vielen fleißigen und ehrbaren Kolleginnen und Kollegen, die täglich ihr Bestes geben. Und nachdem mir im vergangenen Jahr vorgeworfen wurde pauschal auf „die“ Presse zu schimpfen, ist mir folgender Hinweis an die anwesenden Pressevertreter und an Sie alle wichtig: Es sind immer nur Wenige, die ein reißerisches und einseitiges Bild zeichnen - und glauben damit die Gier eines ebenso weit überschätzten Teils der Menschen nach Skandalen bedienen zu müssen. Ich gehe davon aus, dass Sie, die Sie heute hier sind, nicht dazu gehören. Und glauben Sie mir, ich hätte keine Scheu es offen anzusprechen, wenn ich anderer Meinung wäre. Nein, ganz im Gegenteil. Ich habe im vergangenen Jahr – trotz oder sogar wegen meiner deutlichen Worte an einen Teil der Zunft – in der weit überwiegenden Zahl zumindest hier in Bayern sehr faire, gut recherchierende und beide Seiten beleuchtende Redakteure und Pressevertreter kennengelernt. Dafür möchte ich mich öffentlich und ehrlich auch einmal ganz herzlich bedanken.

## Unterschiedliche Maßstäbe im Vergleich zu anderen Branchen

Zurück zu einem weiteren Problem, das ich heute aufzuzeigen möchte. Nicht selten habe ich das Gefühl, dass bei der Bewertung einzelner Branchenleistungen sehr unterschiedliche Maßstäbe an den Tag gelegt werden. Ich habe Ihnen eingangs unter anderem die Leistung unserer Branche auf dem Arbeitsmarkt aufgezeigt. Sie alle kennen aber auch die diesbezüglichen großen Sorgen und Probleme in einzelnen Regionen. Außer vereinzelter Lippenbekenntnisse erfährt diese Leistung aber wenig Anerkennung und interessieren die Probleme unserer Betriebe in strukturschwachen Regionen nicht wirklich jemanden.

Als es hingegen Opel schlecht ging, kam die Kanzlerin. Als die Krise auch andere Autohersteller traf - übrigens Konzerne, die jahrzehntelang Milliardenüberschüsse produziert haben - kam ganz schnell eine mehrere milliarden schwere Abwrackprämie. Als einzelne Banken und zwar genau diejenigen, deren Manager über Jahre hinweg Milliarden scheffelten, in Folge einer geradezu beispiellosen Zockerei ins Straucheln gerieten, musste selbstverständlich – weil systemrelevant – der Steuerzahler mit milliarden schweren Rettungsschirmen bürden.

Als es hingegen vielen unserer Betriebe aufgrund unfairer Wettbewerbsbedingungen über Jahre hinweg langsam aber sicher das Wasser abgegraben wurde, passierte erst einmal Jahrzehntlang nichts. Erst als alle Parteien in Ihren Wahlprogrammen konstatierten, es müsse etwas getan werden, wurde nach der Wahl – mit Mühe und Not - halbherzig und inkonsequent die Mehrwertsteuer, so wie in 24 von 27 europäischen Nachbarländern schon lange der Fall, leider nur in der Hotellerie gesenkt. Sehr wohl wissen wir aber, dass wir diesen Teilerfolg am Ende unserem bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer zu verdanken haben.

Und während eine milliarden schwere Abwrackprämie als weitsichtiges Rettungspaket für die Automobilwirtschaft und milliarden schwere Bankenunterstützungsprogramme als Rettung unseres Finanzsystem gefeiert wurde, waren die vergleichsweise lächerlichen 500 Mio., die die Mehrwertsteuer für die Hotellerie laut Bundesfinanzministerium bisher gekostet hat, verantwortlich für jede Finanzlücke, die sich wo auch immer gerade auftat.

Bevor mir aber nun jemand vorwirft ich würde hier nur polemisieren, komme ich zurück zu den Fakten und frage Sie: Wo sind denn nun die Steuereinnahmen des Staates insgesamt betrachtet, gerade einmal zweieinhalb Jahre nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes in der Hotellerie, die vielfach heraufbeschworenen und immer wieder zitierten Steuerausfälle? Ist es nicht so, dass sie heute höher als davor sind oder hab ich da irgendetwas falsch verstanden? Dafür sind alle anderen Branchen, insbesondere diejenigen verantwortlich, die sehr viel schneller und in wesentlich größerem Umfang Unterstützung vom Staat erfahren durften. Hier haben diese Hilfen natürlich gewirkt und zu den erfreulichen Steuermehreinnahmen geführt.

So läuft das aber nicht meine Damen und Herren! Das, liebe Kolleginnen und Kollegen dürfen und werden wir uns nicht gefallen lassen! Wir lassen uns unseren Beitrag zur weit überdurchschnittlich guten wirtschaftlichen Entwicklung der letzten beiden Jahre nicht



wegdividieren! Wir haben mit unseren Investitionen und Aufträgen für das heimische Handwerk, unserer verbesserten Attraktivität und den in der Folge beachtlichen Zuwachsraten im Tourismus mindestens genauso beigetragen wie alle anderen und fordern endlich auch mit der gleichen Wertschätzung behandelt zu werden!

### **Der Wert von Gastfreundschaft im Industrieland**

Wir erwarten nicht mehr, aber auch nicht weniger Wertschätzung als wir sie unseren Gästen und damit allen anderen entgegenbringen. Selbstverständlich sind auch wir stolz auf die Gesamtleistung der deutschen Wirtschaft, auf einen hochentwickelten, auf der ganzen Welt begehrten Maschinenbau, tolle und ebenso begehrte Automobile und all die anderen Leistungen deutscher Ingenieurskunst und Fleißes. Zu erwarten, dass man im Umkehrschluss als Unternehmer oder Mitarbeiter im internationaler nicht weniger geschätzten Gastgewerbe dieses Landes – ich komme noch darauf – genauso geschätzt wird und nicht dauernd ins wirtschaftliche und gesellschaftliche Abseits gestellt wird, sollte eigentlich nicht zu viel verlangt sein. Und deshalb erwarten wir, dass Politik und andere Wirtschaftsverbände anerkennen, wie wichtig auch und gerade in einem hochentwickelten Industrieland wie Bayern und der Bundesrepublik Deutschland die Dienstleistung in Gastronomie und Hotellerie ist.

Dies und die nachweisbare, wirtschaftliche Leistungskraft des Tourismus insgesamt würden schon lange auch in der Struktur innerhalb des zuständigen Wirtschaftsministeriums eine sehr viel größere Gewichtung verdienen. Wobei ich mich an dieser Stelle ausdrücklich für die Unterstützung und persönliche Wertschätzung unseres Wirtschaftsministers Martin Zeil und seiner Staatssekretärin Katja Hessel ganz herzlich bedanken möchte.

Es gibt eine Handwerkskammer und eine Industrie- und Handelskammer, aber keine Dienstleistungskammer – zumindest findet sich dieser kontinuierlich wachsende Wirtschaftsbereich in keiner Bezeichnung wieder. Ausdrücklich möchte ich aber an dieser Stelle betonen, dass wir mit den Industrie- und Handelskammern in Bayern, zu denen unsere Branche gehört, seit geraumer Zeit sehr gut zusammenarbeiten und uns auch zunehmend besser vertreten fühlen. Unser herzlicher Dank gilt dafür all denen, die dies möglich gemacht haben.

### **Der eigenen Leistung den richtigen Wert/Preis geben**

Aber, es sind nicht nur andere gefordert. Auch wir selbst müssen etwas tun, um der Gastfreundschaft in diesem Land den richtigen Wert zu geben. Womit ich bei meinem nächsten Thema bin: Wie schnell stehen wir doch am Pranger, wenn es um Lohnvergleiche, vermeintlicher oder tatsächlicher Schwarzarbeit und auch wenn wir in Punkto attraktiver Gasträume und Dienstleistungsqualität vermeintlich oder tatsächlich gerade im Vergleich mit Österreich so schlecht abschneiden. Nun, um aber vergleichbare Löhne zu bezahlen, für Gäste und Mitarbeiter ein attraktives Umfeld gestalten zu können, Mitarbeiter auf einem hohen Niveau aus- und fortbilden zu können, braucht es in einem Land, in dem die Kostenbelastung mit am höchsten in Europa ist, vor allem eines einen entsprechenden, wirtschaftlich notwendigen Preis!

Glauben Sie mir, ich kenne mittlerweile jedes Argument, dass mir von den Kolleginnen und Kollegen vorgebracht wird, die eher zögerlich dabei agieren, diesen betriebswirtschaftlich notwendigen und erst dann richtigen Preis für Ihre Leistung zu veranschlagen. Es ist aber nun mal so, selbst wenn wir bzw. in meinem Fall meine Köche in unseren Küchen wirklich zaubern, indem sie eine im internationalen Vergleich fantastische Qualität tagtäglich auf die Teller bringen, so müssen wir hinten in der Rechenstube anerkennen, dass Zaubern nicht, ganz sicher aber nicht lange funktioniert und wir wie alle anderen Unternehmen auch die Kostenseite nur dann ordentlich bedienen können, wenn wir auch den richtigen Preis für unsere Leistung kalkulieren, verlangen und auch selbstbewusst durchsetzen. Einen Preis übrigens – Äpfel mit Äpfeln verglichen und Birnen mit Birnen – der in allen unseren Nachbarländern trotz teilweise wesentlich geringerer Kosten höher ist als bei uns.

Sie glauben mir das nicht? Dann vergleichen Sie doch mal die Preise von Stadthotels in München und London. Vergleichen Sie die Preise von Wellnesshotels in Tirol und dem Allgäu oder dem Bayerischen Wald. Vergleichen Sie doch mal den Preis für ein hochwertiges Gänge-Menü in Frankreich, Österreich oder der Schweiz mit dem was Sie hierzulande dafür bezahlen müssen! Wie viele Beispiele, gerne auch konkrete, die Ihnen diese Tatsache belegen, soll ich Ihnen denn aufzählen? Wie sonst könnte es sein, dass Italiener und Franzosen deutlich mehr für Essen ausgeben als wir Deutschen? Ein Umstand über den wir sonst so qualitätsbedachten Deutschen durchaus mal nachdenken dürfen. Darüber sollten die Gäste, die sich über zu hohe Preise für unsere Leistung beschwerten und gleichzeitig die niedrigen Löhne für unsere Mitarbeiter oder ein wenig attraktives Umfeld bemängeln, einmal nachdenken. Und eines möchte ich Ihnen in diesem Zusammenhang aus innerster Überzeugung heraus auch noch mit auf den Weg geben, was nicht nur in unserer Branche, sondern insgesamt gilt. **Geiz macht nicht geil, sondern unglücklich!** Weil Sie sich in dem Moment in dem Sie unter diesem Aspekt etwas gekauft haben, fragen ob es nicht noch günstiger gegangen wäre und sich auch garantiert nicht des tollen Gefühls erfreuen können sich etwas Besonderes geleistet zu haben.

### **Anker und Halt in einer egoistischen, anonymen Gesellschaft**

Lassen Sie mich zum Schluss meiner Rede noch zwei Aspekte aufgreifen, die es allemal und nicht zuletzt wert sind, Wertschätzung für eine Branche aufzubringen, die neben ihrem wirtschaftlichen Beitrag wie bereits mehrfach erwähnt auch noch einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag leistet.

Traditionell gibt es in einem Ort und durchaus auch in den Stadtteilen größerer Städte zwei wichtige Zentren. Zum einen die Kirche, in Bayern trotz aller Vorbehalte und Kritik sicher immer noch das wichtigste Glaubenszentrum. Und zum anderen das Wirtshaus, zuständig für leibliches, aber durchaus auch seelisches Wohl. Unsere Betriebe sind das öffentliche Wohnzimmer der Nation. Immer noch sind viele Wirte auch Beichtvater und Seelenröster von Menschen, die sonst mit niemanden über ihre Sorgen und Nöte, aber durchaus auch glücklichen Momente reden können. Das Wirtshaus besitzt eine wichtige Funktion als inner- und zwischenörtliches Kommunikationszentrum. Für den Zusammenhalt in der jeweiligen Gemeinde sowie die Lösung lokaler Probleme auf gemeinschaftlicher Basis spielt der Aspekt

der Geselligkeit und der informellen Kommunikation eine zentrale Rolle. Über die soziale Funktion des Heranführens an einen verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol hat das Wirtshaus auch eine erzieherische Bedeutung. Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass die Aufrechterhaltung und Pflege einer lebendigen Wirtshauskultur mit dazu beitragen hätte können, dass das derzeit in unserer Gesellschaft heftig diskutierte „Komasaufen“ nicht das heutige Ausmaß erreicht hätte. Unter dem zunehmenden Verschwinden der Wirtshäuser und Kneipen leiden Geselligkeit und informelle Kommunikation ebenso wie die generationenübergreifende Einbindung aller Bevölkerungsschichten in die lokale Gemeinschaft. Mit dem Wirtshaussterben wird vor allem den älteren und weniger mobilen Generationen die Möglichkeit genommen, mit jüngeren Menschen aus dem Ort zusammenzutreffen. Unsere Betriebe sind Teil des Kulturgutes Bayerns, einer Kultur, um die uns viele beneiden. Deshalb muss alles dafür getan werden, sie nicht nur zu erhalten, sondern sie auch wieder zu stärken! Ohne uns wäre Bayern ärmer und es ginge eine wichtige Bühne verloren, die vielen kleinen und großen Festen im Laufe unseres Lebens den feierlichen Rahmen gibt und uns damit so viele glückliche Momente beschert.

### **Das bayerische Gastgewerbe - Gesicht und Visitenkarte Bayerns**

Zum zweiten erfüllen wir nach außen, gerade für das Tourismusland Bayern eine weitere wichtige Aufgabe. Wir sind das Gesicht und die Visitenkarte Bayerns. Kommen neben Laptop und Lederhose nicht die bekanntesten Sympathieträger für Bayern aus unserer Branche: Bier, Schweinebraten, Nürnberger, Sauerkraut, Oktoberfest und viele weitere traditionelle Feste im Jahreslauf finden sich in unserer Branche. Das viel zitierte bayerische Lebensgefühl „Leben und leben lassen“ ist untrennbar mit dem bayerischen Hotel- und Gaststättengewerbe verbunden. Und fördert immer wieder und immer mehr international anerkannte und ausgezeichnete Spitzenleistungen hervor. Lassen Sie mich beispielhaft ein paar dieser Spitzenleistungen und Auszeichnungen ein Gesicht geben.

Auf Landesebene ist beispielsweise **Kathrin Wickenhäuser** vom Hotel Cristal & Dolomit hier in München zu nennen, die im Februar von der Münchner CSU zur **Newcomerin des Jahres** gekürt wurde.

Auf nationale Ebene möchte ich es nicht nur bei einem Beispiel belassen. Da ist zum einen

**Enrico Spannenkrebs** vom Restaurant Atelier im Bayerischer Hof in München, der vom Gault Millau zum **Oberkellner des Jahres** gewählt wurde.

**Andree Köthe** vom Essigbrätlein in Nürnberg, der ebenfalls vom Gault Millau zum **Koch des Jahres** gewählt wurde.

**Dietmar Müller-Elmau** vom Schloss Elmau, der von AHGZ zum diesjährigen **Hotelier des Jahres** gekürt wurde.

Das **Hubertus Alpin Lodge & Spa** in Balderschwang, wurde vom DTV mit dem diesjährigen **Deutschen Tourismus-Sonderpreis „Lifestyle“** ausgezeichnet.

Und auch auf internationaler Ebene konnten bayerische Betriebe begehrte Auszeichnungen erlangen.

So wurde **Oberbayern** vom ADAC in einem europäischen Vergleich zur **Beliebtesten Urlaubsregion** gewählt.

Das **Restaurant im Bayerischen Nationalmuseum** gehört laut der Zeitschrift Feinschmecker zu **Europas schönsten Museumsrestaurants**.

Und wieder **Schloss Elmau** wurde von GEO Saison zum **Besten Wellnesshotel Europas 2012** gekürt.

Last but not least – haben es die Mitarbeiter – der Chef konnte es hier nicht sein, weil der die meiste Zeit in München schlaue Reden schwingt - des **Baby & Kinder Bio-Resorts Ulrichshof** aus Rimbach im Bayerischen Wald im gleichen Ranking geschafft, 2012 erneut und damit zum 4. Mal in Folge die Kategorie **Bestes Familienhotel Europas** für sich zu entscheiden.

Diese exemplarisch genannten Personen und Betrieben sind der beste Beweis für die extrem hohe Qualität im Tourismus insgesamt. Viel wichtiger ist aber, dass diese Leistungen erst durch ein Top-Niveau im breiten Mittelfeld möglich gemacht werden. Fakt ist, dass die gesamte Branche für diese Leistungen die richtigen Rahmenbedingungen braucht und es wert ist die notwendige Unterstützung zu erhalten. Fakt ist auch, dass wir unseren Beitrag für die geforderte Wertschätzung leisten. Wir sind auf einem guten Weg und deshalb möchte ich Euch alle zum Schluss meiner Rede auffordern: Setzt weiter Trends und Maßstäbe! Seid stolz auf Eure Leistungen! Lasst uns Verantwortung übernehmen und selbstbewusste Wirte und Hoteliers sein! Lasst uns stolz darauf sein, Visitenkarte und Gastgeber für Bayern sein zu dürfen, einem Land das für seine Gastfreundschaft und Lebensart auf der ganzen Welt so geschätzt wird! Und lasst uns stolz darauf sein, Unternehmer und Mitglied in einer starken und immer stärker werdenden Gemeinschaft, dem Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband zu sein.

Herzlichen Dank!

- Ende der Rede -  
- Es gilt das gesprochene Wort -