



Landgasthof in Sicht

1 Die Region auf dem Teller: Viele Landgasthöfe setzen heute wieder auf saisonale Produkte aus der Umgebung.

Sorgenkind Landgastronomie: In kleinen Gemeinden auf dem Land schliessen immer mehr Restaurants. Wie eine nachhaltige Positionierung zwischen Tradition und Weiterentwicklung heute gelingt.

Text: Sabrina Glanzmann
Bilder: zVg, Adobe Stock

Der Bären an der Hauptstrasse, der Löwen neben der Metzgerei, die Krone im Unterdorf und das Kreuz am Ortseingang: Eine solche Dorfszenerie, in der mehrere Restaurants ihren Platz und – wenn überhaupt – ihre Klientel haben, ist heute eine Seltenheit geworden. Dass sich die Gastrobranche seit dem Beginn der Finanzkrise im Grundsatz zwar erholt, zeigen neue Studien im Auftrag des Branchenverbandes Gastrosuisse: So nahm 2018 die Gästezahl in der hiesigen Restauration zu (+ 2,4 Prozent), ebenso konnten im vergangenen Jahr gegen 10 000 neue Arbeitsstellen geschaffen und damit rund ein Drittel des Stellenrückgangs seit 2008 kompensiert werden. Ambivalent ist die Situation aber hinsichtlich der Anzahl der Gastronomiebetriebe: «Die Entwicklung der Betriebszahlen ist ein Thema, das uns beschäftigt. Vor allem in bevölkerungsarmen, ländlichen Ge-

meinden manifestiert sich ein Rückgang», sagte Gastrosuisse-Präsident Casimir Platzer anlässlich der Jahresmedienkonferenz im April in Bern. In den Gemeinden mit weniger als 2000 Einwohnerinnen und Einwohnern nahm die Anzahl Restaurants zwischen den Jahren 2011 und 2016 um 153 ab (- 4,3 Prozent). Ortschaften mit einer Bevölkerungsgrösse unter 1000 sind dabei am stärksten betroffen (- 4,7 Prozent). Demgegenüber stieg die Zahl der Betriebe in den grössten Städten (Einwohnerzahl über 50 000) um 3,8 Prozent an.

Pulsierendes Gastroumfeld in der Stadt

Das Branchen-Reizwort «Beizensterben» macht den Landbetrieben besonders zu schaffen. Lange Präsenzzeiten, ein über-



RESTAURANT POST, BÖZEN (AG)

Stetige Investitionen, treue Mitarbeitende, nächste Generation

Vor 23 Jahren übernahm Peter Heuberger das Restaurant Post in Bözen (AG) von seinen Eltern. Seither führen er und seine Frau Doris den Betrieb in siebter Generation. Was als kleine Pinte für die Kutscher begann, entwickelte sich stetig weiter. Ein neuer grosser Parkplatz machte die Post 1969 zur bekannten «Chauffeurenwirtschaft» im Fricktal. Als Peter Heuberger den Betrieb 1996 übernahm, war die Zukunft ungewiss – gerade war die Autobahn eröffnet worden. «Ich entschied mich damals, die Speisekarte neu zu organisieren, konsequent auf saisonale Gerichte zu setzen und so regional wie möglich einzukaufen. Das hat sich ausbezahlt», so Heuberger. Konstante Qualität sei aber nicht nur in der Küche das A und O: Stetig wurden alle Räume sanft renoviert. «Und ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die Mischung aus unseren langjährigen Mitarbeitenden und jungen Fachkräften. Das ist unser grosses Kapital», so der Küchenchef.

Gäste aus der Stadt und Geniesser empfängt das Post-Team mehrheitlich am Abend und an den Wochenenden. Werktags kehren vor allem Geschäfts- und Privatgäste, Durchreisende, Chauffeure und Arbeiter ein. Die Lage zwischen Zürich und Basel macht die Post zum attraktiven Treffpunkt. Zum Unternehmen gehören auch fünf Hotelzimmer sowie das Weingut Heuberger, wo selber gekeltert wird und jährlich ein Wyffescht und Trottenfest stattfindet. «Damit können wir uns auf eine weitere Art ins Gespräch bringen. Diesen Mehrwert kann nicht jedes Restaurant bieten.» Die achte Heuberger-Generation steht schon am Start: Tochter Nadine ist ebenfalls in der Gastronomie tätig, Sohn Marco macht die Ausbildung zum Winzer. «Wir haben immer versucht, den Kindern die Freude an der Branche vorzuleben und zu zeigen, dass ein Profibetrieb Bewegung und ständiges Weiterbilden braucht», sagt Peter Heuberger. Selbstverständlich sei es nicht, dass die Kinder diesen Weg gewählt hätten – «sie haben ja von klein auf gesehen, dass Gastronomie viel Arbeit bedeutet. Aber heute fordern auch leitende Funktionen in vielen anderen Branchen hohe Präsenzzeiten und sind mit Druck verbunden.»

post-boezen.ch

schaubarer Eigenlohn, hohe Personal-, Waren- und Versicherungskosten gehören zu den am häufigsten angeführten Gründen, weshalb es zu immer mehr Schliessungen kommt. Drängt sich keine familieninterne Lösung auf, gestaltet sich heute die Übernahme- und Nachfolgeregelung oft schwierig, auch bei etablierten und bestens positionierten Betrieben. Dies zeigt auch das Beispiel des Gasthof Kreuz im solothurnischen Egerkingen: Fast 30 Jahre lang führten Louis und Mimi Bischofberger den weit über die Region hinaus bekannten Betrieb erfolgreich, mit einem Jahresumsatz von rund drei Millionen



«In bevölkerungsarmen, ländlichen Gemeinden manifestiert sich ein Rückgang»

Casimir Platzer, Präsident Gastrosuisse

Franken. Trotzdem suchten sie fast sieben Jahre nach geeigneten Nachfolgern für ihr Lebenswerk – aus einer ursprünglich geplanten Übergabe per Ende 2016 wurde Anfang 2019. Wieso sie selbstständige Unternehmer werden sollen, wenn sie als Angestellte mit weniger Aufwand ein gesichertes Einkommen hätten – diese Frage würden sich heute viele in der Branche stellen, sagte Louis Bischofberger während der Nachfolgersuche gegenüber den Medien. Und wieso sie dies auf dem Land tun sollten, ist die nächste Frage: Das städtische Umfeld pulsiert mit neuen Betriebstypen, Pop-ups und Franchise-Konzepten an Hochfrequenzlagen. In Einkaufszentren entstehen immer mehr Mischformen von Retail und Gastronomie, und der Schnellverpflegungsmarkt aus Fast-Food-Lokalen, Take-aways oder Imbissständen nimmt den zweitgrössten Marktanteil am



RESTAURANT HIRSCHEN, VILLIGEN (AG)

Vom langjährigen Pächter
zum flexiblen Eigentümer

Im April dieses Jahres konnten Nadja Schuler und Stephane Wirth aufatmen: Die Pächter des Hirschen im aargauischen Villigen bekamen den Zuschlag, den Betrieb per 1. Juli zu kaufen. Ob und in welcher Form das Paar das Lokal hätte weiterführen können, war davor mit auslaufendem Pachtvertrag im Februar 2020 lange unklar. «Uns ist ein grosser Stein vom Herzen gefallen. Denn der Betrieb läuft, wir haben eine treue Stammkundschaft und sind als Familie mit zwei kleinen Kindern in der Region verankert», sagt Nadja Schuler. Der Kauf sei allerdings nur möglich gewesen, weil die Erbgemeinschaft der Liegenschaft mit dem Preis entgegengegangen war und auch die Familie Unterstützung bot. «Die Investition alleine zu stemmen, wäre in unserem Alter kaum machbar gewesen», sagt die 33-Jährige. Den Kauf wagten die Köchin und der Hotelier, «weil wir nach fast sieben Jahren Pacht wissen, worauf wir uns hier einlassen. Und weil uns bewusst ist, dass wir am Ball bleiben müssen», so Nadja Schuler. Zum Beispiel beim Küchenkonzept: Mit dem Mix aus gutbürgerlichen Klassikern wie Cordon bleu und Fitnessteller und «modernerer, frechen Kreationen», werden verschiedene Gästebedürfnisse gleichzeitig gestillt. Der Gastroführer Gault Millau belohnt es mit 14 Punkten.

Auch die Digitalisierung ist im Hirschen wichtig: Dass die Speisekarten seit zwei Jahren nur via Tablet einsehbar ist, komme gut an. «Gerade die älteren Gäste freuen sich, dass sie die Karte heranzoomen und gut lesen können. Und wir haben weniger Papierverschleiss: Ich kann Gerichte und Zutaten laufend wechseln und einbauen, ohne immer gleich alles neu drucken zu müssen.» Neue Wege geht man auch bei der Mitarbeiterrekrutierung: Als man kurzfristig einen neuen Koch suchte, brachte ein Aufruf auf Facebook Rettung in nützlicher Frist. Aus neun Mitarbeitenden besteht das Team, die meisten davon arbeiten Teilzeit. Und auch die 16 Hotelzimmer brauchen Bewirtschaftung. «Eines ist ganz zentral: Als Wirtepaar muss man heute extrem flexibel sein. Ich muss auch im Service stehen können oder mein Mann in der Küche, und manchmal müssen auch wir die Zimmer putzen. Nur so funktioniert es.»

hirschen-villigen.ch

Ausser-Haus-Konsum ein. Dieser stieg 2018 im Vergleich zum Vorjahr auf 22 Prozent an (+ 2,1 Prozent).

Weniger Umsätze, gleiche Fixkosten

«Heute leben viele Erwerbstätige auf dem Land, pendeln aber dank der guten ÖV-Erschliessung in die Stadt zum Arbeiten. Dort essen sie zu Mittag, verabreden sich für Apéros oder Dinners. Abends zu Hause wollen sie in Ruhe in der eigenen Stube oder auf der Terrasse sitzen und das Dorfrestaurant lockt dann weniger», sagt Magnasch Joos vom Zürcher Gastronomie-Beratungsunternehmen Suited & Booted. Dieser Umstand sowie das Verschwinden der Vereinskultur setzen der Landgastronomie natürlich zu. Das «Beizensterben» auf dem Land sei vor allem



«Die Umsätze sind bei
gleichbleibenden Fixkosten
rückläufig»

Magnasch Joos, Suited & Booted

ein Umsatzthema: «Die Kostenstruktur hat sich in den letzten Jahren relativ betrachtet nicht wesentlich verändert. Aber die Umsätze sind bei gleichbleibenden Fixkosten rückläufig. Es kommen weniger Gäste, und die, die kommen, haben andere Bedürfnisse.» Die Stichworte hier sind Mehrwert und Erlebnis schaffen. Gutes Essen reicht heute nicht mehr aus – ausser vielleicht man ist ein Ausflugslokal, so Magnasch Joos. «Dass Gäste

auch ausserhalb des Ortes und der Region auf einen aufmerksam werden, gelingt dann, wenn man den Betrieb zur Destination mit mehreren Profitcentern machen kann.»

Prominentes Beispiel dafür ist das Rössli in Escholzmatt (LU). Stefan Wiesner übernahm es 1989 von seinen Eltern und hatte danach jahrelang mit roten Zahlen zu kämpfen, bis er sich dazu entschied, ganz auf Regionalität zu setzen und das Entlebuch wortwörtlich auf den Teller zu bringen. Heute genießt er als «Hexer aus dem Entlebuch» internationale Aufmerksamkeit und hält für seine Menüs aus Zutaten wie Heu, Torf, Asche oder Moorrosen aus der Umgebung seit Jahren 17 Gault-Millau-Punkte und 1 Michelin-Stern. Den Spagat zwischen Gourmet und Gasthof schafft das Rössli, indem es auch eine ganz «normale» Gaststube mit einer klassischeren Landküche betreibt. Diese versteht sich auch ausdrücklich als Vereinslokal und Treffpunkt für die Dorfbevölkerung. Im Atelier nebenan finden Wurst- und andere Kurse statt, auf Bauernhöfen in der Region können die Gäste übernachten, im Shop gibt es original Wiesner-Produkte zu kaufen. Und und und.

Kritischer Investitionsstau

Die (Rück-)Besinnung auf die umliegende Natur und die Einbindung der Umgebung sind für Magnasch Joos Schlüsselfaktoren für eine erfolgreiche Landgastronomie 2.0 und eine Differenzierung

von städtischen Angeboten. «Niemand will Sushi auf dem Land», so Joos. Saisonalität und Regionalität nicht als blosser Worthülsen vermarkten, sondern auf dem Teller sichtbar machen, was in der Gegend wächst, aktiv auf lokale und regionale Produzentinnen und Bauern zugehen – das könne jeder Betrieb nach seinen Möglichkeiten und Ansprüchen umsetzen. «Authentizität hat nicht zwingend mit hohen Investitionen zu tun. Der Wunsch nach Unverfälschtem, nach Echtheit in der Gastronomie ist schon länger da und nicht bloss ein Trend. Sich damit zu positionieren und ein Angebot zu kreieren, dafür sind Landbetriebe prädestiniert.» Dennoch lasse sich nicht wegdiskutieren, dass es ohne laufende Investitionen schwierig werde, am Puls und in der Gästegunst zu bleiben. Gerade Häuser, die mangels finanziellen Spielraums seit Jahren nichts investiert haben, können den Investitionsstau nicht plötzlich beheben. Eine aktuelle Bestandsaufnahme könne zeigen, wo der dringendste Bedarf besteht. Dazu können Fragen gehören wie «Wo liegt der Betrieb, wie weit ist die nächste Stadt/das nächste Ausflugsziel entfernt? Wer sind meine aktuellen Gäste? Wie bewegen sie sich, wo informieren sie sich? Und welche Gäste bieten welches Potenzial?» und so weiter. Während in der Stadt immer mehr Gastrogruppen expandieren, kann gerade dieser Umstand eine Chance für ländliche Individualbetriebe sein, sich mit Persönlichkeit abzuheben. «Auch sind ihre Entscheidungswege weniger träge, sie können schneller reagieren und mal etwas

ANZEIGE

FOOD EXPO
 29.11 - 1.12.2019
BERN
 DIE SCHWEIZER GENUSSTAGE

DIE SCHWEIZER GENUSSTAGE
LES JOURNÉE SUISSE DU GOÛT
 29/11 - 1/12 2019 | BERNEXPO
 WWW.FOODEXPO.CH

Die neuen Schweizer Genusstage in Bern –
 erstmals alle Genüsse des guten
 Geschmacks an einem Ort vereint.

RELAIS & CHÂTEAUX
 Slow Food*Bern
 DAS BESTE DER REGION regio-garantie
 GLUSCHT WORLD
 Sonntagszeitung
 Der Bund
 BZ BERNER ZEITUNG



RESTAURANT DENTENBERG, WORB (BE)

Alte Familienbande und
neuer Geschäftszweig

Das Restaurant Dentenberg, von den meisten Gästen nur «dr Däntsch» genannt, liegt im gleichnamigen Weiler oberhalb von Worb (BE). Seit 1864 ist der Landgasthof in Besitz der Familie Kammermann. Hanna Kammermann führte ihn als Wirtin und Köchin in vierter Generation seit den 1980er-Jahren und plante, im Sommer 2015 in Pension zu gehen. Als sie aber schon im Frühjahr davor wegen einer Schulterverletzung ausfiel und sich noch keine geeignete Nachfolge abzeichnete, sprangen Tochter Gabi Hofer und ihr Mann Peter «Pesche» Hofer ein. Bisher hatten sie im Betrieb nur gelegentlich ausgeholfen. Gabi Hofer, zwar mit Wirtepatent in der Tasche, aber auch mit einer beruflichen Laufbahn in einer anderen Branche, wurde so quasi über Nacht zur Beizerin. Bald machte sich das «Däntsch»-Gen bemerkbar: «Ich realisierte, wie viel Spass mir das alles macht und wie schade es wäre, wenn der Betrieb nach über 150 Jahren in Familienhand schliessen müsste.»

Im Oktober 2015 übernahm das Paar den Betrieb als Pächter – sie steht am Herd, er im Gastraum. Als erste Generation wohnen Gabi und Pesche Hofer nicht auf dem «Däntsch», sondern mit ihren zwei schulpflichtigen Kindern in Bremgarten (BE). Um den Betrieb unter diesen Bedingungen führen zu können, reduzierten sie die Öffnungszeiten und das Angebot stark. Das heisst: Konzentration auf die Wochenenden, Feiertage und ausgesuchte Abende. Im Fokus stehen Hausklassiker wie Rösti, Fondue und Metzgete, kombiniert mit neuen Angeboten wie einem Brunch an jedem geöffneten Sonntag. Und mit der Wursterei «Morewurst» erschlossen sie 2016 einen neuen Geschäftszweig: Pesche Hofer, bis dahin als Bauleiter tätig, entdeckte die Gerätschaften des früheren Störmetzgers auf dem «Däntsch». Neugierig geworden, kaufte er diese für einen symbolischen Beitrag ab und versuchte sich an den ersten Kreationen. Drei Jahre später produziert er über 40 000 Würste jährlich, gibt Wurstkurse, fährt mit dem zum Foodtruck umgebauten Lieferwagen an Caterings und Anlässe und beliefert Lokale in der Region. Und natürlich kommen die «Morewürste» im Restaurant Dentenberg auf die Teller.

restaurantdentenberg.ch

umsetzen und schauen, wie es ankommt. Das ist eine grosse Chance», sagt Magnasch Joos. Auch lohne es sich heute für Gastrobetriebe je nach Investitionsbedarf und -grund, alternative Finanzierungsmodelle wie etwa Crowdfunding zu prüfen. «Lage, Lage, Lage» hiess es früher immer, wenn von den drei wichtigsten Erfolgsfaktoren für Restaurants die Rede war. Aber auch für einen Landgasthof, der nicht direkt an einem Point of Interest liegt, gilt: «Mit einem stimmigen, authentischen Konzept, eingebettet in die Umgebung und gelebt von einer präsenten Gastgeber-Persönlichkeit, werden die richtigen Weichen gestellt», fasst Magnasch Joos zusammen. ■



Magnasch Joos

Inhaber der 2015 gegründeten Beratungsfirma Suited & Booted Hospitality Partners AG, Zürich. Zusammen mit seiner Geschäftspartnerin Isabel Rappold unterstützt und berät er seine Kunden in den Bereichen Betriebsanalysen, Strategieentwicklung, Konzeption, Vermarktung, Nachfolgeplanung, Vermietung und Verkauf mit dem Fokus Gastronomie und Hotellerie.

suited.ch

Wir lieben und leben Kaffee – Kaffee ist unsere Leidenschaft

COFFEE ACADEMY

Wir fördern die Kaffeekultur

Wir geben unser Wissen gerne weiter. Wenn Sie möchten, können Sie mit uns trainieren – und davon profitieren. Wir bieten Ihnen eine Palette interessanter Module: persönliche Schulungen, abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse.

www.ucc-coffee.ch/de/academy

