

Zur Herbstsession: Gespräch mit Nationalrat, Brauer und Restaurateur Alois Gmür

Verantwortungsbewusstsein

Peter Grunder Alois Gmür ist einer der wenigen gewerblichen Unternehmer im Bundesparlament – und der einzige mit gastgewerblichem Bezug.

Alois Gmür aus Einsiedeln ist seit 2011 Nationalrat für den Kanton Schwyz. Er präsidiert die parlamentarische Gruppe Gastgewerbe und ist unter anderem Mitglied der Finanzkommission und der Sicherheitskommission des Nationalrates. Als Miteigentümer des Restaurants Rosengarten und der gleichnamigen Brauerei in Einsiedeln, die der gelernte Braumeister leitet, ist Gmür der einzige gastgewerbliche Vertreter im Bundesparlament. Gmür, verheiratet und Vater von fünf Kindern, war von 1986 bis 2000 Bezirksrat von Einsiedeln, bis 2004 Bezirksammann und von 2004 bis 2011 Vertreter im schwyzerischen Kantonsparlament.

GastroJournal: Herr Gmür, Sie haben bald zwei Legislaturen in Bern hinter sich. Haben Sie etwas erreicht?

Alois Gmür: Grundsätzlich ist es schwer, in Bern etwas zu erreichen, weil man im Nationalrat einer ist von 200 und weil der Ständerat auch noch 46 Mitglieder hat, die man überzeugen muss. Insofern ist es schon ein Erfolg, wenn man den einen oder anderen Vorstoss durchbringt.

Ist es Ihnen gelungen?

In beschränktem Mass ist mir das eine oder andere gelungen, aber das hat auch mit der Erfahrung zu tun. Inzwischen weiss ich, wie der Karren läuft, ich kenne die Leute, bin routinierter und habe die Lehrzeit gewissermassen hinter mir. Die zweite Legislatur erlebe ich insofern als höchst interessant, aber auch als sehr anspruchsvoll.

Wo haben Sie etwas erreicht, wo kämpfen Sie, wo haben Sie aufgegeben? Aufgeben habe ich bei der Einführung eines Depots, um das Littering zu bekämpfen. Trotz mehrerer Vorstösse ist mir das nicht gelungen. Besonders dagegen lobbyiert haben die Grossverleiher, die möglichst günstig Getränke verkaufen

«Aufgeben habe ich bei der Einführung eines Depots»

und möglichst wenig mit dem Abfall zu tun haben wollen. Und von der Landwirtschaft erhielt ich keine Unterstützung, obwohl immer wieder Vieh verendet wegen Büchsen, die in irgendwelchen Tankstellenshops gekauft und achtlos weggeworfen werden und im Futter landen. Am Kämpfen bin ich für eine Zusammenarbeit mit dem Militär hinsichtlich der Nutzung militärischer Plätze als Lagerorte für Pfadfinder und andere Jugendorganisationen. Das hat touristischen Nutzen, ist im Interesse der Jugend, des Sports und der Armee, fand aber bisher nur im Nationalrat Unterstützung.

Und volle Erfolge?

Sogar den Bundesrat hinter mir habe ich bei den Gebühren der öf-



Alois Gmür im Brauerei-Restaurant Rosengarten in Einsiedeln.

fentlichen Hand, wo die Bürger teilweise abgezockt werden, wie jüngst sogar der Preisüberwacher festgestellt hat. Hier geht es darum, dass eben nicht erst der Preisüberwacher gegen Missbräuche einschreiten soll, sondern von Anfang

«Für Unternehmer, die entscheiden wollen, ist Politik frustrierend»

an korrekte Gebühren angesetzt werden. Als Erfolg werte ich auch die Arbeit in der Finanzkommission. Bundesrat Ueli Maurer und sein Finanzdepartement machen hier einen sehr guten Job. Doch ich meine, dass Überschüsse bei der öffentlichen Hand nicht die Regel sein dürfen. Man kann zwar Überschüsse machen und soll damit auch Schulden abbauen. Aber wenn die Schulden so gering sind wie heute, finde ich es prüfenswert, einen Teil des Überschusses für besondere Investitionen beiseitezulegen – wie das in der Wirtschaft selbstverständlich ist.

Apropos Wirtschaft. Im Gegensatz zu früher gibt es praktisch keine Unternehmer mehr in der Politik. Warum?

Einerseits ist das zeitliche Engagement sehr gross. Andererseits ist die politische Arbeit ganz anders als die unternehmerische. Politik ist mühsame Knochenarbeit, geprägt von langwierigen Prozessen und vielen Diskussionen. Für Unternehmer, die vorwärts machen und entscheiden wollen, ist das frustrierend. Entsprechend engagieren sich viele Unternehmer politisch nicht oder kehren der Politik bald den Rücken.

Ist das nicht verheerend?

Ja, zumal das Phänomen nicht nur Unternehmen und Politik betrifft, sondern auch die Armee, das Vereinswesen und nicht zuletzt die Restaurants vorab auf dem Land, die nicht mehr als Treffpunkte dienen und vielerorts aufgeben müssen. Früher hatte ein Engagement im Dienst der Öffentlichkeit einen hohen Stellenwert und war selbst-

verständlich, heute ist es die Ausnahme.

Ist solches Engagement gerade in der Schweiz nicht unverzichtbar?

Für die Schweiz ist diese Entwicklung hochproblematisch, und wir müssen alles daransetzen, dass sich der Trend umkehrt.

Allerdings scheint es auch dort schwieriger geworden, wo man sich noch engagiert. Täuscht der Eindruck, dass auf bürgerlicher Seite mehr Streit herrscht als früher?

Ja, auch unter den Wirtschaftsverbänden und auf bürgerlicher Seite herrscht häufiger Streit, immer wieder schert jemand aus und vertritt extreme Positionen, die in der Bevölkerung wenig Verständnis finden und politisch keine Chance haben.

Was ist los?

Mein Eindruck ist, dass gewissermassen parallel zur Abnahme des öffentlichen Engagements der Blick und die Rücksichtnahme auf das Ganze verloren gegangen sind und stattdessen Einzelinteressen und Parteimeinungen dominieren. Das ist eine beunruhigende Entwicklung, die inzwischen auch viele Organisationen erfasst hat und dort für ständige Unruhe sorgt.

Wie überwinden wir das?

Der Erfolg der Schweiz beruht darauf, im Sinne des ganzen Landes bewusst alle Kräfte einzubinden. Das schliesst harte Diskussionen überhaupt nicht aus, aber es erfordert ein Verantwortungsbewusstsein fürs Ganze und ist ein ständiges Nehmen und ein Geben. So

«Heute dominieren Einzelinteressen und Parteimeinungen»

müssen Arbeitgeber die Interessen der Arbeitnehmer im Auge behalten und umgekehrt – womit ich auch wieder bei der Armee bin, denn dort wurde dieses Miteinander selbstverständlich gelebt. Heute schaut jeder für sich. Deshalb sind die Vorlagen wie zum Beispiel

die Altersvorsorge oder die Unternehmenssteuerreform III an der Urne gescheitert.

Auch das Gastgewerbe hat wieder die Initiative ergriffen?

Ja, aber die Fair-Preis-Initiative steht im Rahmen einer breiten Allianz, zu der unter anderem Konsumentenorganisationen gehören. Und der Bundesrat hat ja inzwischen reagiert und einen indirekten Gegenvorschlag unterbreitet. Das ist ein Erfolg, und er ist auch dem Gastgewerbe zu verdanken.

«Wir müssen schauen, dass wir dieses Erfolgsmodell nicht selber gefährden»

Sie sind Präsident der parlamentarischen Gruppe Gastgewerbe. Ihre Bilanz?

Am Anfang war ich praktisch alleine, habe mit dem Leiter Wirtschaftspolitik von GastroSuisse die Dossiers angeschaut und mich in Bern dafür eingesetzt. Inzwischen sind wir wirklich sehr gut aufgestellt, bereiten die Sessions jeweils noch vor den Fraktionssitzungen sorgfältig vor und können uns darum früh einbringen. Das sind Welten zu früher. Dies, zumal wir auch eine sehr starke Gruppe haben mit den bürgerlichen Parteipräsidenten, mit guten Diskussionen und mit politischen Erfolgen – zum Beispiel einer besseren Lastenverteilung bei der Familienausgleichskasse, die im Ständerat bereits Gehör gefunden hat und hoffentlich auch vom Nationalrat anerkannt wird.

Also doch etwas Zuversicht?

Ja, schliesslich ist die Schweiz das wettbewerbsfähigste Land der Welt, der Tourismus hat sich erholt, und die Stimmung ist insgesamt gut – insofern ist das auch Jammern auf hohem Niveau. Wir müssen aber schauen, dass wir dieses Erfolgsmodell nicht selber gefährden, indem wir berechnete Anliegen in extreme politische Forderungen packen und uns damit verrennen, statt alle Interessen zu berücksichtigen und gutschweizerisch einen Ausgleich zu suchen.

Titlis-Hasliberg-Frutt: neuer Anlauf, alter Stolperstein

Vor rund 20 Jahren entwickelten sich seit Langem herumgeisternde Ideen zum Projekt «Schneeparadies»: Melchsee-Frutt, Hasliberg und Titlis zu verbinden. Die Bergbahnen am Hasliberg hatten da die letzte Nachlassstundung noch vor sich, an der Frutt waren noch keine Millionen in Hotellerie und Bahnen investiert, und der Titlis war noch nicht eines der wenigen rentablen, ganzjährig betriebenen Schweizer Bergbahnunternehmen. Das Projekt damals war plausibel, auch weil es nur wenig brauchte, um über die Engstlenalp drei Gebiete zu verbinden. Die Rechnung wurde aber buchstäblich ohne den Wirt gemacht: Vorab am Widerstand des Gastgebers im Hotel Engstlenalp scheiterte das Projekt krachend. Weil das Projekt inzwischen jedoch aus ökonomischer und touristischer Sicht nicht mehr nur plausibel, sondern eher zwingend ist, kommt es wieder aufs Tapet: Der Kanton Obwalden hat eine Machbarkeitsstudie lanciert. Allerdings ohne den zentralen Stolperstein zu bezeichnen: das fundamentale Nein von der Engstlenalp, stellvertretend wiedergegeben von der Stiftung für Landschaftsschutz, die von einem «anachronistischen Schneeparadies» spricht. Anzumerken bleibt: Wenn es hierüberge dereinst überhaupt noch Schneeparadiese geben wird, dürften sie ähnlich aussehen wie in dem besagten Projekt.

Die nächste irrwitzige Idee aus Adelboden



Es ist eine irrwitzige Idee, die vorab Emanuel Aellig, ein Entscheidungsträger Adelbodens, Anfang September vorgestellt hat: die längste Hängebrücke der Welt vom Gipfel des Weltcupberges am Chuenisbergli zum Angelpunkt des Skigebietes auf Sillernbühl (Foto). Rund 20 Millionen Franken soll die Brücke kosten, bis 150 000 Gäste jährlich anziehen. Beides dürfte so unrealistisch sein wie die Idee zweckfrei – im Gegensatz zum alten Traum einer Hängebrücke zur Fuhr zwischen den Dorfteilen Schwand und Boden. Aber zum einen sind Schlagzeilen garantiert, und auch Bahnen aufs Jungfraujoch oder auf die Rigi haben keinen wirklichen Zweck. Und zum anderen fällt Adelboden immer mal wieder mit irrwitzigen Ideen auf – so zuletzt mit dem Alpenbad, das aus einer ähnlichen Küche kam wie die Hängebrücke.

Touristisches Eigenlob ohne wirklichen Anlass

Kaum erholen sich die Frequenzen im Schweizer Tourismus etwas, bricht in den Tourismusregionen mancherorts Jubel aus: «Walliser Hotellerie hat endlich wieder Fahrt aufgenommen», erscheint als zurückhaltender Titel einer einschlägigen Regionalzeitung, «Bündner Hotellerie ist 2018 im Dauerhoch» jedoch ist ein Eigenlob mit starkem Hautgout: Auf dem tragenden deutschen Markt etwa hat Graubünden aktuell gegenüber den besten Jahren volle zwei Drittel der Hotelgäste verloren. Das Eigenlob ist dabei weniger der Kurzsichtigkeit von Medien geschuldet als einer systemischen Schwäche im Tourismus: Gut zu verkaufen, ist eine Kernkompetenz von Tourismusmanagern – natürlich auch in eigener Sache.