

Schweizer Lunch-Check

50 Jahre Lunch-Checks: bewährt und immer beliebter

Das Prinzip ist einfach und seit 1962 bewährt: Arbeitgeber kaufen für ihre Angestellten Lunch-Checks zum Nominalwert. Diese bezahlen damit im Restaurant, von wo die Checks zurück an die Genossenschaft «Schweizer Lunch-Check» geschickt und unter Abzug einer Kommission erstattet werden. Der ehemalige und der neue Direktor erklären, warum zweckgebundene Verpflegungsbeiträge für Unternehmen sinnvoll sein können. **Daniela Baumann**

Sie wurde vor 50 Jahren mit dem Ziel gegründet, die Gastronomie zu fördern. Vom Angebot der Genossenschaft «Schweizer Lunch-Check» profitieren jedoch längst nicht nur Gastwirte. Für Arbeitgeber quer durch die Branchen kann es unter bestimmten Voraussetzungen und aus verschiedenen Gründen attraktiv sein, ihren Mitarbeitenden Lunch-Checks für die Mittagsverpflegung abzugeben. Diese zweckgebundenen Verpflegungsgutscheine gelten in schweizweit gegen 5000 Restaurants und Cafés als Zahlungsmittel.

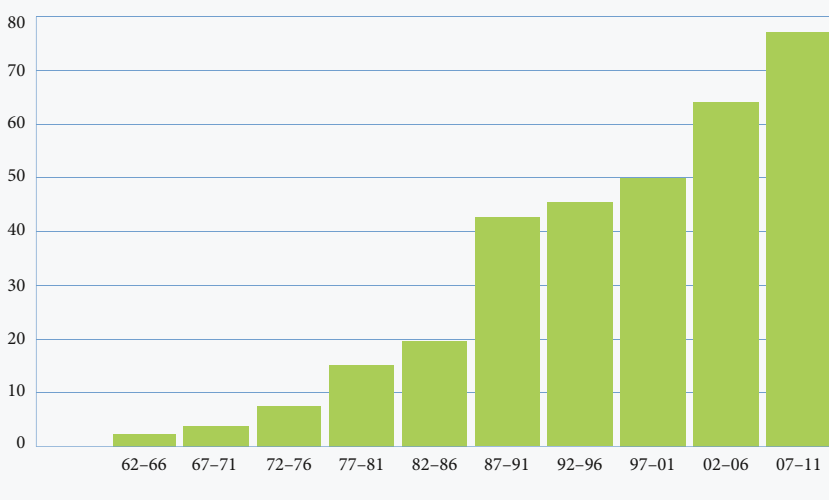
Grundvoraussetzung ist einzig, dass in der näheren Umgebung des Arbeitgebers eine entsprechende gastgewerbliche Infrastruktur vorhanden ist. «Wenn ein Arbeitgeber neu unser Angebot nutzen möchte, gehen wir gezielt auf die Restaurants zu, in denen sich die Angestellten häufig verpflegen», erklärt Ernst Schneider, bis vor kurzem Direktor der Schweizer Lunch-Check. Die so beworbenen Gaststätten seien in der Regel bereit, der Genossenschaft beizutreten und auf die entgegengenommenen Checks eine Kommission von 1,5 Prozent zu entrichten, weiss Schneider. Denn im Gegenzug sind dem Wirt zusätzliche Kunden und ein entsprechender Mehrumsatz garantiert.

In der Romandie noch ausbaufähig

Dennoch eignen sich Lunch-Checks nicht für alle Arbeitnehmenden, wie etwa das Beispiel eines Lehrers in einer kleinen Gemeinde auf dem Land zeigt: Gibt es dort kein Restaurant, kann er mit Gutscheinen nichts anfangen. Stark nachgefragt würden Lunch-Checks dem-

Lunch-Check-Entwicklung

Verkäufe seit 1962 in Mio. Franken (5-Jahres-Durchschnitt)



Quelle: Schweizer Lunch-Check

entsprechend vor allem in Städten und Agglomerationen, so Schneider, und dies insbesondere von mittelgrossen Unternehmen: «Viele Firmen, die Lunch-Checks beziehen, haben zwischen 50 und 400 Mitarbeitende, dazu kommen ein paar Grossunternehmen.» Ganz kleine – etwa Coiffeursalons, Arztpraxen oder Handwerksbetriebe – seien seltener dafür zu begeistern.

Die Regionen Zürich und Basel generieren laut Ernst Schneider einen Grossanteil des Umsatzes, doch sind Lunch-Checks mittlerweile im ganzen Land verbreitet. «In der Westschweiz verzeichnen wir vor allem in Genf ein starkes Wachstum, aber auch in der Waadt sind wir gut vertreten. Wir möchten unsere Präsenz in der französischsprachigen Schweiz noch stärker forcieren.»

Finanzierungsform und -umfang sind ebenso dem einzelnen Arbeitgeber

überlassen wie die Frage, ob die Checks zeitlich uneingeschränkt oder nur an Werktagen zwischen 11 und 14 Uhr einlösbar sein sollen. «Öffentliche Einrichtungen wie beispielsweise die Zürcher Stadt- und die Kantonsverwaltung geben die Checks häufig zum halben Preis an ihre Mitarbeitenden weiter. Private Unternehmen übernehmen meist die ganze Finanzierung», sagt Schneider.

Wie hoch der Betrag pro Person und Arbeitstag in den einzelnen Firmen ist, entzieht sich der Kenntnis der Geschäftsstelle, der ehemalige Direktor geht aber von durchschnittlich etwa acht Franken aus. Klar sei hingegen der Trend zu unbeschränkt gültigen Gutscheinen: «Damit werden die Unternehmen den zunehmend flexibleren Arbeitszeiten und auch Berufsgruppen gerecht, die nicht zwingend über die Mittagszeit pausieren können.»

Zahlreiche Vorteile

Insgesamt beziehen heute 500 Betriebe für 40 000 Mitarbeitende Lunch-Checks. Was spricht aus Arbeitgebersicht für eine solche Lohnnebenleistung in Form von Verpflegungsgutscheinen? Ernst Schneider führt vor allem finanzielle Überlegungen ins Feld: «Lunch-Checks sind für den Arbeitgeber viel günstiger als eine betriebseigene Kantine. Ausserdem bezahlt er dafür bis zu einem Wert von 180 Franken pro Mitarbeiter und Monat keine Sozialleistungen, dies im Gegensatz zu abgabepflichtigen Barentschädigungen.»

Da für die Finanzierung des Angebots hauptsächlich die Kommission der Restaurateure und zu einem geringen Teil auch Finanzerträge aufkommen und die Genossenschaft nicht gewinnorientiert ist, werden die Gutscheine den Arbeitgebern zum Nominalwert verkauft. Darüber hinaus sieht Schneider dank zweckbestimmter Beiträge die Möglichkeit, die Angestellten zu einer vollwertigen Ernährung über Mittag zu animieren.

Stetiges Wachstum von Anfang an

Das Geschäftsmodell, das die Genossenschaft Schweizer Lunch-Check seit 50 Jahren umsetzt und bis heute für 2,5 Milliarden Franken Umsatz im Gastgewerbe verantwortlich ist, hat seine Wurzeln in den 1930er-Jahren in England. Als dort aufgrund der verkürzten Mittagspause die Arbeitnehmenden zum Essen nicht mehr nach Hause gingen, mussten alternative Verpflegungsmöglichkeiten gefunden werden. Die Idee von Gutscheinen, die vom Arbeitgeber (mit)finanziert werden, schwappte in der Folge nach Paris und auch nach Zürich über. Hier war es Hans König, Gastgeber im Restaurant «Börse», der auf der Basis von Abkommen mit einzelnen Unternehmen verschiedene Verpflegungsgutscheine entgegennahm und darauf die Idee entwickelte, dieses System unter ein gemeinsames Dach zu bündeln.

Gestartet 1962 unter Federführung des «Wirtevereins des Bezirks und der Stadt Zürich» mit verkauften Lunch-Checks im Wert von 100 000 Franken, wird die Genossenschaft in diesem Jahr



Bild: Daniela Baumann

Ernst Schneider (links) hat die Geschäftsführung der Genossenschaft nach 40 Jahren an Thomas Recher übergeben.

gemäss Ernst Schneider einen neuen Rekordumsatz von 80 Millionen erzielen. «Das erste Zugpferd war 1964 die Stadt Zürich. Sie ist noch heute – hinter dem Kanton Zürich – die zweitgrösste Kundin.» Überhaupt tragen öffentliche Arbeitgeber mehr als die Hälfte zum Geschäft bei.

Ernst Schneider selbst hat das Kunststück geschafft, in seiner 40-jährigen Direktionszeit von 1972 bis 2012 den Umsatz um das Zwanzigfache zu steigern. «Vor 20 Jahren hätte ich nicht an eine solche Entwicklung geglaubt», meint er rückblickend. Thomas Recher, der Nachfolger des per Ende Mai in den Ruhestand getretenen langjährigen Lunch-Check-Exponenten, gibt schmunzelnd zu: «Dieselbe Steigerung liegt für mich ausser Reichweite. 1,6 Milliarden Umsatz jährlich wären wohl unrealistisch.»

Neben Höhenflügen erinnert sich Ernst Schneider auch an weniger erfreuliche Fakten in der Geschichte der Lunch-Checks. So seien bereits in den Anfangsjahren Fälschungen aufgetaucht. Dennoch zieht er ein positives Fazit von seiner Amtszeit und gibt den Lunch-Checks eine erfolgreiche Zukunft. Grundsätzlich sei die Entwicklung der Verkaufszahlen von der Konjunktur abhängig. «Allerdings ist der volkswirtschaftliche Nutzen der Verpflegungsgutscheine vor allem in Rezessionszeiten gross»,

betont Schneider. Da die Beiträge sozusagen einen Konsumzwang schafften, profitiere eine ganze Wertschöpfungskette vom Bauern über den Metzger bis zum Restaurantbesitzer unabhängig von der konjunkturellen Lage.

Die technische Entwicklung stets im Auge

Das Lunch-Check-System hat sich über all die Jahre bewährt. Dennoch beobachtet Thomas Recher wie schon sein Vorgänger den technischen Fortschritt genauestens. «Zwar ist heute in Sachen elektronische Abrechnung vieles machbar, aber die praktische Umsetzung gestaltet sich in unserem Fall derzeit noch schwierig.» So wäre die notwendige technische Aufrüstung vor allem für kleinere Restaurants mit unverhältnismässig hohen Kosten verbunden und der Zahlungsvorgang würde sich verlängern, was auch nicht im Sinne des Kunden ist.

Im Zentrum der Überlegungen stehe die Kosten-Nutzen-Betrachtung für alle Beteiligten. Rechers Devise: «Solange das Bargeld nicht aus unserem Alltag verschwindet, können wir auch noch mit Lunch-Checks in Papierform operieren.» Zum Schluss stellt der Betriebsökonom aber doch noch eine Neuerung in Aussicht: Mit einer App für mobile Kommunikationsmittel sollen künftig Restaurants, die Lunch-Checks akzeptieren, auf einer Karte lokalisiert werden können. ■