Spiez, 9. November 2026, SHU/ITH

Medienmitteilung

Die stillen Stützen des Berner Oberländer Tourismus

Zulieferbetriebe stehen am berneroberland.dialog Red und Antwort

Volle Hotels und Restaurants bedeuten auch für die Zulieferbetriebe im Berner Oberland viel Arbeit. Am berneroberland.dialog bei der Rugenbräu AG in Matten bei Interlaken gaben die Geschäftsführer der Rugenbräu AG, der H&R Gastro AG und der Wäsche-Perle AG Einblick in ihren Alltag. Sie blicken zuversichtlich in die Zukunft. Als grösste Herausforderung sehen sie die Logistik.

Denkt man an Tourismus, kommen einem zuerst Gaststätten, Hotels, Bergbahnen und Ausflugsziele in den Sinn. Doch dahinter steht ein weitverzweigtes Netz regionaler Zulieferbetriebe, ohne die im Tourismus nichts liefe. Am aktuellen berneroberland.**dialog** blickten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer hinter die Kulissen von drei dieser Betriebe. Remo Kobluk (Rugenbräu AG), Marc Gerber (H&R Gastro AG) und Lukas Röthlisberger (Wäsche-Perle AG) erzählten im Gespräch mit Susanne Huber, Geschäftsführerin Volkswirtschaft Berner Oberland, von ihrem Geschäftsalltag. Sie gingen darauf ein, wo sie Chancen sehen, welche Herausforderungen sich ihnen stellen und wie sie in die Zukunft blicken.

Logistik als Sorgenkind Nummer 1

Wenn die Geschäfte mit den Gästen im Berner Oberland laufen, läuft es auch für die Zulieferbetriebe. Nach der Sommersaison gibt es, was die Geschäftszahlen betrifft, kaum Grund zu klagen. Stärker beschäftigt die drei Unternehmer die Verkehrssituation im Oberland, die sich zunehmend zuspitzt. Mit Sorge blicken sie auf mögliche Einschränkungen, etwa wenn Anlieferungen nur noch zu bestimmten Tageszeiten erlaubt wären. Was das bedeuten würde, rechnete Lukas Röthlisberger vor: Heute fährt die Wäsche-Perle an einem Tag viermal mit demselben Lastwagen nach Grindelwald. Wäre die Anlieferung nur noch am Morgen möglich, bräuchte es dafür vier Lastwagen.

Ein Sommer an der Belastungsgrenze

Das grosse Gästeaufkommen diesen Sommer verlangte auch den Zulieferbetrieben einiges ab. Das zeigte sich auf eine Frage aus dem Publikum. H&R Gastro habe sich in den letzten Jahren vom Winter- zum Sommersaisonbetrieb entwickelt, erklärte Marc Gerber. «Wir sind bereits im Vorjahr an unsere Grenzen gekommen und mussten reagieren.» Insbesondere bei der Tourenplanung gab es viel Optimierungspotenzial. «Im engen Austausch mit unserer Kundschaft haben wir die Liefertage besser verteilt und konnten diesen Sommer die Spitzen besser stemmen», so Gerber. Im Zentrum stand bei den Anpassungen auch, gute Fachkräfte zu halten: «Unsere Mitarbeitenden sind das Wichtigste.» Bei der Rugenbräu AG fielen zu Beginn des Sommers einige Mitarbeitende aus. «Alle im Betrieb haben mitgeholfen, beim Rüsten wie beim Ausliefern», so Remo Kobluk. Zusätzlich wurde ein externer Partner für Unterstützung bei den Auslieferungen beigezogen. Künftig will die Brauerei den Betrieb im Sommer gezielt mit temporären Mitarbeitenden hochfahren.

Anders gelagert ist die Herausforderung bei der Wäsche-Perle AG. Mehr Gästewechsel bedeuten mehr Wäsche, und das ist kaum planbar. Zwar nutzen rund 40 Prozent der Kundschaft bereits das Bestellsystem mit festgelegten Maximalmengen, was die Planung unterstützt, aber: «Wir wissen nicht, wie viel Wäsche wir bei den Hotels jeweils abholen», sagte Lukas Röthlisberger.

Künstliche Intelligenz: Werkzeug, kein Ersatz
Künstliche Intelligenz ist in allen drei Betrieben ein Thema, allerdings mit klaren Grenzen. H&R Gastro setzt KI unter anderem im Lieferantenmanagement und bei der Rechnungsstellung ein. Bei der Beratung und beim Angebot bleibt hingegen der Mensch gefragt. Bei der Rugenbräu AG unterstützen KI-Prozesse, die Tourenoptimierung und das Marketing. Für Remo Kobluk ist aber klar: «Bierbrauen ist Tradition, Heimat und Handwerk, hier braucht es den Menschen» Die Wäsche-Perle AG nutzt KI neben Administration und Marketing auch für Bildanalysen, mit denen die Textilien kontrolliert werden. Bei rund 30 Tonnen Wäsche pro Tag ist das ein wichtiger Faktor. «Die zusätzliche Kontrolle sorgt für einen höheren Standard und damit für mehr Qualität», erklärt Lukas Röthlisberger.

Zuversichtlich, aber mit Augenmass
Für die Zukunft sind die drei Geschäftsführer grossmehrheitlich zuversichtlich. Remo Kobluk zeigt sich vorsichtig optimistisch und rechnet damit, dass sich der Tourismus weiter positiv entwickelt. Auch Marc Gerber ist zuversichtlich, betont aber, wie wichtig es ist, hochflexibel zu bleiben. Ob noch mehr Wachstum möglich ist, lässt er offen. Wichtiger sei Kontinuität, damit der Betrieb mit der Entwicklung Schritt halten kann. Lukas Röthlisberger setzt auf mehr Qualität und Dienstleistung sowie noch engeren Austausch mit der Kundschaft, denn ausgeprägte Spitzen stellen den Betrieb vor Herausforderungen.

Der Anlass zeigte, wie eng Tourismus und regionales Gewerbe im Berner Oberland miteinander verflochten sind. Die Diskussion war so angeregt, dass nicht alle Fragen Platz fanden. Gesprächsstoff für den anschliessenden Austausch beim Mittagessen gab es damit reichlich.

Das Berner Oberland im Dialog
berneroberland.**dialog**: Die thematische Veranstaltungsreihe führt die Volkswirtschaft Berner Oberland in die verschiedenen Winkel, Täler und Ortschaften im Berner Oberland. Im Fokus stehen dabei abwechselnd Wirtschaft, Politik, Kultur und Bildung – und eine spannende Persönlichkeit aus dem jeweiligen Themenfeld. berneroberland.**dialog** will verbinden, vernetzen und den Austausch anstossen. Im kleinen Kreis, persönlich und nahbar. Was bewegt das Berner Oberland? Welche spannenden Initiativen und Innovationen entstehen in unserer Region? Welche Fragen müssen unbedingt gestellt und beantwortet werden? Nach einem kurzen Input und einer vertieften Diskussion bleibt genug Zeit für die Gäste, ihr Netzwerk zu erweitern und spannende Diskussionen im kleineren Kreis weiterzuführen. Die Anlässe werden jeweils im Wirtschaftskalender auf volkswirtschaftbeo.ch angekündigt.

Weitere Auskünfte:

VOLKSWIRTSCHAFT
BERNER OBERLAND

Susanne Huber, Geschäftsführerin
✆ 079 455 64 81
✉ susanne.huber@volkswirtschaftbeo.ch