

UNSERE THEMEN

Westumfahrung von Zürich: Die Schweiz wird kleiner	2
Reform des Kochberufs	3
Juristische Schritte gegen das Rauchverbot	3
Tagesreisen als tragende Säule des Tourismus	4
Die italienische Küche? Gibt es nicht!	5
Ratschläge zur Verschönerung des Lokals	6
Harter Wettbewerb der Messeplätze	7
Schwierige Jahre vor uns	7
Ausbeutung der Weltmeere	9
Mehr Onlinebuchungen	11
Frankreich senkt Mwst	13
Zukunft mit grösseren Hotelkapazitäten	15

Impressum

Unser Mitgliedermagazin erscheint sechsmal jährlich.
Auflage dieser Ausgabe: 1700

Herausgeber

Wirtverband Basel-Stadt
info@baizer.ch

Basler Hotelier-Verein
kontakt@basler-hoteliers.ch

Redaktion

Maurus Ebner, Binningen
ebner@baizer.ch

Gestaltung

Grafik Alex Walder, Basel
info@g-a-w.ch

Druck

Druckerei Stocker, Allschwil
info@spezialdruck.ch

Lancierung einer Volksinitiative beschlossen Entschlossener Kampf gegen die Mehrwertsteuer- Diskriminierung

An der Delegiertenversammlung von GastroSuisse in Stans stand die wettbewerbsverzerrende Mehrwertsteuer im Zentrum der politischen Diskussion. Der Geduldsfaden ist gerissen: Nun wird bis spätestens 31. März 2010 eine Volksinitiative lanciert.

Jetzt und heute müssen wir uns wehren – das war der Grundtenor in Stans. Die Delegierten folgten deutlich einem Antrag des Wirtverbandes Basel-

leistungen sollen endlich den gleichen Mehrwertsteuersätzen unterliegen wie der Verkauf von Nahrungs- und Genussmitteln im Detailhandel.

«Gastgewerbliche Leistungen sollen endlich gleich besteuert werden wie Nahrungs- und Genussmittel im Detailhandel.»

Die gastgewerblichen Verbände versuchen seit Jahren, das stark störende Mehrwertsteuerproblem zu lösen. Für die Gastronomie ist es vordringlich, dass die Benachteiligung gegenüber dem Detailhandel endlich beseitigt wird. Es kann nicht sein, dass für alkoholfreie Getränke und Speisen je nach Ort der Konsumation unterschiedlich viel Mehrwertsteuer bezahlt werden muss.

Stadt und beschlossen, eine eidgenössische Volksinitiative zu lancieren. Gastgewerbliche Dienst-



Ein Sandwich im Supermarkt, am Kiosk, an der Tankstelle oder in der Bäckerei wird nur mit 2.4 Prozent besteuert. Das gleiche Produkt unterliegt im Restaurant einer Mehrwertsteuer von 7.6 Prozent. Diese Benachteiligung wird noch zunehmen, wenn sich die Branche nicht entschlossen dagegen wehrt.

Die Basler Gastronomie
auf einen Klick!

www.basel-restaurants.ch



Online-Markt für das
Schweizer Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

Westumfahrung von Zürich

Die Schweiz wird kleiner

Die Erreichbarkeit ist ein wichtiger Erfolgsbaustein touristischer Destinationen. Kürzere, bequemere Fahrten verändern die Reiseströme und das Verhalten der Reisenden.

Im Mai wurde die Westumfahrung von Zürich in Betrieb genommen. Das Vier-Milliarden-Bauprojekt spart 30 bis 45 Minuten Fahrzeit! Touristiker in Graubünden hoffen nun, für Leute aus dem Mittelland und aus der Region Basel attraktiver zu werden. In der Tat wird es für Basler künftig kaum mehr länger dauern, nach Flims zu fahren statt nach Engelberg oder Meiringen.

«Während es mehr Tagestouristen geben wird, könnte die Zahl der Übernachtungen leicht abnehmen.»

Nur wenige Tagestouristen nehmen eine Fahrzeit von mehr als zwei Stunden pro Reiserichtung in Kauf. Verkürzt sich der Weg um bis zu 45 Minuten, so ist aus Basler Sicht zu erwarten, dass wir künftig mehr Tagesausflügler aus dem Südosten haben werden. Davon könnten Museen, der Zolli und die Innenstadt profitieren.

Doch jede Medaille hat zwei Seiten. Während es mehr Tagestouristen geben wird, könnte die Zahl der Übernachtungen leicht abnehmen. Ein Messebesucher aus Chur wird jetzt eher gleich am Abend zurück kehren statt eine Nacht am Rheinknie zu verbringen. Die Heimfahrt wird nur noch gut anderthalb Stunden dauern.



■ Vom linken Zürichsee-Ufer nach Basel dauert eine Autofahrt noch 45 bis 60 Minuten.

Massvoller Biergenuss unterstützt Vitaminzufuhr

B-Vitamine sind für die Energiebereitstellung und die Zellerneuerung im Körper wichtig. Für Intensivsportler kann schon eine geringfügige Unterversorgung zu Einschränkungen in der Leistungseffizienz, Regenerationsfähigkeit und Immunabwehr führen.

Bier ist eine reichhaltige Quelle, nicht nur wegen der vielen Mineralstoffe, sondern auch durch die vielen B-Vitamine, die aus dem Malz und der Bierhefe stammen. Die Gruppe der B-Vitamine kommt normalerweise auch in tierischen und pflanzlichen Lebensmitteln vor. Die Ausnahme bildet das Vitamin B12, das in pflanzlichen Lebensmitteln nicht enthalten ist. Der Bierhefe sei dank, dass es sich beim Bier anders verhält.

Der französische Brauingenieur Jean-Jacques de Blauwe hat in mehreren Studien den Reichtum an B-Vitaminen im Bier nachgewiesen. Der Gehalt hängt unter anderem von den verwendeten Rohstoffen und der Herstellungsmethode ab. Er schwankt je nach Biersorte stark. Der massvolle Biergenuss kann zwar nicht die tägliche Zufuhr von B-Vitaminen ersetzen, doch zumindest massgeblich bereichern.

www.bierundgesundheit.com



■ Bier ist sehr reich an B-Vitaminen.

Schweinegrippe nicht durch Lebensmittel übertragen

Die mexikanische Grippe wird von Mensch zu Mensch übertragen. Bisher ist das neue Virus noch bei keinem Schwein nachgewiesen worden. Das neu aufgetauchte Virus enthält Erbgut des Erregers der Grippe beim Menschen, der Schweinegrippe und der Vogelgrippe. Der eher irreführende Begriff «Schweinegrippe» wird verwendet, weil der neue Erreger Ähnlichkeit mit den bei Schweinen vorkommenden Grippeviren hat. Die Entstehung neuartiger Grippevirusstämme kann in Regionen entstehen, in denen Menschen und Tiere auf sehr engem Raum unter hygienisch unzureichenden Bedingungen zusammenleben.

Westside gut gestartet

Im Oktober 2008 hat das Freizeit- und Einkaufszentrum Westside in der Nähe von Bern eröffnet. In den ersten sechs Monaten wurden 2.8 Millionen Besucher verzeichnet, womit die anvisierte Zahl für das erste Betriebsjahr schon fast erreicht ist. Nicht nur die 55 Läden, sondern auch die Gastronomiekonzepte kommen bei den Besuchern gut an: Neues wie das Spiga, das Cha Chà oder das Namamen und Bewährtes wie McDonald's, Starbucks und Migros-Restaurant wurden positiv aufgenommen. Das Hotel Holiday Inn Bern Westside ist gut ausgelastet. Nicht nur die Freizeitgäste, sondern auch Geschäftstouristen schätzen die Verknüpfung des Hotels mit Shopping, Kino und Bad.

www.westside.ch

Hotelier-Verein informierte

Am 29. April 2009 lud der Basler Hotelier-Verein seine Mitglieder ins Grandhotel Les Trois Rois zu einer Informationsveranstaltung. Themen waren unter anderem der neue L-GAV und der Entwurf neuer Statuten. Vizepräsident Urs Hitz orientierte über die Arbeit der Hotel-Ombudsstelle während der diesjährigen Baselworld. Einmal mehr hat sich gezeigt, wie wichtige diese Beschwerdestelle sowohl für die Hoteliers wie auch für die Messe ist. Manuela Kroll stellte das Projekt «Hotelservice» vor. Jonas Scharf, Leiter des Congress Center Basel, referierte über eine mögliche Zusammenarbeit mit den Hoteliers. Den anschliessenden Apéro nutzten die Basler Hoteliers zum regen Austausch.

www.basler-hoteliers.ch

Reform der Grundbildung Koch EFZ

Um den veränderten Bedürfnissen der Branche und dem neuen Berufsbildungsgesetz gerecht zu werden, wird das Berufsbild Koch EFZ als letzte gastgewerbliche Grundbildung den neuen Gegebenheiten angepasst. Bereits 2005 wurden die Grundbildungen im Bereich Restauration und Hotellerie eingeführt, ergänzt durch zweijährige Grundbildungen mit eidgenössischem Attest.

Zu den wichtigen Neuerungen gehört, dass das praktische Qualifikationsverfahren vermehrt Rücksicht auf die im Lehrbetrieb vermittelten Kompetenzen und Fähigkeiten nimmt. Es wird in ein Pflicht- und ein Kürprogramm unterteilt. Beim Pflichtprogramm werden zwei Gerichte nach Vorgaben gekocht, beim Kürprogramm kann der Lernende die Gerichte aus einem Warenkorb zusammenstellen und die Rezepte bestimmen.

«Lebensmittel und ihre unterschiedlichen Verwendungen stehen im Mittelpunkt.»

Neu zählt die Erfahrungsnote aus der Berufsfachschule mit zwanzig Prozent für das Qualifikationsverfahren. Die Fremdsprache wird im Berufskundeunterricht integriert. Sie umfasst vor allem Fachbegriffe und Formulierungen, die zur «Küchensprache» gehören. Gelerntes aus der Sekundarschule soll so aktiviert werden. Die Fremdsprache wird vom Kanton bestimmt.

Eine gute Zusammenarbeit zwischen Küche und Service ist Garant für reibungslose Arbeitsabläufe. Um sich ein Bild von der Gästebetreuung zu machen, werden die Lernenden unter Anleitung im

Speiseservice eingesetzt. Das vernetzte Denken vom Gästebedürfnis her ist ein wichtiges Element der neuen Grundbildung Koch EFZ.

Das Lebensmittel, egal ob Frischprodukt oder Convenience, ist einem Prozess untergeordnet, welcher mit der Beschaffung und der Warenannahme beginnt und mit dem Anrichten respektive dem genussvollen Verzehr durch den Gast endet. Im Modelllehrgang stehen das Lebensmittel und seine unterschiedlichen Verwendungszwecke im Mittelpunkt.

Die Kochlernenden werden erstmals ab Sommer 2010 nach den neuen Vorgaben ausgebildet. Das erste Qualifikationsverfahren nach neuem Muster findet 2013 statt. Lehrmeister müssen über ein eidgenössisches Fähigkeitszeugnis als Koch sowie drei Jahre Berufserfahrung und einen Berufsbildnerkurs verfügen. Die Grundbildung wird an den drei Lernorten Lehrbetrieb, Berufsfachschule und überbetriebliche Kurse vermittelt.

Die Anforderungen und Voraussetzungen an Jugendliche, die sich für den Beruf Koch EFZ interessieren, ändern sich nicht. Die Lernenden müssen Freude am Kochen und Essen haben. Sie haben einen guten Geschmacks- und Geruchssinn und so-

wie ein ausgeprägtes Hygieneverständnis. Gefragt sind ferner ein rasches Auffassungsvermögen, Kreativität, gäste- und teamorientiertes Verhalten und eine anpackende Art.

www.hotelgastro.ch



GV des Wirtverbandes Basel-Stadt

Juristische Schritte gegen das Rauchverbot werden geprüft

Die 128. ordentliche Generalversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt fand im oberen Theater des Hotels Teufelhof statt. Die Versammlung hat den Vorstand ermächtigt, juristische und politische Schritte gegen das Rauchverbot zu unternehmen.

Das Rauchverbot gibt weiterhin viel zu reden. Die GV beauftragte den Vorstand einstimmig, juristische Schritte gegen das unsinnige Verbot eingehend zu prüfen. Anwalts- und Gerichtskosten

«Das Rauchverbot gibt weiterhin viel zu reden.»

ten von Mitgliedern sollen übernommen werden, wenn deren Fall von allgemeinem Interesse ist. Zu einem späteren Zeitpunkt soll eine Aufweichung des Verbots auf politischem Wege angestrebt werden, z.B. mit einer Volksinitiative auf kantonaler oder nationaler Ebene.

Ein weiteres zentrales Anliegen der Branche ist die Beseitigung der Mehrwertsteuer-Diskriminierung gegenüber dem Detailhandel. Die Mitglieder gaben dem Vorstand volle Rückendeckung für einen Antrag an die Delegiertenversammlung von GastroSuisse, welcher die Lancierung einer eidgenössischen Volksinitiative verlangt.

Die statutarischen Geschäfte wurden diskussionslos erledigt. Präsident Josef Schüpfer, Vizepräsident André Zimmerli und die Vorstandsmitglieder Pierre Buess und Beat Emmenegger wurden für eine weitere Amtsperiode von drei Jahren bestätigt. Livio Giambonini ist wegen Kantonswechsel

aus dem Vorstand zurückgetreten. Er wird vorläufig nicht ersetzt. Die Finanzen des Verbands sind trotz hoher Ausgaben für den Abstimmungskampf gegen das Rauchverbot in bester Ordnung.

Die Grüsse von GastroSuisse überbrachte Zentralvorstandsmitglied Marco Huber aus Lugano. Beim anschließenden Apéro wurde die Geselligkeit gepflegt und rege weiter diskutiert. Der Wirtechor beider Basel umrahmte den Abschluss mit seinen Gesangsvorträgen.

Tagesausflüge mit der Bahn immer beliebter

Noch nie waren so viele Kurzreisende in ihrer Freizeit mit der Bahn unterwegs. Die RailAway AG, ein Freizeitanbieter für Tagesausflüge mit Zusatzleistungen, schrieb 2008 zum neunten Mal in Folge ein Spitzenergebnis und setzt damit den Erfolgskurs fort. Im Geschäftsjahr 2008 stieg der Bruttoumsatz erstmals über 200 Millionen Franken. Insgesamt wurden 1.6 Millionen Angebote verkauft.

Mit einfach buchbaren, individuell wählbaren und vergünstigten Pauschalbilletten für Tages- und Halbtagsausflüge positioniert sich RailAway hervorragend auf dem Freizeitmarkt – gerade auch in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten. RailAway-Geschäftsführer René Kamer: «Ein Museum oder ein Konzert besuchen, auf eine Rundwanderung gehen, auf einen Berg fahren oder einen Skitag geniessen – solche Vergnügungstage liegen hoch im Kurs, zumal auch die Preise attraktiv sind.»

«Zu den meistgebuchten Angeboten gehören Freizeitklassiker wie der Zoo Basel oder das Verkehrshaus.»

Zu den beliebtesten Offerten gehören Messe-Kombibillette (Bahn und Eintritt). Damit erzielte RailAway im vergangenen Jahr einen Umsatz von 10.2 Millionen Franken. Basel liegt in der Beliebtheitskala vor Genf (Autosalon), St. Gallen (OLMA) und Bern (BEA). Der Modalsplitt zugunsten des öf-

fentlichen Verkehrs ist gestiegen: Die flüssige An- und Abreise punktet gegenüber dem Individualverkehr.

Immer beliebter werden auch die Snow'n'Rail-Packages: Im vergangenen Jahr wurden 140'000 Angebote im Gesamtwert von 11 Millionen Franken verkauft. Am beliebtesten waren die Angebote Flumserberg, Adelboden-Lenk und Engelberg-Titlis. Die Nachfrage ist stabil: Im ersten Quartal 2009 wurden 100'000 Schneesport-Tickets verkauft!

Die beliebtesten Bergausflüge führen auf den Pilatus, die Rigi und das Jungfrauoch. Zu den meistgebuchten Angeboten gehören auch Freizeitklassiker wie der Zoo Zürich, der Basler Zolli, der Europapark oder das Verkehrshaus. Die Fondation Beyeler liegt auf Platz 13, noch vor Ausflugszielen wie dem Technorama in Winterthur, dem Alpamare oder dem Freilichtmuseum Ballenberg.

www.railaway.ch



■ Kombi-Billette mit Eintritten in die Messe Basel sind das beliebteste RailAway-Angebot überhaupt.

Tagesreisen als tragende Säule des Tourismus

Es ist üblich, den Erfolg einer Destination an den Logiernächten zu messen. Das hat damit zu tun, dass diese am einfachsten zu erheben sind. Es hat aber auch damit zu tun, dass die grosse wirtschaftliche Bedeutung des Tages-tourismus gegenüber dem Übernachtungstourismus unterschätzt wird.

Ein Tagestourist ist eine Person, die nicht in der näheren Umgebung wohnt und eine Destination besucht, ohne dort zu übernachten. Fahrten zur Schule oder zur Arbeit, Einkaufsfahrten zur Deckung des täglichen Bedarfs und Routinefahrten zählen nicht zum Tagestourismus.

«Tagesreisen gelten als Appetitanreger für spätere, längere Besuche.»

Die Region Basel verzeichnet pro Jahr schätzungsweise acht bis zehn Millionen Tagestouristen, die vor Ort durchschnittlich 50 bis 70 Franken für Eintritte, Nahverkehr, Einkäufe, Verpflegung und anderes ausgeben. Gesamthaft generieren die Tagestouristen in Basel also Umsätze zwischen 400 und 700 Millionen Franken. Indirekte Wertschöp-

fungseffekte durch Vorleistungen oder Investitionen von touristischen Leistungserbringern sowie die Wirkung der durch den Tourismus ausgelösten Lohneinkommen sind hier noch nicht berücksichtigt.

Aus ökologischer Sicht mögen Bedenken gegen all zu viel Tagestourismus berechtigt sein. Das gilt vor allem für Orte, in denen die Reisenden hordenweise einfallen, aber nur selten übernachten. Ansonsten gibt es keinen Grund, den Tagestourismus gering zu schätzen. Neben den wirtschaftlichen Effekten dürfen wir nicht vergessen, dass Tagesreisen als Appetitanreger für spätere, längere Besuche gelten.



■ Tagestouristen geben in Basel und Umgebung rund 700 Millionen Franken pro Jahr aus.



Hauslieferung von Spirituosen

Wenn ein Hauslieferdienst seinen Kunden zusätzlich Spirituosen nach Hause liefert, betreibt er gemäss Artikel 39 des Alkoholgesetzes Kleinhandel mit gebrannten Wassern. Eine solche Handelstätigkeit ist bewilligungspflichtig. Für den Handel innerhalb des Kantons bedarf es einer Bewilligung der kantonalen Behörde. Details zum Kleinhandel mit Spirituosen werden durch entsprechende Bestimmungen der Kantone geregelt.

Sonderregel für Rosé-Wein

Seit einer im Jahr 2007 beschlossenen Weinmarktreform erlaubt es die EU, Rosé auch durch das Verschneiden von rotem und weissem Wein herzustellen. Vor allem die Franzosen haben an der neuen Regel wenig Freude. Sie wollen an der aus der Provence stammenden Herstellungsmethode festhalten, bei welcher Haut und Fruchtfleisch roter Trauben vor dem Keltern nur kurz aufgeweicht werden, so dass der Rebensaft eine rosarote Farbe erhält. Nun hat Frankreich im Streit um «reinen» Rosé-Wein eine Sonderregel durchgesetzt: Französischer Wein darf künftig die Bezeichnung «Rosé traditionnel» auf dem Etikett tragen.

Räume finden

Die Region Basel verfügt schätzungsweise über 3000 Räume, welche für Einzelanlässe oder für eine periodisch wiederkehrende Belegung gemietet werden können. Doch längst nicht alle sind einer breiten Kundschaft bekannt. Hier setzt raumfinder.ch an: Die Website wird von einem gemeinnützigen Verein verantwortet und ist seit zwei Jahren aktiv. Tragen Sie nutzbare Räume online ein! Die Anmeldung ist völlig kostenlos.

www.raumfinder.ch

Neue Giraffenanlage

Einmal einer Giraffe in die Augen schauen – das ist möglich auf der neuen Aussenanlage im Zolli. Mit Wasserstellen, Sandplätzen und einer Gemeinschaftshaltung mit Kleinen Kudus bietet die Giraffen-Anlage ein reichhaltiges Angebot an tiergerechten Beschäftigungen. Zusammen mit dem gut erhaltenen Antilopenhaus als historischem Zeitdokument eröffnet sich dem Publikum eine Reise durch rund hundert Jahre Giraffenhaltung.

www.zoobasel.ch

Die italienische Küche? Gibt es nicht!

Die italienische Küche gibt es eigentlich gar nicht: Jede Region hat ihre eigene Kochtradition und ist stolz darauf! Politische Spaltungen in viele kleine Staaten, die Abgeschlossenheit der einzelnen Landschaften durch die Höhen des Apennins und die starke Traditionsverbundenheit führten dazu, dass sich die Küchen der Regionen unterschiedlich entwickelten.

Die Italiener widmen dem Einkaufen und Kochen sehr viel Zeit. Italien ist schliesslich die Wiege der abendländischen Kochkunst. Die alten Römer lebten zwar ursprünglich recht asketisch, doch übernahmen sie von den in Sizilien unterworfenen Griechen schnell deren Esskultur und entwickelten sie weiter. Die Kaiser, ihr Hof und die Reichen im Lande kitzelten ihre verwöhnten Gaumen mit immer neuen Delikatessen aus allen Teilen der eroberten Welt: Eilboten brachten Austern aus Britannien, Früchte aus Persien und Honig aus den Wäldern Germaniens.

«Wirtschaftliche Not machte die Italiener erfinderisch.»

Dem gemeinen Volk blieb in der Antike nur wenig Auswahl: Hülsenfrüchte, Getreideprodukte und manchmal ein bisschen Fisch oder Wild bildeten die Hauptnahrung. Viele «typisch italienische» Speisen wie Risotto, Polenta und Gnocchi waren aus einem simplen Grund nicht verfügbar: Die Zu-

taten oder Rezepte waren noch unbekannt. Pasta wurde erst viel später von Marco Polo aus China mitgebracht. Spanische Seefahrer des Mittelalters brachten Mais, Tomaten und Kartoffeln. Reis und Auberginen verdanken wir der Völkerwanderung.

Die Italiener leben von Natur aus sparsam. Wirtschaftliche Not machte sie erfinderisch: Wohl deshalb entwickelte sich die Kunst des Würzens. Nirgendwo sonst verwendet man so viele Würzkräuter wie in Italien: Basilikum, Fenchel, Knoblauch, Lorbeer, Majoran, Oregano, Petersilie, Salbei und Zwiebeln aller Art. Doch niemals wird im Übermass gewürzt. Zur feinen Küche gehören frische Zutaten von guter Qualität. Die Reinheit und das natürliche Aroma müssen unbedingt erhalten bleiben, weshalb Crèmen, Saucen und scharfe Gewürze fast keine Rolle spielen. Das Geheimnis der guten italienischen Küche liegt in der «Divina Proportione», dem göttlichen Verhältnis, welches auch in anderen Bereichen anzutreffen ist, z.B. in florentinischen Skulpturen und in der Renaissance-Architektur.



■ Zur feinen italienischen Küche gehören frische Zutaten von guter Qualität.

Auf einfache Art das Lokal verschönern

Die Innen- und Aussengestaltung sagt viel über ein Restaurant aus. Zu den Aufgaben des Designs gehört es nicht nur, für die Gäste eine Wohlfühlstimmung zu kreieren, sondern auch, das Konzept, die Marke und die Persönlichkeit des Betriebs zu reflektieren. Selbst der innovativste Betrieb kommt nicht um ein gelegentliches Facelifting herum. Hier sind einige Tipps.

Fassade und Umgebung

Ein gut gestaltetes Restaurant spricht potentielle Gäste augenblicklich an. Die Aussenansicht lässt die Gäste das Konzept spüren, bevor sie eintreten. Gute Beleuchtung, frische Design-Elemente sowie eine gepflegte Umgebung sind essentiell. Der Name des Lokals muss gut sichtbar sein, denn Gäste kommen nur, wenn sie den Betrieb auch finden. Das Letztere gilt nicht unbedingt für In-Lokale und Geheimtipps.

Decken und Wände

Weisse Wände sind eher langweilig. Aber auch andere Farben nutzen sich ab, wenn man jahrelang nicht nachstreicht. Malen ist ein einfacher, rascher und relativ günstiger Weg, das Aussehen eines Betriebs zeitgemässer zu gestalten. Bei schmalem Budget machen Farben einen grossen Unterschied zu vertretbarem Preis. Darf es ein bisschen mehr kosten, erzielen spezielle Maltechniken gute Effekte.

Beleuchtung

Die richtige Lichtintensität zu wählen, trägt viel zur Atmosphäre bei. Unterschiedliche Leuchtstufen sorgen für unterschiedliche Stimmungen. Gelbe oder orange Töne schaffen eine warme Umgebung, gedämpftes Licht und Kerzenschein eine romantische Atmosphäre. Mit Licht können Sie dramatische Effekte erzielen und Gestaltungselemente betonen.

Individualität

Ein persönlicher Touch macht den Unterschied. Geschirr, Besteck, Gläser und Tischaccessoires spielen eine wichtige Rolle. Die Lampen müssen nicht nur das passende Licht geben, sondern auch selbst gut aussehen und zum Lokal passen. Skulpturen oder andere Kunstobjekte sowie Wandmalereien, Mosaik oder grafische Elemente ergänzen die Raumgestaltung und unterstützen die Markenpersönlichkeit.

Stühle und Polster

Stühle und Sitzgelegenheiten leiden oft unter schneller Abnutzung. Eine neue Polsterung oder ein Überholen frischt den Look eines Restaurants schnell auf.

Alle Sinne berücksichtigen

Es geht bei weitem nicht nur um das Aussehen. Der rein ästhetische Ansatz wird deshalb nur suboptimale Ergebnisse liefern. Die Akustik und der Geruch spielen ebenfalls eine sehr wichtige Rolle. Die Auswahl der richtigen Hintergrundmusik und ein angenehmer Duft tragen zum Gesamterlebnis entscheidend bei.

Intimität

Auch grosse Räume können ein gewisses Mass an Intimität bieten. Das Tiefhängen von Lampen, der Einsatz von weichen Lichttönen, dunkle Polster

und Sitzgruppen können eine entspannte Atmosphäre schaffen.

Flexibilität

Sie sollten in der Lage sein, Gruppen verschiedener Grösse zu bewirten. Überlegen Sie sich, runde Tische oder Sitzabteile mit freistehenden Tischen zu ersetzen, die je nach Bedarf gestellt werden können.

Effizienz

Organisieren Sie Ihr Lokal so, dass alles rund läuft. Positionieren Sie Servicestationen zentral an leicht erreichbaren Orten! Genügend Abstand zwischen den Tischen sorgt für reibungslose Abläufe.

Laute Restaurants

Gemäss einer Umfrage von Zagat sind laute Geräuschpegel der zweithäufigste Grund für Reklamationen in Spitzenlokalen. Eine andere Untersuchung nennt Lärm als dritthäufigsten Grund für negative Erlebnisse in Restaurants – gleich nach schlechtem Service und mangelhafter Speisenqualität. Der Pegel in Speiserestaurants ist zwar bei weitem nicht gesundheitsgefährdend, entscheidet aber, wie angenehm die Konversation bei Tische ist.



■ Eine gute Raum- und Farbgestaltung trägt entscheidend zum Wohlbefinden der Gäste bei.



■ Es kostet zwar viel Geld, Beleuchtungsspezialisten beizuziehen, doch kann es sich lohnen.



■ Ein persönlicher Touch macht den Unterschied.

Harter Wettbewerb der Messeplätze

Der Wettbewerb der Messegesellschaften nimmt ruinöse Züge an. Vor allem in Deutschland, dem grössten Messeplatz der Welt, drängen die Anbieter mit neuen und immer grösseren Hallen in den Markt. Das Wachstum des einen ist aber nur möglich, wenn andere schrumpfen.

Die meisten Messeplätze überleben nur dank öffentlicher Zuschüsse. Weil sich die Betreiber mit Preisnachlässen gegenseitig Veranstaltungen abjagen, kommt das in vielen Fällen die Steuerzahler teuer zu stehen. Von siebzig deutschen Messestädten arbeiten nur Frankfurt, Nürnberg, Essen und Düsseldorf profitabel. Auf Dauer wird es daher zu einer Reduzierung der Ausstellungsflächen kommen müssen.

Das Überangebot wird auf einen Drittel geschätzt. Subventionen verhindern, dass die Kapazitäten tatsächlich schrumpfen. Über das Ausmass der Zuschüsse herrscht Unklarheit, weil sie unter verschiedenen Bezeichnungen laufen. Viele Messeplätze weisen Beihilfen wie Beiträge zum Kongressgeschäft und zinslose Darlehen nicht einmal aus.

Die Messe Leipzig erhielt bis 2006 unter dem Titel «Aufbau Ost» über sechs Milliarden Euro. München baute 1998 die neue Messe mit Gesamtinvestitionen von drei Milliarden Franken – 750 Millionen Euro Darlehen sind nur rückzahlbar, wenn es der Geschäftsgang erlaubt.

Städte und Länder, die oft auch Eigentümer der Messebetriebe sind, rechtfertigen die Subventionen mit der so genannten Umwegrentabilität. Damit ist das Geld gemeint, das Aussteller und Messebesucher in der jeweiligen Region liegen lassen – es handelt sich oft um ein Vielfaches der zuvor getätigten Investitionen.

Stuttgart: Neues Messezentrum führt zu Boom

Der Tourismus in der Region Stuttgart erzielte 2008 ein absolutes Spitzenergebnis. Insgesamt wurden 6.6 Millionen Übernachtungen registriert. Das sind sieben Prozent mehr als im Vorjahr. Sowohl die Landeshauptstadt als auch die fünf Landkreise der Region verzeichneten deutliche Zuwächse.

Beim rasanten Aufschwung der Hotellerie eine wesentliche Rolle spielt die Neue Messe Stuttgart mit dem integrierten Internationalen Congresszentrum Stuttgart (ICS). Der Neubau des Messezentrums kostete 850 Millionen Euro wurde zu hundert Prozent von der öffentlichen Hand finanziert. Inklusive der Verkehrsbauwerke und des Verwaltungsgebäudes betrugen die Kosten rund eine Milliarde Euro.

Im letzten Jahr wurden zahlreiche neue Hotels und Pensionen eröffnet, um der grossen Nachfrage während der Messezeiten nachzukommen. Allein im Landkreis Esslingen, wo das Messezentrum liegt, hat sich das Bettenangebot innerhalb von zwei Jahren von 6493 auf 9107 erhöht.

Es ist auch dieser Landkreis, der mit einem Plus von 17.9 Prozent am meisten zulegen konnte. Mit 1.04 Millionen Übernachtungen wurde erstmals die Millionengrenze überschritten. Die durch-

schnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei 1.9 Tagen. Der Logiernächte-Zuwachs in der Landeshauptstadt betrug gut sechs Prozent. Stuttgart verzeichnete 2.74 Millionen Übernachtungen, womit das touristische Jahr 2008 das bisher erfolgreichste war. Auch die Landkreise Böblingen, Göppingen, Ludwigsburg und Rems-Murr verzeichneten Rekordwerte.

Die touristische Vermarktung der Landeshauptstadt und der umliegenden Landkreise erfolgt zentral durch die Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH. Neben dem beträchtlichen Messe- und Kongress-tourismus stehen auch Themen wie Automobil, Wein, Kunst, Kultur, Baden, Wellness, Wandern und Radfahren im Vordergrund.



Stuttgart setzt auf Messen, Kunst und Kultur. Die ganze Region wird zentral vermarktet.

Die grössten Messeplätze im deutschsprachigen Raum

Messeplatz	Ausstellungsfläche
Hannover	496'000 m ²
Frankfurt	321'700 m ²
Köln	284'000 m ²
Düsseldorf	263'888 m ²
München	180'000 m ²
Basel	162'000 m ²
Berlin	160'000 m ²
Nürnberg	160'000 m ²
Essen	110'000 m ²
Stuttgart	105'200 m ²
Leipzig	103'000 m ²

Vor uns liegen schwierige Jahre

Die Schweizer Tourismusbranche wird durch die aktuelle Weltwirtschaftskrise hart getroffen. Für das kommende Sommerhalbjahr erwartet BAK Basel Economics einen drastischen Rückgang der Hotelübernachtungen.

Für den Sommer 2009 erwarten die Konjunkturforscher einen Rückgang der Zahl der Hotelübernachtungen um deutliche 7.2 Prozent. Bei den ausländischen Gästen wird ein heftiger Rückgang von 9.5 Prozent prognostiziert. Die Binnennachfrage dürfte um 3.9 Prozent zurück gehen.

Hauptgrund ist die durch die Turbulenzen an den Finanzmärkten ausgelöste Wirtschaftskrise. Sehr

belastend wirkt auch das ungünstige Wechselkursverhältnis zwischen dem Schweizer Franken und dem Euro sowie dem Pfund.

«Bis wieder der Stand von 2008 erreicht ist, vergehen Jahre.»

Für das Tourismusjahr 2010 ist nochmals von negativen Wachstumsraten auszugehen. Konkret sagen

die BAK-Experten einen weiteren Rückgang von 2.6 Prozent voraus. Erst für 2011 sieht BAK Basel wieder ein moderates Wachstum von 1.3 Prozent. Bis wieder der Stand von 2008 erreicht ist, dürften mehrere Jahre vergehen.

www.bakbasel.ch

Wirte sind keine Detailhändler!

Die IKEA-Restaurants verzeichnen enorm hohe Frequenzen und trotz (oder wegen?) tiefer Preise gewaltige Umsätze. Marketingstrategien des Detailhandels können in solchen Restaurant-Formaten funktionieren, nicht aber in der kleingewerblichen Gastronomie. Discount-Aktionismus ist fehl am Platz.

Preisaggressive und stark frequenzorientierte Marketingstrategien eignen sich nicht für die konventionelle Gastronomie. Rabatte sind nicht die richtige Antwort auf die Rezession! Der Preis spielt zwar bei vielen Kaufentscheidungen eine Rolle, doch letztlich ist er nur ein Kriterium von vielen. Gerade in Restaurants ist die Service- und Produktqualität weit entscheidender – solange der Preis in einem gesunden Verhältnis dazu steht.

Massive Coupon-Aktionen und technologisch anspruchsvolle Kundenbindungsprogramme mögen sich für Grossverteiler und Kettenbetriebe eignen, denen es darum geht, möglichst viele Transaktionen und (auch kurzfristige) Kundenkontakte auszulösen. In inhabergeführten Betrieben spielen hingegen Stammgäste eine bedeutsamere Rolle und diese gewinnt man immer noch am einfachsten über den persönlichen Kontakt. Die Strategien müssen deshalb auf den qualitativen und quantitativen Ausbau der Gästebeziehungen zielen. Dabei haben Individualgastrologen einen Trumpf: Gäste besuchen ein Restaurant oft nicht nur zur Nahrungsaufnahme, sondern auch aus sozialen Motiven.

Die Gastronomie müsse innovativer werden, heisst es allenthalben. Innovation in Ehren, doch das Rad kann nicht andauernd neu erfunden werden. Und sowieso ist nicht jede Neuerung innovativ. Das Marketingproblem der Kleinen ist nicht in erster Linie, dass sie zu wenig Geld für teure Werbekampagnen haben oder ihren Betrieb noch zu wenig als «Marke» verstehen. Es sind viel mehr die zahlreichen operativen Schwächen. Hier gilt es anzusetzen!

Die Rahmenbedingungen verschlechtern sich und das Geschäft wird härter. Deshalb ist Zukunftsangst verständlich, doch sie hilft nicht weiter. Die Rezession ist nicht an allem schuld. Sie fördert einfach gnadenlos die Schwächen zu Tage.



Maurus Ebner
Delegierter des Vorstands
Wirtverband Basel-Stadt

Restaurantbesuche zuoberst auf der Streichliste

Nach einer Studie des McKinsey Global Institute (MGI) wird die Konsumbereitschaft von fünf Faktoren bestimmt: Verbrauchervertrauen, Einkommen, Vermögen, Kreditverfügbarkeit und Lebenshaltungskosten. Vier dieser fünf Faktoren entwickeln sich negativ. Eine so ausgeprägt negative Kombination hat es seit Jahrzehnten nicht gegeben. Die Konsumenten sparen nicht quer über alle Bereiche hinweg, sondern sie setzen eindeutig Prioritäten. Restaurantbesuche belegen den ersten Platz auf der Streichliste, gefolgt von weiteren Freizeitangeboten und Annehmlichkeiten wie Bekleidung, Spielzeug oder Alkohol. Investitionsgüter wie Möbel oder Unterhaltungselektronik liegen im Mittelfeld. Güter des täglichen Bedarfs verzeichnen die geringsten Einbussen.

Widerstand in den Niederlanden

In Holland haben sich letzten Herbst zahlreiche Betreiber von kleinen Cafés zur Vereinigung «De Kleine Horeca» zusammen geschlossen, um gegen das Rauchverbot zu kämpfen. Bis heute haben 1140 Wirte je 250 Euro eingezahlt. Mit dem Fonds können sich die Kleinunternehmer gute Anwälte leisten und nötigenfalls solidarisch für Strafen aufkommen.

Nun gab es einen ersten Erfolg: Ein Gericht in Breda hat das Rauchverbot für kleine Lokale aufgehoben. Das Verbot verstosse gegen Artikel 1 der Europäischen Menschenrechtskonvention. Der Staatsanwalt hatte eine Strafe gegen das Café Victoria beantragt, weil dessen Inhaber seinen Gästen das Rauchen erlaubte. Der Richter argumentierte, dass das Rauchverbot die Betreiber von kleinen Lokalen gegenüber denjenigen von grossen Gastbetrieben benachteiligt seien. Die Stammgäste wanderten zu grösseren Lokalen ab. Der Staatsanwalt erhob Einspruch.

www.kleinehoreca.info

Zürcher Kongresswesen – wohin?

Die Zürcher Kongresshaus-Stiftung braucht nach dem Scheitern des Moneo-Projekts am See eine neue Strategie. Sie hat deshalb beim Gottlieb-Duttweiler-Institut (GDI) eine Studie zur Zukunft des Kongresswesens in Auftrag gegeben, die über die Bedürfnisse in einem Zeithorizont von zehn bis zwanzig Jahren Auskunft geben soll.

www.kongresshaus-stiftung-zuerich.ch

Basler Personenschiffahrt auf Kurs

Die Basler Personenschiffahrt hat ein anspruchsvolles, aber erfolgreiches 2008 hinter sich. Bei den Kurs- und Charterfahrten konnten deutliche Steigerungen erzielt werden.

Die BPG schloss das Geschäftsjahr 2008 mit einem Gewinn von CHF 25'000 ab. Die Einnahmen erhöhten sich um 6.3 Prozent auf CHF 4.96 Millionen. Die Kursfahrten erfreuten sich vor allem auf

schlechten Wetterbedingungen zu Saisonbeginn und die Einschränkungen im Schiffsverkehr während der Fussball-EM wäre das Ergebnis wohl noch positiver ausgefallen.

«Die Kursfahrten erfreuten sich vor allem auf der Strecke nach Rheinfelden grosser Beliebtheit.»

der Strecke von Basel nach Rheinfelden grosser Beliebtheit. Insgesamt nutzten über 57'000 Personen das Angebot. Damit wurde das Vorjahresergebnis um 20 Prozent übertroffen. Ohne die äusserst

Die abgerechneten Schiffsmieten und die Einnahmen aus der Schiffsgastronomie konnten ebenfalls deutlich gesteigert werden. Eine grosse Herausforderung waren die Events rund um die Euro 2008. Für 2009 wird aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklung mit einem schwierigen Jahr gerechnet.

www.bpg.ch

Ausbeutung der Weltmeere

40% des Fischfangs weggeworfen

Rund vierzig Prozent des weltweit gefangenen Fisches wird weggeworfen oder nicht verarbeitet. Dies ergab eine Studie unter Mitwirkung des WWF, die auf Daten aus 46 Nationen beruht. Die Autoren fanden heraus, dass jedes Jahr mindestens 38 Millionen Tonnen Fisch nicht verwendet werden.

Wenn Fischerboote aufs Meer hinausfahren, suchen sie primär nach ihrem «Zielfang». Oft werden riesige Schleppnetze verwendet, die grossflächig am Meeresboden entlang gezogen werden. Durch derlei unselektive Methoden fangen Fischerflotten auch Millionen Tonnen anderen marinen Lebens, den so genannten Beifang.

«Besonders dramatisch ist die Fischerei auf Haie.»

Die Fischer unterscheiden nicht, was in ihre Netze geht. Erst im Nachhinein wird ausselektiert und der nutzlose Rest verletzt, sterbend oder tot wieder ins Meer zurückgeworfen. Auf diese Weise verenden Delfine, Wale, Schildkröten oder Seevögel.

Besonders dramatisch ist die Fischerei auf Haie: Nur deren Flossen werden abgeschnitten und der

Rest des Kadavers zurück ins Wasser geworfen. Dadurch werden 92 Prozent des eigentlichen Fangs wieder in den Ozean entsorgt.

Der Beifang kostet den Fischern Zeit und Geld und trägt langfristig zur Überfischung der Weltmeere bei. Somit gefährdet er zum einen die künftigen Einkommen und Existenzen der Fischer, zum anderen aber auch die weltweite Nahrungsversorgung. Viele Spezies sind bereits an den Rand des Aussterbens gedrängt, und auch in die sensible Balance des marinen Ökosystems wird durch die menschliche Ausbeutung drastisch eingegriffen.



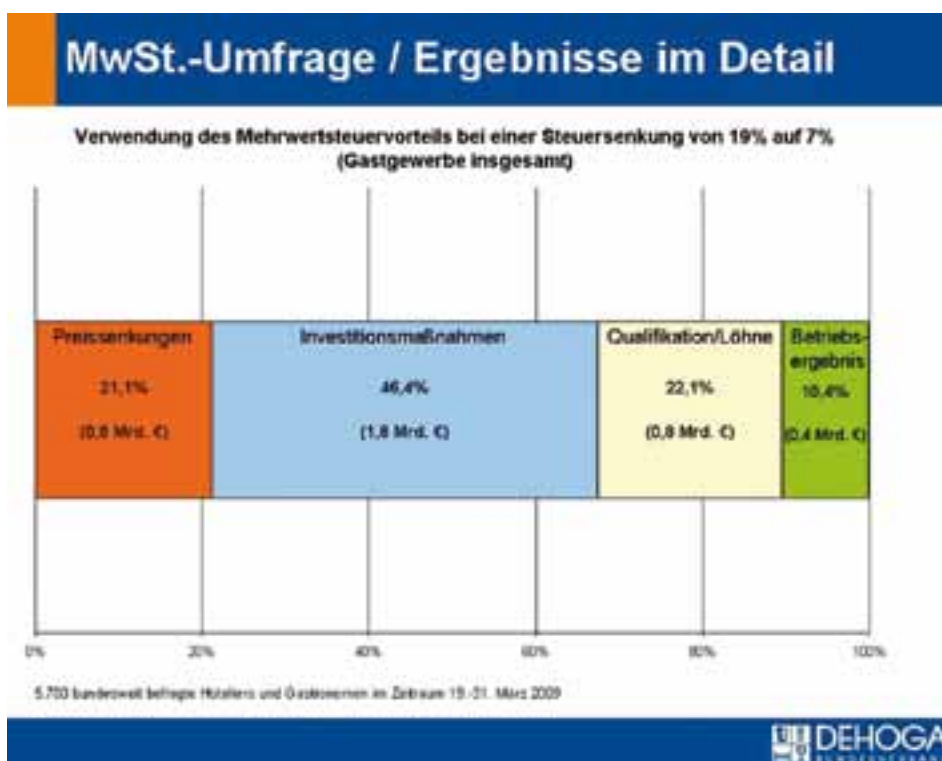
Die Weltmeere werden sinnlos ausgebeutet.

Tiefere Mehrwertsteuer: Das beste Konjunkturprogramm!

Eine Reduzierung der Mehrwertsteuer wäre ein beispielloses Programm für mehr Wachstum und Beschäftigung in Hotellerie und Gastronomie. Dies bestätigt eine repräsentative Umfrage des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes, an der sich über 5700 Unternehmer beteiligt haben.

Befragt nach der Verwendung der Einsparungen bei einer Reduzierung der Mehrwertsteuer geben die Befragten an, 46 Prozent der Summe für Investitionen in ihre Betriebe zu verwenden. Mehr als ein Fünftel des Mehrwertsteuervorteils (21 Prozent) würde nach Angabe der Unternehmer für die Senkung der Preise eingesetzt. Aber auch die Mitarbeiter würden sofort von einer Senkung der Mehrwertsteuer profitieren, denn 22 Prozent der möglichen Einsparungen planen die Hoteliers und Gastronomen für Lohnerhöhungen und Qualifikationsmassnahmen aufzuwenden. Dies würde zu einer Belebung des Konsumklimas über das Gastgewerbe hinaus sorgen.

www.dehoga.de



Hotelketten vermelden happige Rückgänge

Die Quartalsnachrichten der grossen Hotelfirmen belegen, dass die Krise voll durchschlägt. Die Umsätze gehen dramatisch zurück. Den Hoteliers bleibt gar nichts anderes übrig, als mit Kostensenkungsprogrammen zu reagieren.

Einen starken Umsatz- und Ertragsrückgang verzeichnet die Hotelkette Rezidor (Radisson, Park Inn). Der Umsatz pro verfügbares Zimmer (RevPar) in den ersten drei Monaten des Jahres ging gegenüber dem Vorjahres-Vergleichsquartal um 13,4 Prozent auf 57,60 Euro zurück. Rezidor prüft Kostenreduzierungen.

«Accor hat einen harten Sparkurs angekündigt.»

Auch bei Accor hat sich der Rückgang im ersten Quartal beschleunigt. Die Einbussen fielen wegen der zahlreichen Angebote im unteren und mittleren Segment (Formule 1, Etap, Ibis, Novotel) weniger stark aus als bei Rezidor. Auf vergleichbarer Basis sanken die Erlöse dennoch um 5,8 Prozent. Accor hat einen harten Sparkurs angekündigt: In den kommenden zwei Jahren sollen 175 Millionen Euro weniger in die Renovierung von Hotels fließen.

Bei Marriott ging der RevPar sogar um 17,3 Prozent zurück. Starwood (Sheraton, Le Méridien, Westin)

hatte im vierten Quartal 2008 einen 12,1 Prozent schlechteren RevPar und InterContinental gab für den Januar einen Rückgang von 12,2 Prozent bei dieser wichtigen Kennzahl an.

Tourismus kurz vor dem Absturz?

Die Konsumenten schnallen ihre Gürtel enger und kürzen ihre Ferienbudgets. Das zeigt eine breit angelegte Befragung von über 5000 Konsumenten in ganz Europa. Laut Boston Consulting wollen 52 Prozent der Deutschen dieses Jahr auf eine grosse Urlaubsreise verzichten. Auch in andern wichtigen Auslandsmärkten wie Grossbritannien, Frankreich, Italien oder Spanien wollen die Leute in diesem Jahr weniger Geld für Reisen, Übernachten und auswärtige Verpflegung ausgeben. Schweiz Tourismus rechnet für 2009 mit einem Rückgang der Umsätze um acht Prozent.



■ Besonders hart trifft die Krise Marriott. Systemweit ging der RevPar um 17 Prozent zurück.

KSB KASSENSYSTEME
NAEGELI

Touchkassen für die Gastronomie



KSB Kassensysteme GmbH
Schützenmattstrasse 43 4051 Basel
Tel. 061 281 75 70 Fax 061 281 75 51
E-Mail info@ksbasel.ch



In eine Stadt statt an den Strand?

Städtereisen liegen klar im Trend. Dementsprechend bemühen sich die Städte um ein umfassendes Tourismusmarketing. Im Rahmen einer Studie nahm das Beratungsunternehmen Deloitte die zwölf wichtigsten Tourismusmetropolen Deutschlands unter die Lupe.

Die Autoren der Studie «Hin und weg. Erfolgreiche Profilierung deutscher Städtedestinationen» haben insgesamt fünf Bewertungsschlüssel definiert: Marketing, Image, Bedürfnisveränderung der Gäste, Gastfreundlichkeit und Gästezufriedenheit. «Bei allen Kriterien spielen endogene Faktoren wie Politik und Öffentlichkeit eine wichtige Rolle», erklärt Benjamin Ploppa von Deloitte. Zudem seien immer stärker «weiche» Kriterien wie Image und Mentalität der Bewohner ausschlaggebend für die Attraktivität einer Stadt.

Die Anziehungskraft der Städte resultiert einerseits aus dem Kultur- und Shoppingangebot, andererseits aber auch aus Faktoren wie Image, Lebensqualität und Zufriedenheit der Einwohner. Hier kommt das sogenannte «Crowdsourcing» ins Spiel: Die Stadtattraktivität wird durch ihre Bewohner gestärkt – entscheidend ist folglich die Integration der Bevölkerung.

Die untersuchten deutschen Städte verstehen es, sich in Szene zu setzen und daraus Kapital zu schlagen. Von den fünf grössten Messegeländen der Welt befinden sich vier in Deutschland. Ham-

burg ist der weltweit viertgrösste Musicalstandort. Die Schildergasse in Köln ist die meistbesuchte Einkaufsmeile Europas. Hannover erlebte letztes Jahr mit 14 Prozent plus eine Besucherexplosion. «Nun kommt es darauf an, die Erfolgsrezepte weiter zu verfeinern, um die Auswirkungen der Krise auf den Städtetourismus zu minimieren», resümiert Benjamin Ploppa.

Aufgrund der Entwicklung hin zu kürzeren Reisen und kurzfristigeren Reiseentscheidungen, der wachsenden Verbreitung von Niedrigpreis-Angeboten sowie der Tendenz, dass Gäste aus dem Ausland bevorzugt Destinationen mit guter Erreichbarkeit und hoher Erlebnisdichte besuchen, entwickeln sich für die grösseren deutschen Städte vielversprechende Möglichkeiten. Aber auch mittlere und kleine Städte haben durchaus gute Karten, wenn es ihnen gelingt, potenzielle Gäste durch aussergewöhnliche Angebote, ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis und herausragenden Service auf sich aufmerksam zu machen.

www.deloitte.de



■ Berlin positioniert sich als trendige, lebenslustige Stadt mit Flair.



Ihre Unternehmensversicherung sollte nicht komplizierter sein als Ihre IT-Lösung.

Weil das Leben oft schon schwierig genug ist, macht Sympany vieles einfacher. Zum Beispiel mit flexiblen Lösungen für alle Personenversicherungen in Ihrem Unternehmen. Informieren Sie sich unter Telefon 0800 955 955 oder www.trustSympany.ch

sympany
erfrischend anders

Stellenbörse für die Schweizer
Gastronomie und Hotellerie

www.gastro-express.ch

Immer mehr Onlinebuchungen

Die deutschen Hoteliers verzeichneten im vergangenen Jahr überdurchschnittliche Zuwächse bei Zimmerreservierungen per Internet und elektronische Reservierungssysteme.

Knapp 73 Prozent der Hoteliers berichten von steigenden Buchungen über die eigene Website. Dies geht aus einer Untersuchung des Marktforschungsinstitutes CHD Expert unter 221 Hotelbetrieben in Deutschland hervor. Bei rund 81 Prozent der Befragten stieg auch die Zahl der Reservierungen über Buchungsportale und bei rund 58 Prozent die Zahl der Buchungen über globale Computer-Reservierungssysteme. Manche Hotels generieren fast die Hälfte ihrer Reservierungen über elektronische Kanäle.

«Manche Hotels generieren fast die Hälfte ihrer Reservierungen über elektronische Kanäle.»

Bei den Buchungsportalen führt hrs.de das Feld deutlich an, vor allem bei den Geschäftsreisen. Für 59 Prozent der Befragten erbrachte HRS die meisten Buchungen im vergangenen Jahr. Bei rund 17 Prozent der Hoteliers war booking.com der wichtigste externe Umsatzbringer. Andere Portale wie hotel.de, hotels.com oder venere.com spielen meist eine kleinere Rolle, bringen aber auch Geschäft.

www.chd-expert.de

Und in der Schweiz?

Kürzlich publizierten Roland Schegg und Thomas Allemann die Ergebnisse einer Umfrage zur Online-Buchung im Schweizer Hotelgewerbe. Beinahe zwei Drittel der Hoteliers bieten auf ihrer Website die Möglichkeit der direkten Buchung an, tätigen über diesen Kanal jedoch durchschnittlich nur gerade 4% ihres Umsatzes. Unter Mitberücksichtigung anderer Plattformen wird ein Anteil von 12% des Umsatzes erreicht. 26% der Reservierungen erfolgen per E-Mail. Aus der Studie geht hervor, dass Tourismusorganisationen sehr viele Buchungen entgegen nehmen. Das erklärt, warum rund 60% der befragten Hoteliers wünschen, dass ihr Verkehrsbüro einen aktiveren Verkauf betreibt. Die Plattform myschweizland.com wird von 63% der Hotels als Buchungssystem verwendet, gefolgt von Datenbanken wie booking.com oder HRS.

Für Nachtgastromen

Der Verband Schweizerischer Konzertlokale, Cabarets, Dancings und Diskotheken (ASCO) hat seine Website komplett überarbeitet. Alle News-Artikel der letzten sieben Jahre lassen sich nun per Stichwort oder nach Kategorie finden – auf deutsch und französisch. Es gibt auch einen Online-Lohnrechner für Artistinnenlöhne sowie einen RSS-Feed.

www.asco-nightclubs.ch

Schweizer Städte gemeinsam in Shanghai

Basel, Genf und Zürich treten im Rahmen der World Expo 2010 Shanghai unter dem Titel «Basel Geneva Zurich. Better Water – Best Urban Life» gemeinsam auf. Es ist dies das erste Mal, dass die drei grössten Schweizer Städte gemeinsam an einer Weltausstellung präsent sind. Neben dem Presenting Partner Novartis haben verschiedene staatliche und private Akteure ihr Engagement für das Projekt zugesagt. Die Veranstalter der Weltausstellung rechnen mit siebzig Millionen Besuchern. Davon sollen etwa fünf Prozent aus dem Ausland kommen. Shanghai ist eine offizielle Partnerstadt von Basel.

Berner Wirte wehren sich

GastroBern akzeptiert die zwei Verordnungen zur Umsetzung des kantonalen Rauchverbots nicht. In einer Beschwerde an das Bundesgericht macht der Verband Unverhältnismässigkeit geltend. Die Restaurateure wollen sich nicht vorschreiben lassen, welchen Raum sie als Fumoir betreiben können. Zudem soll es möglich sein, im Raucherraum ein Buffet oder eine Bar zu betreiben.

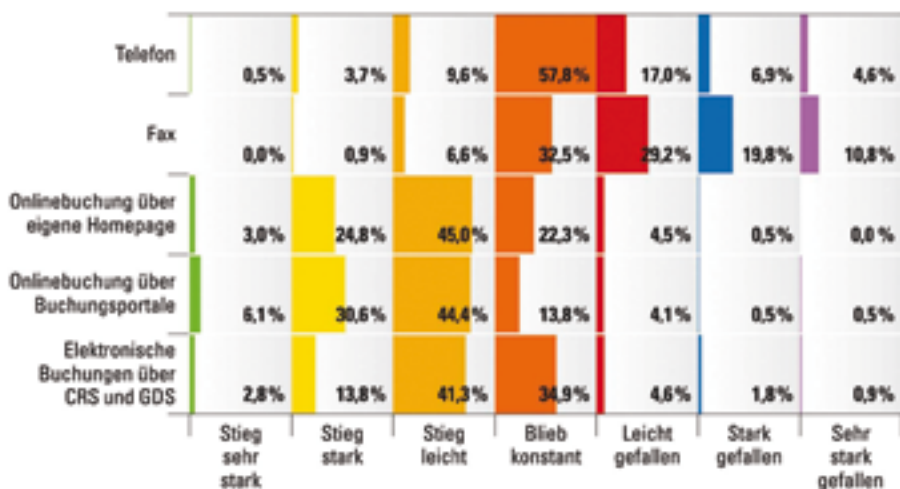
www.gastrobern.ch

Frühstück gut, alles gut?

Die Reservierungsplattform hotel.de hat erstmals eine Liste der aus Gästesicht wichtigsten Aspekte für gute Hotelnoten bewertet. Dabei steht die Frühstücksqualität deutlich vor der Servicefreundlichkeit, der Zimmergrösse oder den Parkgebühren auf Platz eins der meist genannten Kriterien. Hotels müssen vom Gesamteindruck her zur ausgewiesenen Sterne-Kategorie passen. Dies hat relativ hohen Einfluss auf das Preis-Leistungs-Empfinden der Hotelgäste.

www.hotel.de

Entwicklung der Buchungskanäle 2008



Quelle: CHD Expert Deutschland – 221 befragte Hotels in Deutschland - www.chd-expert.de



Frankreich senkt Mehrwertsteuer

In Frankreich wird die Mehrwertsteuer für Restaurants bereits am 1. Juli 2009 von 19.6 auf 5.5 Prozent gesenkt. Staatspräsident Sarkozy hatte diesen Schritt schon vor geraumer Zeit für das kommende Jahr angekündigt, ihn nun aber angesichts der Wirtschaftskrise um ein halbes Jahr vorgezogen. Café- und Restaurantbetreiber haben versprochen, im Gegenzug Preissenkungen vorzunehmen und neue Jobs zu schaffen.

Die französische Regierung hat die Restaurateure dazu aufgerufen, ihre Preise für Tagesmenüs, Kinderteller, Mineralwasser und Kaffee um mindestens zehn Prozent zu senken. Der Bran-

«Sieben von zehn Restaurateuren sind bereit, ihre Preise zu senken.»

chenverband Synhorcat machte indes deutlich, dass nicht jede Gaststätte die geringere Steuerlast eins zu eins an die Gäste weitergeben könne. «Die Preise bleiben frei», sagte Synhorcat-Chef Didier Chenet gegenüber der Zeitung «Le Parisien». Es seien keine Sanktionen für Bars und Restaurants vorgesehen, in denen trotz Mehrwertsteuersenkung nicht alles billiger werde.

Synhorcat hat eine repräsentative Befragung von 2500 französischen Gastronomen durchgeführt, wie die gesparten Steuergelder verwendet werden. Sieben von zehn Restaurateuren sind bereit, ihre Preise zu senken, 80% wollen einen Teil des Ersparnis für Investitionen verwenden und 82% wollen höhere Löhne bezahlen. Schliesslich gehen 55% der Gastronomen davon aus, dass sie zusätzliche Stellen schaffen können.

Die grundsätzliche Idee der niedrigeren Steuer ist eine Ankurbelung des Konsums und der Investitionen. Staatssekretär Novelli nannte das Ziel von 40'000 neuen Jobs und Lehrstellen in den kommenden zwei Jahren.



■ Frankreich reduziert den Steuersatz für Restaurants um 14.1 Prozentpunkte!

«Unsere Gäste müssen zufrieden aus Basel abreisen»

Der Basler Hotelier-Verein (BHV) unterhält seit fünf Jahren eine eigene Ombudsstelle. BHV-Vizepräsident Urs Hitz erklärt im Interview, wann die Ombudsstelle zum Einsatz kommt.

Die Ombudsstelle des Basler Hotelier-Vereins steht Hotelgästen und Hotelbetreibern aus der Region Basel und dem angrenzenden Ausland 365 Tage im Jahr während 24 Stunden zur Verfügung. BHV-Vizepräsident Urs Hitz und Mimi Wyss, Geschäftsführerin des BHV, betreuen die Ombudsstelle.

Urs Hitz, wie ist die Ombudsstelle für Hoteliers und deren Gäste entstanden?

Urs Hitz: Vor fünf Jahren erhielten wir verschiedene Klagen von Messegästen über die Hotelpreise, die während der Baselworld erhoben werden. Der BHV-Vorstand musste auf diese Situation reagieren, denn schliesslich ist es unser oberstes Ziel, dass unsere Gäste zufrieden aus Basel abreisen. Zur Klärung der verschiedenen Gerüchte und Diskussionen um die Hotelpreise haben wir damals die Ombudsstelle eingerichtet und diese bei der Geschäftsstelle des Hotelier-Vereins angesiedelt.

Was sind die Aufgaben der Ombudsstelle?

In erster Linie sind wir dafür da, die Zufriedenheit unserer Gäste und Hoteliers zu gewährleisten. Obwohl die Ombudsstelle das ganze Jahr hindurch angerufen werden kann, sind wir vor allem während den grossen Messen und Kongressen gefragt. Wir haben also eine Art Mediatorenrolle und werden kontaktiert, wenn bei Hotelgästen oder Hotel-

betreibern Probleme oder Fragen auftauchen. Meine Erfahrung zeigt, dass die meisten Vorfälle auf Missverständnissen beruhen, so dass wir etwa 80 Prozent der Anfragen mit einem kurzen Gespräch sofort klären können. Für die schwierigeren Fälle finden wir in gemeinsamen Gesprächen mit Hotelgästen und Hoteliers meist für beide Seiten akzeptable Lösungen.

Schauen wir zurück auf die Baselworld 2009. Hatte die Ombudsstelle viel Arbeit während der Messe?

Nein. Nach fünf Jahren hat sich die Ombudsstelle bestens etabliert und entscheidend dazu beigetragen, dass kaum mehr gravierende Probleme auftauchen. Die grösste Arbeit während der diesjährigen Messe verursachte der regelmässige Austausch mit der Geschäftsleitung der Baselworld, den Ausstellern, der Polizei, der Zimmervermittlung der Messe, mit Basel Tourismus sowie den Hotels in der ganzen Region sowie im benachbarten Ausland. Bei diesem Dialog ist es immer das oberste Ziel, allfällige Probleme so früh wie möglich zu erkennen und so gar nicht erst aufkommen zu lassen. Die Messen sollen schliesslich so harmonisch wie nur möglich ablaufen, damit sie auch für die Zukunft bei uns in Basel gesichert sind. Diese Arbeit macht uns grosse Freude und lohnt sich auf jeden Fall.

Was unternehmen Sie konkret, wenn sich ein Gast über zu hohe Preise oder Fehler bei der Reservation beschwert?

Die Gäste oder das kritisierte Hotel nehmen zunächst mit uns Kontakt auf. Wir prüfen dann, ob die verlangten Preise mit der öffentlichen Publikation der Hotelpreise übereinstimmen, was in 99 Prozent der Fälle auch so ist. Wir setzen uns dann mit dem unzufriedenen Gast und dem entsprechenden Hotelier zusammen an einen Tisch und erklären im persönlichen Gespräch die Situation. Mit unseren Erläuterungen und einem kleinen Präsent aus Basel können wir die Probleme meist rasch, unkompliziert und zur Zufriedenheit aller lösen. Die Hotelgäste sollen schliesslich zufrieden nach Hause gehen und dort weiter erzählen, wie gut sie in den Hotels der Region Basel behandelt wurden.

Text: David Frey



■ BHV-Vizepräsident: Urs Hitz

Das frische **CC A**ha-Erlebnis.

**SENSATIONELLE
Eröffnungsangebote
IN PRATTELN!**



Der 9. CCA Grosshandelsmarkt in Pratteln ist eröffnet. Das «3 Märkte unter einem Dach» Erfolgskonzept bringt die einzigartige Frische für Profis nun auch in die Region Basel. Profitieren Sie von den sensationellen Eröffnungsangeboten mit tollen Gewinnchancen sowohl im Frischmarkt als auch im Lebensmittel- und Nonfoodmarkt.

Und: Jeden Monat werden Einkaufsgutscheine im Wert von 5'000.- CHF oder FC Basel Fussballtickets ausgelost. Verpassen Sie nicht Ihre Chance!

Wir freuen uns auf Ihren Besuch im neuen CCA in Pratteln, direkt an der Autobahnausfahrt.

CCA Pratteln | Dürrenhübelstrasse 6 | 4133 Pratteln
+41 61 826 36 36 | +41 61 826 36 30

www.cca-angehrn.ch

Cash+Carry
CC A **Angehrn**
Frische für Profis

Mit grösseren Kapazitäten in die Zukunft

Die Basler Hotellandschaft ist in Bewegung: Ende Mai eröffnete die französische Hotelkette Ibis ein neues Haus in Basel. In den kommenden zwei bis drei Jahren eröffnen in Basel und Umgebung weitere neue Hotels.

Neben dem bereits eröffneten Hotel Ibis in der Nähe des Bahnhofs SBB gibt es in Basel und Umgebung einige weitere Hotelprojekte, die in den nächsten Jahren verwirklicht werden sollen: In Kleinhüningen entsteht zurzeit das Stückli Hotel und am Blumenrain bestehen Pläne für ein neues Boutiquehotel.

«Je mehr Kapazitäten wir haben, desto eher kommen Grosskongresse nach Basel.»

Ausserhalb von Basel entsteht im Rahmen des Projekts «aquabasilea» ein Business-Hotel von Courtyard by Marriott, am EuroAirport gibt es Pläne für ein Flughafenhotel und in Lörrach gegenüber dem Bahnhof soll dem Vernehmen nach ein 100-Zimmer-Haus der Best Western-Kette entstehen. Auf der andern Seite werden aber auch Hotels verschwinden: So wird beispielsweise der Münchenerhof den geplanten Neubauten am Riehenring weichen müssen.

Diese unvollständige Aufzählung von Hotel-Projekten in der Region Basel zeigt deutlich: Es ist einiges los in der Basler Hotellandschaft. Die Investoren glauben an die Tourismusregion sowie an den Messe- und Kongressstandort Basel und investieren gezielt in neue Hotels.

«Wir begrüßen diese Hotelprojekte», sagt Urs Hitz, Vizepräsident des Basler Hotelier-Vereins. Wir können nicht zuletzt im Hinblick auf das neue Messe- und Kongresszentrum eine grössere Zimmerkapazität gut verkraften, meint Hitz. Der ehemalige Hilton-Direktor ist überzeugt, dass sich die Wirtschaft in den nächsten zwei, drei Jahren erholen wird und Basel so für einen allfälligen Aufschwung im Tourismus-, Messe- und Kongressbereich gut gerüstet sein wird. «Für die neuen Betriebe scheint mir zentral, dass sie mit der grösstmöglichen wirtschaftlichen Effizienz die Gäste optimal betreuen können», hält Urs Hitz fest.

Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus, beurteilt die verschiedenen Projekte für Hotel-Neubauten ebenfalls positiv. «Ich glaube selbstverständ-

«Der Wettbewerb wird sich verschärfen.»

lich an den Tourismusstandort Basel», sagt Egloff. Der hohe Anteil an Messe- und Kongresstouristen erlaube schon noch zusätzliche Hotelbetten. «Wir haben in Basel sowohl im schweizerischen wie auch im europäischen Vergleich einen sehr hohen Durchschnittsertrag pro Zimmer. Die Rentabilität ist also auch in Zukunft gewährleistet», hält Egloff fest. Steigerungspotenzial sieht er vor allem im Freizeittourismus: «Wir arbeiten intensiv daran,

die Region Basel in diesem Bereich noch besser zu vermarkten», betont Egloff.

Auch Jonas Scharf, Leiter des Congress Center Basel, begrüsst zusätzliche Hotelzimmer in der Region Basel: «Je mehr Kapazitäten wir haben, desto besser ist die Ausgangslage, um Grosskongresse nach Basel zu holen». Die Nachfrage sei durchaus vorhanden, aufgrund der fehlenden Kapazitäten sei Basel gegenüber anderen Städten aber immer wieder im Nachteil, sagt Scharf. «Für Kongresse der höheren Klasse fehlen uns in Basel zudem die Kapazitäten im Vier- und Fünfsternbereich».

Der Wettbewerb unter den Hotels in der Region Basel wird sich in Zukunft also verschärfen und es werden Details über Erfolg und Misserfolg in Hotelmarkt entscheiden. «Der Gast muss deshalb unbedingt wieder stärker in den Vordergrund rücken», ist Althotelier Urs Hitz überzeugt. «Wer nur an den grossen Profit denkt, kommt heute in der Hotellerie nicht mehr weit».

Text: David Frey



■ Zahlreiche Projekte belegen: Es ist einiges los in der Basler Hotellandschaft.

Service, der ein bisschen weiter geht.

75 Jahre
Selmoni
Selmoni



Selmoni | |||||
Selmoni
Die ganze Elektrotechnik