



baizer.ch

Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

UNSERE THEMEN

Der Fall Coca-Cola	3
Wien geht gegen «private» Zimmervermieter vor	4
Mogelpackung «Ernährungssicherheit»	5
Trends von Seetang bis Yamswurzel	5
Massiver Kaufkraftabfluss durch Auslandeinkäufe	6
Perlen aus dem Archiv: Ausflug in die Siebziger	8
Die Handlanger der Konzerne und ihre Ammenmärchen	9
Lärmschutz: Wirt setzt sich gegen Nachbarn durch	12
Gewerbedirektor Gabriel Barell: «Ermöglichen statt verhindern»	13

Impressum

Der Wirtverband Basel-Stadt wurde 1881 gegründet. Unser MitgliederMagazin baizer.ch (vormals «à la bâloise» und «D'Basler Baizer») erscheint sechsmal jährlich. Die Erstausgabe erschien 1928 unter dem Titel «Der Basler Wirt». Auflage dieser Ausgabe: 1700

Herausgeber

Wirtverband Basel-Stadt
Freie Strasse 82, CH-4010 Basel
Telefon 061 271 30 10, info@baizer.ch

Redaktion

Maurus Ebnetter, Binningen
ebnetter@baizer.ch

Gestaltung

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

Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel
info@fankhauserdruck.ch

gedruckt in der
schweiz

Jungunternehmer importieren Markenartikel Enorme Schwierigkeiten bei der Beschaffung im Ausland

Luca Steffen und Jascha Rudolphi haben sich auf den Import von Markenartikeln spezialisiert. Über ihre Firma Emix Trading GmbH arbeiten sie mit Handelspartnern in zahlreichen Ländern zusammen. Kunden sind vor allem Gross- und Einzelhändler in der Schweiz. Die beiden Jungunternehmer äussern sich zu den Chancen und Schwierigkeiten, die sie bei ihrer Tätigkeit antreffen.

Wie würden Sie Ihr Geschäftsmodell beschreiben?

Jascha Rudolphi: Wir übernehmen für unsere Kunden den ganzen Part des Parallelimports. Wir haben beobachtet, dass eigentlich viele Unternehmen in der Schweiz an solchen Beschaffungsmethoden interessiert sind, jedoch durch die vielen Gesetze und Zollvorgaben überfordert sind. Wir bringen ein breites Netzwerk an zuverlässigen Handelspartnern im Ausland mit uns. Unsere Kunden nennen uns lediglich ihr Wunschprodukt und müssen sich anschliessend nicht mehr um den Import kümmern.

Geben Ihre Kunden die Preisvorteile auch an die Endverbraucher weiter?

Rudolphi: Wir wissen oft nicht genau, wie unsere Waren weiterverkauft werden. Da die Lieferungen aber meist dazu dienen, Aktionen zu bestücken, gehen wir davon aus, dass die Konsumenten stark profitieren. Unsere Kunden können Einsparungen natürlich auch dazu verwenden, ihre Marge zu verbessern, um beispielsweise eher in der Lage zu sein, Investitionen zu tätigen. Oder um Preiserhöhungen zu vermeiden, die aufgrund gestiegener Betriebskosten nötig wären. Auch so profitieren die Endverbraucher! *weiter auf der nächsten Seite*



■ Jascha Rudolphi und Luca Steffen haben sich auf die Beschaffung von Markenartikeln im Ausland spezialisiert. Dabei stossen sie immer wieder auf Hindernisse, die von marktmächtigen Anbietern errichtet werden. Aber auch staatliche Handelshemmnisse erschweren und verteuern ihre Importe.

Fortsetzung Erhalten Sie im Ausland so gute Einkaufskonditionen wie ein dort ansässiger Handelsbetrieb in ähnlicher Grösse?

Luca Steffen: Da die Original-Einkaufsbedingungen sich aus vielen Elementen zusammensetzen, ist es schwierig, das zu beurteilen. Aufgrund von groben Preisvergleichen müssen wir davon ausgehen, dass wir oft mehr bezahlen, weil wir Schweizer sind. Da wir zudem meistens nicht direkt über den Hersteller gehen können, sind wir auf Zwischenhändler angewiesen, deren Gewinn wir mitfinanzieren. Dennoch lohnt sich ein Import in sehr vielen Fällen.

«Unsere eigenen Erfahrungen bestätigen die Aussagen des Wirtverbandes.»

Wie hoch sind die Preisvorteile, die Sie für Ihre Kunden herausholen?

Steffen: Auch hier haben wir keine präzise Antwort, weil es auf unserer Handelsstufe komplizierte Rabattmodelle gibt. Wäre der Preisvorteil jedoch nicht hoch genug, würden unsere Kunden kaum bei uns kaufen, sondern beim offiziellen Importeur, was abgesehen vom Preis sicher Vorteile hat.

Können Sie das näher ausführen?

Steffen: Da wir auf Graumärkten einkaufen, sind die Verfügbarkeit und die Liefergenauigkeit geringer als bei den offiziellen Vertriebssystemen. Graumärkte entstehen durch Überkapazitäten in den jeweiligen Ländern. Es liegt in der Natur der Sache, dass es nicht immer Angebote gibt. Hier haben wir aber vorgesorgt, da wir in verschiedenen Ländern unsere Partner haben. Würde uns nun in einem Land der Hahn zugedreht, so könnten wir nahtlos weiterliefern, einfach aus einem anderen Land. Das ist uns bisher aber noch nie passiert, da wir auch in den jeweiligen Ländern mehrere Partner haben.

Was ist der Grund, weshalb Gross- und Detailhändler nicht mehr internationale Markenprodukte aus dem Ausland importieren, die dort ja viel billiger wären?

Steffen: Die enormen Schwierigkeiten bei der Beschaffung im Ausland sind sicher ein Grund. Entscheidend ist aber, dass die nötigen Mengen für eine permanente Listung nur schwer zu beschaffen sind. Wenn man sich nicht lange Zeit auf Händlersuche machen kann, reicht es meistens nur für In-Out-Aktionen.

Rudolphi: Hinzu kommt, dass Schweizer Gross- oder Detailhändler oft Dutzende Produkte eines Herstellers führen, vielleicht sogar in verschiedenen Grössen und Ausführungen. Die Hersteller resp. deren Generalimporteure haben Rabattsysteme, die sich am möglichen Gesamtvolumen der einzelnen Kunden ausrichten. Importiert nun ein Schweizer Grossist einzelne Produkte im grossen Umfang am offiziellen Kanal vorbei, so erreicht er die vereinbarten Volumen nicht, wodurch seine Mengenrabatte stark sinken und er alle Produkte teurer einkauft.

Auf welche Schwierigkeiten stossen Sie bei Ihren Importaktivitäten?

Rudolphi: Hindernisse sind für uns nicht unbedingt schlecht, denn sie führen dazu, dass unsere Kunden nicht selber importieren, sondern auf unser Netzwerk und unser Wissen vertrauen. Aus grundsätzlichen Überlegungen heraus sind die Schwierigkeiten, im Ausland in grossen Mengen an Markenartikel heranzukommen, aber schon fragwürdig.

Steffen: Neben den Hindernissen, die Unternehmen errichten, gibt es auch staatliche Hürden, die ärgerlich sind, z.B. bei den Kennzeichnungs- und Verzollungsvorschriften. Ein ständiges Thema sind die Herkunftsbescheinigungen, ohne die wir manche Produkte trotz Freihandelsabkommen nicht zollfrei importieren können. Hersteller, die ihre Waren nicht auf unserem Weg in die Schweiz liefern wollen, stellen einfach keine Bescheinigungen aus, was dazu führt, dass wir Strafzölle bezahlen.

Sie haben sicher mitbekommen, dass die schweizerische Wettbewerbskommission keine Untersuchung gegen Coca-Cola durchführen wird, obwohl es klare Anhaltspunkte für preiseliche Diskriminierungen gibt. Was meinen Sie dazu?

«Aufgrund von Preisvergleichen müssen wir davon ausgehen, dass wir oft mehr bezahlen, weil wir Schweizer sind.»

Rudolphi: Coca-Cola gelingt es recht gut, seine Absatzkanäle zu kontrollieren – offenbar ohne mit dem Kartellgesetz in Konflikt zu geraten. Ich bin der Meinung, dass man da als Weko genauer hinschauen könnte. Es ist tatsächlich fast unmöglich, im Ausland beim offiziellen Abfüller einzukaufen.

Halten Sie Coca-Cola für marktbeherrschend?

Rudolphi: Ich habe mich nie vertieft mit dem Kartellrecht beschäftigt. Deshalb kenne ich auch die Definition von «marktbeherrschend» nicht. Wenn der Begriff aber bedeutet, dass es eine riesige Abhängigkeit gibt, mit Coca-Cola-Produkten beliefert zu werden, dann beantworte ich die Frage mit Ja.

Sie beschaffen selber Coca-Cola im Ausland. Welches sind Ihre Erfahrungen?

Steffen: Jeder in unserer Branche weiss, dass es keine Direktbelieferungen von Cola-Abfüllern im Ausland gibt. Offenbar hat der Wirtverband Angebote erhalten, nachdem er eingeschrieben dazu aufforderte und die Weko einschaltete. Doch was nützen pro-forma-Angebote, wenn die Behörden anschliessend nicht untersuchen, ob es eine preiseliche Diskriminierung gibt?

Rudolphi: Unsere eigenen Erfahrungen bestätigen die Aussagen des Wirtverbandes. Vor einem guten Jahr haben wir mehrfach schriftlich beim tschechischen Abfüller nachgefragt, aber nie eine Antwort erhalten. Nachdem wir per Telefon Kontakt zu einem Verkäufer hatten, konnten wir anschliessend nie mehr jemanden erreichen. Wahrschein-

lich wurde unsere Telefonnummer gesperrt. In Deutschland haben wir zunächst trotz zahlreicher Anfragen keinen Händler gefunden, der bereit war, Ware zu exportieren. Wir erhielten den Eindruck, als sei die Angst vor dem Abfüller zu gross. Schlussendlich fanden wir dann einen exportwilligen Händler, doch seine Preise waren unseren Kunden bisher zu hoch.

Haben Sie auch in anderen Ländern versucht, Coca-Cola zu beschaffen?

«Nachdem wir per Telefon Kontakt zu einem Verkäufer hatten, konnten wir anschliessend nie mehr jemanden erreichen.»

Steffen: Ja, aber auch in Österreich fanden wir zunächst lediglich einen Händler, der seine Ware exportiert. Er wollte anonym bleiben, weil er Angst vor dem Abfüller hat. In Italien haben wir diverse Händler kontaktiert. Fast alle Anfragen blieben unbeantwortet. Ein Händler aus dem Südtirol hat sich telefonisch bei uns gemeldet und erklärt, dass Exporte unmöglich seien, da er momentan mit den Abfüllern Preisverhandlungen führe. Eine seltsame Begründung!

Verlangen Sie von einem Händler, dass er Ihnen die Ware in die Schweiz bringt?

Steffen: Keineswegs. Wir sind bereit, Waren gegen Bar- oder Vorauszahlung mit einem eigenen Spediteur im Ausland abzuholen.

Betreibt Coca-Cola einen unzulässigen Gebietsschutz?

Steffen: Dafür haben wir keine Belege. Eine Art Gentlemen's Agreement scheint es jedoch zu geben. Es gibt nämlich unseres Wissens keine Schweizer Kunden, die direkt bei einem ausländischen Abfüller von Coca-Cola beziehen. Und Zwischenhändler zu finden, die gute Preise machen und regelmässig grosse Mengen liefern, ist enorm schwierig – bei gewissen Gebinden unmöglich.

Weiterer Artikel zum Thema

Der Art. 7 des Kartellgesetzes ist toter Buchstabe, weil die Weko kaum je von einer Marktbeherrschung ausgeht. Es liegt am Gesetzgeber, das zu ändern. Damit missbräuchliche Schweiz-Zuschläge endlich konsequent unterbunden werden, ist die parlamentarische Initiative «Überhöhte Importpreise» von alt Ständerat Hans Altherr umzusetzen. Lesen Sie, mit welchen Ammenmärchen multinationale Konzerne und ihre Handlanger das verhindern wollen.

Seiten 9 und 10

Der Fall Coca-Cola

Das Sekretariat der Wettbewerbskommission sah sich ausserstande, im Rahmen einer Vorabklärung abschliessend zu beurteilen, ob Coca-Cola marktbeherrschend ist. Im Kern ging es um die Frage, ob Nachfrager aus der Schweiz preislich diskriminiert werden. Doch auch das vermochten die Behörden nicht zu klären. Nun ist die Politik gefordert!

Der Entscheid des Weko-Sekretariats, die Vorprüfung gegen Coca-Cola nach über drei Jahren einzustellen, wird marktmächtige Anbieter weiter ermutigen, ungerechtfertigte Schweiz-Zuschläge durchzusetzen, denn die Firmen haben ja nichts zu befürchten.

«Die Weko hat nicht Ergebnisse zu beurteilen, sondern in konkreten Fällen zu untersuchen, ob der Wettbewerb in unzulässiger Weise beschränkt ist.»

Obwohl der Fall Wirtverband Basel-Stadt gegen Coca-Cola in den Medien breit diskutiert wurde, haben weder die Wettbewerbskommission noch das Departement Schneider-Amman es für nötig erachtet, das Sekretariat der Weko mit der Eröffnung einer Untersuchung zu beauftragen. Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass der Begriff der Marktbeherrschung auch in Zukunft nicht breiter angewendet wird, wenn dies die Gesetzgebung nicht ausdrücklich anordnet.

Zum Weko-Kernbefund, der Wirtverband Basel-Stadt habe ja Zugang zu Parallelimporten, ist zunächst festzuhalten, dass das im Falle der 50cl-PET-Flaschen gar nicht stimmt. Vor allem aber handelt es sich um eine kartellrechtlich «unzulässige» Ergebnisbeurteilung. Die Weko hat nicht Ergebnisse zu beurteilen, sondern in konkreten Fällen zu untersuchen, ob der Wettbewerb in unzulässiger Weise beschränkt ist.

Werbekostenzuschüsse an Getränkehändler in Deutschland machen fast 10 Prozent des Nettopreises aus, obwohl die Händler kaum solche Werbeleistungen erbringen. Weil der deutsche Abfüller von Coca-Cola diese Zuschüsse Nachfra-

gern aus der Schweiz vorenthält, ist die Diskriminierung offensichtlich.

Da im Ausland ansässige Konkurrenten sowohl bei Grosshändlern als auch bei Abfüllern direkt beziehen können, haben sie für Coca-Cola mehrere Bezugskanäle. Nachfragern aus der Schweiz steht jedoch – wenn überhaupt – nur der Bezug über den Zwischenhandel offen. Es ist gängige Lehre, dass der Wettbewerb dann nicht funktioniert, wenn einem Abnehmer nicht alle Bezugskanäle, die seinen Konkurrenten offen sind, ebenfalls zur Verfügung stehen.

Das Weko-Sekretariat meint, angesichts des geringen Aufpreises seien aufwendige Untersuchungen nicht gerechtfertigt. Dabei müsste die Weko lediglich abklären, ob der Wirtverband Basel-Stadt beim Einkauf von Coca-Cola gegen-

über «Handelspartnern», die in Deutschland ansässig sind, preislich diskriminiert wird. Die Weko könnte gestützt auf Art. 40 KG von Coca-Cola in Deutschland die Vorlage von Rechnungskopien für Lieferungen in etwa gleichem Umfang an Abnehmer in Deutschland verlangen und diese dann mit den Angeboten an Schweizer vergleichen.

Wenn der Art. 7 KG nicht toter Buchstabe bleiben soll, muss der Gesetzgeber die Weko zwingen, ihre Praxis zu ändern. Dies nicht zu tun, ist nur schon aus folgendem Grund widersprüchlich: Wenn mehrere kleine Unternehmen Wettbewerbsabreden treffen, um Einkäufe im Ausland zu unterbinden, wird das in der Regel gestützt auf Art. 5 KG untersagt. Unterbindet hingegen ein grosses Unternehmen allein Einkäufe im Ausland, hat das kaum je Konsequenzen. Da stimmt doch etwas nicht!



Die internationalen Beschaffungskanäle für Coca-Cola stehen Nachfragern aus der Schweiz nicht offen. Das ermöglicht es der Coca-Cola HBC Schweiz AG, überhöhte Preise durchzusetzen.

Gastro \equiv Express

www.gastro-express.ch

Der führende Online-Marktplatz für die Schweizer Gastronomie und Hotellerie



Gastgewerbliche Liegenschaften



Occasionsgeräte



Stellenangebote und Stellengesuche

Warteck-Museum mit neuem Ausstellungsraum

Das Warteck-Museum zieht um. Der neue Standort bietet bessere Möglichkeiten für Führungen und die Präsentation der Sammlung. Der Trägerverein sucht weiteres Material. Sachspenden oder Leihgaben sind willkommen.

Der Verein Warteck Museum Basel betreibt seit 2012 eine Sammlung rund ums ehemalige Kleinbasler Bier, erforscht seine Geschichte und organisiert hierzu Anlässe wie Stadtführungen. Bisher lagerte der Verein die Exponate in einem kleinen Kellerraum auf dem Areal der ehemaligen Brauerei im Wettsteinquartier. In diesem eher unwirtschaftlichen Raum fanden viele Führungen von kleinen Gruppen statt.

Dank einer einmaligen Unterstützung der Christoph-Merian-Stiftung und dem Entgegenkommen des Hausbesitzers zieht das Museum nun um.

Schon bald wird der Ausstellungsraum an der Drahtzugstrasse 60, also in unmittelbarer Nähe des Restaurants Altes Warteck, beheimatet sein. Zu einem späteren Zeitpunkt werden dort auch Teile des Schalendersaales eingebaut.

Der neue Ausstellungsraum bietet bessere Möglichkeiten für Gruppenführungen. Eröffnet wird er am 29. April – dem Tag des Bieres. Ab 17 Uhr sind alle Interessierten herzlich zu einem Warteck-Umtrunk eingeladen.

www.warteckmuseum.ch



Die Sammlung des Warteck-Museums ist längst nicht vollständig. Wer in seinen Räumlichkeiten, Archiven oder Kellern Material von oder über das Warteck-Bier findet, kann dieses gerne in die Sammlung überführen.

Wien geht gegen Zimmervermieter vor

Die österreichische Hauptstadt Wien verschärft die Regeln für private Zimmervermietung. Beherbergungstaxen und Einkommenssteuern sollen nicht mehr länger hinterzogen werden können.

Plattformen wie Airbnb, 9Flats oder Wimdu müssen künftig melden, wer bei ihnen Unterkünfte vermietet. Die Vermieter werden dann auf

Brocken ist die Einkommenssteuer. In Wien stehen 66'000 Hotelbetten rund 11'000 Betten von Airbnb gegenüber.

«Ob die neuen Bestimmungen durchsetzbar sind, ist noch unklar.»

ihre Steuerpflicht aufmerksam gemacht. Es wird auch mehr Kontrollen geben. Die Strafen werden von 420 auf bis zu 2100 Euro im Wiederholungsfall erhöht.

Nur schon bei der Ortstaxe, die etwa zwei Euro pro Gast und Nacht ausmacht, entgehen der Stadt Wien hunderttausende Euro pro Jahr. Ein noch grösserer

Die Österreichische Hotelierversammlung freut sich über einen «Schritt in die richtige Richtung». Airbnb zeigte sich bisher wenig kooperativ. Immerhin informiert die Plattform ihre Geschäftspartner über das geltende Steuersystem und Gewerbe-recht. Das Unternehmen verspürt auch anderswo Gegenwind. So haben Amsterdam und Paris die Abführung lokaler Abgaben erzwungen. Ob die neuen Bestimmungen in Wien durchsetzbar sind, ist noch unklar.

Baugesuch eingereicht

Die Trägerschaft des Projekts «Parking Kunstmuseum» hat das Baugesuch für das geplante Parkhaus eingereicht. Dies ist für die Innerstadt ein sehr wichtiges Bauvorhaben. Das Parking wird nach erfolgter Genehmigung im Baurecht errichtet und 350 Parkplätze umfassen. Der Ein- und Ausgang für die Besucher wird im Gebäude der Credit Suisse an der Ecke St. Alban-Graben und Luftgässlein sein. Im besten Fall kann ein Baubeginn schon 2017 erfolgen.

Food Trucks

Der Basler Grosse Rat hat einen Anzug von SP-Grossrat Thomas Gander stillschweigend überwiesen. Gander bemängelte unter anderem, dass Betreiber von Food Trucks für jeden Standort ein neues Baubegleichen einreichen müssen. Das erschwere einen flexiblen Standortwechsel. Die Regierung wird nun in 18 Monaten prüfen, wie die Bewilligungsverfahren für mobile Imbisswagen vereinfacht werden können.

Neuer L-GAV

Die Verhandlungsdelegationen der Sozialpartner im Schweizer Gastgewerbe haben sich auf einen Vorschlag für die Grundzüge eines neuen Gesamtarbeitsvertrags ab 2017 geeinigt. Die Verhandlungsergebnisse gehen nun in die Entscheidungsgremien der zuständigen Arbeitnehmer- und Arbeitgeberorganisationen. Der neue, allgemeinverbindlich erklärte Gesamtarbeitsvertrag soll am 1. Januar 2017 in Kraft gesetzt werden. Bis dahin gilt weiterhin der aktuelle L-GAV.

Rückläufiger Bierumsatz

Die Feldschlösschen Getränke AG gab einige Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2015 bekannt. Das Kerngeschäft Bier (Umsatz minus 1.7%) litt unter einem starken Preisdruck und der Konkurrenz von Kleinbrauereien. Ohne erfolgreiche Innovationen wie «Feldschlösschen Braufrischt» wäre das Resultat wohl noch schlechter ausgefallen. Erfolg erzielt das Unternehmen auch mit Somersby, einem leicht alkoholhaltigen Apfeldrink.

Tibits im Gundeli

Anfangs 2019 wird in Basel ein weiteres Lokal der Vegi-Kette «Tibits» eröffnen. Das neue Restaurant entsteht direkt beim Bahnhof SBB im Gundeli. Es wird über mehr als 100 Sitzplätze verfügen und durchgehend warme Küche anbieten.

Mogelpackung «Ernährungssicherheit»

Die «Volksinitiative für Ernährungssicherheit» des Bauernverbands ist ein Etikettenschwindel. Sie blendet aus, dass wir bei fossiler Energie faktisch zu 100 Prozent vom Ausland abhängig sind. Auch bei den Futtermitteln geht ohne Importe gar nichts.

Das hinderte eine fast geschlossene Allianz aus SVP, CVP und BDP im Nationalrat nicht, die Initiative mit 91 zu 83 Stimmen bei 19 Enthaltungen dem Volk zur Annahme zu empfehlen. Selbst acht Freisinnige sind umgekippt. Das Zünglein an der Waage waren jedoch die Grünen, die sich der Stimme enthielten. Ist ihnen nicht bewusst, dass eine Erhöhung des Selbstversorgungsgrads nur mit intensiverer und daher weniger umweltschonender Landwirtschaft möglich ist?

Die Initiative des Bauernverbands will «die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln aus vielfältiger und nachhaltiger einheimischer Produktion» stärken. Der Bund solle wirksame Massnahmen treffen, insbesondere gegen den Verlust von Kulturland. So weit, so gut. Doch warum nimmt der Bauernverband den Aufwand einer Volksinitiative auf sich, wenn das alles eigentlich schon in unseren Gesetzen steht?

Steckt hinter den vagen Formulierungen die Agenda, eine Abwehrmauer gegen Marktöffnungen zu errichten? Ist der schwammige Begriff «Ernährungssicherheit» nur vorgeschoben, um das Einkommen der Bauern zu sichern? Bestätigt wird dieser Verdacht durch die Tatsache, dass die Initianten partout nicht sagen wollen, welche Gesetze sie nach einer Annahme der Initiative ändern möchten. Die Absicht ist klar: So können sie später den Volksentscheid frei interpretieren.

Auf den Punkt brachte das in der Debatte SP-Nationalrat Beat Jans: «Wenn das Volk nicht wissen darf oder soll, wie die Initiative umgesetzt werden soll, dann können die Initianten im Nachhinein auch nicht kommen und sagen, das Volk habe irgendetwas gewollt, das Volk habe so und so mit dieser Initiative etwas verlangt.»

Bei vielen Bürgern wird dennoch die Versuchung gross sein, Ja zu stimmen, um ein Zeichen der Solidarität mit den Landwirten zu setzen. Wenn Volksabstimmungen aber zu Solidaritätsbekundungen verkommen, ist es um die Demokratie schlecht bestellt. Was der Initiativtext vorschlägt, ist bereits durch die Bundesverfassung abgedeckt – die Initiative bietet also keinen Mehrwert. Mogelpackungen verdienen ein Nein.

Statt sich noch mehr abzuschotten, sollten sich die Landwirte endlich für die Zukunft rüsten. Premiumprodukte aus der Schweiz hätten gute Exportchancen, doch dazu müsste die erforderliche Qualität erst einmal erreicht werden. Unter den Bedingungen der Planwirtschaft ist das bekanntlich schwierig.



■ Josef Schüpfer
Präsident Wirtverband Basel-Stadt

Neue Trends von Seetang bis Yamswurzel

Die Ernährung in den Vereinigten Staaten verändert sich. Immer mehr Amerikaner greifen statt zu eintönigem Fast-food zu ausgefallener Kost aus anderen Ländern, die ganz neue Aromen bietet.

Vor einigen Jahren entwickelte sich der deutsche Grünkohl zum Geheimtipp auf dem Gemüsemarkt. Der Trend begann in New York. Die Grossstädter assen ihren «Kale» als Salat, als Beilage zu Brot oder im grünen Smoothie.

«Für Kuhmilch gibt es inzwischen diverse pflanzliche Alternativen.»

Nun soll Seetang der neue Hype sein. Lebensmittel auf Seetang-Basis sind zum Beispiel Snackriegel, Nudeln und Streifen mit Schinkengeschmack zum Frühstück. Seetang wird wegen seiner positiven Inhaltsstoffe wie wertvolles Eiweiss, Jod, Folsäure und Omega-3-Fettsäuren geschätzt.

Der neue Trend passt zu dem steigenden Interesse an veganen und vegetarischen Lebensmitteln. Auch für Kuhmilch gibt es inzwischen diverse pflanzliche Alternativen wie Mandel- und Hafermilch, aber auch zuckerreiche Varianten aus Cashew, Macadamia und Walnuss.

Im vergangenen Jahr ist die Nachfrage nach Kurkuma, dem gelben Ingwer, und Chia-Samen in den USA stark angestiegen. Die Samen der Chia-Pflanze aus der Familie der Lippenblütler dienen den al-

ten Maya als Grundnahrungsmittel. «Chia» bedeutet übersetzt Stärke, da die proteinreichen Samen viel Energie liefern. Seit kurzem haben die Amerikaner die lilafarbene Yamswurzel (Ube) von den Philippinen entdeckt, die süssen Desserts und Eis einen Farbkick gibt.

Auch fermentierte Lebensmittel wie sauer eingelegte Mixed Pickles und koreanisches Kimchi sind beliebt. Es gibt viele Arten von Kimchi. Grundlage ist allerdings meist Chinakohl, der in Salz einge-

legt, gewaschen und mit einer Paste aus Knoblauch, Zwiebeln, Gewürzen und Chili vermengt und dunkel gelagert wird. Während der Lagerung beginnt Kimchi zu gären und erhält den typischen Geschmack.

Ein Teil dieser Trends ist bereits bei uns angekommen und man darf gespannt sein, welche Geschmäcker sich noch über den grossen Teich wagen.

Heike Kreutz / aid



■ Immer beliebter: Fermentierte Lebensmittel wie koreanisches Kimchi.

Massiver Kaufkraftabfluss durch Auslandeinkäufe

Die Schweizer Haushalte profitierten 2015 weiterhin vom tieferen Eurokurs und kauften bei gleichem Budget deutlich mehr an Waren im Ausland ein. Dies zeigt die GfK-Studie «Auslandeinkäufe», die nach 2012 und 2013 zum dritten Mal durchgeführt wurde.

Im vergangenen Jahr wurden insgesamt rund 10.7 Milliarden Franken im Ausland ausgegeben. In dieser Zahl nicht enthalten sind Dienstleistungen aller Art, der Kauf eines Automobils, Treibstoffe, Einkäufe von Gewerbebetrieben, Restaurantbesuche, Hotelübernachtungen und Reisen.

«57% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal pro Monat im Ausland ein.»

Um die Daten mit der Studie 2013 vergleichen zu können, erfolgte die Berechnung mit dem damaligen Wechselkurs von 1.24. Durch die deutliche Veränderung des Wechselkurses von über 12 Prozent hatten die Schweizer nun die Möglichkeit, mit dem gleichen Budget deutlich mehr an Waren im Ausland einzukaufen zu können.

57% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal pro Monat im Ausland ein. Dieser Anteil hat auf bereits hohem Niveau gegenüber 2013 und 2012 nochmals zugenommen. Auslandeinkäufe werden immer häufiger mit einem Ausflug oder

Ferien verbunden. Es ist davon auszugehen, dass diese Verknüpfung von Auslandeinkäufen nicht nur für den Schweizer Handel, sondern auch für die heimische Gastronomie, die Tourismuswirtschaft sowie weitere Kultur- und Freizeitbereiche eine Herausforderung darstellt.

Die Schweizer sind bereit, lange Wege in Kauf zu nehmen: Die durchschnittlich zurückgelegte Strecke von 76 km pro gezieltem Besuch ist auch 2015 nochmals leicht angestiegen. Auslandeinkäufe beschränken sich also nicht nur auf Bewohner von Grenzregionen. Die stärkste Zunahme der Auslandeinkäufe wurde im Tessin festgestellt.

Den grössten Anteil an den Auslandeinkäufen im stationären Handel machen weiterhin Nahrungsmittel sowie Near-Food-Produkte wie Körperpflege-, Haushalts- und Hygieneartikel aus. An nächster Stelle folgen Bekleidung und Schuhe, Sport, Wohnen und Spielwaren. Der Preis bleibt das wichtigste Argument um im Ausland einzukaufen, jedoch werden Ladenöffnungszeiten auch als bedeutende Ursache genannt.



Auslandeinkäufe beschränken sich nicht nur auf Grenzregionen. Die Ladenöffnungszeiten sind neben dem Preis die bedeutendste Ursache, jenseits der Grenze einzukaufen.

2 Milliarden weniger Umsatz

Das Jahr 2015 geht als das Jahr mit dem grössten Umsatzrückgang in die jüngere Detailhandels-geschichte der Schweiz ein. In den Kas-sen der Detaillisten blieb gemäss BAK Basel über zwei Milliarden Schweizer Franken weniger lie-

gen als 2014. Damit fiel das Minus deutlicher aus als im Jahr 2011, als der Euro-Mindestkurs eingeführt wurde. Ausschlaggebend für den Rückgang waren eine Abnahme der Nachfrage sowie deutliche Preissenkungen.

Europäische Märkte brechen ein

Die Hotellerie in der Schweiz registrierte 2015 insgesamt 35.6 Millionen Logiernächte. Dies entspricht gegenüber dem Jahr 2014 einem Rückgang um 0.8 Prozent (-305'000 Logiernächte). Das vergangene Jahr war von der Aufhebung des Mindestkurses des Franken zum Euro geprägt. Diese Massnahme hat die ausländische und insbesondere die europäische Nachfrage negativ beeinflusst. Besonders unter die Räder kamen einmal mehr Graubünden, das Wallis und das Tessin.

Zweiradinitiative

In einem Jahr konnten die bürgerlichen Jungparteien die erforderlichen Unterschriften für die Zweiradinitiative sammeln. Die Initianten gehen davon aus, dass die Initiative ohne Empfehlung der Regierung und ohne Gegen-vorschlag des Grossen Rates möglichst rasch vor das Volk kommt. Nur mit diesem Vorgehen wird schnell Klarheit herrschen. Nimmt das basel-städtische Stimmvolk die Initiative an, werden Roller und ähnliche Zweiradfahrzeuge dauerhaft gratis parkieren.

Städtetourismus boomt

Die Organisation «European Cities Mar-keting» vermeldet für 2015 eine starke Zunahme der Übernachtungen in den ange-schlossenen Städten. Am meisten Gäste ver-zeichnen nach wie vor London und Paris. Die höchsten Zuwachsraten registrierten Madrid (+12.8%), Berlin (+9.1%), Budapest (+6.9%), Prag (+7.0%), Wien (+6.1%) und Rom (+4.7%).

Einzelhandel gewinnt Anteile

Eine Untersuchung von Technomic zeigt, dass die US-amerikanischen Verbraucher sich öfters für «Retail Meal Solutions» ent-scheiden, um ihre Verpflegungsbedürfnisse ausser Haus zu befriedigen. 84 Prozent von 1500 Befragten tun dies mindestens einmal monatlich. 2012 lag dieser Wert noch bei 79 Prozent. Der Zuwachs wird hauptsächlich von jungen Konsumenten zwischen 18 und 34 ge-trieben. Besonders hoch in der Gunst dieser Gruppe stehen Convenience Stores. Der De-tailhandel punktet mit Produktinnovationen und abwechslungsreichen Speisen in «Resta-urantqualität». Zu den Rennern gehören neben den Take-Away-Klassikern würzige Gerichte aus Asien und Lateinamerika. Bei 49 Prozent der Befragten hat der häufigere Einkauf von verzehrfertigen Speisen im Detailhandel zur Folge, dass sie weniger oft Schnellverpfle-gungsrestaurants besuchen.

Dienstleistung à la carte



- Wir nehmen uns Zeit für Sie.
- Wir hören Ihnen aktiv zu.
- Wir bieten Unterstützung, die entlastet.
- Wir bringen Sie weiter, engagiert und vertrauenswürdig.

Ganz einfach: Partnerschaft, die mitdenkt.

Gastroconsult 
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Gastroconsult AG
Grammetstrasse 18, CH-4410 Liestal
Tel. +41 62 296 77 30, Fax +41 62 296 77 69
www.gastroconsult.ch
liestal@gastroconsult.ch



Du bist Basel.

Werde Botschafter für unsere Stadt.

🏠 Module TestCenter Profil Diplom Insider-Quiz Logout Gewinne Warum dieses Training? Hilfe Mehr über Basel 🔍

Du bist Basel!

Die E-Learning Plattform für Gastgeber.

Das E-Learning Tool «Du bist Basel!» bietet die Möglichkeit, sich gezielt zur Destination Basel schulen zu lassen. Auf unterhaltsame Art und Weise werden in zwölf Modulen verschiedene Themen vermittelt, durch die der User eigenständig sein Fachwissen verbessern kann. Motivieren deshalb auch Sie Ihre Mitarbeitenden für das Tool und beraten Sie Ihre Gäste in Zukunft noch kompetenter.

Jetzt registrieren unter www.dubistbasel.com.

Basel 
Culture Unlimited.

Schon über 1300 User!

PERLEN AUS DEM ARCHIV

Das Archiv des Wirtverbandes Basel-Stadt umfasst Gastronomiebücher und Dokumente sowie andere Dinge, die mit der Geschichte des Basler Gastgewerbes zu tun haben. Für Recherche-Aufträge wenden Sie sich an unseren Archivar Mario Nanni im Restaurant Pinguin, Telefon 061 261 35 13.

TEIL 2: AUSFLUG IN DIE SIEBZIGER



Beliebter Treffpunkt: Restaurant Golden Gate am Steinengraben (1975)



Legendäre Baiz: Schwalbennest (1969)



Eine Pause am Rhein: Terrasse beim Birskopf (1974)



SALMEN-Restaurant
GREIFEN

J. GOBBI-BRODMANN, Küchenchef
Greifengasse 21 **BASEL** Tel. 24 35 07

Modernes Stadtrestaurant im Zentrum Kleinbasels (gegenüber Magazine zur Rheinbrücke) - Menus à la carte, Hausspezialitäten, indische und exotische Gerichte, Wild- und Fischspezialitäten, Bouillabaisse-Marseillaise - Automatische Kegelbahn.



Ausflugziel: Restaurant Römerburg in Muttenz (um 1970)

Von Bouillabaisse bis Riz Casimir: Salmen-Restaurant Greifen (1970)

Waghalsige Behauptungen, absurde Argumente

Die Handlanger der Konzerne – und ihre Ammenmärchen

Weil die Schweizer Vertriebssysteme vieler ausländischer Unternehmen vor Konkurrenz geschützt werden, entstehen hierzulande oft keine Wettbewerbspreise. Die Konsumenten stimmen schon lange mit den Füßen ab. Standortgebundenen KMU ist das jedoch nicht möglich. Die Konzerne und ihre Interessensverbände wehren sich vehement gegen eine gesetzliche Regelung, die Abhilfe schaffen würde.

Nachfrager aus der Schweiz können Produkte, auf die sie angewiesen sind, im Ausland oft nicht zu den dort üblichen Preisen und Bedingungen einkaufen. Das behindert sie im Wettbewerb! Um «Kartellrenten» zu verhindern, braucht es eine umfassende Import- und Einkaufsfreiheit.

Dieses Ziel könnte erreicht werden, indem der Art. 4 des Kartellgesetzes präzisiert wird. Die Wettbewerbskommission wäre dann gezwungen, in wesentlich mehr Fällen als heute von einer Marktbeherrschung auszugehen und preisliche Diskriminierungen zu sanktionieren.

«Um Kartellrenten zu verhindern, braucht es eine umfassende Import- und Einkaufsfreiheit.»

Eine Umsetzung der parlamentarischen Initiative «Überhöhte Importpreise – Aufhebung des Beschaffungszwangs im Inland» von alt Ständerat Hans Altherr (FDP/AR) würde Parallelimporte bzw. den Direkteinkauf im Ausland erleichtern und in kurzer Zeit ungerechtfertigte «Schweiz-Zuschläge» auf importierten Produkten verunmöglichen.

Solche Zuschläge zementieren die Hochpreisinsel und führen dazu, dass viele heimische KMU wegen zu hoher Produktionskosten nicht mehr wettbewerbsfähig sind. Das gefährdet Zehntausende von Arbeitsplätzen!

Die Gegner der Pa.Iv. Altherr sehen dies natürlich anders. Verbände wie Economiesuisse und Promarca, welche einseitig die Interessen von Generalimporteuren und Grosskonzernen vertreten, stellen sich vehement gegen eine Präzisierung des Kartellgesetzes. Dabei bemühen sie waghalsige Argumente und schrecken auch vor absurden Behauptungen nicht zurück.

«Der Vorstoss erweckt unerfüllbare Erwartungen.»

Hätte eine Umsetzung der Pa.Iv. Altherr keine Wirkung, würden sich Generalimporteure, Konzerne und deren Interessensverbände kaum so massiv dagegen wehren.

«Der Vorstoss ist ein überschüssender Eingriff in die Marktwirtschaft.»

Nein, er gewährleistet endlich die Wahlfreiheit für KMU und alle Konsumenten (in manchen Fällen sind sogar heimische Grossfirmen und die öffentliche Hand von ungerechtfertigten Schweiz-Zuschlä-

gen betroffen). Was hat es mit «Marktwirtschaft» zu tun, wenn wir es ausländischen Unternehmen erlauben, ihr Schweizer Vertriebssystem abzuschotten? Der Markt haben eben zwei Seiten: Erlaubt man den Anbietern, ihre Preise zu differenzieren (was gut ist), so müssen die Nachfrager die Freiheit haben, dort einzukaufen, wo sie wollen – sonst entstehen keine Wettbewerbspreise.

«Heimische Unternehmen können dazu verpflichtet werden, ihre Produkte zu den gleichen Preisen wie beispielsweise in Portugal zu verkaufen.»

Das ist falsch. Es geht einzig darum, dass Nachfrager aus der Schweiz (KMU, Konsumenten, öffentliche Hand) Produkte, auf die sie angewiesen sind, eben auch in Portugal einkaufen können, wenn sie das möchten – zu Preisen, die die Anbieter dort selbst unter Wettbewerbsbedingungen festgelegt haben.

«Es wird in die Preisbildung der Unternehmen eingegriffen.»

Unternehmen können ihre Gewinnmarge weiter selber bestimmen, nur müssen sie allenfalls ihre «Tiefpreisstrategie» in anderen Ländern überprüfen. Der Schweizer Handel und die KMU sollen das Recht erhalten, Produkte, auf die sie angewiesen sind, notfalls im Ausland zu beziehen. Dadurch sinken die Preise in der Schweiz, und Konsumenten können wieder im Inland einkaufen.

«Der Interbrand-Wettbewerb spielt. Konsumenten können auf andere Produkte ausweichen.»

Sie könnten, doch sie tun es nicht. Sie bleiben ihrem Produkt treu, kaufen es jedoch im Ausland ein. So sinkt beispielsweise der Absatz von persönlichen Pflegeprodukten in der Schweiz, obwohl die Bevölkerungszahl zunimmt.

«Parallelimporte sind problemlos möglich.»

Leider funktionieren Parallelimporte überall dort nicht, wo die Hersteller den ganzen Vertrieb kontrollieren, den Graumarkt dadurch klein halten und den Handel zwingen, ihre Produkte in der Schweiz zum diktierten Preis abzunehmen.

«Man braucht bloss die technischen Handelshemmnisse abzubauen, um das Problem zu lösen.»

Der Abbau staatlicher Hürden ist wichtig. Doch

er nützt nichts, solange die Konzerne im Ausland Nachfragern aus der Schweiz gar keine Waren verkaufen und so ihr Vertriebssystem vor Wettbewerb schützen.

«Das bestehende Kartellgesetz ist ausreichend.»

In der Praxis ist es oft nicht möglich, Abreden oder Marktbeherrschung zu beweisen. Um Kartellrenten zu verhindern, braucht es eine Präzisierung von Art. 4 KG, welcher die Wettbewerbskommission zwingt, in wesentlich mehr Fällen als heute von einer Marktbeherrschung auszugehen und entsprechende Tatbestände zu unterbinden.

«Die Regelung gefährdet Arbeitsplätze in der Schweiz.»

Den Gegnern des Kartellgesetzes sind die Arbeitsplätze in den Konzernzentralen wichtiger als diejenigen im Handel, im Gastgewerbe und in anderen KMU. Jobs gehen doch vor allem verloren, weil Betriebe ihre Produktion ins Ausland verlagern und weil standortgebundene Unternehmen ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit verlieren. Verschwinden die ungerechtfertigten «Schweiz-Zuschläge», so steigt die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Unternehmen. Das sichert und schafft Arbeitsplätze!

«Sinken die Preise in der Schweiz, dann gehen die Löhne runter.»

Die Hochpreisinsel zerstört die Kaufkraft von sozial Schwachen. Die Fixierung auf Nominallöhne ist naiv und fragwürdig. Werden die Schweizer Betriebe im Einkauf nicht entlastet, so müssen die Löhne sinken, denn nur das kann einen weiteren Abbau von Arbeitsplätzen verhindern.

«Eine Umsetzung solcher Forderungen beschränkt die Vertragsfreiheit und damit die Wirtschaftsfreiheit.»

Zwar braucht die Wirtschaftsfreiheit die Vertragsfreiheit. Letztere ist aber zum Schutz der Wirtschaftsfreiheit dann einzuschränken, wenn damit andere Unternehmen in der Aufnahme oder Ausübung des Wettbewerbs im Sinn von Art. 7 Abs. 1 KG behindert werden.

«Ausländische Hersteller werden ihre Vertriebssysteme in der Schweiz schliessen.»

Die heute bestehenden Beschränkungen des Preiswettbewerbs in der *weiter auf der nächsten Seite*

Fortsetzung Schweiz dürfen nicht zum Schutz bestehender Vertriebsstrukturen toleriert werden. Diese sollten vielmehr endlich auch dem Wettbewerb ausgesetzt werden! Wegen der «Schweiz-Zuschläge» sind in der Tourismusbranche, in der Gastronomie, im Gewerbe und im Handel Zehntausende von Arbeitsplätzen verloren gegangen resp. gefährdet oder gar nicht erst entstanden.

«Die Weko ist für die Anwendung einer neuen Norm über relativ marktmächtige Unternehmen gar nicht zuständig, weil in solchen Fällen das öffentliche Interesse fehlt.»

Zwar klagt wohl oft nur ein einzelnes Unternehmen wegen einer Behinderung in der «Aufnahme oder Ausübung des Wettbewerbs» (Art. 7 Abs. 1 KG). Meistens ist aber nicht nur ein einzelnes, sondern eine ganze Gruppe von Unternehmen betroffen. Dazu kommt, dass das Individualrecht auf Wirtschaftsfreiheit im Sinn von Art. 27 BV durch alle Behörden zu schützen ist (Art. 35 Abs. 3 BV).

«Eine Umsetzung wird kaum zu Preissenkungen führen. Die Hochpreisinsel wird nicht verschwinden.»

Natürlich gibt es keine Allheilmittel. Eine Umsetzung wäre aber ein wichtiger Beitrag im Kampf gegen die Hochpreis- und Hochkosteninsel Schweiz. Auf Mittel, die Wirkung zeigen, darf angesichts der schwierigen Lage vieler Unternehmen nicht verzichtet werden.

«In der Schweiz produzierende Unternehmen werden durch günstige Reimporte gefährdet.»

Das Risiko von Reimporten wird überschätzt. Was KMU exportieren, ist sehr oft besonders spezifiziert. Nur die Empfänger können die exportierten Produkte gebrauchen; Dritte können diese nicht ohne weiteres gebrauchen. Bei Produkten, die gestützt auf das «Schooggigesetz» beim Export subventioniert werden, müsste bei einem Reimport wohl die Subvention zurückbezahlt werden. Daher dürften sich diesbezüglich Reimporte nicht lohnen.

Zur Erschliessung neuer Märkte im Ausland sind Reimportverbote auf beschränkte Dauer kartellrechtlich zulässig. Dennoch sind die Ängste ernst zu nehmen. Der Gesetzgeber könnte es für zulässig erklären, die Beschaffung von exportierten, in der Schweiz hergestellten Waren im Ausland einzuschränken, wenn sie zum Zweck des Weiterverkaufs in der Schweiz erfolgt.

«WTO-Verträge und Freihandelsverträge sorgen bereits dafür, dass Nachfrager aus der Schweiz sich problemlos im Ausland eindecken können.»

Gerade diese Öffnung der Grenzen durch den Bund setzt die in der Schweiz produzierenden Unternehmen dem Wettbewerb mit ausländischen Unternehmen aus. Dagegen wäre nichts einzuwenden, wenn die in der Schweiz produzierenden Unternehmen gleich lange Spiesse hätten. Man verwehrt ihnen aber oft, Produktionsmittel dort einzukaufen, wo ihre Konkurrenten einkaufen.

Bei funktionierendem Wettbewerb kann kein Un-

ternehmen auf Andere Zwang ausüben. Gibt es solchen Zwang, funktioniert der Wettbewerb nicht. Es ist die Aufgabe des Bundes, Wettbewerb zur Wirkung zu bringen und nicht Partikularinteressen gewisser Unternehmen, die Exporte zu Lasten der Nachfrager aus der Schweiz quersubventionieren, zu schützen.

«Eine Umsetzung wird zu einer Verfahrensflut führen.»

Es braucht lediglich ein paar Leitentscheide der Weko. Die meisten Unternehmen werden ihr Verhalten von vornherein anpassen, wenn sie nicht mehr damit rechnen können, vom Kartellgesetz gar nicht erfasst zu werden.

«Die Weko kommt mit verhältnismässigem Aufwand gar nicht an Informationsgrundlagen heran, um solche Fälle zu beurteilen. Sie müsste ihre Ressourcen massiv aufstocken.»

Um Informationen zu beschaffen, kann das Sekretariat der Weko gestützt auf Art. 40 KG (Auskunfts-pflicht) von den ausländischen Anbietern die Herausgabe von Kopien der Rechnungen für Lieferungen an Abnehmer in deren Ländern verlangen – auch im Ausland.

«Die Bestimmung kann im Ausland gar nicht durchgesetzt werden.»

Das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes im aktuellen Fall Gaba/Elmex wie auch die Fälle BMW und Nikon zeigen, dass die Wettbewerbskommission gegen Unternehmen, die im Ausland den Wettbewerb zuungunsten der Schweiz behindern, vorgehen kann, wenn sie Parallelimporte – in diesem Fall durch eine Abrede – verhindern wollen.

In der Schweiz wie in der EU und vielen anderen Staaten gilt für das Kartellrecht das Auswirkungsprinzip. Im Art. 2 Abs. 2 KG ist dies ausdrücklich verankert: «Das Gesetz ist auf Sachverhalte anwendbar, die sich in der Schweiz auswirken, auch wenn sie im Ausland veranlasst werden.»

In Ländern, die das sogenannte Lugano-Übereinkommen unterzeichnet haben (in Europa fast alle ausser die Kanalinseln und Liechtenstein) sind Ansprüche von der Schweiz aus durchsetzbar. In allen anderen Fällen sind Schadenersatzansprüche über Arrestlegungen durchsetzbar, wenn das behindernde Unternehmen Vermögenswerte in der Schweiz hat.

«Fälle von Marktmacht-Missbrauch im Vertikalverhältnis sind bereits seit der Einführung des Klammertextes in Art. 4 Abs. 2 KG mit der Revision 2003 vom Gesetz erfasst und können entsprechend geahndet werden.»

Die Praxis der Weko ist leider eine ganz andere. Die entsprechenden Bestimmungen werden nicht angewendet. Deshalb muss der Gesetzgeber nun dringend ein Signal setzen. Tut er dies nicht, wird die bisherige, sehr weiche Praxis der Weko zementiert.

Der Entscheid des Weko-Sekretariats, die Vorprüfung gegen Coca-Cola nach über drei Jahren (!) einzustellen, wird marktmächtige Anbieter weiter

ermutigen, ungerechtfertigte Schweiz-Zuschläge durchzusetzen, denn die Firmen haben ja nichts zu befürchten. Obwohl der Fall Wirteverband/Coca-Cola Medien breit diskutiert worden ist, haben weder die Weko noch das Departement (von Bundesrat Schneider-Ammann) es für nötig erachtet, das Sekretariat der Weko gestützt auf Art. 27 Abs. 1 KG mit der Eröffnung einer Untersuchung zu beauftragen. Das heisst doch: Weder die Weko noch das Departement werden Art. 4 Abs. 2 KG in Zukunft breiter anwenden, wenn die Gesetzgebung das nicht ausdrücklich anordnet!

«Eine Bekanntmachung der Weko oder allenfalls eine Verordnung des Bundesrats wären angemessenere Instrumente, falls eine Präzisierung des geltenden Rechts als unabdingbar erscheint.»

Der Bundesrat darf Art. 4 Abs. 2 nicht ausdehnen. Das kann einzig der Gesetzgeber tun. Bisher gab es erst drei Vertikal-Bekanntmachungen. Dieses Instrument taugt nicht, die bestehenden Probleme zu lösen. Bekanntmachungen können von der Weko zudem jederzeit wieder geändert oder aufgehoben werden.

«Andere Länder, auch solche mit einer ähnlichen kartellgesetzlichen Struktur wie die Schweiz (z.B. Belgien und die Niederlande), können auch ohne das Konzept der relativen Marktmacht gegen die Importpreisproblematik vorgehen.»

Belgien und die Niederlande kennen die Importpreisproblematik bei weitem nicht in gleichem Ausmass wie die Schweiz, weil Art. 20 der Dienstleistungsrichtlinie der EU sie schützt. Nachfrager in der EU dürfen weder aufgrund ihres Wohnsitzes noch ihrer Staatsangehörigkeit diskriminiert werden.

In Kanada hat die konservative Regierung Harper – nicht der linke Trudeau – ein Gesetz beantragt, dass «cross-border price discrimination» verbietet. Und in Deutschland, wo man das von uns geforderte Konzept der «relativen Marktmacht» kennt, wurde dieses bei allen Änderungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) seit 1974 sowie auch bei Erlass der VO 1/2003 für die EU immer wieder bekräftigt, zuletzt in der GWB-Revision 2013 – federführend war FDP-Wirtschaftsminister Rösler.



DAUERTIEFPREISE



0.67
Pk

**Elvis
Ice Tea**
12 Pack à 1 Liter



2.85
Mp

Power Bat
Energy Drink
Multipack
à 6 x 25 cl



Liberty Gold
Langkorn
Vitaminreis
Sack 5 kg

1.30
kg



Napolitains
Swiss Alps
ca. 930 Stück
Beutel 4 kg

45.50
Bt

Cash+Carry
CCA Angehrn
Frische für Profis.

Gratis-Nummer 0800 ANGEHRN

Preis- und Mengenänderungen vorbehalten,
Grosshandpreis exkl. MwSt.



Wegweisender Bundesgerichtsentscheid

Wirt setzt sich gegen Nachbarn durch

In einem seit langem andauernden Hick-Hack um die Gartennutzung des traditionsreichen Gasthofs Hirschen in Erlinsbach hat nun das Bundesgericht ein Urteil gefällt. Es heisst die Beschwerde des Wirtes teilweise gut und wies die Angelegenheit an die Vorinstanz zurück.

Vor vier Jahren definierte die Gemeinde Erlinsbach in einem Gestaltungsplan Möglichkeiten, wie der alteingesessene Gasthof Hirschen erneuert und erweitert werden könnte. Über die Nutzung der Gartenanlage hinter dem Gastbetrieb gab es unterschiedliche Ansichten. Die direkten Nachbarn bemängelten, dass sich dort auch abends Gäste aufhalten.

Sie erhoben Beschwerde bei der Solothurner Regierung. Diese beschränkte daraufhin den Apéro-Betrieb im Garten auf bestimmte Bereiche. Die Personenzahl wurde auf hundert (bis 19 Uhr) respektive sogar auf dreissig (bis 22 Uhr) limitiert. Der Regierungsrat hielt dabei ausdrücklich fest, dass die Gäste im ganzen Garten herumspazieren und sich unterhalten dürfen – selbst mit einem Glas in der Hand.

Mit dem Entscheid der Regierung waren weder der Nachbar noch der Wirt glücklich. Beide gelangten ans Verwaltungsgericht, welches eine Sperrung des Gartens für Besucher von 19 bis 7 Uhr verfügte. Interessanterweise war der Zugangsweg zum Garten, der beim Schlafzimmerfenster der Nachbarn vorbeiführt, vom nächtlichen Verbot nicht betroffen.

Der Wirt erhob beim Bundesgericht Beschwerde gegen dieses Urteil. Es gebe Gäste, die auch abends Freude an der Besichtigung des Gartens hätten. Die Bioprodukte aus eigenem Anbau seien ein wesentlicher Teil des Konzepts und eine Sperrung des Gartens unverhältnismässig. Zudem, so der Gastronom, habe er ein gepflegtes Publikum «mit geringem Störpotenzial».

Die Nachbarn wandten ein, dass im Hirschen regelmässig Hochzeiten und andere Anlässe stattfänden, und auch gesetzte Personen mit steigendem Alkoholpegel zunehmend lauter würden, wenn sie nach dem Essen einen Ausflug in den Garten unternehmen.

Die Gemeinde stellte sich auf die Seite des Wirtes. Eine nächtliche Vollsperrung des Gartens sei bis zum überraschenden Entscheid des Verwaltungsgerichts kein Thema gewesen. Auch das Bundesamt für Umwelt kritisierte das Verwaltungsgericht, weil es weniger strenge Massnahmen als die nächtliche Schliessung gar nicht geprüft hatte.

In einem alten Vergleich aus dem Jahr 1999 ging es ebenfalls um die Gartennutzung. Darin war lediglich festgehalten, dass weder Tische noch Stühle in den Garten mitgenommen werden dürfen, und

dass sich die Gäste dort nach 22 Uhr nicht mehr aufhalten sollen.

Das Bundesgericht bemängelte, dass es im Entscheid der Vorinstanz keine besondere Begründung gibt, weshalb es lärmrechtlich geboten sei, nicht nur den Betrieb nach 19 Uhr zu verbieten, sondern den Garten vollständig zu schliessen. Zwar führe der Zugang zum Garten an den Schlafzimmern der Nachbarn vorbei, doch fehle der Nachweis, dass abendliche Gartenbesucher die Ruhe störten.

Das Bundesgericht hiess die Beschwerde teilweise gut und schickte die Angelegenheit an das Verwaltungsgericht zurück. Die Nachbarn müssen nicht nur die Kosten für das Bundesgerichtsverfahren über 4000 Franken zahlen, sondern auch eine ebenso hohe Entschädigung an den Gastronomen.



Stein des Anstosses: Der idyllische Garten im Hirschen Erlinsbach.

Trendwende beim Lärmschutz?

Jahrelang war der Fall «Eierbrecht» ein Leitartikel. Schweizweit wurden Einschränkungen zu abendlicher Stunde damit begründet, so auch beim Restaurant Stänzler in Basel. Als dann das Bundesgericht vor geraumer Zeit Kuh- und Kirchenglocken nicht telquel als Störfaktor qualifizierte, machte sich ein Hoffnungs-schimmer bemerkbar.

Auch wenn nach Umweltschutzgesetz für Industrie- und Gewerbebetriebe zwischen 19 und 7 Uhr die Nachtgrenzwerte der Lärmschutzverordnung gelten, so entspricht eine Nachtruhe ab 19 Uhr eben oft nicht den Realitäten. Der Entscheid des Bundesgerichts zur Gartennutzung im Hirschen Erlinsbach deutet darauf hin, dass hier eine moderatere Haltung zugunsten des Gastgewerbes Einzug hält.

Dennoch bleibt ein schlechtes Gefühl. Das Ganze war ein ewiges Hin und Her, das immerhin für

einmal für den Wirt gut ausgegangen ist. Damit ist aber noch nicht gesagt, dass dies auch so bleiben wird! Wenn ein Gang durch alle Instanzen bis zum Bundesgericht notwendig zu sein scheint, um überhaupt vielleicht einmal Recht zu bekommen, dann ist das misslich.

«Für den Hirschen-Wirt ist es zu früh, die Champagnerkorken knallen zu lassen.»

Immerhin hat das Bundesgericht festgehalten, dass der jeweilige Lärm tatsächlich bestehen und nachgewiesen sein muss. Eine theoretische Annahme – beim Hirschen in Form irgendeiner Annahme von Besuchern, bei der «Basler Bassbremse» die Annahme irgendeiner Musik in irgendeiner Lautstärke – kann nicht genügen und widerspricht der Feststellung des massgebenden Sachverhalts durch die Behörde.

Verrückt an der ganzen Sache ist, dass erst das Bundesgericht korrigieren musste. Ein kantonales Gericht war nicht in der Lage, das Fehlen der sachverständlichen Tatsachenlage überhaupt zu kritisieren. Noch schlimmer: Das Solothurner Verwaltungsgericht hat sich verschärfend ins Zeug geworfen!

Für den Hirschen-Wirt ist es zu früh, die Champagnerkorken knallen zu lassen. Mit einer Beurteilung gilt es abzuwarten. Schon bald dürften in Erlinsbach Lärmmessungen durchgeführt werden. Der Ball ist jetzt erneut beim Verwaltungsgericht.

Ein interessantes Detail am Rande: Das Bundesgericht hat nicht bemängelt, dass das Solothurner Verwaltungsgericht sich nicht nur auf die Vollzugshilfe des Cercle Bruit, sondern auch auf den österreichischen «Praxisleitfaden Gastgewerbe» abstützte.

«Ermöglichen statt verhindern»

Seit zweieinhalb Jahren leitet Gabriel Barell die Geschicke des Gewerbeverbands Basel-Stadt. Er hat der Versuchung widerstanden, seinen erfolgreichen Vorgänger Peter Malama zu kopieren. In ganz eigenem Stil bringt er Schwung in den traditionsreichen Verband und in die Basler Gewerbepolitik. Barell erklärt im folgenden Interview, wieso er die Erreichbarkeit der Stadt für besonders wichtig hält – und ob er eine politische Karriere anstrebt.

Herr Barell, weshalb braucht es eigentlich den Gewerbeverband?

Damit die Bedürfnisse der KMU in der Politik und in der Verwaltung gehört werden! Wir setzen uns vor und hinter den Kulissen für gewerbefreundliche

«Basel steht in direktem Wettbewerb mit anderen Zentren in- und ausserhalb der Agglomeration.»

Rahmenbedingungen ein. Dazu gehören eine Senkung der bürokratischen Belastung, tiefe Abgaben und Steuern sowie eine funktionierende Verkehrsinfrastruktur.

Zudem sind wir ein Kompetenz- und Dienstleistungszentrum für regionale Unternehmen. Nicht zuletzt sind wir die erste Adresse für Fragen rund um die Berufs- und Weiterbildung. Deren Stärkung ist wichtig, denn für Unternehmen sind gut qualifizierte Nachwuchskräfte überlebenswichtig.

Für all das gibt es doch auch Branchenverbände!

Idealerweise kümmern sich Berufsverbände um branchenspezifische Probleme, die niemand besser kennt als sie. Bei Bedarf unterstützen wir sie dabei mit unserem Netzwerk und unserer Erfahrung. Wir konzentrieren uns auf branchenübergreifende Themen, die von einer Berufsorganisation allein zu wenig kraftvoll bearbeitet werden können. Erst das Zusammenspiel zwischen unserem Dachverband und den verschiedenen Branchenverbänden führt zu optimalen Ergebnissen.

In Ihren Ansprachen fällt die kreative Wortwahl auf. Da ist von Piranha-Zonen, einem Monsieur Le Bureau oder Entfesselungspaketen die Rede. Woher kommt das?

Ich drücke mich gerne in Bildern aus, weil diese besser haften bleiben. Politische Geschäfte sind oft in trockener Sprache abgefasst, vielleicht auch, weil sie juristischen Standards genügen müssen. Wenn wir fordern, Steine aus dem Weg zu räumen oder Fesseln durchzuschneiden, wird das vom Publikum einfach besser verstanden als irgendein Beamtendeutsch.

Ist die politische Interessensvertretung in Basel nicht oft sehr frustrierend? Denn permanent legt man hier den Gewerbetreibenden ja neue Fesseln an und neue Steine in den Weg.

Manchmal ist es in der Tat schon ein Erfolg, Schlimmeres zu verhindern. Nicht selten gelingt es uns aber, substantielle Verbesserungen zu erreichen. So fielen kürzlich neun von zehn Entfesselungs-Vorstössen im Grossen Rat auf fruchtbaren

Boden. Abstimmungskämpfe sind in städtischen Gegenden nicht einfach zu gewinnen – und dennoch schaffen wir es immer wieder, so letztthin bei der äusserst wichtigen Volksabstimmung über die VCS-Strasseninitiative.

Gewerbepräsident Marcel Schweizer forderte kürzlich, das Gegeneinander in der politischen Gestaltung unseres Kantons müsse vermehrt dem Miteinander Platz machen. Wie ist das wohl zu verstehen?

Die politischen Lager blockieren sich oft. Es wäre wünschenswert, dass konstruktive Kräfte sich vermehrt durchsetzen, nach dem Motto «ermöglichen statt verhindern». Was das Gewerbe angeht, arbeiten wir gerne mit allen Parteien zusammen. Allerdings können wir schlecht jemandem die Hände reichen, wenn diese in Handschellen gelegt sind.

«Die Verkehrspolitik muss sich wieder an den Mobilitätsbedürfnissen der Menschen orientieren.»

Bevor also das erwünschte «Zämme» Tatsache werden kann, müssen die Fesseln weiter gelockert werden, welche uns in den letzten Jahren und Jahrzehnten angelegt wurden. Zu viele unserer Forderungen sind noch offen, und zu gross ist die Zahl der berechtigten Wünsche, die unerfüllt geblieben sind.

Anfang Jahr haben Sie zwei Volksinitiativen lanciert, die eine Kurskorrektur in der Basler

Verkehrspolitik anstreben. Was wollen Sie genau damit erreichen?

Die Verkehrspolitik muss sich wieder an den Mobilitätsbedürfnissen der Menschen orientieren, die bekanntlich extrem vielfältig sind. Jeder Verkehrsträger hat seine Berechtigung und seinen optimalen Einsatzzweck. Diesem Umstand muss eine Stadt Rechnung tragen.

Die Initiative «Zämme fahre mir besser» will den vom Volk angenommen Gegenvorschlag zur Städteinitiative rückgängig machen. Ist das nicht Zwängerei?

Seit dem Volksentscheid sind sechs Jahre vergangen. Ein guter Teil der Bevölkerung hat in der Zwischenzeit eingesehen, dass man mit der Forderung nach einer zehnprozentigen Reduktion des Autoverkehrs den Bengel eindeutig zu hoch geworfen hat. Darauf deutet unter anderem das wichtige Nein zur Strasseninitiative des VCS und zum Gegenvorschlag hin, die ja eigentliche Durchsetzungsvorlagen zur Städteinitiative waren.

Anders als vor sechs Jahren steigt die Bevölkerungszahl in unserer Stadt wieder – und zwar signifikant. Die Zulassungen von Elektromobilen nehmen rasant zu, während die Immissionen kontinuierlich zurückgehen. Die Industrie experimentiert mit dem selbstfahrenden Auto, das weniger Platz auf der Strasse in Anspruch nehmen wird. Der ÖV in der Agglomeration stösst an seine Grenzen. All diesen Entwicklungen *weiter auf der nächsten Seite*



Dr. Gabriel Barell, Direktor des Gewerbeverbands Basel-Stadt: «Manchmal ist es in der Tat schon ein Erfolg, Schlimmeres zu verhindern.»

Fortsetzung zum Trotz wird bislang an der zehnprozentigen Reduktion des Autoverkehrs festgehalten. Das ist völlig unrealistisch. Und unrealistische Ziele führen zu überzogenen Massnahmen. Wir müssen deshalb das Miteinander der Verkehrsteilnehmer neu denken.

Um was geht es bei der zweiten Volksinitiative, die «Parkieren für alle Verkehrsteilnehmer» heisst?

Auch hier geht es um das Miteinander von allen Verkehrsteilnehmern. Mit Betonung auf «allen». Die Initiative verlangt ausreichend Parkplätze für Velos, Roller, Motorräder und Autos. Nicht nur in der Stadt für Läden und Gewerbetreibende, sondern auch und gerade in den Quartieren für die Anwohner. Wir fordern, dass bei der Aufhebung

von Parkmöglichkeiten auf öffentlichem Grund innerhalb eines Radius von 200 Metern ein gleichwertiger Ersatz geschaffen wird.

Gehört der Gewerbeverband zur Autolobby?

Wer uns unterstellt, wir hätten immer nur die Autofahrer auf dem positiven Radar, befindet sich auf dem Holzweg. Alle Teilnehmer am Verkehr sollen ihre Rechte haben. Alle Verkehrsmittel haben ihre Funktion und ihren Platz auf der Strasse. Wir sind nicht einseitig autofreundlich, sondern ebenso fussgänger-, velo- und öv-freundlich. Uns geht es um die Erreichbarkeit der Stadt, denn diese ist ein entscheidender Erfolgsfaktor. Leider ist vielen zu wenig bewusst, dass Basel in direktem Wettbewerb mit anderen Zentren in- und ausserhalb der Agglomeration steht.

Ihre Vorgänger haben das Amt des Gewerbedirektors als Sprungbrett für politische Karrieren genutzt. Welche Ambitionen haben Sie in dieser Hinsicht?

Wir brauchen auch Vertreter in den eidgenössischen Räten. Mein Fokus liegt aber ganz klar auf Basel und der Region. Bei der politischen Arbeit mag es Vorteile haben, selbst im Parlament zu sein. Es kann aber auch Nachteile haben, wenn einem das Partei-Label anhaftet. So kann ich mich unabhängig von Parteibeschlüssen für die Interessen des Gewerbes einsetzen – ohne parteipolitische Kompromisse und wahltaktische Überlegungen.

Gabriel Barell zu Stichworten

Grossratswahlen

Die KMU-freundlichen Kräfte müssen gestärkt werden. Wir brauchen mehr Kandidatinnen und Kandidaten aus der Wirtschaft.

Regierungsratswahlen

Ein gutes Viererticket der Bürgerlichen ist wichtig. Nur mit einer besseren Zusammenarbeit von CVP, FDP, LDP und SVP haben die KMU-orientierten Kräfte signifikant bessere Chancen.

Rot-grün

Gleichheit um jeden Preis. Vielleicht gut gemeint, aber es werden falsche Rezepte propagiert, die auf Kosten unserer Freiheit und unseres allgemeinen Wohlstands gehen. Unternehmertum ist immer noch der beste Garant für eine prosperierende Region.

Starker Franken

Der überbewertete Franken führt zu Wettbewerbsnachteilen und macht gleich lange Spiesse

für unsere KMU im Vergleich zur Konkurrenz umso notwendiger.

Einkaufstourismus

Wir müssen nicht den Einkaufstourismus beklagen, sondern dessen Ursachen. Die ungleichen Rahmenbedingungen sind oft von der Politik und der Verwaltung hausgemacht.

Ladenöffnungszeiten

Grundsätzlich sind wir klar für eine Liberalisierung der Öffnungszeiten. Dies bedeutet ja nicht, dass alle Läden plötzlich rund um die Uhr offen haben müssen. Aber einige könnten sich eine Nische am Abend schaffen und es wäre generell eine wichtige Massnahme gegen den Kaufkraftabfluss. Touristen und Stadtbummeler aus der Region würden zudem endlich auch am Sonntag ein paar offene Läden antreffen.

Andere Wirtschaftsverbände

Wir pflegen mit der Handelskammer beider Basel,

dem Arbeitgeberverband Basel und der Wirtschaftskammer Baselland eine gute Zusammenarbeit und haben bei Sachthemen die gleichen Interessen. Nicht immer, aber meistens.

Lieblingsgetränk

Bier! Sehr erfreulich ist, dass auch die regionale Biervielfalt laufend zunimmt. Das ist ein schönes Beispiel dafür, was in einem Wirtschaftszweig entstehen kann, wenn man ihn lässt.

Leibspeise

Sehr gern esse ich Fondue Chinoise, das schmeckt nicht nur gut, sondern ist auch gemütlich und gesellig. Im Winter gerne auch die traditionelle Schweizer Variante mit Käse – ebenso gesellig und ebenso fein.

Zur Person

Gabriel Barell ist vor 55 Jahren in Tansania geboren. Er hat einen Sankt-Galler Bürgerort und wohnt in Binningen. Seine Karriere führte den Doktor der Staatswissenschaften zweimal zur Credit Suisse und dazwischen für neun Jahre als Geschäftsführer zur Bäckerei Sutter AG – in

dieser Zeit wurde Gabriel Barell auch in den Vorstand des Gewerbeverbandes Basel-Stadt gewählt. Vor seinem Amtsantritt als Direktor beim Gewerbeverband Basel-Stadt im November 2013 war er vier Jahre lang Regionaldirektor der Valiant-Bank. Zu den Hobbies von Barell gehören das Segeln

und Vinylplatten – manchmal legt er auch als DJ auf. Seine Lebenspartnerin und ihre Schwester betreiben die Café-Bars «Pane-con-Carne» in Liestal und Basel.

Ist Eatwith das Airbnb der Gastronomie?

Die «Sharing Economy» wirbelt ganze Branchen durcheinander, zum Beispiel das Taxigewerbe und die Beherbergung. Nun verabreden sich auch immer mehr Menschen online zum gemeinsamen Essen.

«Social Dining» heisst der Trend, bei dem sich unbekannte Menschen bei lokalen Hobby-Köchen zum gemeinsamen Essen treffen. Online-Dienste wie Eatwith, Let's Lunch oder Traveling Spoon bringen in immer mehr Ländern wildfremde Menschen zusammen, um miteinander zu essen. Allein auf

Eatwith bieten fast tausend Köche in 200 Städten ihre Dienste an.

Die Ökonomie des Teilens betrifft zunehmend auch das Restaurationsgewerbe. Nach dem Taxiwesen, das durch den Mitfahrtdienst Uber atta-

ckiert wird, und den Hotels, die sich mit der Privatzimmervermittlung Airbnb konfrontiert sehen, konkurrieren virtuelle «Mitess-Zentralen» die Gastronomie. Allerdings zeichnen sich die Dimensionen des Trends noch nicht klar ab.

Qualität, um die besten Produkte zu wählen,
Qualität um uns zu wählen.

Spezialisiert in Buchhaltung für Gastronomiebetriebe



Finadata Treuhand GMBH / Steinentorstrasse 35 / CH-4051 Basel
T++41(0) 61 271 24 31 / F ++41 (0) 61 271 26 77 / E.info@finadata.ch / www.finadata.ch

► WIRTEKURSE

zur Erlangung des Fähigkeitsausweises



**Ideal auch als
Weiterbildung!**



**Besuchen Sie einen vierwöchigen Intensivkurs!
Jetzt mit noch strafferem Ausbildungsprogramm.**

www.baizer.ch/wirtekurs



Die nächsten Kurse

- vom 6. Juni bis 30. August 2016
- 21. Oktober bis 18. November 2016
- Tagungszentrum Oekolampad
Allschwilerplatz, Basel

Preis

- CHF 3500 (inkl. Lehrmittel)

Zulassungsbedingungen

- Mindestalter 18
- guter Leumund
- gute Deutschkenntnisse

Mehr Infos?

- Besuchen Sie unsere Website
www.baizer.ch!
- Oder verlangen Sie Unterlagen und
Anmeldeformular bei unserem Sekretariat:



Wirtverband Basel-Stadt
Freie Strasse 82
CH-4010 Basel
Telefon 061 271 30 10
Fax 061 278 94 90
info@baizer.ch



Holen Sie sich das Beste
oder lassen Sie es liefern.

Prodega Markt
Transgourmet Schweiz AG
Singerstrasse 12
4052 Basel
Telefon 061 315 14 14
www.transgourmet.ch
shop.transgourmet.ch

 **PRODEGA
GROWA
TRANS GOURMET**