



baizer.ch

Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

UNSERE THEMEN

Gastronomen setzen auf Digitalisierung und «Off-Premise-Dining»	2
Die Zukunft gehört Betrieben mit klarer Positionierung	2
Mitgliederversammlung mit Cocktails und Barfood	3
Impressionen von der MV	4
Bierkonzern missbrauchte Marktstellung	6
Gäste erwarten Vielfalt und Individualität	8
GAV-Verhandlungen werden ausgesetzt	8
Wahlen beflügeln die Phantasie	11

Impressum

Der Wirtverband Basel-Stadt wurde 1881 gegründet. Unser Mitgliedermagazin baizer.ch 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 Ebner
Hans-Peter Fontana
Dr. Alex Hediger

Gestaltung

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

Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel
info@fankhauserdruck.ch

gedruckt in der
schweiz

Gastronomie im Wandel

Das Gastgewerbe war schon immer ein Spiegelbild der Gesellschaft. Demographische Veränderungen sowie das wechselnde Konsum- und Ausgehverhalten prägen die Branche und machen sie heterogener. Gastgewerbliche Leistungen entsprechen zu einem namhaften Teil nicht mehr dem herkömmlichen Bild. Distributionskanäle wie Take-Away, Drive-Thru, Lieferungen und Catering gewinnen an Bedeutung.

Was ist ein Restaurant? In den Köpfen vieler Leute noch immer ein Lokal, in dem man sich gemütlich hinsetzt, die grosse Karte studiert, die Bestellung aufgibt und dann mit Speis und Trank verwöhnt wird. Der Inhaber ist vor Ort und kommt an den Tisch, um sich nach dem Wohlbefinden der Gäste zu erkundigen.

«Alternative Vertriebskanäle und Betriebstypen mit beschränktem Service werden weiter zulegen.»

Dieses Bild entspricht jedoch in vielen Fällen nicht mehr der Realität. Zumindest nicht ganz. Vor allem in den Städten ändert sich die Branchenstruktur rasch und umfassend. Filialbetriebe nehmen zu. Der Convenience-Wunsch der Konsumenten sorgt dafür, dass Gastronomie jederzeit und überall stattfindet.

Viele Neueröffnungen setzen auf Selbstbedienung, fokussierte Angebote sowie das Mitnahme- und

Liefergeschäft. Lieferungen mit verzehrfertigen Speisen und Getränken dürften dieses Jahr in der Schweiz mehr als eine Milliarde Umsatz generieren.

Nicht nur in Innenstädten und bei Bahnhöfen spriessen Lokalitäten aus dem Boden, die den grössten Teil ihres Umsatzes mit Take-Away-Artikeln erzielen. Allein mit «Coffee to go» wird in der Schweiz rund eine Milliarde Franken Umsatz erzielt. Der Detailhandel wurde hier zur mächtigen Konkurrenz der gastgewerblichen Anbieter. Ihren Cappuccino, einen Snack oder das Mittagessen holen sich die Konsumenten eben oft in Bäckereien und Convenience-Stores, an Tankstellen und Kiosken.

Moderne Restaurants sind nicht mehr nur Orte, an denen Speisen und Getränke zum Genuss an Ort und Stelle verkauft werden. Sie sind Knotenpunkte für Verzehrfertiges. Das «Off-Premise»-Geschäft gewinnt rasant an Bedeutung. Gemeint sind Verkäufe, bei denen der Verzehr nicht vor Ort, sondern am Arbeitsplatz, unterwegs oder zuhause erfolgt.

weiter auf Seite 2



■ Im unteren und mittleren Preissegment ist ein voller Service am Tisch schon bald die Ausnahme – vor allem in den Städten. Je nach Verzehrsituation bevorzugen viele Konsumentinnen und Konsumenten Selbstbedienung, weil sie unkompliziert und zeitsparend ist.

Fortsetzung Natürlich wird die bediente Gastronomie nicht aussterben, doch alternative Vertriebskanäle und Betriebstypen mit beschränktem Service werden weiter zulegen.

Wir steuern auf angelsächsische Verhältnisse zu. Dadurch erhalten oder ergeben sich aber auch in-

teressante Nischen für herkömmliche Gastgeber. Je technisierter unsere Welt, desto mehr wächst das Bedürfnis nach menschlicher Wärme: «Human Touch» statt «High Tech».

Die grundsätzliche Weise, wie wir über Restaurants denken, werden wir jedoch den Entwicklun-

gen anpassen müssen. Das gilt für Unternehmer, Lieferanten und auch Verbände, die sich professionell mit der Gastronomie beschäftigen.

Maurus Ebnetter

Gastronomen setzen auf Digitalisierung und «Off-Premise-Dining»

Die Vereinigten Staaten sind Europa in der Entwicklung voraus. Obwohl dort Take-Away und Lieferdienste schon lange alltäglich sind, wachsen diese alternativen Vertriebskanäle weiter.

In einer Umfrage im Auftrag der National Restaurant Association (NRA) geben 38 Prozent der Erwachsenen und 50 Prozent der Millennials an, dass sie aktuell öfters verzehrfertige Speisen nach Hause oder an ihren Arbeitsplatz bestellen als noch vor zwei Jahren. Spätestens für die Digital Natives der Generation Z werden Lieferoptionen selbstverständlich sein.

«Die Digitalisierung verändert die Restaurantwelt.»

Mehr als sechs von zehn US-amerikanischen Restaurantbetreiber in den Segmenten Casual-Dining und Fast-Casual geben an, ihre Umsätze mit Lieferungen und Take-Aways und Lieferungen seien höher als vor zwei Jahren. Rückgänge verzeichneten lediglich ein Zehntel der Betriebe.

Das Delivery-Wachstum war besonders in den Segmenten Casual-Dining und Fast-Casual stark, doch selbst 55 Prozent der Fine-Dining-Restaurants verzeichneten mehr Lieferungen. Das Mitnahmegeschäft («to go») legte in 62 Prozent der Fast-Casual-Betriebe und in 61 Prozent der Casual-Dining-Lokale zu.

Nahezu vier von zehn Betreiber wollen 2019 mehr in den Ausbau des «Off-Premise»-Geschäfts in-

vestieren. Bei den meisten neuen Lokalen werden Take-Away-Schalter und Abholzonen für Lieferfahrer von Beginn weg eingeplant.

Die Investitionen umfassen technische Lösungen, die die Servicegeschwindigkeit erhöhen. Das spüren auch die Gäste, die sich jedoch rasend schnell daran gewöhnen, per Internet oder App, an Self-Ordering-Kiosken oder mit Tablets zu bestellen und zu bezahlen.

Die Digitalisierung verändert die Restaurantwelt. Moderne elektronische Angebotsschilder lassen sich so programmieren, dass sie je nach Tageszeit, Wochentag, Wetter, Lage und Jahreszeit besonders verkaufsfördernd sind.

Lieferungen, Take-Away, Home-Meal-Replacement, Drive-Thru und Catering generieren heute in den USA 63 Prozent der gesamten gastronomischen Frequenzen. Die massenhafte Verbreitung der alternativen Vertriebskanäle führt dazu, dass Restaurants nicht mehr in erster Linie als Verzehrorte verstanden werden, sondern als Zugangspunkte, bei denen offenbleibt, ob im Hause, in der Nähe, auf der Reise oder daheim konsumiert wird.

Die Evolution der Branche schreitet weiter voran. Sichtbar ist das unter anderem an virtuellen Restaurants, die keinen Speiseraum haben und lediglich auf Lieferungen setzen. Beschleunigt wird die Entwicklung durch das Internet und dessen mobile Nutzung. Die Kunden von heute sind daran gewöhnt, sich sofort auf dem Internet zu informieren, wenn sie etwas wissen wollen. Wie

Restaurants bei Google Maps, Tripadvisor, Facebook und Instagram erscheinen, wird zum entscheidenden Erfolgskriterium. Sieben von zehn amerikanischen Konsumenten schauen sich Speisekarten online an, fast zwei Drittel suchen online nach Informationen, bevor sie ein Restaurant besuchen.



Viele Restaurants in den USA schaffen eigene Abholzonen für Lieferfahrer. Die Fahrer haben reservierte Parkplätze, einen eigenen Zugang und genaue Anweisungen, wann und wie sie die Speisen und Getränke abholen können.

Die Zukunft gehört Betrieben mit klarer Positionierung

Es gibt immer mehr Restaurants, die sich auf sehr wenig Produkte konzentrieren. Kleinen Formaten mit klarem Profil gehört die Zukunft. Doch es gibt auch andere Erfolgsrezepte.

Viele Entwicklungen in der Gastronomie sind gegenläufig: Es gibt eine Globalisierung des Essverhaltens und gleichzeitig einen Trend zur Regionalität; man spricht von Slow Food und gleichzeitig boomt die Schnellverpflegung.

«Die Beschränkung auf ein kleines Angebot erleichtert die Positionierung.»

Was sind die stärksten Trends in der Gastronomie? Da gibt es viele zu nennen, von der Polarisierung des Angebots zur Verwischung der

Branchengrenzen, von Nachhaltigkeits- zu Gesundheitsthemen, von der Regionalität zur Automatisierung. Eine offensichtliche Entwicklung wird wenig beachtet: Es ist die zunehmende Spezialisierung der Betriebe.

Die Spezialisierung geht soweit, dass es eigentliche Mono-Betriebe gibt, die sich voll und ganz einer Produktgruppe widmen. Was international sichtbar ist, z.B. bei den Sandwiches von Subway, den Donuts von Dunkin', dem Fried Chicken von KFC oder den Kaffeespezialitäten von Starbucks, wird auch von hiesigen Anbietern praktiziert.

Bei Lokalen wie Mr. Waffle, Piadina-Bar, Rice Up oder World of Pasta geht bereits aus dem Namen hervor, was hauptsächlich angeboten wird. Bei anderen ist das Konzept erst nach Betreten des Lokals erkennbar: Das «Amorino» an der Steinen-

vorstadt setzt voll auf Eiscreme, das «Escasano» im Gundeli auf Salate, die Vito-Betriebe auf Pizza, die Negishi-Filialen auf Sushi, «Suc» auf frische Säfte.

Die Beschränkung auf ein kleines Angebot erleichtert die Positionierung und Kommunikation: Die Gäste verstehen das Konzept schneller. Auch beim Einkauf ist vieles einfacher, und dank simpler Prozesse können die Personalkosten niedrig gehalten werden.

Nicht zuletzt ist der Platzbedarf kleiner, da es nur derjenigen Technik bedarf, die es für das Angebot braucht. Streetfood-Anbieter haben die Spezialisierung schon lange verinnerlicht. Aus einem einfachen Grund: Ihre bescheidenen Infrastrukturen wären bei einem breiten Sortiment schnell überlastet.

weiter auf Seite 3

Spezialisierung ist eine gute Voraussetzung für Wirtschaftlichkeit, ohne an Qualität einzubüssen. Wie bei jedem Trend gibt es aber auch hier



Die beiden Vito-Filialen im Gundeli und beim Aeschensplatz setzen konsequent auf Pizza – mit Erfolg!

eine Gegenbewegung: Restaurants, die bewusst auf eine breite Auswahl setzen. Operativ sind sie wesentlich anspruchsvoller, doch manche Gäste



Das japanische Nudelkonzept «Namamen» gibt es zweimal in Basel, zweimal in Bern und einmal in Zürich.

schätzen grosse Speisekarten und eine hohe Fertigungstiefe.



Bei «Rice Up» kann man sich Gerichte mit verschiedenen Grundzutaten, Toppings und Gewürzen zusammenstellen.

Mitgliederversammlung 2019

Cocktails, Barfood und Lounge-Musik

Das Werk 8 auf dem Gundeldingerfeld bot eine perfekte Kulisse für die 138. ordentliche Mitgliederversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt. Der anschliessende Apéro stand im Zeichen der Barkultur.

Zum ersten Mal seit zwanzig Jahren fand die Generalversammlung des Wirtverbandes in einem Quartier statt. Präsident Maurus Ebnetter wies einleitend auf die aussergewöhnliche Dynamik verschiedener Stadtteile hin. Zu diesen auch gastronomisch aufstrebenden Orten gehört das Gundeli. Rund 80 Mitglieder und Gäste fanden sich im Restaurant Werk 8 ein.

«Ein Höhepunkt des laufenden Jahres ist die Genusswoche Basel.»

Die statutarischen Geschäfte waren schnell erledigt. Der 2018 stark erneuerte Vorstand nahm eine Aufgabenüberprüfung vor. Der erfolgreiche Online-Marktplatz Gastro-Express.ch wurde in eine hundertprozentige Tochtergesellschaft des Verbands ausgegliedert.

Stark gefordert sind der Vorstand und die Geschäftsleitung von den politischen Geschäften – von der Stadtbelebungs-Initiative über den Lärmschutz bis hin zur Teilrevision des Gastgewerbegesetzes. «Angehende Wirte sollen auch in Zukunft einen Minimalstandard an Wissen nachweisen. Der Fähigkeitsausweis ist Prävention im besten Sinne», sagte Präsident Maurus Ebnetter. Um diesen zu erhalten, werde man nötigenfalls das Referendum ergreifen.

Die Grussbotschaft von GastroSuisse überbrachte Bruno Lustenberger. Seine Ausführungen zur Berufsbildung stiessen auf grosses Interesse. Auch Gabriel Barell, Direktor des Gewerbeverbandes Basel-Stadt und Daniel Egloff, Direktor von Basel Tourismus, hielten kurze Referate.

Der 87-jährige Bruno Müller, ehemaliges Vorstandsmitglied des Dachverbands, sowie der Wirtverbandes-Archivar Mario Nanni wurden von der Mitgliederversammlung mit einem Riesenapplaus zu Ehrenmitgliedern ernannt.

Zum Schluss der Versammlung rief Ebnetter dazu auf, im Herbst das Vorstandsmitglied Anna Götensstedt in den Nationalrat zu wählen. Ein Höhepunkt des laufenden Jahres ist die Genusswoche Basel. Der Vorstand forderte die Mitglieder auf, diese Plattform zu nutzen.

Das Werk 8 befindet sich in der Montagehalle einer früheren Maschinenfabrik. Mit seiner riesigen Theke bot die Lokalität einen etwas anderen Rahmen

als gewohnt. «Die Barkultur in Basel hat sich sehr positiv entwickelt», so Ebnetter.

Davon konnten sich beim Apéro auch rund 80 weitere Gäste überzeugen, unter ihnen Regierungsrat Hans-Peter Wessels und Ständeratskandidatin Patricia von Falkenstein: Verschiedene Bartender aus der Stadt mixten ihre Signature Drinks. Dazu gab es feinen Barfood und Lounge-Musik.



Der Vorstand des Wirtverbandes: Geschäftsführer Dr. Alex Hediger, Kassier Ruedi Spillmann, Anna Götensstedt, Präsident Maurus Ebnetter, Carmela Petitjean-Guglielmino, Alexandre Kaden, Vedat Kirmizitas und Vizepräsident Hans-Peter Fontana.



Der Apéro im Anschluss an die 138. ordentliche Mitgliederversammlung stand im Zeichen der Barkultur.



Das Werk 8 tischte Barfood vom Feinsten auf. Die Drinks fanden begeisterte Abnehmer.

Impressionen von der Mitgliederversammlung



Die Generalversammlung des Wirtverbandes verlief reibungslos und zügig.



Alex Hediger (links) und Maurus Ebnetter (rechts) beglückwünschen das neue Ehrenmitglied Mario Nanni.



Geschäftsführer Dr. Alex Hediger erläutert den Jahresbericht.



Kassier Ruedi Spillmann konnte für das Jahr 2018 gute Zahlen präsentieren.



Ehrung der Verstorbenen: Der Wirtchor beider Basel sang ein berührendes Lied über Kameradschaft.



Christian Greif und Sylvia Fäh vom ACS beider Basel mit alt Nationalrat Markus Lehmann, Präsident der Verkehrsliga.



Jürg Wartmann (Brasserie Küchlin), Pascal Steiner (Berower Gut), Lunchcheck-Direktor Thomas Recher (rechts) mit Tochter Franziska.



Marcel Schweizer (Präsident Gewerbeverband), Carlos Methner (Präsident Erlenerverein) und Daniel Holenstein von Gastroconsult.



Paul Kälin (Geschäftsführer Branchenlösung Arbeitssicherheit) mit Frau, Regina Joss (KMU Joss Treuhand) mit Klaus Fuchs.



Präsidentenrunde: Balthasar Sattelen (Pro Innerstadt), Patricia von Falkenstein (LDP) und Eduard Rutschmann (SVP Basel-Stadt) mit Grossrätin Daniela Stumpf.



Stefan Kaister vom KMU-Netzwerk Oeco, Patrick Erny vom Gewerbeverband Basel-Stadt und Gastro-Seelsorger Bernhard Jungen.



Werner Blatter (Kleinbasler Zeitung), Erik Julliard (Basel Tattoo), Aisha Schreiner (Zem Alte Schluuch) und Daniel Seiler, Vizepräsident der Basler FDP.



■ Maria Ferrazza und Carmela Petitjean von «Da Graziella» mit Luzius Bosshard und Stefan Akos von «Unser Bier».



■ Felix Bigliel (Rio-Bar), Olivier und Alice Flota (Restaurant Besenstiel) mit Tobias Schaub vom St. Alban-Stübli.



■ Therese Bossert von der Riehetorhalle und Jürg Erzer vom Restaurant Linde.



■ Bernhard Jungen, Manuel Zimmermann, GastroSocial-Direktor Björn Werthli und Bruno Lustenberger (Präsident GastroAargau, Vorstand GastroSuisse).



■ Rahel Koerfgen (BZ Basel), Maurus Ebnetter, Nicole Strahm (Präsidentin LDP Riehen) und Regierungsrat Hans-Peter Wessels.



■ Alt Regierungsrat Dr. Carlo Conti (Präsident Basel Tourismus) mit seiner Frau Christa, Nicole Strahm und Alexandre Kaden (Safranzunft, Le Rhin Bleu).



■ Das Werk 8 wurde bei den Bar Awards in Berlin als «Bar of the Year 2019» ausgezeichnet.



■ Markus Engeler, Präsident der Vereinigung «Basel Bartender», stellte die Leute hinter der Bar und ihre Signature Drinks vor.



■ Einige der besten Bartenders der Stadt standen beim Apéro nach der Mitgliederversammlung des Wirtverbandes im Einsatz.



■ Günther Strobl von der Campari-Bar mixte einen «Traveller» (mit Rum, Holunderblütenlikör, trockenem Wermut, Bénédictine, Orange Bitters).



■ Japanisch inspiriert: Christoph «Chutz» Stamm vom Angels' Share servierte seinen «Geisha» mit Sake, Sencha-Wodka, Gurkengeist und eigenem Sour-Mix.



■ Mylène Pardey vom Klara präsentierte ihren erfrischenden «MaiMeister» mit Wodka, Waldmeistersirup, Zitronenwasser und Soda.

Fotos: Tobias Stocklin

Bierkonzern missbrauchte Marktstellung

Die EU-Wettbewerbsbehörde büsst Anheuser Busch InBev mit 200 Millionen Euro. Der weltgrösste Braukonzern hat seine marktbeherrschende Stellung missbraucht.

AB InBev hat nach Ansicht der Kartellbehörden ausgerechnet im Bierland Belgien die Preise für die Marke «Jupiler» auf missbräuchliche Weise hochgehalten. Die Marke hat in Belgien einen Marktanteil von 40 Prozent und wird auch in den Niederlanden verkauft, dort wegen des intensiven Wettbewerbs jedoch zu deutlich niedrigeren Preisen.

Detail- und Grosshändler hatten bisher keine Chance, Jupiler in den Niederlanden günstig zu kaufen und dann im Nachbarland Belgien wieder zu verkaufen. AB InBev verhinderte das mit gezielten Tricks.

So änderte der Konzern beispielsweise die Verpackung oder er belieferte Händler bewusst nur mit begrenzten Mengen. Die Handelsfirmen wurden zudem mit Vertragsklauseln unter Druck gesetzt.

Marktmächtige Unternehmen versuchen immer wieder, den Binnenmarkt zu fragmentieren, um höhere Preise durchzusetzen. Der vorliegende Fall zeigt, dass das, was in der Schweiz die Fair-Preis-Initiative erreichen will, in der EU schon lange gilt. Grosse Fälle wie AB InBev greift die EU-Kommission auf, kleinere Fälle sind Sache der Behörden der Mitgliedstaaten.



■ Grosse Bierkonzerne wie AB InBev schotten ihre Vertriebsysteme ab, um ihre Preise künstlich hochzuhalten. In der Schweiz gelingt ihnen das noch viel besser als in der EU.

Tourismusfreundliche Politiker

In politischer Hinsicht bestehen aus der Sicht des Gastgewerbes wichtige Baustellen in Bundesbern. Mit besonderer Aufmerksamkeit blickt die Branche deshalb auf die National- und Ständeratswahlen im Herbst.

«Bundesbern braucht Parlamentarierinnen und Parlamentarier, welche die Interessen der Hoteliers und Restaurateure auf dem politischen Parkett adäquat vertreten», fordert GastroSuisse-Präsident Casimir Platzer.

Im Rahmen eines Abstimmungsratings hat der Verband eruiert, welche politischen Fraktionen und Parlamentarier auf eidgenössischer Ebene am gastgewerbe- und tourismusfreundlichsten sind.

Am besten schnitt die CVP-Bundeshausfraktion ab. Der zweite Platz ging an die BDP-Fraktion. Auf dem dritten Rang folgten gemeinsam die FDP und SVP.

Beim Rating berücksichtigt wurden ausschliesslich besonders gastgewerbe- und tourismusrelevante politische Geschäfte. Für die Berechnung hat GastroSuisse die ausgewählten Geschäfte gemäss ihrer Bedeutung gewichtet.

Mail-Betrug

Immer wieder versuchen Betrüger und Kriminelle, mit heftigen Beschwerdemails Gutscheine oder Schadenersatz zu erschleichen. Manchmal geht es auch einfach darum, die Wirte oder Hoteliers dazu zu verleiten, virusinfizierte Dokumente zu öffnen. Bei Links und Dokumenten in Mails von Unbekannten sollten Sie generell Vorsicht walten lassen. Installieren Sie ein gutes Anti-Virus-Programm! Besonders vorsichtig sollten Sie sein, wenn die Möglichkeit fehlt, die Existenz des Absenders zu überprüfen.

Mehr Gäste, weniger Umsatz

Aufgrund der guten Konjunktur und der positiven Konsumentenstimmung wurden in der Restauration im vergangenen Jahr gegen 10'000 neue Voll- und Teilzeitstellen geschaffen. Damit konnte rund ein Drittel des Stellenrückgangs seit 2008 kompensiert werden. Der Konsum von gastgewerblichen Leistungen hat 2018 zugenommen, die jährlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Ausserhaus-Konsum und der Umsatz pro Logiernacht sind jedoch gesunken. Dies geht aus dem aktuellen Branchenspiegel von GastroSuisse hervor.

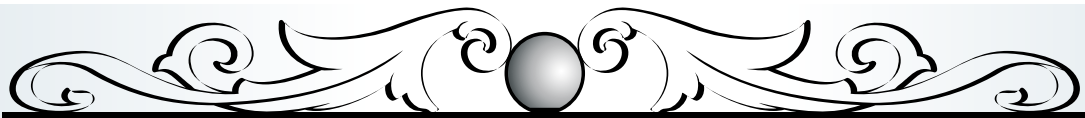
www.gastrouisse.ch

Zusatzexemplare

Möchten Sie zusätzliche Exemplare unseres Magazins baizer.ch für Ihre Gäste oder Mitarbeiter erhalten? Gern senden wir Ihnen kostenlos jeweils ein paar Zusatzexemplare – aus versandtechnischen Gründen in einem separaten Couvert. Ein kurzes Mail mit Ihrer Adresse genügt.

info@baizer.ch





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 21: BEKANNTE GROSSBASLER

Alte Bayerische, Arche, Bären, Börse, Bristol, Cardinal, Farnsburg, Gambrinus, Grüner Heinrich, Helm, Metropole, Paradies, Salmen, Schuhmachern, Spillmann, Urbanstube: Viele Grossbasler Klassiker leben nur noch in den Herzen älterer Menschen weiter. Die Gastronomie auf der linken Seite des Rheins wird immer stärker von filialisierten Konzepten geprägt. Noch immer gibt es aber alteingesessene Lokale. Zu nennen sind etwa Aeschenschplatz, Birseckerhof, Brauner Mutz, Elsbethenstübli, Gifhüttli, Goldener Sternen, Harmonie, Hasenburg, Kornhaus, Kunsthalle, Löwenzorn, Mägd, Safranzunft, Schlüsselzunft, Sperber, Stadthof, Stadtkeller, Stöckli oder Wilhelm Tell.



■ Die Geschichte des Schützenhauses reicht bis ins Jahr 1564 zurück. Der ehrwürdige Bau lag damals ausserhalb der Stadt und erfuhr im Laufe der Zeit viele Anpassungen. 1848 entstanden die Trinkhalle, eine gedeckte Kegelbahn und ein Musikpavillon im Garten. Bild aus dem Jahr 1908.



■ Das Restaurant Kunsthalle um 1905. Das neoklassizistische Gebäude wurde 1872 fertiggestellt und ergänzte das städtebauliche Kulturensemble um die Sparte der Bildenden Kunst. Das Lokal im Sockelgeschoss war zunächst Mitgliedern des Basler Kunstvereins vorenthalten.



■ Der Braune Mutz wurde «erst» 1914 eröffnet. Das Bild entstand vermutlich im Jahr darauf. Links das Restaurant Farnsburg (heute McDonald's), rechts die Spanische Weinstube zum Barfüsser (seit 1933 Rio-Bar).



■ Das Restaurant Bruderholz im Jahr 1925. Das Lokal wurde landesbekannt, nachdem der Spitzenkoch Hans Stucki dort Gourmetträume wahrwerden liess.



■ Das Hotel Restaurant des Balances an der Gerbergasse. Ältere Basler kennen das «Balances» noch als abgefahrene Kneipe. Als 1906 dieses Bild aufgenommen wurde, war davon noch nichts zu spüren.

Gäste erwarten Vielfalt und Individualität

Ob vegetarisch, vegan oder glutenfrei – viele Restaurantbesucher haben genaue Anforderungen an die Speisekarte eines Lokals. Das zeigen Umfragen der Reservationsplattform OpenTable. Diese belegen auch, dass Millennials ein wenig anders ticken als ältere Generationen.

Den Umfragen zufolge erwarten mehr als die Hälfte aller Restaurantbesucher, dass Gerichte individuell abgeändert werden können. Die Ursachen dafür sind unterschiedlich. Ganze 66% gaben an, Gerichte zu individualisieren, wenn eine bestimmte Zutat nicht dem eigenen Geschmack entspreche. Doch auch Allergien oder bestimmte Ernährungsweisen sind bei 12% der Befragten Auslöser für Sonderwünsche. Nur 9% bitten um eine Änderung des Gerichts, um es gesünder zu machen.

«Mehr als die Hälfte aller Restaurantbesucher erwarten, dass Gerichte individuell abgeändert werden können.»

Grundsätzlich sind die Erwartungen der Gäste hoch. 55% erwarten, dass auf ihre Wünsche mit alternativen Vorschlägen eingegangen wird. Fast ebenso viele, nämlich 46% der Befragten, wünschen sich eine deutliche Kennzeichnung der Allergene auf der Speisekarte. Eine Abänderung des Gerichts ist dagegen 30% der Befragten am liebsten. «Die Wahrnehmung des Personalisierungstrends ist entscheidend für Gastronomen», so Daniel Simon, Country Manager Deutschland bei OpenTable.

Während 38% der Männer mindestens ein vegetarisches Gericht auf der Speisekarte erwarten, setzen ganze 55% der befragten Frauen das voraus. Geht es um vegane Optionen, liegen Männer mit ihren Erwartungen nur knapp hinter den Frauen. So fordern 12% der weiblichen Befragten und 10% der Männer Gerichte ohne tierische Produkte auf dem Menü.

Glutenfreie Mahlzeiten sind ebenfalls nicht so gefragt wie vegetarische, denn nur 12% der männli-

chen und 15% der weiblichen Befragten wünschen diese Auswahlmöglichkeit von einem Restaurant. Auf die Gesundheit wird wiederum vermehrt geachtet. Mehr als einem Viertel aller Befragten ist es wichtig, dass auf der Speisekarte gesunde Gerichte vertreten sind.

Mehr als dreimal so häufig als andere Generationen gaben Millennials an, Vegetarier zu sein. Ganze 10% der zwischen den 1980er und 1990er Jahren Geborenen gaben an, eine vegetarische Ernährung zu bevorzugen, wohingegen nur 3% der Befragten anderer Generationen sich zu dieser Ernährungsweise bekannten.

Auch was die Auswahl des Restaurants angeht, heben sich Millennials ab. Bekannterweise sind sie fleissige Social-Media-Nutzer, auch im Zusammenhang mit Restaurantbesuchen: Während mehr als die Hälfte (57%) der Millennials soziale Medien nutzen, um ein Lokal zu finden, trifft dies auf nur 29% der älteren Generationen zu.



Fast sechs von zehn Millennials nutzen soziale Medien, um ein Restaurant zu finden.

Fleischlose Alternativen

In den USA gibt es momentan einen Riesen-Hype um Fleischersatzprodukte. Branchenführer sind Beyond Meat und Impossible Foods. Ihre Produkte finden zunehmend in Restaurantketten Verwendung, z.B. bei Burger King, White Castle oder TGI Fridays. McDonald's zeigt sich noch zurückhaltend. In Norwegen testet das Unternehmen jedoch vegane Nuggets aus Kichererbsen und Gemüsen. Und in Deutschland bietet der Branchenleader erstmals einen veganen Burger an, den «Big Vegan TS» auf Basis von Soja und Weizen. In der Schweiz wartet McDonald's noch zu, führt aber ein Quinoa-Curry-Sandwich im Sortiment.



«Big Vegan» von McDonald's in Deutschland: Eine wachsende Zahl von Restaurants ergänzen ihr Angebot mit veganen Gerichten.

GAV-Verhandlungen werden ausgesetzt

An der 128. Delegiertenversammlung in Amriswil TG haben die GastroSuisse-Delegierten eine Resolution zur Sozialpartnerschaft verabschiedet. Sie fordern darin die Wiederherstellung der Rechtssicherheit und setzen die Verhandlungen für einen neuen Landes-Gesamtarbeitsvertrag aus.

«GastroSuisse steht zu einer echten und fairen Sozialpartnerschaft und strebt die Fortführung des bestehenden oder den Abschluss eines neuen, allgemeinverbindlichen Landes-Gesamtarbeitsvertrags an, der den Herausforderungen der Branche Rechnung trägt», heisst es in einer Mitteilung des Verbands.

Ein L-GAV ist ein austariertes Werk verschiedenster Arbeitsbestimmungen, wovon die Mindestlöhne nur eines sind. An der Delegiertenversammlung wurde Kritik laut an der Tatsache, dass am

Gesamtarbeitsvertrag beteiligte Gewerkschaften seit einiger Zeit versuchen, mit der Einführung von kantonalen Mindestlöhnen die Lohnkomponente zu übersteuern.

In einer Doppelstrategie verhandeln sie einerseits Arbeitsbedingungen und Löhne in den Gesamtarbeitsverträgen und fordern andererseits nicht deckungsgleiche Mindestlöhne auf politisch-gesetzlichem Weg. «Kantonale Mindestlöhne bringen das Gesamtpaket des L-GAV in ein Ungleichgewicht und gefährden diesen», heisst es in der Resolution

von GastroSuisse. Der Branchenverband fordert von den Gewerkschaften ein klares Bekenntnis zum Vorrang von allgemeinverbindlichen Gesamtarbeitsverträgen.

GastroSuisse setzt die Verhandlungen für einen neuen L-GAV solange aus, bis sich die Gewerkschaften öffentlich für die Allgemeinverbindlichkeit von Gesamtarbeitsverträgen einsetzen und wieder Rechtssicherheit geschaffen ist.



Die Ladestation für Ihre Gäste.

Steigern Sie mit der Chargebox SHARE die Attraktivität Ihres Gastrobetriebes. Gerne beraten wir Sie unter T +41 61 275 51 11. iwb.ch/chargebox

Aus eigener Energie.

Mit dem Förderprogramm «Wirtschaft unter Strom» können Unternehmen in Basel-Stadt E-Fahrzeuge eine Woche lang kostenlos testen. Beim Kauf eines E-Fahrzeugs profitieren Sie von bis zu 5000 Franken Förderbeitrag pro Fahrzeug und 15% Rabatt auf unsere Ladestationen. «Wirtschaft unter Strom» ist ein gemeinsames Projekt des Gewerbeverbandes Basel-Stadt, dem Amt für Umwelt und Energie und IWB. Weitere Informationen unter wirtschaft-strom.ch

**WIRTSCHAFT
UNTER STROM**



«Es wäre interessant zu wissen, ob die Anderen auch nur mit Wasser kochen.»

Branchenvergleich:
wichtige Kennzahlen – exklusiv für unsere Kunden.

Wir möchten Ihnen das Leben leichter machen. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf – es lohnt sich!

Gastroconsult AG
Solothurnerstrasse 259, 4601 Olten
Telefon 062 296 77 30
E-Mail: olten@gastroconsult.ch

Gastroconsult 
nahe. kompetent.

Das Ende von Standardzimmern

Standardzimmer werden zunehmend verschwinden. In Zukunft werden Hotelzimmer nach individuellen Bedürfnissen und Wünschen gebucht werden. Das sagt eine Studie voraus.

Die Untersuchung «Drivers of Change in Hospitality» von Reisetechologie-Anbieter Amadeus und IHG prophezeit das Ende der traditionellen Zimmerkategorien. Künftig sollen Gäste ihre Zimmer individuell zusammenstellen können. Der Abschied von standardisierten Zimmern bezeichnen die Studienautoren als «wegweisenden Trend».

«Reisende ziehen Hotels mit massgeschneiderten Zusatzleistungen vor.»

Vielleicht wollen Gäste ihren Schreibtisch gegen eine Yogamatte tauschen, ihre eigenen Inhalte auf dem Fernseher im Zimmer streamen oder das ganz bestimmte Zimmer im dritten Stock mit der Aussicht buchen, die ihnen schon immer gefallen hat. Genau dies werde künftig möglich sein, heisst es in der Studie.

Die Konsumenten seien daran gewöhnt, bei Musik, Mode und Reisen «genau das zu kaufen, was sie wünschen und brauchen». Hotelunterkünfte, die bisher in einer standardisierten Weise gebucht werden, müssten sich anpassen. Weltweit geben 61 Prozent der Reisenden an, Hotels vorzuziehen,

deren Angebot massgeschneiderte Zusatzleistungen bietet.

Buchungen nach Produktattributen werden der Normalfall sein. Die Gäste könnten dann individu-

elle Merkmale ihres Zimmers auswählen, so die Autoren. Ausserdem sollen sich neue Verkaufsmodelle durchsetzen, bei denen Gäste nicht Zimmer pro Nacht buchen müssen, sondern ganz individuell für den von ihnen benötigten Zeitraum.



Für Musikliebhaber: Das Hotel «The Redbury» in Miami verfügt über Zimmer mit Schallplatten und Plattenspielern.

**EXKLUSIVE
VORTEILE**

NUR FÜR
GASTROSUISSE-
MITGLIEDER

GASTROSUISSE



Günstiger Tanken
kostenlose AVIA-Karte
und viele weitere Vorteile



Sonderkonditionen
für Terminals
und Kartenakzeptanz



Exklusiver Schutz
für Restaurationsbetriebe
mit bester Preis-Leistung



Spezialkonditionen
auf das gesamte
HP Sortiment



Büromaterial zu
Vorteilskonditionen

MARKENKERN.CH

Gastro-Marketingcheck
Profitieren Sie von
unserem Beratungsangebot

ROCKETSCIENCE®

Lärmakustik-Beratung
von unabhängigen Experten
zu exklusiven Preisen



Profitieren Sie von unserem
Flottenrabatt und
zusätzlichen Promotionen



Heizöl zu speziellen
Vorzugskonditionen



Büromaterial zu
Sonderkonditionen



Günstiger Tanken
keine Kartengebühren
und viele weitere Vorteile

GASTROSUISSE
Für Hotellerie und Restauration

Alle Angebote finden Sie unter
www.gastrosuisse.ch/vorteile



Aus der betreuten

Spielgruppe*

Wahlen beflügeln die Phantasie

Der Nachmittag des ersten monatlichen Sitzungstages im Grossen Rat ist jeweils der Beantwortung von Interpellationen gewidmet. Da werden – besonders in Wahlzeiten (und wann sind die nicht) – zu mehr oder weniger originellen Themen Fragen an den Regierungsrat gestellt.

In der Mai-Sitzung wurde die Regierung zum Beispiel gebeten, für die vierte Landessprache zu sensibilisieren. Angeregt wurde von Sibylle Benz (SP) etwa eine Projektwoche Rätoromanisch. Roland Lindner (SVP), der jede Wortmeldung mit dem Satz beginnt, er sei der einzige Architekt im Saal (er ist auch immer der Älteste im Saal), stellte Fragen zu «Pannen und Schäden beim Biozentrum». Und Barbara Heer (SP) forderte in ihrer Interpellation «Kunst endlich raus auf die Strasse», wollte aber keine Mulden vor die Museen stellen, sondern öffentliche Kunstaktionen.

«Auf den Hinterbänken führte dies zum Vorschlag, man solle das GLP-Trio allein im Saal abstimmen lassen.»

Bei all diesen Interpellationen blieben lustige Pointen aus, weil der Regierungsrat auf eine spätere schriftliche Antwort verwies. Nicht so bei der Interpellation mit dem längsten Titel, nämlich «betr. die Basler Regierung gefährdet das Grenztram und den Regio-Frieden (Sie lässt ihren öV-Betreiber im Stich und stösst die Partner und Nachbarn von Saint-Louis und Agglomeration vor den Kopf)».

Regierungsrat Hans-Peter Wessels brauchte für seine Antwort weniger Zeit als der Chronist beim Abschreiben des Titels, was den Interpellanten Beat Leuthardt (Basta) den Anstand verlieren liess. Er bezeichnete die Ausführungen als «verlogen», was ihm einen Ordnungsruf der Statthalterin Salome Hofer eintrug und den Rat eines Ratskollegen, er solle doch künftig Wessels direkter beschuldigen, etwa «mit der Wahrheit zu ökonomisch umzugehen».

Auf höherem Niveau war der Schlagabtausch zwischen David Jenny (FDP) und der Regierungspräsidentin. Ersterer bemängelte, dass der Stadtent-

wickler Lukas Ott in einem Interview ein «Grundrecht auf Stadt» proklamiert hatte, und fragte Frau Ackermann, ob ihr Untergebener, «wenn er denn einer ist», die Kompetenz zur Grundrechtsschöpfung habe. Die oberste Baslerin verneinte – also die Kompetenz, nicht die Frage der Unterstellung.

Dann gibt es keine Sitzung ohne Interpellation zum für Juni geplanten Frauenstreik. Im April hatte Beatrice Messerli (Grünes Bündnis) Fragen gestellt, die einer gewissen Originalität nicht entbehrten: So, ob auch Regierungsrätinnen in den Streik träten, was Frauen der kantonalen Verwaltung zu erwarten hätten, wenn sie streiken, und – ganz interessant – ob es in der Verwaltung Männer gebe, die für ihre streikenden Kolleginnen einspringen würden. Wir lernen: Wenn die Verwaltung streikt, will sie dies sehr geregelt tun.

Im Mai doppelte SP- und Unia-Vertreterin Toya Krummenacher mit einer Interpellation betreffend «Geschlechtercontrolling verstärken» nach. Sie meinte damit nicht die Untersuchung des jeweiligen Geschlechts bei Staatsangestellten wie etwa im Spitzensport. Aber sie nutzte die Gelegenheit, für eine aktive (selbst streiken) oder passive Teilnahme (sich solidarisch zeigen) am Streik zu werben.

Die Antworten zu den beiden Interpellationen werden schriftlich gegeben. Im Falle von Messerli ist die Antwort bereits bekannt und für potentielle Streikerinnen nicht sehr erfreulich: Der Regierungsrat erinnert, dass ein Streik naturgemäss nicht Arbeitszeit sei und politische Aktionen in der Freizeit zu erfolgen hätten. Als «Zuckerli» gebe es aber um 11 Uhr am betreffenden Tag im Hof des Rathauses «eine Pause mit Ansprachen». Ob diese als Arbeitszeit gilt oder ausgestempelt werden muss, wird wahrscheinlich Inhalt einer neuen Interpellation sein.

Nun fragt sich der geneigte Leser (und die Leserin gleichfalls), ob denn keine wichtigen Sachgeschäfte auf der Traktandenliste gestanden hätten, da hier fast ausschliesslich über persönliche Profilierungsaktionen berichtet wird.

Doch, doch... Zum Beispiel wurde die Totalrevision des Tagesbetreuungsgesetzes beraten. Lustiges lässt sich aber darüber nicht berichten. Die

Fronten prallen unversöhnlich aufeinander, nur die Grünliberalen schlugen sich bei Änderungsanträgen mal auf die eine, mal auf die andere Seite und sorgten so jeweils für entsprechende Mehrheiten. Auf den Hinterbänken führte dies zum Vorschlag, man solle doch das GLP-Trio allein im Saal abstimmen lassen – das Ergebnis bliebe dasselbe.

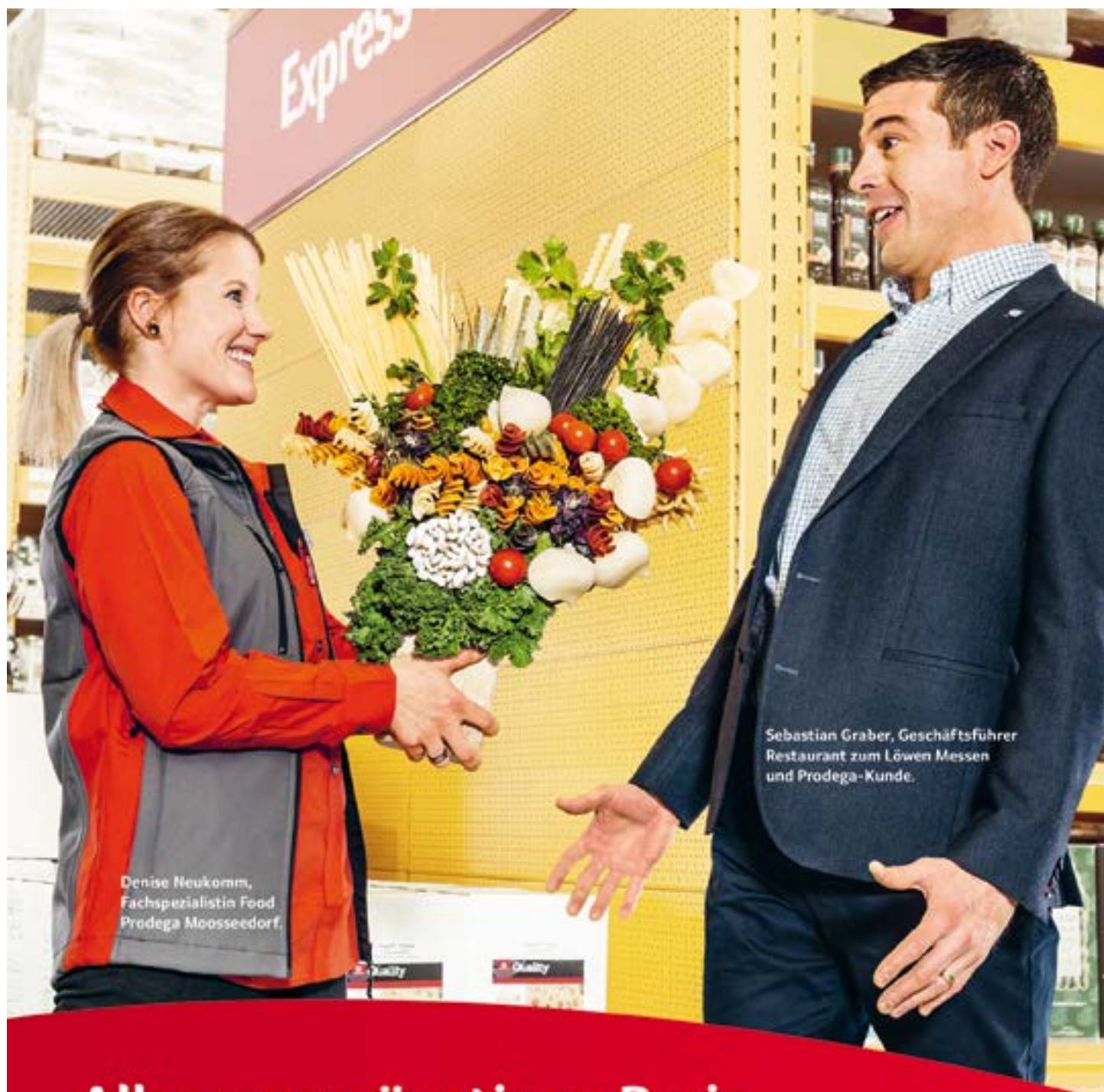
Spannender wurden die Abstimmungen am zweiten Sitzungstag über eine ganze Reihe von Vorstössen, mit denen die links-grüne Seite des Rates die Welt retten wollte. Da brauchte es auch mehrfach einen Stichtentscheid des Präsidenten, der vergeblich darum bat, am letzten Tag der Eisheiligen das Diskussionsklima nicht zu überhitzen. Und es brauchte die Fraktions-Chefs, um ihre «Schäflein» zum Abstimmen rechtzeitig in den Saal zu treiben.

Das kann aber auch kontraproduktiv sein. So brüllte Sarah Wyss (SP) in den Vorraum, man müsse unbedingt reinkommen, um einen Vorstoss zu retten. Sie erreichte aber nur den dort sitzenden René Häfliger (LDP), der reinrannte... und mit Drücken auf den Nein-Knopf die Einführung eines «Sauberkeitsrappens» mit (s)einer Stimme verhinderte.

Diverse Motionen «Pro Klima» kamen hingegen durch, obwohl darauf hingewiesen wurde, dass schon die Schweiz den CO₂-Ausstoss nur im Promillebereich beeinflussen könne – und Basel damit noch viel weniger. Es nutzte auch nichts, dass Jeremy Stephenson (LDP) daran erinnerte, dass Basel bereits ein sehr strenges Energiegesetz beschlossen hatte, «lange bevor Greta von ihrem Vater auf die Strasse geschickt wurde».

Das fand auch Felix Wehrli (SVP), der allerdings ein Namensproblem offenbarte und von der «Klima-Gerda» sprach. Egal, diverse Motionen wurde überwiesen, ganz nach dem Motto «es wird gschaapt, egaal was es koschtet».

** Diese Definition verwendete alt Grossrat Giovanni Nanni jeweils für den Grossen Rat, ähneln die Sitzungen doch oft den Sandkastenkämpfen um «Schüfeli und Kesseli». In dieser Rubrik berichtet ein nicht ganz unbekannter Volksvertreter regelmässig und nicht ganz humorfrei aus den Debatten des Basler Parlaments.*



Denise Neukomm,
Fachspezialistin Food
Prodega Moosseedorf.

Sebastian Graber, Geschäftsführer
Restaurant zum Löwen Messen
und Prodega-Kunde.

Alles zum günstigen Preis.

In unseren 30 Abholgrossmärkten finden Sie über 25'000 Artikel, von günstigen Eigenmarken bis zu ausgewählten Premiumprodukten. Profitieren Sie zusätzlich wöchentlich von mehr als 1'500 Aktionen.

Sie und wir – das passt.
transgourmet.ch
webshop.transgourmet.ch

Prodega Markt
Transgourmet Schweiz AG
4052 Basel

 **PRODEGA
GROWA
TRANSGOURMET**