



Februar 2020 • Ausgabe 94

# baizer.ch

Gastronomie • Hotellerie • Tourismus

## Unsere Themen

Was das Gastgewerbe in den 2010er-Jahren bewegte	4
Umfrage zeigt grosse Mehrheit für die Fair-Preis-Initiative	6
Gold für Hinz und Kunz	6
Sozialpartnerschaft in Gefahr	6
Perlen aus dem Archiv: Zur Kur nach Rheinfelden	7
Aus der betreuten Spielgruppe: Harmonische Anfänge	8
Beizentour um den Spalenberg	10
Geschäftsstelle hat neues Zuhause	11

## Das bringen uns die Zwanzigerjahre

**Was das Gastgewerbe im neuen Jahrzehnt wohl erwartet? Ein paar Entwicklungen, die garantiert eintreffen werden. Oder auch nicht.**

«Prognosen sind schwierig, vor allem wenn sie die Zukunft betreffen»: Es ist unklar, ob dieses Zitat von Winston Churchill, Mark Twain oder Kurt Tucholsky stammt. Tatsache ist, dass es unmöglich ist, die Zukunft vorauszusagen.

**Die Art, wie wir Restaurants denken, planen und betreiben, wird sich verändern.**

Wer ahnte anfangs 1989, dass Monate später der Eisener Vorhang fällt und die Diktatur des Kommunismus endet? Wer ahnte im Jahr 2000, dass die Welt schon bald mit Rauchverboten überzogen sein wird? Dass jeder ein Handy besitzen wird, mit dem er auch fotografiert und surft? Dass Kaffees im Pappbecher zum Strassenbild gehören werden?

Die Entwicklungen gehen rasend schnell. Jedes Jahrzehnt bringt noch mehr Veränderungen hervor als das vorangegangene. Man muss kein Prophet sein, um vorauszusagen, dass die Welt in zehn Jahren eine völlig andere sein wird. Zwar

ist anzunehmen, dass die aktuellen Trends noch eine Weile fortgeschrieben werden, doch keiner weiss, was konkret geschehen wird. Einige der folgenden Themenfelder werden aber im Gastgewerbe eine Rolle spielen.

**Pflanzliche Ernährung** wird beliebter. Das liegt nicht an der lauten Minderheit, die den Veganismus als Ideologie versteht, sondern an durchschnittlichen Konsumenten, die aus Gründen der Gesundheit und des Tierwohls ab und zu auf tierische Produkte verzichten. Es sind diese «Gelegenheitsvegetarier», die auch in den nächsten zehn Jahren für eine höhere Nachfrage nach fleischlosen Gerichten sorgen wird – zumindest im Westen. Weltweit wird der Fleischkonsum markant zunehmen!

Das Seltsame an der Vegi-Mode ist, dass die Speisen doch irgendwie an Fleisch erinnern müssen. Deshalb boomen **Imitate** wie Impossible oder Beyond Meat, bei denen es sich aber letztlich um stark bearbeitete Fake-Produkte handelt.

*weiter auf Seite 2*

## 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  
Gerbergasse 48, CH-4001 Basel  
Telefon 061 271 30 10, info@baizer.ch

### Redaktion

Maurus Ebnetter  
Dr. Jascha Schneider-Marfels

### Gestaltung

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

### Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel  
info@fankhauserdruck.ch

gedruckt in der  
**schweiz**



■ Ein klassischer Job für ungelernte Arbeitskräfte: In Zukunft könnten das Roboter erledigen.

**Fortsetzung** Aufgeklärte Konsumenten werden nach Alternativen suchen: Feine **hausgemachte Gerichte** aus Hülsenfrüchten und Gemüse werden beliebter, wobei auch bisher weniger gebräuchliche Pflanzenteile eine Rolle spielen werden.

Es gibt immer mehr neuartige Nahrungsmittel: **Novel Food** stellt die Lebensmittelüberwachung vor Probleme. So gilt es, Speiseinsekten zu bestimmen, Algenarten zu untersuchen oder über die Verkehrsfähigkeit von Produkten zu entscheiden, die Cannabidiol (CBD) oder andere Extrakte der Hanfpflanze enthalten.

«Man muss kein Prophet sein, um vorauszusagen, dass die Welt eine völlig andere sein wird.»

Fachwissen, Erfahrung und ein gutes Gespür allein reichen nicht mehr, ein Restaurant erfolgreich zu führen. Die Unternehmer werden Entscheide noch mehr aufgrund von **Daten** und exakter Analyse fällen. Gästeinformationen werden systematischer erfasst: Persönliche Daten sind bekanntlich das Gold unserer Zeit.

Zu den grössten Herausforderungen des neuen Jahrzehnts gehört es, qualifizierte Fachkräfte zu finden und zu halten. Die Bewerber gehen bei Wahl ihres potenziellen Arbeitgebers gezielter vor. Vor allem grössere Gastronomen und Hoteliers kommen nicht darum herum, sich mittels **Personalmarketing** auf dem Arbeitsmarkt zu positionieren («Employer-Branding»).

Bis 2030 werden zwanzig **Gruppen und Systeme** in der Schweiz mehr als 100 Millionen Franken Jahresumsatz erzielen. Migros und McDonald's dürften sich gar der Milliarden-grenze annähern. Neben den grossen Playern werden sich noch mehr regionale Gastronomiegruppen etablieren. Einzelne Newcomer wachsen allerdings zu hastig und werden dann

gezielt verkleinern. Andere werden sich als Platzhirsche behaupten oder gar überregional expandieren, zum Teil mit **Franchising**.

Die technologischen Anforderungen für Restaurants werden komplexer. Entlang der gesamten Servicekette findet eine **Automatisierung** statt. Ein Ende der Innovationen ist nicht absehbar, wobei zunehmend auch künstliche Intelligenz eine Rolle spielt. Die **Digitalisierung** bringt den Betreibern, Mitarbeitern und Gästen zunehmend echten Nutzen: durch höhere Umsätze, tiefere Kosten, Convenience, einen markanten Zeitgewinn oder ein grossartiges Erlebnis.

Zu den Herausforderungen gehört es, dass all die Plattformen der Betriebe, Gäste, Behörden und Lieferanten miteinander kommunizieren können. Damit die **Integration** der Systeme greift, braucht es bessere Schnittstellen. Kassen werden nur noch Bestandteil eines integrierten «operation hub» sein. Daran wird im kommenden Jahrzehnt gearbeitet.

Die Unternehmer werden Entscheide noch mehr aufgrund von Daten und exakter Analyse fällen.

Immer mehr Gäste bezahlen mit Karte oder Smartphone. Die Zahl von Betrieben, in denen man nur  **bargeldlos**  bezahlen kann, wird zunehmen. Zumindest in der Schweiz werden aber Banknoten und Münzen (noch) nicht verschwinden.

Instagram wird für das Restaurant-Marketing bedeutend bleiben. Gleichzeitig werden mehr Leute wieder auf den **Geschmack** statt nur auf das Aussehen der Gerichte achten. Glitzer-Shakes und schwarze Burgers mit Aktivkohle sind ja witzig, aber wir sollten nicht vergessen, dass Gäste die Speisen essen und nicht nur anschauen wollen.

Soziale Medien und Bewertungsportale hin oder her: Die herkömmliche **Mund-zu-Mund-Propaganda** wird auch den 2020er-Jahren wichtig bleiben: Nichts hat so viel Einfluss auf die Auswahl eines Restaurants wie direkte Empfehlungen von Freunden, Familie und Bekannten.

**Gäste über 50** werden noch bedeutsamer werden, sowohl mengenmässig als auch von der Kaufkraft her. Viele «Best Ager» – und nicht nur sie – stören sich an lauten Geräuschkulissen in Restaurants. Angesagt sind in den neuen 20er-Jahren deshalb nicht Lokale, die die Musik laut laufen lassen, sondern solche, in denen am Tisch störungsarm gesprochen werden kann. Es lohnt sich, die **Akustik** professionell zu planen!

Alte **Gasthausqualitäten** sind wieder gefragt. Die Wow-Effekte von hippen Konzepten nehmen rasch ab. Am gemütlichsten ist es halt doch in der Beiz. Essen und Trinken sind dabei nur die Kernleistung. Zu stimmigen Konzepten gehören Service, Unterhaltung und Design.

Der **Off-Premise-Markt** wird weiterwachsen: Take-Away, Lieferungen, Catering und Drive-Thrus sind Vertriebsformen mit hohem Potential. Sie sind für Gastronomen jedoch nicht nur Absatzchancen, sondern zugleich eine Konkurrenz.

Deshalb werden sich die Unternehmer stärker anstrengen müssen, den Besuch im Restaurant attraktiver zu machen. Es wird vermehrt Angebote geben, die sich nur vor Ort und nur zu bestimmten Zeiten erleben lassen. Kleine Aufmerksamkeiten für wiederkehrende Gäste oder gar systematische **Loyalitätsprogramme** werden zum Standard.

Durch das steigende Marktvolumen des Liefergeschäfts werden **neue Player** auf den Plan gerufen: Lebensmitteleinzelhändler und Küchenbetreiber, die keine Plätze für den Verzehr vor Ort mehr anbieten.



■ Virtuelle Restaurants ohne Gastraum: In «Geisterküchen» wird nur noch für Lieferungen produziert.

In «**Geisterküchen**», die nicht auf frequentierte Standorte angewiesen sind und deshalb tiefe Mietkosten haben, werden Speisen für «virtuelle» oder echte Restaurants produziert, die dann über externe Dienstleister wie Eat.ch oder Uber Eats vermarktet und zu den Konsumenten geliefert werden. Pizza, Pasta, Curries, Sushi, Sandwiches, Eintöpfe, Salate, Diätgerichte und vieles mehr kommen aus der gleichen Grossküche. Für die Endkunden bleibt das unsichtbar.

### Die Gäste wollen die Speisen essen und nicht nur anschauen.

Die Art, wie wir **Restaurants denken**, planen und betreiben, wird sich verändern. Mitnahmetheken für das Take-Away-Geschäft und Abholzonen für Lieferfahrer nehmen Fläche ein, die Verzehrflächen werden entsprechend kleiner. Das Sortiment wird vermehrt nach Kriterien der Lieferfähigkeit zusammengestellt.

Auch beim **Verpackungsmaterial** sind Innovationen zu erwarten. Es wird rutsch- und stossfester, vor allem aber ökologischer und teilweise kompostierbar werden. Der Reduktion von **Plastikmüll** kommt grosse Bedeutung zu.

Womit wir beim zentralen Thema des Jahrzehnts angelangt sind, der **Nachhaltigkeit**. Es ist zu hoffen, dass sinnvolle Ziele ideologiefrei, ohne planwirtschaftliche Instrumente und mit massvoller staatlicher Intervention erreicht werden. Der Begleitschaden wäre sonst riesig, ohne dass aus globaler Sicht viel für die Umwelt getan würde.

Die meisten unserer Gäste sind ökologisch bewusst, auch wenn ihr Verhalten oft widersprüchlich ist. Gastronomen und Hoteliers tragen die Verantwortung, die Umwelt zu schonen. **Regionalität** und **Saisonalität**, ohnehin eigenständige Trends, helfen dabei.

Die **Vermeidung von Überschuss** ist auch wirtschaftlich interessant. Bausteine hierzu

sind eine sorgfältige Angebotsplanung, ein bewusster Einkauf, die konsequente Müllvermeidung, eine bedarfsgerechte Produktion und die Verwertung von Resten («too good to go»). Luxus muss nicht zwingend Verschwendung beinhalten.

Das steigende **Umweltbewusstsein** verleiht althergebrachten Fortbewegungsmitteln wie Velos, Eisenbahnen, Fähren und Booten Auftrieb. Gleichzeitig wird trotz «Flugscham» so viel geflogen werden wie nie zuvor. Ticketabgaben werden daran kaum etwas ändern.

Auch wenn der **«Overtourism»** in der Schweiz bisher nur punktuell und temporär auftritt, reagieren die Reisenden sensibler auf Menschenmassen. Sie werden zum Teil auf weniger besuchte Orte mit kleinerem Ansturm umschwenken. Das ergibt Chancen für Destinationen und Betriebe abseits der Trampelpfade.

Maurus Ebnetter



■ Gerichte müssen «instagrammable» sein: Viele Gäste zeigen Fotos ihres Essens im Freundeskreis.



**Folgen Sie uns auf Facebook!**  
[www.facebook.com/wirteverband](http://www.facebook.com/wirteverband)

# Was das Gastgewerbe in den 2010er-Jahren bewegte

Das vergangene Jahrzehnt war gekennzeichnet durch einen schneller werdenden Strukturwandel und eine Verschlechterung der Rahmenbedingungen.

Als Ganzes konnte die Branche wachsen, doch der Verteilungskampf zwischen den Segmenten und Einzelbetrieben ist hart. Hier ist eine Auswahl von Themen, die das Gastgewerbe beschäftigt – und es noch immer tun.

## Altersvorsorge

Gemäss CS-Sorgenbarometer beschäftigt Herr und Frau Schweizer die Altersvorsorge wie kein anderes Thema (dahinter folgen die Gesundheitskosten und mit gehörigem Abstand die Zuwanderung und der Klimawandel). Damit die Lohnnebenkosten und die Mehrwertsteuersätze nicht ins Unermessliche steigen, ist bei Reformen der Sozialwerke auch die Ausgabenseite anzuschauen.

## Asiatische Küchen

Sushi, Fried Rice und Nudelsuppe an jeder Strassenecke, thailändische und indische Restaurants am Laufmeter: Existierten noch in den 1980er-Jahren nur wenige Lokale mit asiatischen Küchen, so hat sich das stark geändert. In Basel gibt es 39 bediente Restaurants und 23 SB-Lokale mit asiatischer Ausrichtung.

## Bewertungsportale

97% aller Internetnutzer lesen in irgendeiner Form Online-Bewertungen. Wie Gastronomen mit Reviews auf Portalen wie Tripadvisor umgehen, wird immer wichtiger. Alle Massnahmen nützen jedoch wenig, wenn die eigene Website nicht in Ordnung ist. Als entscheidend gelten dabei neben Adressdaten und Öffnungszeiten aussagekräftige Fotos sowie die Speise- und Getränkekarte.

## Branchengrenzen

Der Detailhandel gewann Anteile am Ausserhaus-Markt. Bäckereien, Supermärkte, Tankstellenshops, Kioske und Möbelhäuser bieten eine Vielzahl verzehrfertiger Speisen und Getränke an. Gastronomie findet jederzeit und überall statt!

## Digitalisierung

Leistungserbringung, Marketing und Vertrieb werden digital. Online-Tischreservierungen, Self-Ordering-Terminals, moderne Kassensysteme, High-Tech in den Küchen, rasenmähende Roboter und elektronische Bezahlung wurden alltäglich.

## Expats

Basel ist sehr international geworden. Man hört oft fremde Sprachen und Hochdeutsch. In einigen Lokalen wird man wie selbstverständlich auf Englisch angesprochen. Vor allem die

Life-Science-Branche bringt viele ausländische Arbeitskräfte in die Region, von denen viele über eine enorme Kaufkraft verfügen und gerne ausgehen. Schwer verständlich, dass es noch Restaurants gibt, die keine englische Version ihrer Website haben!

## Fachkräfte

Die Lehrlingszahlen gehen zurück. Dem Gastgewerbe gelingt es schon lange nicht mehr, seinen Arbeitskräftebedarf selbst zu decken. Ohne ausländische Fachkräfte würden viele Hotels und Restaurants stillstehen.

## Fast-Casual

Fast-Food wurde erwachsen. Die erste Hamburger-Generation hat das Seniorenalter erreicht. Schnell genügt nicht mehr: Es muss auch frisch, schön und gesund sein.

## Erreichbarkeit

Die Erreichbarkeit von Destinationen und Betrieben ist matchentscheidend. Während das Dreiländereck dank Low-Cost-Carriern, Autobahnen, Schnellzügen und Fernbussen von weit her bequem und günstig erreichbar ist, verschlechtert sich die Mikro-Erreichbarkeit der Gastbetriebe. Hauptverantwortlich dafür ist eine ideologisch geprägte Verkehrspolitik, die einem Kreuzzug gegen das Auto gleicht.

## Gastronomietourismus

Der grenzüberschreitende Konsum hat seit dem Eurozerfall stark zugenommen. Pro Jahr geben Herr und Frau Schweizer drei bis vier

Milliarden Franken für gastronomische Leistungen ennet der Grenze aus. Die Ertragslage in unserer Branche ist auch deshalb ungenügend.

## Gesundheitsbewusstsein

Der Alkoholkonsum pro Kopf geht stetig zurück. Salz, Zucker und Transfette wurden zu Feindbildern, Fleisch wird kritisch hinterfragt. In Basel sind nur noch unbediente Fumoirs erlaubt. Nur sechs Kantone in der Schweiz kennen ein solch strenges Rauchverbot.

## Grau-Hotellerie

Der Online-Zimmervermittler Airbnb wächst rasant. Mit dem Ursprungsgedanken der Sharing-Economy hat das kaum mehr zu tun. Um gleich lange Spiesse der Marktteilnehmer sicherzustellen, bräuchte es eine Registrierungspflicht für Kurzzeit-Vermieter.

## Krankenkassen

Die Prämien steigen und steigen. Durch die Zwangsabgaben sinkt das frei verfügbare Einkommen. Besonders der untere Mittelstand gerät unter Druck, anderswo zu sparen. Das geht nicht spurlos am Gastgewerbe vorbei.

## Naturnah

Viele Konsumenten wünschen sich Angebote, die Werte ansprechen. Schlagworte dazu sind die naturnahe Produktion, eine artgerechte Tierhaltung, regionale und saisonale Produkte, Fair-Trade und die Verringerung von Food-Waste.



■ Sushi waren vor dreissig Jahren weitgehend unbekannt, heute findet man sie fast an jeder Ecke.

## Innenstadt

Neue Zentren entstehen dort, wo man Verkehr zulässt, wo die Leute einkaufen und ihre Freizeit verbringen. Die Innenstädte werden immer mehr geschwächt. Hinzu kommt, dass die Mieten vielerorts zu hoch sind. Da der Detailhandel noch mehr darbt, ergeben sich dennoch Chancen für gastronomische Projekte.

## Internet

Wie Restaurants in sozialen Medien wie Facebook und Instagram erscheinen, wurde zum Erfolgsfaktor. Das Web ist ein wichtiges Informationsmedium für Touristen und hiesige Gäste. Auch ältere Leute sind zunehmend online.

## Kostendruck

Steigende Personalkosten, abgeschottete Agrarmärkte, missbräuchliche Schweiz-Zuschläge, technische Handelshemmnisse, exorbitante Gebühren, hohe Raum-, Energie- und Betriebskosten: Der Druck auf die Unternehmen ist enorm. Um die Effizienz zu steigern, wird auf industrielle Vorstufen verlagert und in rationellere Abläufe investiert.

## Kapitalbeschaffung

Um die Liquidität im Gastgewerbe ist es schlecht bestellt. Viele Betriebe haben eine schlechte Bonität und bezahlen trotz aktuellem Umfeld hohe Zinsen. Sofern sie überhaupt Kredit erhalten. Die Konkursrate ist anhaltend hoch. Investitionen in die Gastronomie sind Risikokapital. Manche Projekte sind ohne Mäzenatentum, Querfinanzierungen, Selbstausschüttung oder Crowdfunding nicht zu stemmen.

## Lebensmittelrecht

Es drohte ein Bürokratiemonster mit über 2000 Seiten Text. Am Schluss wurde bei der Revision des Lebensmittelgesetzes und des dazugehörigen Verordnungspakets Augenmass gewahrt. Die Menükarte wurde nicht zu einem verwirrenden Beipackzettel. Neu muss die Herkunft von Fisch deklariert werden. Geändert hat auch die Art und Weise, wie über Allergene informiert werden muss.

## Lärmschutz

Einsprachen und Lärmklagen von Nachbarn können für Wirte zu unangenehmen Einschränkungen führen. Wenigstens hat der Cercle Bruit seine Vollzugshilfe endlich überarbeitet und das Damoklesschwert etwas entschärft.

## Markengastronomie

Die Systematisierung im Gastgewerbe nimmt zu. Ketten und Gastronomiegruppen gewinnen Marktanteile. Individualbetriebe werden in Nischen gedrängt. Wir sind auf dem Weg zu angelsächsischen Verhältnissen.

## Mehrwertsteuer

Der Kampf gegen die MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes blieb erfolglos. Nach wie vor bezahlen Restaurantgäste dreimal so hohe Steuern wie Take-Away-Kunden. Das ist unfair

und schlecht für die Umwelt und den Arbeitsmarkt. Immerhin konnte die Branche erreichen, dass der Sondersatz für Beherbergung verlängert wurde.

## Open-Air

Luft und Sonne sind begehrt denn je. Betriebe ohne Aussengastronomie haben es schwer. Boulevard-Cafés, Gartenwirtschaften, Buvetten und urbane Strandbars sind angesagt. Früher dauerte die Freiluftsaison 100 Tage, heute sind es 200. Nicht nur Raucher drängen bereits bei 14 Grad scharenweise nach draussen. Sehen und gesehen werden.

## Popup-Restaurants

Immer mehr Nachwuchsgastronomen setzen auf Popup-Lokale, Essensstände in Food-Halls oder Imbisswagen, um ihre Konzepte mit überschaubarem Risiko zu testen. Zwischennutzungen von leerstehenden Lokalitäten nehmen zu. Den Gästen gefällt es, hat doch das Endliche einen besonderen Reiz.

## Regionales

Lokale Beschaffung ist ein Top-Thema bei ambitionierten Küchenchefs. Als Gegenbewegung zur Globalisierung entsteht eine Sehnsucht nach Heimat. Die Gäste wollen wissen, woher die Zutaten stammen. Regionale Produkte und Rezepte erleben ein kraftvolles Comeback. Das Lebensmittelhandwerk wird wieder geschätzt. Es entsteht ein Bewusstsein für regionale Wertschöpfungsketten.

## Schnelle Verpflegung

Es gibt mehr Single-Haushalte und Pendler. Viele Menschen können oder wollen nicht mehr richtig kochen. Zeitersparnis wird zum zentralen Motiv vieler Gäste. Die Schnellverpflegung boomt, doch kannibalisieren sich die vielen Anbieter.

## Smartphone

Die Nutzung von Mobiltelefonen nahm stark zu. Das veränderte, wie wir kommunizieren,

einkaufen, Kontakte knüpfen, gesund bleiben, reisen, Nachrichten und Filme sehen. Es ist wichtig, wie Gastbetriebe auf den Mobiltelefonen ihrer potenziellen Kunden erscheinen: Wer diesen Touchpoint nicht beherrscht, hat schon halb verloren.

## Unverträglichkeiten

Immer mehr Menschen zeigen starke allergische Reaktionen auf gewisse Lebensmittel. Manche Familien sind es gewohnt, aus Rücksicht auf ein allergisches Mitglied ihr Leben völlig zu ändern. Die Vorsichtsmassnahmen scheinen Aussenstehenden manchmal absurd, doch das einzige Mittel gegen eine Allergie ist nun einmal die strikte Kontaktvermeidung mit dem Allergen.

## Überregulierung

Allein das Bundesrecht umfasst rund 90'000 Seiten. Jedes Jahr kommen mehrere Tausend Seiten dazu. Im Einzelfall mag es gute Argumente für neue Vorschriften geben, in der Summe aber werden KMU durch den Regulierungswahnsinn und einen pedantischen Vollzug immer mehr stranguliert.

## Vertriebskanäle

Viele Gäste haben ein knappes Zeitbudget. Sie verpflegen sich unterwegs statt wie früher vor Ort. Das führt zu einer hohen Nachfrage nach Speisen und Getränken zum Mitnehmen. Auch Lieferdienste boomen.

## Wirtshaussterben

Das Angebot auf dem Land dünnt aus. In strukturschwachen Gegenden gehen viele herkömmlichen Betriebe dauerhaft zu. Veränderte Konsumgewohnheiten, aber auch Vereinslokale und Bauernwirtschaften machen ihnen das Leben schwer. Oft sind es dann nur noch Imbissbetriebe oder Tankstellenshops, die eine gastronomische Grundversorgung sicherstellen.



■ Expats sind konsum- und ausgehfreudig. Manche Betriebe müssten ohne sie wohl schliessen.

# Grosse Mehrheit für Fair-Preis-Initiative

Ein Grossteil der Schweizer Bevölkerung will etwas gegen unfaire Schweiz-Zuschläge tun. Dies zeigt eine repräsentative Umfrage von GFS Zürich. Mehr als zwei Drittel der Befragten befürworten den Kern der Fair-Preis-Initiative. Eine klare Mehrheit will also das Wettbewerbsrecht stärken und somit Nachfrager aus der Schweiz ausländischen Nachfragern gleichstellen.

69 Prozent der Befragten meinen, dass ausländische Produkte in der Schweiz zu teuer sind. Wer regelmässig im Ausland einkauft, ist sich der Preisdifferenzen am stärksten bewusst. Von dieser Gruppe geben 81 Prozent an, dass ausländische Produkte in der Schweiz zu viel kosten.

«Hiesige Gewerbebetriebe sollen bei der Beschaffung nicht weiter diskriminiert werden.»

Auf den Inhalt der Fair-Preis-Initiative angesprochen, sagen 68 Prozent der Befragten, dass sie mit dem Kernanliegen übereinstimmen. Nur 20 Prozent sind nicht einverstanden, 12 Prozent sind noch unentschieden.

Die grösste Unterstützung für die Initiative findet sich bei jenen, die regelmässig im Ausland einkaufen. Sie haben das grösste Problembewusstsein. Die Fair-Preis-Initiative findet jedoch bei allen Altersgruppen, Sprachregionen und demografischen Schichten eine deutliche Mehrheit.

Die grosse Mehrheit der Stimmbürger will etwas gegen die «Hochpreisinsel Schweiz» tun

und das Wettbewerbsrecht verschärfen. Hiesige Handels- und Gewerbebetriebe sollen bei der Beschaffung von ausländischen Produkten gegenüber Nachfragern aus dem Ausland nicht weiter diskriminiert werden.

Die repräsentative Befragung wurde im Oktober 2019 im Auftrag des Vereins «Stop der Hochpreisinsel – für faire Preise» von GFS Zürich durchgeführt. Es wurden 1012 Personen in der Deutschschweiz und der Romandie befragt. Der Stichprobenfehler liegt bei 3.2 Prozent.



Die Fair-Preis-Initiative sagt missbräuchlichen Schweiz-Zuschlägen den Kampf an.

## Jeder Zweite kauft im Ausland ein

Der Einkaufstourismus boomt: Viele Konsumenten weichen ins Ausland aus. Das zeigen die Resultate der GFS-Umfrage deutlich. Jede zweite befragte Person (48 Prozent) kauft mindestens ab und zu ennet der Grenze ein. Die Aussagen unterstreichen die Tatsache,

dass jedes Jahr viel Kaufkraft abfließt. Tiefere Preise sind der Hauptgrund für den weit verbreiteten Einkaufstourismus. Besonders für Leute, die regelmässig im Ausland einkaufen, ist der Preis zentral. 61 Prozent dieser Gruppe nennen ihn als ausschlaggebendes Kriterium.

## Die Initiative

Die Volksinitiative «Stop der Hochpreisinsel – für faire Preise» (Fair-Preis-Initiative) schafft die Grundlagen, um die Preisdiskriminierung von Schweizer Nachfragern zu bekämpfen. Viele importierte Produkte kosten bei uns sehr viel mehr als im benachbarten Ausland. Dies liegt nicht in erster Linie an höheren Schweizer Lohn-, Infrastruktur- oder Mietkosten, sondern an ungerechtfertigten Schweiz-Zuschlägen. Internationale Produzenten und Lieferanten schöpfen die Kaufkraft gezielt ab. Sie schotten ihre Vertriebssysteme ab und setzen so künstlich überhöhte Preise durch. Darunter leiden Schweizer KMU, Verwaltungen sowie Privatpersonen. Die Fair-Preis-Initiative räumt mit diesen Miss-

ständen auf. Sie stärkt die internationale Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen in der Schweiz und bekämpft die Hochpreisinsel Schweiz. [fair-preis-initiative.ch](http://fair-preis-initiative.ch)



## Gold für Hinz und Kunz

Mit den «Switzerland's Best Whisky Awards» ehrt das Geniesermagazin «Whisky Time» bereits seit 2011 das grosse Engagement der Schweizer Whiskyprotagonisten. Nun gewann die Basler Bar «Hinz und Kunz» den ersten Platz: Daniel Mumenthaler und Pascal Kunz ergatterten die Goldmedaille in der Kategorie «Best Whisky Bar Switzerland».



Patrick Tielke (rechts) von «Whisky Time» überbrachte Daniel Mumenthaler und Pascal Kunz den Award persönlich.

## Sozialpartnerschaft in Gefahr

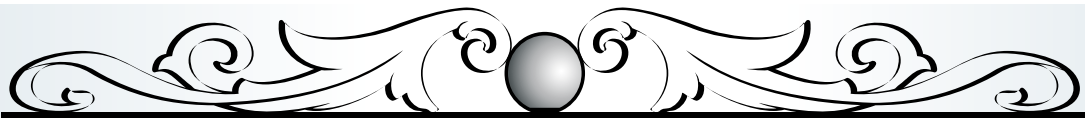
Der Ständerat hat die Motion «Stärkung der Sozialpartnerschaft bei allgemeinverbindlich erklärten Landes-Gesamtarbeitsverträgen» von Isidor Baumann (CVP) abgelehnt. Eine breite Allianz aus 29 Wirtschafts- und Branchenverbänden bedauert diesen Entscheid. Sie hat eine Arbeitsgruppe damit beauftragt, weitere Schritte zu prüfen. «Der Ständerat nimmt in Kauf, dass allgemeinverbindliche Gesamtarbeitsverträge durch kantonale Massnahmen ausgehebelt werden. Es geht um nichts weniger als die Zukunft der Sozialpartnerschaft», kritisiert Casimir Platzer, Präsident von GastroSuisse.

## Chance für unser Land

2027 soll eine Landesausstellung in der Nordwestschweiz stattfinden! Dafür setzen sich zahlreiche Wirtschaftsverbände ein. Auch der Wirtverband unterstützt das Projekt «Svizra27»: Wir sind mit einem einmaligen Beitrag von 5000 Franken dem Trägerverein beigetreten.

[svizra23.ch](http://svizra23.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 25: ZUR KUR NACH RHEINFELDEN

Heute entführt Sie unser Archivar nach Rheinfelden. Dort ging es bereits in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts mondän zu und her: Die Reichen und Schönen aus Europa kurten im Zähringerstädtchen. Hier genossen sie Kurkonzerte, Solebäder und den Müssiggang. Der touristische Aufschwung Rheinfeldens begann 1844, nachdem man reiche Salzvorkommen entdeckt hatte.

*Rheinfelden Spa*

Badestadt 30 miles from Basel

**GRAND HOTEL DES SALINES AU PARC**



SEASON: APRIL TO OCTOBER

■ Ein Werbefaltblatt aus den 1920er Jahren für das Grand Hotel des Salines au Parc.



■ So sah ein Hotelzimmer in den 1920er Jahren aus.



■ Das Restaurant im Parkhotel Rheinfelden.



■ Das Grand-Hotel verfügte über Badezimmer mit Solbadeinrichtungen.



■ Natürlich gab es im Parkhotel auch eine grosszügige Lounge.



## Harmonischer Anfänge – Misstöne folgten

**Die erste Sitzung im neuen Jahr beginnt traditionellerweise immer mit einem Konzert. Ausgesucht wird dieser Auftakt vom jeweiligen Präsidenten des Rates, dieses Mal also Heiner Vischer. Der an sich sehr Feinsinnige wählte ein eher kräftiges Instrument und liess dem Rat den Marsch von einer Saxophon-Gruppe blasen. Und verkündete dann seine Hoffnung, es möge doch nun so harmonisch weitergehen.**

Sein Wunsch wurde vorerst erfüllt, denn Salome Hofer (SP) wurde mit dem Glanzresultat von 92 (von 95!) Stimmen als neue Präsidentin gewählt. Dann aber kam es zum harmonischen Bruch, als die Wahl zum neuen Statthalter abgebrochen werden musste. Es waren nicht genügend Zettel vorhanden, um alle Ratsmitglieder zu bedienen.

Mit rosa Zetteln anstelle der blauen ging es dann erfolgreich in eine neue Runde und auch David Jenny (FDP) erzielte ein respektables Resultat. Er konnte dieses leider nicht vor Ort geniessen, da er sich über die Feiertage den Oberschenkel gebrochen hatte.

**«26'000 Liter Urin kommen da zusammen – stellen Sie sich das mal bildlich vor!»**

Definitiv mit der Harmonie vorbei war es bei der Diskussion, ob das bauliche Desaster Biozentrum von einer Parlamentarischen Untersuchungskommission (PUK) untersucht werden soll. Alle waren dafür, aber wie diese PUK aussehen soll, darüber wurde trefflich gestritten. Die GPK wollte sich selbst als PUK einsetzen, andere eine neue Kommission, bei einigen wohl mit dem Hintergrundgedanken, dort Einsitz (und Sitzungsgelder) nehmen zu können.

GPK-Präsident «Guschi» von Wartburg platze dann der Kragen: «Glauben Sie mir, wir drängen uns nicht danach, diesen komplexen Fall aufzuklären. Aber einer muss es machen.» Der Wunsch

nach Einsitznahme von Spezialisten behagte ihm auch nicht: «Das ist eine politische Untersuchung, da haben Herzog und De Meuron nichts zu suchen.» Das sah die Mehrheit auch so und nahm die GPK in die Pflicht.

Dann ging es um den Kulturvertrag mit dem Baseljbiet – und da war ebenfalls nicht alles eitel Harmonie. Claudio Miozzari (SP) outete sich als gebürtiger Landschäftler (was er mit seinem Dialekt ohnehin nicht verbergen kann) und beklagte trotzdem, dass BL zu wenig zahle: «Die Schieflage wird nun noch schief», zeichnete er ein – ebenfalls ziemlich schiefes – Bild.

**«Das ist eine politische Untersuchung, da haben Herzog und De Meuron nichts zu suchen.»**

Sollten Sie, geneigter Leser, in diesem Moment am Rathaus vorbeispaziert sein, so hätten Sie allenfalls ein sehr seltsames Geräusch vernommen, so ein Malen und Knirschen. Das hatte seinen Grund, bekundete doch fast jeder Redner, dem Kulturvertrag nur mit Zähneknirschen zustimmen zu können.

Noch ein kurzer Blick zurück auf die Dezember-Sitzung, wo manche Beratungen dem Publikum regelrecht absurde Nummern bescherten. So stand eine Motion von Michelle Lachenmeier (GB) zum Thema «Agnostik» an (Nein, ich weiss auch nicht, was das ist). Raoul Furlano (LDP) beantragte «eigentlich» Nichtüberweisung, da er den Inhalt auch nach mehrmaligem Lesen nicht verstanden habe, aber: «Kollege Mattmüller hat mir das Ganze nun erklärt, so dass ich zustimmen kann.»

«Da bringen Sie mich in eine schwierige Lage», protestierte Ratspräsident Heiner Vischer, «wenn Sie den Vorstoss nicht bestreiten, hätten Sie gar nicht reden dürfen!» Ungeschehen machen konnte das Votum niemand, es bestritt auch sonst niemand, so dass die Motion stillschweigend überwiesen wurde – was dem Wort «stillschweigend» eine ganz neue Bedeutung gab.

Kein Thema ist zu niederschwellig, um nicht mit einer Interpellation – also eine Anfrage an den Regierungsrat – aufgegriffen zu werden. Den Bogen fast etwas überspannt hatte allerdings Christian Meidinger (SVP), der beklagte, dass ein mobiles Pissoir am Oberen Rheinweg den Anwohnern einen unschönen Anblick und Gestank beschere. Regierungsrat «Hampe» Wessels beharrte auf der Wichtigkeit der Anlage: «26'000 Liter Urin kommen da zusammen – stellen Sie sich das mal bildlich vor!» Nein, das wollte niemand... auch nicht Ratspräsident Vischer, der trocken kommentierte: «Kai Saich.»

Gar nicht weihnächtlich gestimmt zeigte sich Joel Thüning (SVP), der vom Rednerpult aus David Wüest-Rudin in den Senkel stellte und dabei eher österliche Bilder bemühte: «Ihr Herum-Geeiere geht mir auf den Sack!» Als er von seinem Kontrahenten auch noch forderte, er solle «endlich Eier zeigen», wurde es dem Ratspräsidenten zu bunt und er rügte.

**«Wenn Sie den Vorstoss nicht bestreiten, hätten Sie gar nicht reden dürfen!»**

Es ging übrigens darum, ob den Basler Staatsangestellten das Privileg eines längeren Vaterschaftsurlaub zu Gute kommen soll. Peter Bochsler (FDP) rechnet die Folgen auf den Fall seiner Familie «herunter»: «Wir sind 12 Geschwister – was meinen Sie, wie lange mein Vater da Urlaub gehabt hätte.»

*\* 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.*



# ► WIRTEKURS

zur Erlangung des Fähigkeitsausweises



## Ideal auch als Weiterbildung!



Die ideale Vorbereitung auf die Wirtefachprüfung.

Erfüllt die Module 1 und 4 der Gastro-Unternehmerausbildung von GastroSuisse.



### Kurz und preisgünstig

14 spannende Kurstage  
vom 12. September bis 1. Oktober 2020.  
Kursgebühr 2470 Franken.  
Alle Lehrmittel sowie das  
Arbeits sicherheitszertifikat  
im Wert von 290 Franken  
sind inbegriffen.

### Zulassungsbedingungen

- Mindestalter 18
- gute Deutschkenntnisse

### Mehr Infos

[www.baizer.ch/wirtekurs](http://www.baizer.ch/wirtekurs)



Wirtverband Basel-Stadt  
Gerbergasse 48  
Postfach, 4001 Basel  
Telefon 061 271 30 10  
[info@baizer.ch](mailto:info@baizer.ch)

## Ihre Expertin in Treuhand für Gastronomie und Hotellerie – seit 1921

Wir erleichtern Ihren Alltag.



Wir führen Ihre Finanz- und Lohnbuchhaltung



Wir erstellen Branchenvergleiche und Betriebsanalysen



Wir erstellen Ihre Steuererklärung



Wir stellen Ihnen verschiedene Softwaretools zu Verfügung



Wir erstellen Ihnen ein Gutachten, unterstützen Sie bei Ihrem Businessplan und der Entwicklung Ihres Unternehmens oder Ihrer Nachfolgeregelung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf – es lohnt sich!

Gastroconsult AG Olten  
Telefon 062 296 77 30, [www.gastroconsult.ch](http://www.gastroconsult.ch)

Gastroconsult   
nahe. kompetent.

# Beizentour um den Spalenberg

Der Vorstand des Wirtverbandes führt sein «Weihnachtsessen» traditionsgemäss im Januar durch. Dieses Jahr stand der Anlass unter dem Motto «Rund um den Spalenberg». Leider konnten wir nicht alle tollen Restaurants und Bars besuchen, die dieser Stadtteil zu bieten hat. Auf ein anderes, auf ein nächstes Mal!



■ Vor dem «Aufstieg» zum Spalenberg stärkten wir uns bei Peter Wyss in der Walliserkanne.



■ Vizepräsident Hanspeter Fontana, Geschäftsführer Jascha Schneider und Christina Hatebur.



■ Der Vorstand und die Geschäftsleitung des Wirtverbandes zu Gast im Restaurant Spalenburg.



■ Einfach köstlich: Tapas, vino y más.



■ Die Wanderung rund um den Spalenberg wird fortgesetzt.



■ Metin Kahraman hat uns im Za Zaa hervorragend umsorgt.



■ Château Musar ist die bekannteste Weinkellerei Libanons.



■ Die libanesishe Küche ist sehr schmackhaft und fettarm.



■ «Mezze» bieten viel Abwechslung für die Geschmacksnerven.



■ Ruedi Spillmann (Weiherhof) und Vedat Kirmizitas (Bundesbähnli) im Restaurant Schnabel.



■ Dessert im Schnabel. Einige zogen weiter in den Löwenzorn. Spalenberg, wir kommen wieder!



■ Maurus Ebnetter mit Ismaël und Isabelle Bouarasse-Segesser vom Schnabel.

# Die Geschäftsstelle hat ein neues Zuhause

Am 1. Januar 2020 hat die Geschäftsstelle ihr neues Domizil an der Gerbergasse 48 im Herzen von Basel bezogen. Wir stellen Ihnen unser neues Team vor.

Jascha Schneider-Marfels ist neuer Geschäftsführer. Der Anwalt aus Basel betreut zahlreiche KMU in der Region und prozessiert vor Gericht. Er ist zudem Präsident der Stiftung Tierschutz beider Basel und einer Raiffeisenbank. Schneider berät in seiner Eigenschaft als Jurist in rechtlichen Fragen die Mitglieder des Wirtverbandes.

Ihm zur Seite steht Christina Hatebur. Sie ist von Haus aus Kommunikationsprofi mit einer eigenen Firma. Unterstützt werden die beiden von den Mitarbeitenden am Empfang an der Gerbergasse 48, wo sich auch die Advokatur Balex befindet.

Die Dienstleistungen für die Mitglieder wurden mit dem Wechsel ausgebaut: Die Schalter sind neu montags bis freitags von 8 bis 12 und 14 bis 17 Uhr geöffnet. Während dieser Zeit ist auch das Telefon des Wirtverbandes besetzt. Elektronisch sind wir weiterhin erreichbar über die Mailadresse [info@baizer.ch](mailto:info@baizer.ch). Zudem finden unsere Mitglieder sämtliche relevanten Informationen, Merkblätter und Formulare auf [baizer.ch](http://baizer.ch) oder [gastrosuisse.ch](http://gastrosuisse.ch) im Internet.

Die Geschäftsstelle ist erster Ansprechpartner für die Mitglieder in allen Belangen. Der Geschäftsführer nimmt zudem an den Sitzungen des Vorstands teil und unterstützt ihn und den

Präsidenten in rechtlichen Fragen. Christina Hatebur ist verantwortlich für das Tagesgeschäft und stellt dem Vorstand zudem ihr Kommunikationswissen zur Verfügung.

Dr. Jascha Schneider-Marfels und Christina Hatebur werden im «Baizer» regelmässig publizieren. Das neue Team der Geschäftsstelle freut sich auf die Zusammenarbeit mit den Mitgliedern und dem Vorstand. An der Generalversammlung vom 5. Mai 2020 im Noohn besteht die Möglichkeit, die beiden näher kennen zu lernen.

[baizer.ch](http://baizer.ch)



■ Christina Hatebur



■ Dr. Jascha Schneider-Marfels

**iwb**

## 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. [iwbc.ch/chargebox](http://iwbc.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](http://wirtschaft-strom.ch)

**WIRTSCHAFT UNTER STROM**



# Holen Sie sich das Beste oder lassen Sie es liefern

## Prodega-Markt

Transgourmet Schweiz AG  
Singerstrasse 12  
4052 Basel

[transgourmet.ch](http://transgourmet.ch)  
[webshop.transgourmet.ch](http://webshop.transgourmet.ch)

