



# baizer.ch

Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

## UNSERE THEMEN

Öffnet den Fleischmarkt!	2
Hart umkämpftes Frühstücksgeschäft	4
Eine gute Milliarde Umsatz mit «Coffee to go»	5
Beliebter Sonntags-Brunch	6
Das vergessene Grandhotel	8
Drämmli, Drämmli, Drämmli	10
Basler Bars ausgezeichnet	10
So einfach lässt sich die Fair-Preis-Initiativ umsetzen	11
Ernährungssicherheit und internationale Vernetzung	13
Altersvorsorge: Schluss mit Denkverboten!	13
Neue Tourismusstrategie für Freiburg im Breisgau	14

## 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, Binningen  
ebner@baizer.ch

### Gestaltung

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

### Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel  
info@fankhauserdruck.ch

gedruckt in der  
schweiz

## Schweiz hat mit Abstand die höchsten Fleischpreise

**Das deutsche Unternehmen Caterwings hat einen Vergleich der Fleischpreise durchgeführt. Die Schweiz steht in allen Kategorien an der Spitze: Rindfleisch, Geflügel, Lamm und Fisch. Für den gemischten Warenkorb bezahlen Verbraucher hierzulande 2.41 Mal mehr als im internationalen Durchschnitt.**

Im Einzelnen bestehen grosse Unterschiede. So ist Schweinefleisch 2.15 Mal teurer, Rind 2.49 Mal, Poulet 3.22 und Lamm 2.73 Mal. Am geringsten ist die Differenz beim Fisch: Weil die Einfuhr hier weitgehend zollfrei erfolgen kann, bezahlen

**«Die hohen Fleischpreise haben nur wenig mit der hiesigen Kaufkraft zu tun.»**

wir «nur» 1.49 Mal so viel. Die Fleischpreise in der Schweiz bewegen sich nämlich in einsamen Sphären, weil hohe Zölle und restriktive Importkontingente die heimische Produktion schützen und das Preisniveau künstlich hochhalten.

Länder wie Indien, Brasilien oder Ägypten sind im Vergleich einbezogen und drücken den Durchschnitt, doch ist die Schweiz auch gegenüber den

Nachbarländern deutlich teurer. Der Warenkorb mit verschiedenen Fleisch- und Fischarten ist bei uns 2.2 Mal so teuer wie in Deutschland, 1.85 Mal so teuer wie in Frankreich und gar 2.32 Mal teurer als in Italien. Selbst im Vergleich mit einem Hochlohnland wie Singapur schneidet die Schweiz schlecht ab: Zwar liegt unser Lohnniveau 1.57 Mal höher, doch kostet das Fleisch 1.95 Mal mehr.

Überhaupt haben die hohen Fleischpreise nur wenig mit der hiesigen Kaufkraft zu tun. Während ein Geringverdiener in Dänemark nur eine Stunde für ein Kilo Rindfleisch arbeiten muss, sind es in der Schweiz drei Stunden! In Deutschland und Italien arbeitet die Bevölkerung nicht einmal halb so lang für ein Kilo Hühnerfleisch wie in der Schweiz. Selbst in Ländern wie Griechenland, Portugal, Polen oder Ungarn arbeiten die Leute weniger lang, um sich Fleisch leisten zu können.



■ Schweinekoteletten kosten in der Schweiz zweieinhalbmal so viel wie in Deutschland, Frankreich oder Italien.

## Fleischpreise im Vergleich

Land	Rind	Poulet	Schwein	Fisch	Gesamt
Schweiz	249.3	322.1	215.1	149.3	241.9
Deutschland	123.9	97.4	93.1	100.6	109.9
Frankreich	137.0	145.4	101.9	105.1	130.7
Österreich	139.1	145.2	109.4	134.5	131.1
Italien	131.6	102.7	82.6	104.6	104.1

Quelle: Caterwings.de / Internationaler Durchschnitt = 100

## Arbeitsstunden für 1 Kilogramm

Land	Rind	Poulet	Schwein	Fisch
Schweiz	3.1	1.4	2.0	2.1
Deutschland	2.2	0.6	1.2	2.0
Frankreich	2.2	0.8	1.2	1.9
Österreich	2.3	0.8	1.3	2.4
Italien	4.1	1.1	1.8	3.6

Quelle: Caterwings.de

So lange arbeiten Geringverdiener für 1 Kilo.

# Öffnet den Fleischmarkt!

**Nirgendwo ist Fleisch teurer als in der Schweiz. Die hohen Preisunterschiede gehören zu den Hauptmotiven, im grenznahen Ausland einzukaufen. Doch nicht nur deshalb ist es Zeit für eine Öffnung des Marktes.**

Die Schweiz ist eines der reichsten Länder der Welt. Dennoch ist hierzulande der Pro-Kopf-Konsum von Fleisch 16 Prozent tiefer als in Frankreich, 18 Prozent tiefer als in Deutschland, 21 Prozent tiefer als in Italien und sogar 37 Prozent tiefer als in Österreich. Die Preise in unserem Land sind offenbar so hoch, dass selbst die wohlhabende heimische Bevölkerung sich einschränkt. Für Normalverdiener ist Fleisch in der Schweiz beinahe ein Luxusprodukt.

### «Fleisch gehört zu den Haupttreibern des Einkaufstourismus.»

Weil Fleisch in den Nachbarländern viel günstiger ist, gehört es zu den Haupttreibern des Einkaufstourismus: Herr und Frau Schweizer kaufen pro Jahr für über eine Milliarde Franken Fleisch jenseits der Grenze ein! Natürlich wird der Einkaufskorb gleich noch mit allem anderen gefüllt – und anschliessend geht man Kaffee trinken oder in ein Restaurant essen.

Bis zu einer Schwelle von einem Kilogramm pro Person und Tag ist der Import in die Schweiz zu privaten Zwecken zollfrei möglich. Gastronomen und Hoteliers steht dieser Weg allerdings nicht offen. Sie werden durch komplizierte Kontingente und hohe Zölle davon abgehalten, sich günstig einzudecken. Dadurch sind sie im internationalen Wettbewerb behindert.

Kein Wunder, blüht der Fleischschmuggel! Zöllner entdecken in Lieferwagen oder Kofferräumen regelmässig schlecht gekühltes Fleisch. Bei spektakulären Fällen geht es um mehrere Tonnen. Die Dunkelziffer ist hoch, denn nur ein kleiner Teil der Schmuggler fliegt auf. Angesichts der riesigen Mengen muss man davon ausgehen, dass die Ware nicht nur bei Privaten, sondern auch in Imbissbetrieben, Restaurants oder Lebensmittelläden landet.

Niemand will an den hohen Fleischpreisen in der Schweiz schuld sein. Bauern behaupten,

sie könnten ihre Tiere gratis abgeben und das Fleisch wäre im Endverkauf dennoch teurer als im Ausland. Es liege an den nachgelagerten Branchen von Verarbeitung, Handel und Verkauf, dass das Fleisch so viel koste.

Anders äusserte sich kürzlich der Geschäftsführer des Fleisch-Fachverbandes in den AZ Medien: «Die Rohpreise für Fleisch erreichen in vielen Fällen bereits das Niveau der Ladenpreise im Ausland. Die Metzger könnten also gratis arbeiten und das Fleisch wäre trotzdem teurer.»

Tatsache ist, dass die exorbitanten Fleischpreise nur deshalb möglich sind, weil der heimische Markt abgeschottet wird. Dabei zeigen die Beispiele Käse und Wein, dass eine Öffnung für die Anbieter durchaus verträglich ist: Qualität und Vielfalt steigen, und viele Konsumenten sind bereit, für gute Schweizer Produkte einen happigen Aufpreis zu bezahlen.

Leider gibt es in unserem Land starke protektionistische Strömungen. Statt weitere Sektoren

### «Leider gibt es in unserem Land starke protektionistische Strömungen.»

des Agrarmarkts wenigstens schrittweise zu liberalisieren, werden Schutzzölle und Handelshemmnisse verbissen verteidigt.

Oft wird behauptet, die Qualität von Schweizer Fleisch sei besser. Das mag für einzelne Produkte stimmen, nicht jedoch generell. Beim Rindfleisch gibt es gar grosse Fragezeichen, denn hierzulande werden kaum reine Fleischrassen gehalten. Wenn die Bauern jedoch so von ihrer Qualität überzeugt sind: Wieso fürchten sie sich vor einer Liberalisierung? Es wäre dann ja bestimmt kein Problem, am Markt höhere Preise als die Konkurrenten durchzusetzen.

Eine Öffnung des Fleischmarktes würde dem Gastgewerbe und dem Detailhandel enorm helfen. Mit einem Schlag wären wir bei Produkten wieder international konkurrenzfähig, die für viele Verbraucher bei der Wahl des Einkaufs- und Verzehrorts sehr relevant sind. Mittelfris-

tig würden auch die Bauern gewinnen, weil sie gezwungen wären, strikt auf Qualität zu setzen.

Nicht zuletzt würde unsere Exportindustrie profitieren, wenn neue Freihandelsabkommen abgeschlossen werden könnten. Solche Abkommen mit wichtigen Partnern wie Mercosur, Australien oder den USA scheiterten in der Vergangenheit vor allem, weil die Bauern sich querstellten. Ohne Zugeständnisse im Agrarbereich wird es nicht möglich sein, hier vorwärts zu kommen.



Maurus Ebnetter  
Delegierter des Vorstands  
Wirtverband Basel-Stadt

# Exklusiv für Sie.

Entdecken Sie diesen und  
viele weitere Weine der  
Selection Schwander  
exklusiv in Ihrem CCA-Markt.

selection<sup>1</sup>schwander  
*ausgewählte weine*

Exklusiv für Sie  
ausgewählt:  
Ostinato Umbria Rosso



QR-Code scannen und weitere Weine entdecken.  
[www.cca-angehrn.ch/wein](http://www.cca-angehrn.ch/wein)

Cash-Carry  
**CCA Angehrn**  
*Frühe für Profis*

EIN GESCHÄFTSBEREICH VON **SAVIVA**  
Swiss Food Services

# Hart umkämpftes Frühstücksgeschäft

**Die gastronomische Nachfrage in den Morgenstunden steigt. Vom Business-Frühstück bis zu Kaffee und Gipfeli für unterwegs – die Umsatzchancen sind gross. Handels- und Systemgastronomen fahren im Kampf um Marktanteile eine aggressive Strategie. Kleinere Anbieter punkten mit persönlichem Service, Flexibilität und qualitativ hochstehenden Produkten.**

«Morgenstund' hat Gold im Mund», lautet ein populäres Sprichwort. Was den Ausserhaus-Konsum angeht, scheint es sich zu bewahrheiten. Vielleicht ist Frühstück nicht gerade «das neue Dinner», wie es kürzlich das GastroJournal verkündete, doch die Umsätze steigen tatsächlich. Begünstigt wird diese Entwicklung durch die hohe Zahl von Einzelhaushalten, flexible Arbeitszeiten, riesige Pendlerströme und die steigende Mobilität.

Besonders erstaunlich ist die Entwicklung unter der Woche. Immer mehr Konsumenten frühstücken nicht mehr zuhause. Sie decken sich auf dem

**«Das Frühstücksangebot befruchtet auch das Geschäft zu anderen Tageszeiten.»**

Weg zur Arbeit ein oder gönnen sich eine Auszeit für ihr «Zmorge» oder «Znüni». Vor allem an Passantenlagern öffnen deshalb viele Lokale schon frühmorgens.

Ein stark frequentierter Ort zum Frühstück sind die Migros-Restaurants: Für 6.20 Franken gibt es ein Heissgetränk, zwei Kleinbrote, ein Bircher-müesli, Butter und Konfitüre. Verschiedene Subway-Filialen versuchen, ihr Znüni-Geschäft anzukurbeln, indem sie ein stattliches Sandwich nach Wahl und eine Kaffeetasse mit «free refill» für 5.90 Franken anbieten.

Im Ikea-Restaurant Pratteln kostet ein Frühstück mit Gipfeli, Brötchen, Butter, Konfitüre und Kaffee nur gerade 2.95 Franken; für den gleichen Betrag gibt es ein Glas frischgepressten Orangensaft. Ein Waldbeeren-Müesli kostet 2 Franken. Kein Wunder, wimmelt es zur Znüni-Zeit von Handwerkern, Müttern und ihren Kindern!

Die Manora-Restaurants setzen beim Frühstücksgeschäft auf ein Pauschalangebot: Für 6 Franken erhält man ein Heissgetränk sowie sechs Leckereien vom Buffet. Zur Auswahl stehen unter anderem kleine Gläser mit Orangensaft, Früchten oder Müesli, Käsestückchen, Mini-Omeletten, natürlich auch verschiedene Brötchen und Konfitüren. Zusatzartikel gibt es für einen Franken.

In bedienten Restaurants und Kaffeehäusern kostet nur schon ein Cappuccino beinahe so viel wie bei den Schnellverpflegern ein ganzes Frühstück. Für sie ergibt es keinen Sinn, sich über den Preis zu positionieren. Folgerichtig setzen sie auf Atmosphäre, persönliche Ansprache und Qualität.

In der Bar des Teufelhofs, die schon um 8 Uhr morgens als Kaffee öffnet, gibt es täglich Frühstück bis 14 Uhr. Zum einen werden Packages wie «Den Tag beginnen wie in Venedig» (Cappuccino, hausgemachter Buttergipfel, ein Glas Prosecco) angeboten, zum anderen kann man sich sein Frühstück

auch selber zusammenstellen. Zur Auswahl gehören verschiedene Omeletten.

Die Café-Bar zum Kuss liegt im ehemaligen Totenhäuschen an der Elisabethenstrasse. Gastgeber «Markuss» Engeler öffnet sein Lokal um 8 Uhr. Die Fussgängerfrequenz ist hoch, doch die meisten eilen zur Arbeit. Manchen reicht es zu einem Cappuccino mit einem Gipfeli – und es gibt auch Leute, die sich mehr Zeit nehmen.

«Wenn mal nicht viel läuft, nutzen wir die Zeit anders. Täglich werden in den Morgenstunden neben dem Bedienen der Gäste auch etliche Mise-en-place-Arbeiten erledigt», so Engeler. Als besonders wichtig, um am Vormittag erfolgreich zu sein, erachtet er einen personalisierten Auftritt, Präsenz sowie eine regelmässig hohe Qualität in Produkten und Serviceleistung. «Wir bieten eine warme, exklusive Atmosphäre mit vernünftigen Preisen.»

Im «Les Gareçons» im Badischen Bahnhof beginnt jeder Tag mit einem opulenten Frühstücksangebot. Beim Einkauf von Kaffee-, Tee- und Schokoladen-

**«In bedienten Restaurants kostet ein Cappuccino so viel wie bei den Schnellverpflegern ein ganzes Frühstück.»**

produkten wird grossen Wert auf Bio- und Fairtrade-Ware gelegt. Die Frischmilch kommt aus der Region Basel und ist ebenfalls «bio». Fleisch, Eier und Fisch stammen aus artgerechter Tierhaltung bzw. aus nachhaltigem Fischfang.

«Es braucht keine ausgefallenen Artikel, um erfolgreich zu sein, aber man muss hinter den Produkten

stehen und sie müssen zur Philosophie des Ladens passen», findet Jan Rötzel, Mitinhaber des Restaurants «Les Gareçons», bei dem auch eine Bäckerin angestellt ist, die viele Kleinbackwaren und sämtliche Kuchen («zum grössten Teil Bio») selbst herstellt.

Die Küche lässt sich regelmässig neue Frühstückskreationen einfallen, z.B. «heisse Schüsseln» mit herzhaften Gerichten. Auch Ergänzungskost, Superfood und Cerealien sind ein Thema. «Foodwaste ist nicht unser Ding», wird den Gästen kommuniziert, «Butter, Konfi und Brot reichen wir auf Wunsch lieber nach statt sie hinterher wegwerfen zu müssen». War die Portion zu gross, so können sich die Gäste die Resten auf Wunsch in eine kompostierbare Pappbox packen lassen.

Um gegenüber der mächtigen Konkurrenz zu bestehen, brauche es freundliches Personal, findet Rötzel. «Die Gäste mögen es, wenn die Bedienung schon weiss, was sie möchten. Die Morgenmuffel können dann noch ein bisschen weiter muffelig sein und müssen nicht viel reden.» Die Mitarbeiterschulung sei wichtig, «da gerade bei Backwaren viele Gefahren lauern können, wie Gluten, Laktose oder sonstige allergieauslösende Stoffe.»

Von grosser Bedeutung sind die Morgenstunden auch im «Pane con Carne» an der Sternengasse. Wenn andere Lokale erst gerade öffnen, ist dort nach der Frühstücksphase «schon ein vierstelliger Betrag in der Kasse», erläutert Mitinhaberin Miryam Probst.

Ihre Schwester und Geschäftspartnerin Franzisca Brugger weist auf einen anderen Vorteil der frühen Öffnung um 6.30 Uhr hin: «Wir konnten zwei attraktive Arbeitsschichten schaffen – entweder



■ Mit aggressiven Preisstrategien beleben Restaurantketten wie Subway das Morgengeschäft.



■ In den Manora-Restaurants bekommt man für 6 Franken ein Heissgetränk mit sechs Artikeln vom Buffet.

früh bis und mit Mittagessen, oder ab Mittag ohne Zimmerstunde bis Betriebsschluss». Brugger ist überzeugt, dass das Frühstücksangebot auch das Geschäft zu anderen Tageszeiten befruchtet: «Wer bei uns am Morgen das tolle Birchermüesli oder ein Sandwich entdeckt und die Mittagskarte sieht, kauft sich oft gleich den Lunch ein oder kommt später wieder zurück.»

**«Es braucht keine ausgefallenen Artikel, aber man muss hinter den Produkten stehen.»**

Ein Erfolgsfaktor sei «die attraktive Morgenstimmung», die Brugger mit «hell, frisch, präsent» beschreibt. Wichtig seien auch Parkplätze für Handwerker, doch leider seien in den letzten Jahren viele wegradiert worden. «Das war und ist schwierig zu kompensieren», so Brugger.

Um sich gegenüber der Konkurrenz von Ketten und Detailhändlern zu behaupten, setzt «Pane con Carne» auf ein Top-Snackangebot. Es gibt diverse Brotvarianten, Fleisch in Natura-Qualität sowie zahlreiche vegane und vegetarische Varianten. «Tendenzen wie laktosefreie Milch oder Sojamilch haben wir bereits sehr früh aufgenommen», sagt Miryam Probst.



Bild: zumkuss.ch

Im «Kuss» an der Elisabethenstrasse wird Frühstück auch schon mal vorbestellt. An warmen Tagen ist die Terrasse beliebt.



Bild: pane-con-carne.ch

Franzisca Brugger und Miryam Probst setzen im «Pane con carne» auf eine grosse Auswahl und Abwechslung.

## Eine gute Milliarde Umsatz mit «Coffee to go»

**Das Mitnahmegeschäft boomt. «Coffee to go» war in der Schweiz vor zwanzig Jahren nahezu unbekannt, heute allgegenwärtig. Für viele Menschen scheint der Espresso oder Cappuccino zwischen Tram und Arbeitsplatz zum Morgenritual zu gehören. Ein Grossteil der Umsätze geht leider an der Gastronomie vorbei.**

Wie gross ist der Coffee-to-go-Markt? In Deutschland kursiert die Zahl von jährlich 2.8 Milliarden Heissgetränken zum Mitnehmen. Auf die Schweiz umgerechnet entspräche dies

**«Kioske verzichten auf viele gute Magazine und bauen grosse Kaffeemaschinen ein.»**

rund 300 Millionen Einheiten und einem Umsatz von über einer Milliarde Franken. Der grösste Teil dieser Einnahmen landet in den Kassen von Migros, Coop und Valora. Bäckereien und Ketten wie Tchibo, Starbucks und McDonald's schneiden sich ebenfalls ein gutes Stück des Kuchens ab.

Der Take-Away-Anteil ist von Ort zu Ort unterschiedlich. McDonald's macht keine detaillierten Angaben, gemäss Firmensprecherin Deborah Muriith wird aber insgesamt rund ein Viertel der McCafé-Produkte zum Mitnehmen verkauft. Bei Filialen mit Drive-Thru dürfte der Anteil wesentlich höher sein.

Im Kiosk-Café «to go» im Badischen Bahnhof, das werktags bereits um 5.30 Uhr öffnet, kann vor Ort

konsumiert werden, doch die meisten machen davon keinen Gebrauch. 73 Prozent aller Kaffees werden zum Mitnehmen bestellt. Demgegenüber liegt der Mitnahmeannteil im benachbarten Restaurant nur bei gut zwei Prozent. Zusammen verarbeiten die beiden Betriebsteile fast 1.7 Tonnen Kaffee im Jahr.

Im «Pane con Carne» an der Sternengasse werden vor 12 Uhr mehr als die Hälfte aller Kaffees zum Mitnehmen bestellt, danach sinkt der Take-Away-Anteil. Um den schnellen Kundenzugang und somit das Mitnahmegeschäft zu fördern, bleibt der Bereich zwischen Eingang und Buffet unverstellt. «Pane con Carne» hat eine eigene lokale Marke aufgebaut. Billigbecher gibt es hier keine.

Kaffee zum Mitnehmen wird auch bei der Confiserie Bachmann immer wichtiger. Zwischen 6 und 9 Uhr beträgt der To-go-Anteil bereits 40 Prozent. «Nicht alle Gäste wollen oder können sich die Zeit nehmen, bei uns die Zeitung zu lesen und dazu gemütlich einen Kaffee zu trinken», so Aurel Bachmann. Die beliebteste Form des Kaffees zum Mitnehmen sei zurzeit diejenige mit viel Milch und einem Strohhalm.

Die neuen Kaffeehausketten sieht Bachmann nicht als Konkurrenz, sondern eher als Wegbereiter. «Starbucks machte das Kaffeetrinken für ein breiteres Publikum attraktiv, vor allem wird auch die jüngere Generation angesprochen. Die beliebten Frappuccinos haben jedoch wenig mit einem guten Kaffee zu tun.» Sorgen bereiten dem Confiseur hingegen die Grossverteiler. «Sie haben die Mög-

lichkeit, an den besten Lagen immer neue Läden zu eröffnen, können dabei auf ein volles Werbebudget zählen und tiefe Preise anbieten.»

Ähnlich sieht das Astrid Eisenhut-Sattler vom Stadthauscafé. Das Verhalten mancher Kunden habe sich durch die zahlreichen Verkaufsstellen verändert. Es sei ärgerlich, dass heutzutage überall Café und Gipfeli angeboten werden. «Kioske verzichten neuerdings auf viele gute Magazine und bauen grosse Kaffeemaschinen ein. Wie lange geht es wohl noch, bis der erste Gastronom Zeitschriften günstiger verkauft als die Kioske?», so Eisenhut.

Nicht alle Gastronomen setzen zusätzlich auf Kaffee zum Mitnehmen. «Das bieten wir nicht an, obwohl die Nachfrage da wäre», sagt Markus Engeler vom «Kuss». Es habe bei ihnen einfach zu wenig Platz und mangle an Kapazität. Da ginge ein to-go-Angebot zulasten der Servicequalität.

Immer mehr zum Politikum werden die Pappbecher. Anreize zur Müllvermeidung wirken nur beschränkt, denn viele Konsumenten wollen trotz Rabatten nicht auf Mehrwegsysteme umsteigen. Neben der Bequemlichkeit könnte hier die Angst vor Keimen in den Bechern eine Rolle spielen.

Die Abfallberge durch Einwegbecher sind zwar mit schätzungsweise 4000 Tonnen pro Jahr beachtlich. Andererseits wirkt das Problem aufgebaut, wenn man weiss, dass das weniger als ein Promille der haushaltstypischen Siedlungsabfälle ist.

**McDonald's versucht systematisch, das Umsatzpotential am Vormittag zu erschliessen. Immer mehr Filialen bieten sogar warme Frühstücksartikel an.**

«Die Gäste am Morgen machen einen wachsenden Anteil unserer Kundschaft aus», sagt Deborah Murith, Corporate Relations Manager von McDonald's Schweiz. Bereits 2008 führte die Restaurantkette McCafé-Lounges ein. Mittlerweile verfügen 80 von 165 Schweizer Filialen über solche Coffeeshops. Seit zwei Jahren gibt es ausgesuchte McCafé-Produkte an den Theken sämtlicher McDonald's-Restaurants. Dazu gehören auch Gipfeli, Pain au Chocolat sowie Baguettes mit Butter und Konfitüre.

An 45 Standorten bietet McDonald's bis 10.30 Uhr warme Frühstücksartikel an. Ein «Bacon & Egg Muffin» kostet 5.90 Franken, für einen Franken mehr erhält man ein Getränk nach Wahl dazu. Weitere beliebte Morgenartikel sind die Mini-Rösti «Hash Brown» für 2 Franken, der «Egg & Cheese Muffin» für 4.70 Franken, «Ham & Eggs» für 6.50 Franken, Pancakes mit Sirup für 2 Franken oder der «Cheese & Ham Toast» für 2.50 Franken.

Als zentrale Erfolgskriterien bezeichnet Firmensprecherin Murith «die Qualität und Frische unserer Produkte sowie den freundlichen Service». In den Morgenstunden seien die zentrale Lage der Restaurants sowie die Geschwindigkeit des Service besonders wichtig.



45 von 165 Schweizer McDonald's-Filialen bieten auch warme Frühstückartikel wie den «Bacon & Egg Muffin» an.

## Beliebter Sonntags-Brunch

**Brunchen mit Freunden oder der Familie ist sehr beliebt. Zahlreiche Anbieter versuchen, sich ein Stück von diesem Kuchen abzuschneiden. Am Wochenende darf das Frühstück aufwendiger und etwas exotischer sein.**

Im Seegarten Münchenstein gibt es jeden Sonntag einen Brunch à discrétion für 39 Franken. Kinder bis vier Jahre sind gratis, ab fünf bezahlen sie 8 Franken und für jedes weitere Altersjahr bis 14 zwei Franken mehr. Zum reichhaltigen Angebot an Speisen und Getränken zählen auch frische Smoothies.

Markus Engeler von der Kultur-Bar zum Kuss bietet sonntags von 10 bis 14 Uhr einen Brunch an. Manchmal setzt er ein spezielles Thema, z.B. «Caribbean Brunch» mit exotischen Fruchtsäften und

**«Pancakes, Spare Ribs und Hamburger stehen neben Donuts, Schoggikuchen und Glacé.»**

«spiced hot chocolate» oder «nutmeg jam». Jeweils am letzten Sonntag des Monats findet ein Konzert statt. Im Angebot steht auch ein «Hangover-Frühstück», welches ein Heissgetränk nach Wahl, einen Tomatensaft, Freiland-Rühreier und das Hausgebäck namens «Totebeinli» beinhaltet.

Das Restaurant «Les Gareçons» im Badischen Bahnhof gehört zu den ersten Adressen für ein gepflegtes Frühstück am Wochenende. Samstags werden rund 90 Frühstücke serviert, am Sonntag sogar 150. Wegen des grossen Andrangs muss man reservieren. Oder spät erscheinen: den Brunch gibt es bis 21 Uhr!

Im Gegensatz zu vielen anderen setzt Jan Rötzel seit zwölf Jahren nicht auf Buffets, sondern auf Frühstück à la carte. Gäste können Packages wählen oder einzelne Komponenten selber zusammenstellen. «Die Leute möchten einfach, aber gut und gesund essen. Es muss toll aussehen und natürlich schmecken», so Rötzel. «Viele unserer Stammgäste sind Gewohnheitstiere und bestellen immer dasselbe».

Es gebe aber auch einen wachsenden Teil, der mit Spannung auf die nächste Frühstückskarte warte, um wieder einmal etwas Neues zu probieren. «Vielen Gästen ist es wichtig, im Rahmen der Jahreszeiten zu essen, so dass wir uns diesem Wunsch angepasst haben und vier Mal im Jahr unsere Frühstückskarte ändern», sagt Rötzel. «Wir wollen den Früchten und Gemüsen der Saison eine Bühne bieten».

In der ganzen Region bekannt ist der «Brunchtastic» im Allschwiler Restaurant «Zic Zac». Samstags und sonntags von 10 bis 14 Uhr wird dort ein riesiges Buffet aufgebaut, auf dem amerikanische Pancakes, French Toasts, Spare Ribs und Hamburger neben Donuts, Schoggikuchen und Glacé stehen. Die Getränke werden an den Tisch serviert. Erwachsene – unter ihnen viele Expats – bezahlen 42 Franken, Kinder von 7 bis 13 Jahren die Hälfte. In den Wintermonaten gibt es eine betreute Kindercke.

Arvid Weck bespielt am Sonntag von 9 bis 15 Uhr die Markthalle. Sein «Zmorgeland» (34 Franken, Kinder ab vier bezahlen Alter plus 7 Franken) wurde in kürzester Zeit zu einem festen Wert. Neben Bodenständigem und Delikatessen aus der ganzen Welt gibt es saisonale Specials. Auch Veganer, Vegetarier und Allergiker kommen hier auf ihre Rechnung.

Ein gutes Dutzend weiterer Lokale in Basel und Umgebung bieten Brunch an. Einige tun dies nur gelegentlich. Im «La Fourchette» an der Klybeckstrasse stehen beispielsweise immer am ersten Sonntag des Monats ausgesuchte regionale Produkte auf einem Buffet, darunter Demeter-Ziegenkäse aus dem Sundgau oder Schafskäse aus dem Jura. Eine erste Servicerrunde gibt es ab 9.30 Uhr, die zweite ab 12.30 Uhr. Das Vergnügen kostet 45 Franken, inklusivem frischem Orangensaft, Warmgetränk und Prosecco.

Den Massstab beim Sonntagsbrunch setzt das Grandhotel Les Trois Rois. Von 12 bis 15 Uhr stehen auf dem Buffet im Belle-Epoque-Saal Antipasti, Austern, Foie gras, warme Speisen wie Roastbeef, hausgemachte Desserts und vieles mehr. Der Preis pro Person beträgt 129 Franken, wobei eine halbe Flasche Champagner inbegriffen ist.

Andere Betriebe setzen auch sonntags auf ein weniger üppiges Angebot. Bei Beschle an der Centralbahnstrasse gibt es den Brunch nur auf Vorbestellung und ab 10 Personen, ansonsten wählen die Gäste à la carte. Im Café Frühling an der Klybeckstrasse gibt es diverse Frühstücksangebote zwischen 8.50 bis 29.50 Franken.



129 Franken per Person: Den exklusivsten Sonntagsbrunch in Basel gibt es im Grandhotel Les Trois Rois.

# Wie der Brunch entstand

**Der Brunch entstand im Laufe des 18. Jahrhunderts in Grossbritannien. Das Wort setzt sich zusammen aus «breakfast» und «lunch», was ziemlich genau beschreibt, um was es sich handelt. In den 1930er-Jahren wurde das opulente, zeitlich ausgedehnte Frühstück auch in Amerika populär. Heute «bruncht» man fast weltweit.**

Die Kulturgeschichte zeigt, dass opulente Mahlzeiten stets ein Privileg der oberen Schichten waren. Auch wenn Essenszeiten, Servicearten, Tischmanieren und Mahlzeitenlänge je nach Epoche variierten: Lange Zeit konnten es sich nur Wohlhabende leisten, ausgedehnt zu geniessen.

Laut der «Encyclopedia of American Food and Drink» von John F. Mariani geht der Begriff «Brunch» zurück auf einen Guy Beringer, welcher 1895 in der Zeitschrift «Hunter's Weekly» die Kombination von Frühstück und Mittagessen propagierte, weil das nach der Rückkehr von der Jagd eine ideale Mahlzeit sei.

Zudem sei ein Essen, das mit Tee oder Kaffee, Brot und Marmelade beginne und erst dann zu schweren Gerichten übergehe, dem traditionellen «early Sunday dinner» nach dem Kirchgang vorzuziehen. Ein Vorteil liege auch darin, dass man sonntags später aufstehen könne. Ein Brunch sei heiter, gemütlich und anregend («cheerful, sociable and inciting»), schreibt Beringer.

Bereits 1865 enthielt ein englisches Rezeptbuch zahlreiche Vorschläge zur Bereicherung des Frühstücks, z.B. Bratkartoffeln, Aufschnitt, Schinken, Zunge, gepökeltes Schweinefleisch, Hähnchen,

Fasanenschenkel, Kalbskoteletten und Räucherfische. Auch von Puddings, Wähen und Galantinen ist die Rede.

**«Lange Zeit konnten es sich nur Wohlhabende leisten, ausgedehnt zu geniessen.»**

Major L., der Autor des Buchs «Breakfasts, Luncheons and Ball Suppers» unterschied 1887 vier Arten von Frühstück: Das normale «family breakfast», das «déjeuner à la fourchette» mit einzelnen Gängen, den schön angerichteten Imbiss «cold collation» sowie den «amigu», eine üppige Mahlzeit, bei welcher aber alle Speisen gleichzeitig aufgetischt wurden. Damen würden morgens selten Fleisch essen, schreibt der Autor. Trotzdem empfahl er zum Frühstück neben Schinken und Speck auch Nieren, gebratene Ente und Truthahn.

In den Vereinigten Staaten kam der Brunch erst in den 1930er-Jahren auf. Evan Jones, der Autor von «American Food: The Gastronomic Story», berichtet, dass er ein entsprechendes Angebot erstmals 1933 im berühmten Pump Room des Hotels Ambassador in Chicago wahrnahm. Heute ist das ausgedehnte Spät-Frühstück sowohl daheim als auch

in Hotels und Restaurants in der ganzen westlichen Welt verbreitet – vorwiegend am Wochenende, wenn die Leute Zeit haben.



Im Hotel Ambassador in Chicago machten Geschäftsleute und Filmstars auf ihren Reisen von Küste zu Küste Halt. Von hier aus verbreitete sich der Brunch in die ganze USA.

## Frühstück-Trends

«Immer mehr Gäste haben individuelle Bedürfnisse. Die Kurzlebigkeit nimmt zu. Sonntags sind die Leute am meisten gestresst und haben 'keine Zeit'...»

Markus Engeler, Caffè Kultur-Bar zum Kuss

«Wir spüren stark den Wunsch nach einem 'gesunden' Brötchen, das man ohne schlechtes Gewissen verspeisen kann. Am besten sind die Zutaten dabei bio, regional und natürlich saisonal. Leicht soll es sein und gut aussehen auf dem Instagram-Bild, welches man dann im Zug von seinem Kaffee und seinem Sandwich macht.»

Aurel Bachmann, Confiserie Bachmann

«Weg von den Brunchbüffets hin zum Frühstück à la carte bzw. zum Zusammenstellen einzelner Komponenten nach Wahl.»

Jan Rötzel, Restaurant Les Gareçons

«Gute Erfahrungen machen wir mit Paketangeboten, die prägnante Bezeichnungen wie 'Schellenursli' aufweisen, wobei die Gäste problemlos Änderungswünsche anbringen können.»

Franziska Brügger, Pane con Carne

## Lohnt sich die Morgenöffnung?

**Die Frage, ob und wann genau bereits am Morgen geöffnet wird, kann nur individuell beantwortet werden. Je nach Konzept und Lage wird die Einschätzung anders ausfallen.**

Gute Chancen bieten sich an Passantenlagen oder bei Parkmöglichkeiten. Überlegungen zu den Arbeitszeiten und Arbeitsschichten spielen ebenfalls eine Rolle. Betriebe ohne Zimmerstunde sind bei den Stellensuchenden beliebter. Auch Marketingaspekte sind zu berücksichtigen.

Gelingt es, frühmorgens Gäste zu gewinnen, so kommen diese vielleicht zu anderen Tageszeiten wieder.

Aus rein betriebswirtschaftlicher Sicht muss die Nutzwahrscheinlichkeit erreicht werden. Konkret bedeutet dies, dass die direkt durch die zusätzlichen Öffnungsstunden verursachten variablen Kosten bezahlt und darüber hinaus Deckungsbeiträge an die Fixkosten erwirtschaftet werden können.

## Ganztags frühstücken

«Frühstück bis in den Nachmittag» ist ein Konzept, das man vor allem in grossen Städten kennt. So behält das neue Hilll an der Langstrasse seine Brunch-Artikel täglich bis 15.30 Uhr auf dem Buffet. Der nächste Schritt wäre ein Restaurant, das sich das Frühstück zum Konzept macht. In

Berlin bietet das Restaurant Benedict Klassiker wie «Eggs Benedict», aber auch Exotisches, etwa Shakshuka. In den USA gibt es schon lange Restaurantketten, die den ganzen Tag auf Frühstücksartikel wie Waffeln, Pancakes oder Donuts setzen.

## Frühstück im Hotel

Auf den Frühstücksbuffets vieler Hotels sieht man in den letzten Jahren fremdländische Spezialitäten. Asiatische Gäste mögen Congee-Reissuppe, gebratenes Gemüse und laktose-

freie Milch. Gäste aus den Golfstaaten wiederum schätzen Fladenbrot, gut gekennzeichnetes oder sogar Halal-Fleisch, Trockenfrüchte und Datteln.



# 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 11: DAS VERGESSENE GRANDHOTEL

An der Centralbahnstrasse gab es ein Grandhotel, an das sich kaum noch jemand erinnert. Dabei steht der fünfstöckige Jugendstilbau mit den säulengestützten Balkonen noch heute. Das Hôtel de l'Univers eröffnete anfangs des 20. Jahrhunderts, war aber offenbar nicht sonderlich erfolgreich. Vielleicht führte auch der Ausbruch des Ersten Weltkrieges zur Betriebsaufgabe. Das alte Grandhotel dient heute als Bürogebäude. Im Erdgeschoss befinden sich Läden und ein chinesisches Restaurant.

Basel ist die bestgelegene Zwischenstation.  
Das Grand Hotel de l'Univers



1930 wurde das Haus zum Hauptquartier der Bank für Internationalen Zahlungsausgleich, die nur zwei Jahre bleiben wollte. Sie blieb dort jedoch, bis sie 1977 in den BIZ-Turm umzog.

## Residenz-Hotel

Am Leonhardsgraben eröffnet 2019 ein neuartiges Hotel. Hinter dem Projekt stehen die Pensionskasse von Coop als Grundeigentümer, der Teufelhof Basel als Betreiber und die Architekten Trinkler Stula Achille. Das Konzept wird unter eigener Marke im Viersterne-Bereich positioniert. Vier Apartments und zwölf Grosszimmer sind für Longstay-Gäste vorgesehen. Hinzu kommen zwanzig klassische Hotelzimmer. Die Gäste bestimmen den Servicegrad selbst. Ergänzt wird das Haus mit einer Lobby-Bar, Seminarräumen und einem Fitnessraum.



Visualisierung: TrinklerStulaAchille

## Unrealistische Regelung

Die Basler Regierung unterstützt eine Kernforderung der Volksinitiative «Zämme fahre mir besser» des Gewerbeverbandes. Es geht um die Streichung des 10-Prozent-Reduktionsziels für den motorisierten Verkehr aus dem Umweltschutzgesetz. Der Regierungsrat bezeichnet die bestehende Regelung als «unrealistisch» – eine Aufhebung sei folglich «durchaus sinnvoll».

## Revenue Management

In der Hotellerie ist «Revenue Management» mittlerweile Standard. Das Ertragsmanagement in der Gastronomie ist hingegen oft wenig strukturiert, obwohl es mindestens ebenso wichtig wäre. Was in den USA schon seit langem betrieben wird, bringt jetzt die SHS Academy mit einem zweitägigen Kurs in die Schweiz. Ein spannendes Kapitel moderner Restaurantführung.

[www.swisshospitalitysolutions.ch](http://www.swisshospitalitysolutions.ch)

## Hoteliers erhalten Preishoheit zurück

Das Parlament will «Knebelverträge» von Online-Buchungsplattformen verbieten. Eine Motion, die den Direktvertrieb der Hotels stärkt, wurde deutlich angenommen. Der Bundesrat hat nun den Auftrag, ein entsprechendes Spezialgesetz auszuarbeiten. Hotels dürfen künftig auf ihren eigenen Internetseiten den auf Plattformen aufgeführten Zimmerpreis unterbieten. Deutschland, Frankreich und Österreich kennen bereits solche Regelungen.



# ► WIRTEKURS

zur Erlangung des Fähigkeitsausweises



## Ideal auch als Weiterbildung!



Besuchen Sie einen dreiwöchigen Intensivkurs!

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



### Nächster Kurs

- vom 30. Oktober bis 20. November 2017
- Tagungszentrum Oekolampad  
Allschwilerplatz, Basel

### Preis

- CHF 2950 (inkl. Lehrmittel)

### Zulassungsbedingungen

- Mindestalter 18
- guter Leumund
- gute Deutschkenntnisse

### Mehr Infos?

- Besuchen Sie unsere Website  
[www.baizer.ch](http://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](mailto:info@baizer.ch)

# Mehr stadtbelebung weniger schikane

**Ja** Basel als wettbewerbsfähiges und klares Zentrum der Region.

**Ja** Sichere Arbeitsstellen im Detailhandel und in Freizeitbetrieben.

**Ja** Wirksame Belebung der Stadt durch konsumentenfreundliche Gebühren.

# Ja

zu vernünftigen  
Parkgebühren

[www.stadtbelebung-ja.ch](http://www.stadtbelebung-ja.ch)



## Drämmli, Drämmli, Drämmli... über Di schwätz ich jetzt nämmlig

Die grossrätliche Debatte über den Bericht der Geschäftsprüfungskommission und die Stellungnahme der Regierung dazu bietet den Parlamentarierinnen und Parlamentariern einmal im Jahr vortrefflich Gelegenheit, den ach so bösen Regierungsmitgliedern und der noch böseren Verwaltung mal so richtig die Meinung zu geigen. Ob es zu den im GPK-Bericht angesprochenen Themen passt oder nicht, ist dabei «Hans was Heiri».

So regte sich SP-Regierungsratsaspirantin Tanja Soland massiv darüber auf, dass es der Staatsschutz gewagt hatte, eine öffentliche (!) Veranstaltung zu besuchen, um herauszufinden, ob eine potentielle Terrororganisation dort strafrechtlich

**«Leider war unser Back-Office zu schnell und hat mein Votum schon auf die Homepage geschaltet.»**

relevante Hetze von sich gibt. Dumm nur, dass dies vor ein paar Wochen geschah – Grossratspräsident Joel Thüring musste denn auch daran erinnern, dass der GPK-Bericht 2016 zur Debatte stand.

Im 2017 war die Versuchung besonders gross, so richtig auf den Putz zu hauen. Sogar SP-Grossrat Tobit Schäfer konnte als GPK-Präsident Kritik am «eigenen» Regierungsrat nicht völlig ausblenden, hatte aber auch eine gute Begründung dafür: «Ich bin einigermassen unverdächtig, zum linken Lager meiner Partei zu gehören».

Die BVB-Debatte war nun so richtig lanciert. Den Grundton gab SVP-Fraktionssprecher Edi Rutschmann vor: «Wessels lacht halt nur und macht das, was er am liebsten tut: Nichts oder etwas Falsches.»

Ein Schlagabtausch nützte der Sache doch nichts, antwortete LDP-Sprecher Michael Koechlin, um dann – sehr konsequent – weiterzufahren: «Die Geschichte der BVB ist eine Krankengeschichte, vor

**«In diesen heiligen Hallen kennt man die Rache nicht.»**

allem der politischen Führung, die nicht gerade vor Selbstkritik strotzt.» Die sogenannte BVB-Million sei aber hauptsächlich eine «Mediensuppe» – und dies dank der eingängigen Zahl: «Was wäre gewesen, wenn die Zahlung 752'389 Franken betragen hätte?»

Wankelmütigkeit ortete FDP-Sprecher Luca Urge-se nicht nur bei «BVB-Hampe», sondern auch bei seiner Partei. Da habe die SP in einer Medienmitteilung noch vor wenigen Tagen betont, sie erachte einen Nachtragskredit zur Rechtfertigung der BVB-Million für notwendig, genau diesem Antrag der Bürgerlichen würde sich die Partei aber nun verweigern: «Leider ist die Haltbarkeit von SP-Medienmitteilungen nicht gerade lang!»

Vom Grünen Bündnis sprach Tonja Zürcher, wobei sie schon wusste, dass man ihr kaum sehr interessiert zuhören wird: «Leider war unser Back-Office zu schnell und hat mein Votum schon auf die Homepage geschaltet.» Sie hielt das Votum trotz-

dem in voller Länge, wie der Chronist im Internet nachprüfen konnte inklusive eines schönen Wortbildes: «Wenn wir den Kopf weiterhin in den Sand stecken, wird die BVB an die Wand gefahren.»

Ein interessantes Wortbild fand ebenfalls CVP-Präsident Balz Herter: «Nun hat auch Basel-Stadt seine Handschlag-Affaire.» Nur wäre es in diesem Fall eben schlauer gewesen wäre, Wessels hätte den Handschlag zur Millionenzahlung verweigert. Vielleicht müsste man in Zukunft solche Verhandlungen auf Seiten Basels einem orthodoxen Muslim anvertrauen und beim Verhandlungspartner um eine weibliche Delegation bitten – einen Handschlag gibt es dann sicher nicht.

Einmal mehr Ton und Thema nicht gefunden hatte daraufhin der selbsternannte Retter aller Mieter und neu auch Tram-Experte Beat Leuthardt, der im Widerstand gegen die BVB-Million «anti-elsässischen Rassismus» ebenso ortete wie «latente Tram-Feindlichkeit» beim Baudirektor. Darauf frohlockte der auf der Tribüne lauschende Eric Weber, endlich habe er einen würdigen Nachfolger gefunden.

Der dermassen angeschossene «Hampe» Wessels war bei der Entgegnung im Parlament sichtbar nervös und erschlug erst mal seine Pultlampe, bevor er mit einer Flut von Folien auf dem Hellraumprojektor (auch im Rathaus ist «digital» ein Thema...) die Aufmerksamkeit der Volksvertreter in Langeweile ertränkte. Zur umstrittenen Million erklärte er lapidar, es sei egal, ob das Parlament einen Nachtragskredit bewillige oder nicht; die BVB müsse und werde das Geld zahlen. Soweit also zum immer wieder geäusserten Verdacht, die da oben würden sowieso machen, was sie wollen...

Rats-Methusalem Felix Eymann glättete die Wogen dann mit einem Mozart-Zitat: «In diesen heiligen Hallen kennt man die Rache nicht. Und ist ein Mensch gefallen, führt Liebe ihn zur Pflicht.» Hinter ihm lächelte Regierungspräsidentin Elisabeth Ackermann milde, denn sie kannte das Zitat. Schliesslich ist sie im «normalen Leben» Musiklehrerin.

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

## Basler Bars ausgezeichnet

Bei der 15. Ausgabe der «Swiss Bar Awards» sicherte sich das «Soho» an der Steinenvorstadt den Sieg in der Kategorie «Best Newcomer Bar». Das «Werk 8» auf dem Gundeldingerfeld erhielt die Auszeichnung «Best Bar Menu». In letzter Zeit wurden immer wieder Bars und Barkeeper aus Basel ausgezeichnet. 2015 war Adriano Volpe vom Trois Rois «Barkeeper of the Year», und «Hinz & Kunz» wurde zur «Best Newcomer Bar» erkoren. Im vergangenen Jahr erhielt das Café des Arts die Auszeichnung «Best Longseller Bar».



■ Laura Herbella und Arton Krasniqi (Mitte) nehmen die Auszeichnung als beste Newcomer-Bar entgegen.

# So einfach lässt sich die Fair-Preis-Initiative umsetzen

**Die eidgenössische Volksinitiative «Stop der Hochpreisinsel – für faire Preise» ist auf der Zielgeraden und wird noch dieses Jahr eingereicht. Gegner behaupten, die Initiative lasse sich nicht umsetzen – schon gar nicht bei ausländischen Unternehmen. Diese Behauptung ist nachweislich falsch.**

Der Ständerat sagte 2014 deutlich Ja zu einer Regelung, die es marktmächtigen Anbietern erschwert hätte, missbräuchliche Schweiz-Zuschläge durchzusetzen, indem sie ihr hiesiges Vertriebssystem abschotteten. Auch die Wirtschaftskommission des Nationalrats empfahl eine Verschärfung des Kartellgesetzes. Weil die grosse Kammer jedoch aus verschiedenen Gründen zweimal nicht auf das überladene Revisionspaket eintrat, kam es dort nie zu einer Debatte zu diesem besonders wichtigen Thema.

**«Die Verfahrensflut wird nicht eintreten. Es genügen ein paar Leitentscheide der Weko.»**

Schon damals war bekannt, wie man das Kartellgesetz präzisieren müsste, um missbräuchlichem Verhalten von marktmächtigen Unternehmen Einhalt zu gebieten. Der entsprechende Artikel im heutigen Gesetz ist toter Buchstabe, weil gemäss langjähriger Praxis der Wettbewerbskommission praktisch kein Unternehmen «marktbeherrschend» ist, wenn es nicht gerade eine Monopolstellung innehat.

Der Ausserrhoder alt Ständerat Hans Altherr (FDP) brachte das Anliegen in seiner parlamentarischen Initiative «Überhöhte Importpreise. Aufhebung des Beschaffungszwangs im Inland» wieder aufs Tapet. Die vorberatenden Kommissionen von National- und Ständerat haben dieser Initiative Folge geleistet, doch die Umsetzung wird von den Gegnern systematisch verschleppt – in der Hoffnung, die Vorlage im weiteren parlamentarischen Prozess zu verwässern, schein-umzusetzen oder abzuschliessen. Damit das nicht passiert, hat eine

breite Allianz von über dreissig Organisationen im Herbst 2016 die Fair-Preis-Initiative lanciert, die nun vor der Einreichung steht.

Wie können die Forderungen der Pa.Iv. Altherr und der Fair-Preis-Initiative umgesetzt werden? Es genügt, im Art. 4 des Kartellgesetzes den neuen Begriff «relativ marktmächtige Unternehmen» zu definieren. Es sind dies einzelne Unternehmen, von denen andere Unternehmen in einer Weise abhängig sind, dass keine ausreichenden und zumutbaren Ausweichmöglichkeiten bestehen. Danach muss nur noch dafür gesorgt werden, dass der Missbrauchskatalog im Art. 7 KG auch bei relativ marktmächtigen Unternehmen angewandt wird.

Das Konzept der «relativen Marktmacht» ist keineswegs neu. In Deutschland kennt man es schon seit 1974 und hat es bei allen Gesetzesanpassungen beibehalten, zuletzt in der GWB-Revision 2013 – federführend war FDP-Wirtschaftsminister Rösler.

Die Fair-Preis-Initiative enthält in den Ausführungsbestimmungen noch eine Reimport-Klausel, eine Sanktionsbefreiung für relativ marktmächtige Unternehmen sowie eine Forderung nach diskriminierungsfreien Online-Handel. Auch dafür gibt es längst konkrete Vorschläge, wie das ins Gesetz gegossen werden kann.

Gegner werden nun einwenden, Gesetzestexte seien das eine, deren Durchsetzung etwas anderes. Die Fälle Elmex, BMW und Nikon zeigen, dass die Weko gegen Unternehmen, die im Ausland den Wettbewerb zuungunsten der Schweiz behindern, vorgehen kann, wenn sie Parallelimporte – in den genannten Fällen durch eine Abrede – verhindern wollen. In der Schweiz wie in der EU und vielen an-

deren Staaten gilt für das Kartellrecht das Auswirkungsprinzip. Im Art. 2 Abs. 2 KG ist dies 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 sogar von der Schweiz aus durchsetzbar. In allen anderen Fällen sind Schadenersatzansprüche über Arrestlegungen durchsetzbar, wenn das behindernde Unternehmen Vermögenswerte in der Schweiz hat.

Auch die von den Gegnern befürchtete Verfahrensflut wird nicht eintreten. Es genügen ein paar Leitentscheide der Weko. Es ist ja nicht so, dass internationale Konzerne mutwillig gegen Gesetze verstossen. Sie tun einfach das, was die Weko ihnen durchgehen lässt. Nur schon aus Compliance-Gründen werden sie ihr Verhalten von vornherein anpassen, wenn sie nicht mehr davon ausgehen können, dass beispielsweise die Nichtbelieferung oder preisliche Diskriminierung von Nachfragern aus der Schweiz vom Gesetz nicht erfasst wird.



## Gastro Express

Der führende Online-Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe.

[www.gastro-express.ch](http://www.gastro-express.ch)



IMMOBILIEN



MARKTPLATZ



JOBS



**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](http://www.transgourmet.ch)  
[shop.transgourmet.ch](http://shop.transgourmet.ch)

 **PRODEGA  
GROWA  
TRANS-GOURMET**

# Ernährungssicherheit und internationale Vernetzung

## Volk nimmt Gegenvorschlag an

**Volk und Stände haben den Gegenvorschlag zur Volksinitiative für Ernährungssicherheit deutlich angenommen. Der neue Artikel verankert die nachhaltige Lebensmittelproduktion und die Mitverantwortung der gesamten Wertschöpfungskette in der Bundesverfassung. Auch werden zum ersten Mal Rahmenbedingungen für internationale Abkommen unter Einbezug der Nachhaltigkeit formuliert.**

Während die Volksinitiative noch einen stark protektionistischen Charakter aufwies, bringt der nun angenommene Gegenvorschlag zum Ausdruck, dass gerade die Schweiz auf gute Handelsbeziehungen mit dem Ausland angewiesen ist, wenn sie die Ernährungssicherheit gewährleisten will.

Die schweizerische Land- und Ernährungswirtschaft ist bereits heute internationalen Marktkräften ausgesetzt (u.a. Käsemarkt, Zuckermarkt, Einkaufstourismus, Online-Vertrieb, Frankenstärke).

Auch nach der Annahme des Gegenvorschlages ist die gesamte Wertschöpfungskette weiterhin gefor-

**«Da hilft eine Vogel-Strauss-Politik nicht mehr!»**

dert, die Chancen der Marktöffnung wahrzunehmen und die Risiken zu minimieren. Da hilft eine Vogel-Strauss-Politik nicht mehr!

Der neue Verfassungsartikel fasst die wesentlichen Voraussetzungen für ein offensives Vorge-

hen ausgeklügelt zusammen: Wertschöpfung dank verstärkter Marktausrichtung, nachhaltig geregelte grenzüberschreitende Handelsbeziehungen sowie Ressourcenschonung und Ressourceneffizienz.

Für die Umsetzung sind neue Ansätze gefragt – sowohl im Markt wie auch in der Politik. Es braucht jetzt einen offenen Dialog sowie eine kluge und breit abgestützte Strategie für den Agrarstandort Schweiz.

[www.igas-cisa.ch](http://www.igas-cisa.ch)

## Altersvorsorge: Schluss mit Denkverboten!

**Das deutliche Nein zur «Altersvorsorge 2020» ist eine gute Nachricht. Nun ist die Politik gefordert, neue Lösungen zu präsentieren. Dabei darf es keine Denkverbote geben.**

Die Reform der Altersvorsorge ist klar gescheitert. Fast 53 Prozent der Schweizer Stimmbürger haben zur Gesetzesvorlage Nein gesagt. Auch das Ständemehr kam nicht zustande. Das ist gut so,

**«Es gibt Finanzierungsquellen, die weniger schädlich und unsozial sind als die herkömmlichen Rezepte.»**

denn die Scheinreform hätte die strukturellen Probleme der AHV mittelfristig verschärft. Es wären vor allem die Jungen, die jetzigen Rentner und die Unternehmen gewesen, die den von Mitte-Links forcierten Rentenausbau hätten finanzieren müssen.

Dieser unverantwortliche Ausbau mit der Giesskanne ist zum Glück vom Tisch. Die Notwendigkeit einer Sanierung ist allerdings unbestritten. Es liegt an der Politik, rasch eine realistische Reformvorlage auszuarbeiten. Dabei sollte auf die systemwidrige Vermischung von erster und zweiter Säule verzichtet werden.

Es nützt nichts, die Abstiegsängste grosser Teile der Bevölkerung nicht ernst zu nehmen. Rentenkürzungen sind deshalb kein Thema, und beim Rentenalter kann es höchstens sehr langsame Schritte geben, hin zu einer höheren Flexibilität. Der Mittelbedarf wird definitiv steigen und herkömmliche Finanzierungsmethoden können ihn lediglich unter Inkaufnahme massiver Nebenwirkungen decken.

Was sind die Alternativen? Eine zusätzliche Verschuldung wäre gegenüber kommenden Generationen unverantwortlich. Ein langanhaltendes,

starkes Wirtschaftswachstum würde Linderung verschaffen, doch ist die Hoffnung darauf fast so naiv wie die Annahme, die Zuwanderung werde das Problem dauerhaft lösen.

Es ist nun einmal so: Wollen wir den sozialen Frieden bewahren, so liegt die Lösung hauptsächlich auf der Einnahmenseite. Den eingeübten Reflex, einfach die Beiträge und die Mehrwertsteuer zu erhöhen, sollten die Politikerinnen und Politiker aber endlich überwinden, denn das sind Rezepte aus dem volkswirtschaftlichen Giftschrank.

Die Erwerbstätigen dürfen nicht noch stärker belastet werden, haben doch viele Familien bereits heute zu kämpfen. Höhere Lohnbeiträge würden Arbeitnehmer und Arbeitgeber hart treffen. Eine Mehrwertsteuererhöhung wiederum würde dem

**«Wollen wir den sozialen Frieden bewahren, so liegt die Lösung hauptsächlich auf der Einnahmenseite.»**

produktiven Sektor weitere Ressourcen entziehen und die Finanzierungsquelle der Renten belasten. Sie hätte einen negativen Effekt auf den Konsum und die Beschäftigung. In arbeitsintensiven Branchen ist die Mehrwertsteuer schon heute ein «Jobkiller».

Wie ich in der April-Ausgabe ausführte, gäbe es durchaus Finanzierungsquellen, die weniger schädlich und unsozial wären als die herkömmlichen Rezepte. Zu den von mir genannten Beispielen gehörten ein Staatsfonds mit einem Teil der Nationalbank-Milliarden und ein Paket aus Sparmass-

nahmen. Sie können es im Detail gerne nachlesen unter [www.baizer.ch/aktuell?rID=6000](http://www.baizer.ch/aktuell?rID=6000).

Weil es so viel Spass macht, ist hier noch eine weitere Möglichkeit, die AHV zu finanzieren: Wir verpflichten die Telefongesellschaften, auf ihre horrenden Roaminggebühren zu verzichten und im Gegenzug eine Steuer von 10 Franken pro Handy und Monat einzutreiben. Bei fünf Millionen Mobiltelefonen in unserem Land ergäbe das 600 Millionen Franken pro Jahr – zur Finanzierung der AHV.

Ob dieser oder andere Vorschläge so, anders oder überhaupt nicht umgesetzt werden, ist nebensächlich. Hauptsache, wir verlassen die Denkkrillen und verzichten auf eine weitere Belastung durch Beitrags- und Mehrwertsteuererhöhungen!



■ Josef Schüpfer  
Präsident Wirtverband Basel-Stadt

# Freiburg entwickelt Tourismusstrategie weiter

**Freiburg im Breisgau hat sein Tourismuskonzept einer Überarbeitung unterzogen. Das Papier zeigt, wie vorhandene Entwicklungspotentiale erschlossen werden können. Angestrebt wird vor allem ein qualitatives Wachstum.**

Die Tourismusstruktur in Freiburg hat sich in den letzten Jahren massgeblich verändert. Die Übernachtungszahlen liegen mit 1,4 Millionen mehr als doppelt so hoch wie vor dreissig Jahren. In diesem Zeitraum hat sich auch das Buchungsverhalten grundlegend verändert.

Das Beratungsunternehmen «Projekt M» hat nun im Auftrag der Vermarktungsorganisation FWTM ein Konzept zur strategischen Weiterentwicklung des Tourismus in der Schwarzwaldmetropole erstellt. Begleitet durch Expertengespräche und Workshops ist ein vielschichtiges Papier entstanden, das auch die Digitalisierung und das veränderte Kommunikationsverhalten beleuchtet.

Das Konzept hat 87'000 Euro gekostet, inklusive einer noch laufenden Gästebefragung. Es enthält 82 Vorschläge für Infrastruktur- und Marketingmassnahmen, darunter zwanzig Schlüsselmassnahmen, die je nach Priorität in den kommenden fünf bis zehn Jahren unter Einbezug der jeweiligen Akteure zur Umsetzung gelangen sollen.

Laut FWTM-Geschäftsführer Bernd Dallmann ist für Freiburg der Tourismus nicht nur wegen des Einkommens und der Arbeitsplätze von grosser Bedeutung: «Millionen Besucher tragen jedes Jahr das positive Image von Stadt und Region weltweit weiter.»

Gemäss Konzept steht die Destination für Lebensqualität, Authentizität und Nachhaltigkeit. Während Freiburg ein Sehnsuchtsort für Gäste ist, ist er auch Wohn- und Arbeitsort für die einheimische Bevölkerung. Touristisches Wachstum und Stadtverträglichkeit sollen deshalb im Einklang miteinander stehen. Freiburg will sowohl Besuchern als auch Einwohnern «ein entspanntes, authentisches, komfortables, barrierefreies, gesundes und grünes Stadterlebnis» bieten.

Es soll keinen grundsätzlichen Wandel im Freiburg-Tourismus geben, sondern eine Weiterentwicklung und Schärfung der bestehenden Inhalte. Als spezifische Leitziele wurden das Prinzip «Übernachtungstourismus vor Tagestourismus», die Erhöhung der Verweildauer, eine stetige Erhöhung der Angebotsqualität und eine bessere saisonale Verteilung der Gästeankünfte definiert. Priorisiert wird ein Qualitätstourismus mit Individualreisenden und Fachbesuchern. Nicht zuletzt will Freiburg den Tourismus auf die Region und Partner wie das «Upper Rhine Valley» ausrichten.

Auf Grundlage der Leitziele wurden fünf Erlebniswelten entwickelt, die zukünftig als Handlungsfelder und Kommunikationskanäle dienen. «Stadterlebnis Freiburg» steht dabei für das Erleben von Geschichte und Kultur, das Entdecken der Altstadt und die besondere Lebensfreude. Die Erlebniswelt «Green Destination Freiburg» steht für die grüne

Seite der Stadt, für Natur inmitten des städtischen Lebens, für die fantastischen Aussichten und das Entdecken des Umlandes.

**«Während die Stadt ein Sehnsuchtsort für Gäste ist, ist sie auch Wohn- und Arbeitsort für die einheimische Bevölkerung.»**

Der Fokus der Erlebniswelt «Gesundheit» liegt auf Aspekten der aktiven Erholung in der Natur, der Erhaltung und Wiederherstellung der Gesundheit, dem Energietanken für die Seele und nachhaltiger Genussmomente. Unter dem Begriff «Business Location Freiburg» werden der MICE-Standort, eine innovative Infrastruktur und optimale Angebote für Kongressgäste, Bildungssucher und Wissenschaftler zusammengefasst. Die Rede ist ferner von einer «Genuss-Triade»; gemeint sind Kunst, Kultur und Kulinarik. Den Gästen sollen Einblicke in die Museen und Küchen der Region eröffnet werden.

Als Hauptzielgruppen werden Singles und Paare mittleren Alters, Best Ager sowie Geschäftsreisende bezeichnet, ergänzend auch Familien, junge Leute und (internationale) Studierende, Fachgruppen, Gruppen- und Busreisende. Bei der wertebasierten Segmentierung bemüht das Konzept das Schlagwort «LOHAS» (Lifestyle of Health and Sustainability). Diese Gruppe verkörpere eine Werteerhaltung, die sich mit der angestrebten Positionierung der Destination stark deckt.

Die vorgeschlagenen Massnahmen beinhalten eine emotionalere Gästeansprache durch «Storytelling», Bildsprachen in Printmedien, auf einer neuen Homepage und Social Media, eine bessere Besucherlenkung, ein MICE-Netzwerk und die Entwicklung einer Tagungsmarke. Das Angebot an Stadtführungen soll weiterentwickelt werden. Vorgeschlagen werden ausserdem die Zertifizierung von Tagungsräumen, die Profilierung der Hotellerie und eine Qualitätsinitiative in der Gastronomie. Ferner soll unter Einbezug der Region ein Konzept «Weinstadt Freiburg» erstellt werden.



Der MICE-Bereich wurde vor allem durch den Bau der Messe Freiburg und des Konzerthauses gefördert.



Freiburg ist bekannt für gutes Wetter, guten Wein und eine schöne Altstadt, in der man beides geniessen kann.

## Hat Freiburg Bedarf nach weiteren Hotels?

**Eine Hotelbedarfsanalyse bescheinigt Freiburg auch nach Eröffnung von vier neuen Markenhotels mit zusätzlichen 750 Zimmern einen gesunden und stabilen Markt. Dafür sprechen ein gutes Auslastungs- und Preisniveau.**

**O**ber und wie viele weitere Hotelzimmer benötigt werden, hänge massgeblich davon ab, welche Projekte umgesetzt werden. Ein besonderer Bedarf wurde in den Bereichen «junges Tagungshotel mit Co-Working-Flair» oder einem Hostel für die Ge-

neration Y sowie gegebenenfalls einem Rad- oder Weinhotel am Stadtrand ausgemacht.

Es wird zudem empfohlen, die bestehenden Betriebe weiterzuentwickeln. Dies beinhaltet sowohl die qualitative Verbesserung als auch eine stärkere inhaltliche Profilierung. «Kleine Hotels mit Charme sind durchaus konkurrenzfähig, dazu ist es jedoch notwendig, dass sich die Individualhotellerie in Freiburg eindeutig positioniert», schreiben die Studienautoren.

## Positive Entwicklung

**I**m ersten Halbjahr 2017 verzeichnete das Statistische Landesamt insgesamt 643'000 Übernachtungen in Freiburg. Das entspricht einem Plus von 3.5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Hotelauslastung stieg um 0.3 Prozentpunkte. In Freiburg gibt es 5777 Hotelbetten. Die Schweiz ist mit 54'802 Logiernächten der wichtigste ausländische Quellmarkt. Dahinter folgen mit beträchtlichem Abstand Frankreich mit 16'797 und die USA mit 14'217 Einheiten.

## Tagungskapazitäten reichen nicht aus

**Freiburg im Breisgau hat sich dank guter Infrastruktur in den letzten Jahren als Messe-, Tagungs- und Kongressstandort etabliert. Eine Studie im Rahmen des neuen Tourismuskonzepts zeigt jedoch Kapazitätsdefizite.**

**R**egelmässig halten Forschungseinrichtungen, Unternehmen und Verbände in Freiburg Konferenzen, Kongresse und Tagungen ab. Ab einer

gewissen Grösse oder wenn mehrere Veranstaltungen gleichzeitig stattfinden sollen, können diese jedoch nicht mehr realisiert werden, weil die vorhandenen Kapazitäten in der Stadt derzeit nicht ausreichen.

Die Analyse des Raumbedarfes verdeutlicht ein Defizit bei Räumlichkeiten mit 500 bis 700 Sitzplätzen. Es fehlt an Einrichtungen mit mindestens

vier modular gestaltbaren, multifunktionalen Tagungsräumen. Ebenfalls limitiert sind geeignete Locations für Event- und Abendveranstaltungen sowie ausreichende Kapazitäten in gastronomischen Einrichtungen.

**Gastroconsult**   
nahe. kompetent.



**Dank Nähe und Kompetenz erleichtern wir Ihren Alltag. Mit unserer langjährigen Erfahrung in Treuhand, Prüfung und Beratung unterstützen wir Ihren Erfolg. Das macht uns seit 1921 zur Nummer 1 in der Schweiz für Restauration und Hotellerie.**



Gastroconsult AG  
Grammetstrasse 18, CH-4410 Liestal  
Tel. +41 62 296 77 30, Fax +41 62 296 77 69  
[www.gastroconsult.ch](http://www.gastroconsult.ch)  
[liestal@gastroconsult.ch](mailto:liestal@gastroconsult.ch)



**Schluss mit der gastronomie-  
feindlichen Preispolitik der  
multinationalen Getränkekonzerne!**

## **Original-Markengetränke aus EU-Direktimport**

Coca-Cola  
Coca-Cola light  
Coca-Cola Zero  
33cl MW für 72 Rappen

Schweppes Tonic  
Schweppes Bitter Lemon  
20cl MW für 78 Rappen

**32 bis 37%  
günstiger**



## **Qualitäts-Fassbier aus Bayern**



**Dauer-Tiefpreis  
CHF 1.82  
pro Liter  
exkl. MwSt**



**Mehr Infos und weitere Angebote: [www.baizer.ch/import](http://www.baizer.ch/import)**