



baizer.ch

Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

UNSERE THEMEN

Restaurant-Marketing: 30 ausgekochte Innovationen	4
Pseudo-Gegenvorschlag: Velo, Rollschuh und Trotti	7
Die sechs Basler Grandhotels	8
Geschäftsstelle Wirtverband: Jascha Schneider übernimmt	10
Vorstossflut: Wer hat noch nicht, wer will noch mal?	11
Berufstalente fördern: Vom Silo zum Hostel	12
Parkgebühren: Die Politik schläft	14

Siegeszug der Markengastronomie

In den grossen Schweizer Städten gehören immer mehr Gastronomiebetriebe zu einer Gruppe oder einem Markensystem. Auch in Basel ist diese Entwicklung gut zu beobachten. Jeder zweite Umsatzfranken wird von einem Kettenbetrieb erzielt.

Im Oktober 2019 gab es im Kanton Basel-Stadt 989 gastgewerbliche Betriebsstätten. Davon gehören 293 oder 29.6% zu einem Unternehmen mit zwei oder mehr Betriebsstandorten. Zur Markengastronomie im engeren Sinne zählen 121 Betriebsstätten oder 12.2% aller Gastbetriebe des Kantons.

«Ketten und Gruppen gewinnen Marktanteile: An stark frequentierten Standorten dominieren Filialen.»

Noch werden also 70.4 Prozent der Betriebe individuell geführt, meist von der Inhaberin oder vom Inhaber. Doch Ketten und Gruppen gewinnen laufend Marktanteile: Vor allem an stark frequentierten Standorten dominieren Filialen. Da Gruppenbetriebe durchschnittlich etwa dreimal so viel umsetzen wie Individualbetriebe, schätzen wir ihren Marktanteil auf 55 Prozent.

Am grössten ist die Markendichte erwartungsgemäss im Bereich der Schnellverpflegung: 40 Quick-Service- und 26 Fast-Casual-Restaurants treten unter einem betriebsübergreifenden Brand auf. Das sind 27.8% resp. 74.3% aller Lokale in diesen Segmenten. Verbreitet ist die Markenbildung auch im Bereich der Cafés und Café-Bars: 33 von 239 Profit Centers (13.8%) in diesem Bereich segeln unter einem multiplizierten Brand.

In der Fullservice-Gastronomie ist die Bildung von Filialsystemen weniger stark ausgeprägt als in der Schnellverpflegung. Von den 308 bedienten Speiserestaurants laufen nur 12 Einheiten (3.9%) unter einem Brand. 57 weitere Lokale (18.5%) gehören als «Einzelmarke» zu einem Multi-Unit-Operator.

Vor zehn Jahren gab es in Basel-Stadt 868 gastgewerbliche Betriebsstätten, wovon 205 zu einer Gruppe gehörten.

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

Redaktion
Maurus Ebner
Hans-Peter Fontana
Dr. Alex Hediger

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

Druck
Kurt Fankhauser AG, Basel
info@fankhauserdruck.ch

gedruckt in der
schweiz



Die deutsche Bürgerkette «Hans im Glück» eröffnet demnächst an der Steinenvorstadt ihre dritte Schweizer Filiale.

Fortsetzung Während die Zahl aller Gastbetriebe seit 2009 um 13.9 Prozent zugenommen hat, erhöhte sich die Zahl der Gruppenbetriebe um 42.9%. Vor zehn Jahren hatte die Individualgastronomie noch einen Anteil am Umsatzkuchen von 55%, heute liegt er bei rund 45%.

Noch eindrücklicher erscheint die Entwicklung, wenn wir in die erste Hälfte der 1990er-Jahre zurückblenden. Damals gab es wegen der Bedürfnisklausel lediglich rund 480 gastgewerbliche Betriebe in Basel-Stadt. Nur einige Dutzend Lokale gehörten zu kleinen regionalen oder grösseren nationalen Gruppen wie Gastrag, Berest oder SV.

«Die Gastronomie in den Schweizer Grossstädten steuert auf angelsächsische Verhältnisse zu.»

Die Markengastronomie befand sich lange in den Kinderschuhen. Ende der 1960er-Jahre versuchte es die englische Kette «Wimpy» am Claraplatz. Mehr Erfolg hatte kurz darauf eine Zeitleasing «Wienerwald». Natürlich gab es auch in Basel schon früh ein Mövenpick. 1979 eröffnete McDonald's seine erste Basler Filiale in der ehemaligen Farnsburg am Barfüsserplatz. Coop versuchte es kurze Zeit später mit einem Konzept namens «Burgerland», das aber rasch scheiterte. Auch an das «Churrasco» bei der Schiffände und die «Merkur»-Cafés erinnern sich ältere Zeitgenossen.

Abgesehen von den genannten Beispielen gab es in Basel vor 1995 wenig filialisierte Gastronomiekonzepte. Die Gastrag-Marken «Mister Wong» und «Mr Pickwick» waren überregional bekannt. Auch die Spaghetti Factory von Bindella, Marché von Mövenpick, Sam's Pizza sowie einige Bäcker-Konditoren versuchten es mit Filialisierungen.

Erst viel später tauchten Namen wie Starbucks, Burger King, Subway, Dean & David, Dunkin' Donuts, Vapiano, Tibits, Nordsee, Stripped Pizza oder Namamen auf. Heute gehören sie zum Strassenbild in der Innenstadt und beim Bahnhof. Und es ist nur eine Frage der Zeit, bis weitere regionale, nationale und internationale Marken wie KFC in Basel präsent sind.

Seit der Jahrtausendwende gewinnen regionale Gruppen wie Parterre, Wyniger, Krafft oder Rhyshänzli an Bedeutung, die vorwiegend mit Individualkonzepten arbeiten. Durch die Übernahme von drei Grossbetrieben (Kunsthalle, Bahnhofbuffet, Brauner Mutz) wuchs Candrian zu einem wichtigen Akteur. Mit Fredy Wiesner drängte ein weiteres Zürcher Unternehmen in den lokalen Markt: Die Gruppe betreibt heute in Basel fünf Filialen ihrer Marken Nooch und Negishi.

Weniger Fortüne hatte die Two-Spice-Gruppe, die mit ihrem in Zürich erfolgreichen Konzept «Yooji's» an der Gerbergasse scheiterte, dort nun aber bald mit einer anderen Marke einen neuen Anlauf nimmt. Bindella hielt sich bisher in Basel zurück, ergänzt nun aber sein «Latini» mit der Übernahme des Restaurants Chez Donati.

Noch nicht erwähnt haben wir Detailhändler wie Migros, Coop und Manor, deren Bedeutung im heutigen Markt kaum überschätzt werden kann.

Sie führen nicht nur zahlreiche Restaurants unter ihrem Namen, sondern auch Convenience-Stores und Take-Aways.

«Die Markengastronomie befand sich lange in den Kinderschuhen.»

Die Migros eröffnete im Drachencenter ein «My Thai». In anderen Städten setzt der orange Riese auf das Poulet-Konzept «Chickeria» und Hitzberger-Filialen. Die Molino-Kette gehört der Genossenschaft Migros Zürich. Bei Coop setzt man auf die erworbenen Marché-Betriebe und auch auf kleine Formate wie «Coop Take It». Valora hat sich mit Caffè Spettacolo, Brezelkönig, Avec-Shops und modernen Kiosken auf den Verkauf von Impulsartikeln an Top-Standorten spezialisiert.

Auf der Bahnhofpasserelle eröffnete Autogrill einen Ableger der britischen Fast-Food-Marke «Leon». Contract-Caterer wie SV (mit Spiga und Courtyard by Marriott) oder ZFV (mit dem neuen «Lilly Jo» im alten Kino Plaza sowie dem Hotel Merian) versuchen, in der Publikumsgastronomie und

in der Hotellerie zu wachsen, weil der Verdrängungskampf in ihrem Stammmarkt gnadenlos ist.

Wie dominant Markengastronomen mittlerweile sind, sieht man beispielsweise zwischen Barfi und Heuwaage. In diesem Geviert gab es vor 25 Jahren mit Ausnahme von McDonald's, Cindy und Mister Wong praktisch nur Individualkonzepte.

Heute findet man hier auch Subway, Burger King, Starbucks, Tibits und Franchisesysteme wie Desperado, Amorino und Wonder Waffel. Demnächst eröffnen in der Steinen mit «Hans im Glück» und «Holy Cow» zwei weitere Burger-Restaurants.

Die Gastronomie in den Schweizer Grossstädten steuert auf angelsächsische Verhältnisse zu. Der Marktanteil von Gruppen, Ketten und Systemen wird weiter zunehmen. Einzelbetriebe werden in der Kommunikations- und Freizeitgastronomie sowie in Nischen der Verpflegungsgastronomie weiterhin Platz finden, letztlich aber vor allem dank der enormen Eigenleistungen der Inhaber überleben.

Maurus Ebnetter



Die zweitgrösste Coffeeshop-Kette: Spettacolo hat 32 Filialen in der Schweiz.



Die Gastrag führt in der Region Basel fünf Asia-Restaurants der Marke «Mister Wong».

Struktur des Basler Gastgewerbes

Segment	¹ Profit Center	Anteil %	Index zu 2009
Quick Service	144	13.3	
Fast Casual	35	3.2	
Limited Service ²	179	16.5	159.8
Casual Dining	225	20.7	
Upscale Dining	70	6.5	
Fine Dining	13	1.2	
Full Service	308	28.4	101.7
Cafés und Café-Bars	239	22.1	
Schankwirtschaften	60	5.5	
Bars und Pubs	138	12.7	
Musik und Tanz	29	2.7	
Kontaktbars und Cabarets	15	1.4	
Freizeitgastronomie	481	44.4	116.5
Betriebsverpflegung	43	4.0	
Schulverpflegung	12	1.1	
Gemeinschaftsgastronomie ³	55	5.1	105.8
Hotels mit bis zu 99 Zimmern	49	4.5	
Hotels mit mehr als 99 Zimmern	12	1.1	
Beherbergungsbetriebe	61	5.6	117.3
Total Profit Centers	1084	100.0	115.4

¹ Ein Hotel mit einem Restaurant und einer Bar gilt als eine Betriebsstätte mit drei Profit Centers.

² Ohne reine Take-Aways. Ohne Coffee-Shops und Juice-Bars, die bei den Cafés figurieren.

³ Nicht enthalten ist die Gemeinschaftsgastronomie in Spitälern, Heimen und Institutionen.

© Wirtverband Basel-Stadt, November 2019

Gruppen- und Individualgastronomie in Basel-Stadt

Gastbetriebe	¹ 1995	%	2009	%	2019	%
Markengastronomie ²	24	5.0	76	8.7	121	12.2
Kleingruppen mit 2 Betrieben ³	20	4.2	44	5.1	66	6.7
Gruppen mit 3 und mehr Betrieben ³	24	5.0	85	9.8	106	10.7
Ketten und Gruppen	68	14.2	205	23.6	293	29.6
Individualgastronomie	412	85.8	663	76.4	696	70.4
Total Betriebsstätten ⁴	480	100.0	868	100.0	989	100.0

¹ Schätzungen

² Filialbetriebe einer Marke

³ Einzelmarken-Betriebe mit Gruppenzugehörigkeit

© Wirtverband Basel-Stadt, November 2019

Begriffe

Markengastronomie

Standardisierte Konzepte, die zentral gesteuert und unter gleichem Namen in Eigenregie oder mit Franchising multipliziert werden.

Gastronomiegruppe

Einzelmarken-Gastbetriebe, die zu einem Unternehmen mit mindestens zwei Betriebsstätten gehören.

Individualgastronomie

Einzelbetriebe, in der Regel inhabergeführt.

Limited Service

Verpflegungsbetriebe mit Selbstbedienung oder beschränktem Service, inklusive handelsgastronomische Betriebe.

Profit Center

Eigenständige Teile einer Betriebsstätte. Ein Hotel mit Restaurant Bar gilt als ein Betrieb mit drei Profit Centers.

Filialisierte Gastro-Marken in Basel

Globale Systeme

Burger King • Domino's • Dunkin' Donuts
McDonald's • Starbucks • Subway

Internationale Systeme

Amorino • B.Good • Bretzelkönig • Chà Chà
Dean & David • Hans im Glück • Joe & the Juice
Leon • Mövenpick • Nordsee • Stripped Pizza
Tchibo • Tibits • Vapiano • Wild Bean Café
Wonder Waffel

Nationale Systeme

Avec Bistro • Avia Bistro • Ca'Puccini
Coop-Restaurant • Coop Take It • Manora
Migros-Restaurant • Molino • Spettacolo
Spiga

Überregionale Marken

Ca'Puccini • Desperado • Dieci • Döner Stop
El Mexicano • Globus • Hitzberger • Kaisin Lily's
Lilly Jo • Il Baretto • My Thai • Mr Pickwick
Oscar One • Piadina Bar • Negishi • Nooch
Papa Joe's • Paddy Reilly's • Sam's Pizza Land
Suc • Thai House

Regionale Marken

Bachmann • Beschle • Boo • Brändli
Escasano • Finkmüller • Grellinger
La Manufacture • Mister Wong • Pizza Melsa
Sutter • Union Diner • Vito • Za Zaa

Auf Standortsuche

Five Guys • KFC • Panino Giusto • Rice Up

30 ausgekochte Innovationen

Die Gastronomie verändert sich rasant. Restaurantketten und ihre Zulieferer werden immer mehr zu Tech-Unternehmen. Viele Entwicklungen nehmen ihren Ursprung im angelsächsischen Raum. Durch die globale Vernetzung schaffen es Trends immer schneller nach Kontinentaleuropa.

Digitale Kanäle 1

Mit Bestellterminals in den Filialen und dem systematischen Ausbau des Liefergeschäfts (mit eigenen Fahrern und über Drittanbieter) hat die Kette «Panera Bread» es geschafft, pro Woche 1.7 Millionen digitale Bestellungen zu generieren. 35 Prozent des Gesamtgeschäfts stammen aus digitalen Kanälen.



Drive-Thru 2

Die Restaurantkette «Chipotle» hat ausgewählten Filialen Drive-Thru-Fahrspuren hinzugefügt. Das Spezielle daran ist: Es kann nicht vor Ort bestellt werden, sondern nur online oder über eine App. Die Schalter werden auch von Lieferfahrern benutzt, die nun ihr Auto nicht mehr verlassen müssen.



Hässliches Gemüse 3

Bis zu einem Viertel der Lebensmittel bleiben ungenutzt, weil sie zu hässlich aussehen, um im Detailhandel verkauft zu werden. «Greenpoint», ein Restaurant in Brooklyn, bewirbt Brunch- und Abendmenüs aus solchem Ausschussgemüse, das sonst unverkauft in die Tonne wandern würde.



Pfannkuchen-Selfies 4

Die Hotelmarke «Holiday Inn Express» schickte einen mobilen Pancake-Truck auf eine Tour durch neun Städte. «The Stack Station», so der Name des Trucks, kann Kunden-Selfies auf Pfannkuchen bringen. Es gab Publicity und eine grosse Resonanz in den sozialen Medien.



Geisterküchen 5

Die Firma «Zuul Kitchens» in New York City bietet etablierten Restaurants eine gemeinsame Küche an, von der aus sie ihr Liefergeschäft abwickeln können, ohne das stationäre Geschäft zu stören. Zuul bezahlt das Gebäude, die Nebenkosten und wäscht sogar das Geschirr.



To-Go-Kioske 6

In London befindet sich die erste McDonald's-Filiale, die Speisen und Getränke nur zum Mitnehmen anbietet. Es gibt keine Sitzplätze, kein nennenswertes Dekor, keine Kassierer oder Registrierkassen. Bestellt und bezahlt wird ausschliesslich an Self-Ordering-Terminals.



Virtuelle Restaurants 7

Die Gastronomieunternehmen Fat Brands hat ein gutes Dutzend ihrer Fatburger-Standorte genutzt, um dort auch Artikel des Konzepts «Hurricane Grill & Wings» herzustellen und zu vermarkten. Hurricane kann so in neuen Regionen präsent sein, ohne dort einen eigenen physischen Standort zu haben.



Runde Schachteln 8

Pizza Hut testet runde Pizzaschachteln, die industriell kompostierbar sind und sich mit anderen Schachteln rutschfest stapeln lassen. Verglichen mit einer rechteckigen Schachtel hat eine Rundschtel weniger Material. Die Schachtel wurde auch entwickelt, um die Pizzen besser heiss und knusprig zu halten.



Frischfleisch 9

Im Frühling 2018 führte McDonald's in den USA für seine «Quarterpounder» frische, nie gefrorene Rindfleisch-Pattys ein. Das bedingte in 14'000 Restaurants Investitionen in neue Geräte und Arbeitsprozesse. Es hat sich gelohnt: Der Umsatz des Artikels ist seit dem Wechsel um 30 Prozent gestiegen.



Food-Halls

10

Food-Hallen sind zu Orten geworden, wo Junggastronomen ohne grosses Risiko ihre Konzepte ausprobieren. Die Standbetreiber in den Food-Halls der Galley Group bezahlen keine Festmiete, sondern eine Provision von maximal 30 Prozent, mit welcher auch das Abräumen und Abwaschen, die Einrichtung, Werbung und Entsorgung abgegolten sind.



Galley Group

Innovationszentrum

11

Um Innovationen zu fördern und den Service zu verbessern, richtete Starbucks einen «Tryer Center» ein, in dem Mitarbeiter neue Produkte und bessere Betriebsabläufe ausprobieren können. In den letzten Jahren wurden dort 130 Ideen getestet, von denen es viele innert weniger als 100 Tagen in die Filialen geschafft haben, z.B. der Cloud Macchiato mit Eiweisspulver.



starbucks.com

Eigener Bauernhof

12

Viele Restaurants bieten Gerichte mit Zutaten von Bauernhöfen aus der Gegend an. Die «Clevelands Spice Hospitality Group» geht noch weiter und betreibt «Spice Acres», eine 13 Hektar grosse Farm im Nationalpark Cuyahoga Valley. Neben der Versorgung der eigenen Gastbetriebe bietet das Unternehmen auch Hofbesichtigungen, Themenabende und Bankette an.



spiceacres.com

Radiofrequenzen

13

Anstatt den Gästen am Counter nummerierte Tischkarten zu geben, nach denen die Kellner beim Ausliefern der Speisen im ganzen Lokal suchen, installierte «Blue Lemon» in Utah Erkennungsmarken unter jedem Tisch. Diese senden ein Radiofrequenz-Signal an einen Bildschirm und die Kellner sehen, wohin die Bestellungen gehen. Die Servicezeiten wurden um durchschnittlich eine Minute verkürzt.



Blue Lemon

Lieferungen überall

14

Bei traditionellen Lieferungen müssen die Kunden an einer bestimmten Adresse sein, um beliefert zu werden. Domino's bietet die Zustellung in Parks oder andere öffentliche Orte an, die in der Smartphone-App des Unternehmens aufgeführt sind. Noch weiter geht McDonald's in Schweden: Eine spezielle Picknick-Decke lokalisiert die Besteller an ihrem Plätzchen. Eine spezielle Picknick-Decke lokalisiert die Besteller an ihrem Plätzchen.



McDonald's Sverige

Künstliche Intelligenz

15

Die Burgerkette Sonic testet Bestellkioske, die reden und lernen. Geben Gäste ihre Allergien an, werden blitzschnell nur noch unbedenkliche Angebote angezeigt. Das System fragt nach Sonderwünschen und weist auf Aktionen hin. Wer die Sonic-App auf seinem Handy hat, wird dank «Geofencing» mit Namen begrüsst. Das System kennt die Vorlieben des Gastes und erlaubt ihm, «das gleiche wie immer» zu bestellen.



Sonic Drive In

Pilz-Fleisch

16

Fleischersatz ist ein grosses Thema in der Lebensmittelindustrie. Firmen wie Beyond Meat versuchen, aus pflanzlichen Ausgangsstoffen fleischähnliche Produkte herzustellen. Andere forschen an «Laborfleisch». Es gibt auch eine dritte Kategorie: Startups wie Emergy Foods und Prime Roots probieren, Fleischersatz aus Pilzen, Hefen und Schimmelpilzen zu gewinnen.



California Pizza Kitchen

Sprachassistenten

17

Amazons Alexa oder Apples Siri werden zunehmend im Hotelzimmer platziert. Zu den Vorreitern gehört das Greenline Hotel Haffhus im Ostseebad Ueckermünde. Alexa wurde in die digitale Gästemappe integriert. Der Sprachassistent hilft auch, Zusatzverkäufe im Restaurant oder Spa zu generieren. Sind analoge Gimmicks wie Papiermappen und Telefon bald Geschichte?



Greenline Hotel Haffhus

VR-Training

18

Virtual Reality hilft bei der Einarbeitung neuer Mitarbeiter. Das reduziert die Trainingskosten, verbessert die Fähigkeiten der Mitarbeiter, senkt die Fehlerquoten und vermindert die Fluktuation. Zu den Pionieren gehört die Restaurantkette «Honeygrow». Eine neue Generation von Mitarbeitern ist mit Videospiele aufgewachsen: Sie lernt einfacher «by doing» als durch Lesen.



Honeygrow

Chicken-Sandwich

19

Die erfolgreichste Produkteinführung seit langem mutet banal an: ein Fried-Chicken-Sandwich von Popeyes. Es war ursprünglich als Aktion für sechs Wochen geplant; nach zehn Tagen gingen die Vorräte aus. Die Frage, ob das Sandwich besser sei als jenes der Restaurantkette Chick-fil-A, die für sich beansprucht, seit 1967 das Original zu verkaufen, beschäftigt halb Nordamerika.



Roboter-Barista

20

In San Francisco können Kaffeeliebhaber ihr Getränk an drei Standorten von «Café X» von Robotern zubereiten lassen. Die Reaktionen fallen gemischt aus, fehlt doch vielen Konsumenten die Interaktion. Deshalb sind auch menschliche Mitarbeiter vor Ort. Sie helfen Kunden bei der Bestellung und halten auch einmal einen kleinen Schwatz.



Food-Trucks

21

Der Food-Truck-Markt in den USA wächst. Obwohl die Ursprünge von Imbisswagen ins 19. Jahrhundert zurückreichen – in New York gab es Handkarren mit Verpflegung – setzt die Idee sich erst heute wirklich durch. Unternehmer probieren Konzepte ohne die Kosten eines stationären Geschäfts aus. Umgekehrt testen etablierte Betriebe so mit wenig Risiko neue Standorte.



Data Journey

22

Vor, während, nach dem Besuch: Die Daten dieser Touchpoints werden über moderne Kassensysteme gesammelt, ausgewertet und optimiert. So lassen sich Prognosen über die Auslastung machen, die Produktion steuern und der Personaleinsatz optimieren. In Boston experimentieren MIT-Absolventen in ihrem Restaurant «Spyce» mit solchen Anwendungen. Bei ihnen sind auch Kochroboter im Einsatz.



Lizenzgeschäft

23

Starbucks hat es vorgemacht, viele andere Gastronomiemarken ziehen nach. TGI Friday's stellt seinen Namen beispielsweise für Chips zur Verfügung. Ziel: Zusatzerträge generieren und Aufmerksamkeit für die Marke erheischen. Die Produkte von Moe's Southwest Grill erzielen im amerikanischen Detailhandel über 800 Millionen Dollar Umsatz – das ist weit mehr als der gastronomische Ertrag.



Nanny-Cam

24

Die Firma Presto testet in verschiedenen Restaurants von Outback und Applebee's kleine Kameras in der Restaurantdecke. Diese erkennen lange Wartezeiten von Gästen und sogar nicht nachgefüllte Gläser. Probleme im Gastraum werden «real-time» an die Smart-Watch des verantwortlichen Managers gemeldet. Am Schluss des Tages liefert das System dann sogar noch verschiedene Kennzahlen.



Handybestellung

25

Die Schnellverpflegungskette Chick-fil-A gibt ihren Gästen die Möglichkeit, die Warteschlange am Counter zu vermeiden und sich direkt an einen Tisch zu setzen. Bestellt wird dann über das Handy. Am Schluss des Bestellvorgangs hält man sein Telefon an eine Nummer auf dem Tisch. Speisen und Getränke werden an den Tisch gebracht.



Fahrerlose Auslieferung

26

Domino's versteht sich als E-Commerce-Firma, die Pizza verkauft. Zwei Drittel der Bestellungen gehen über digitale Kanäle ein. Mit «Voice Ordering» können Kunden bestellen, ohne einen einzigen Knopf zu berühren. Maschinelle Bestellaufnahmen und Roboterlieferungen werden bereits in der Praxis ausprobiert.



Blumenkohl-Teig

27

California Pizza Kitchen hat die Pizza immer wieder einmal neu erfunden, z.B. durch BBQ-Toppings. Jetzt bewirbt die Kette eine glutenfreie, kohlenhydratarme Version des Pizzateigs. Sie besteht aus Blumenkohl, Reismehl, Mozzarella, Kräutern und Gewürzen. Die Pizza wird dadurch leichter und besser verdaulich. Es wird ihr sogar eine Detox-Wirkung nachgesagt.



2010 begann eine Pizzeria in Brooklyn, eine Pizza mit Honig und Chili anzubieten. Heute ist heisser Honig im ganzen Land nicht nur ein Standard-Topping für Pizzas, sondern er kommt auch bei Poulet, Crevetten und Sandwiches zum Einsatz.



Mod Pizza

Es mutet futuristisch an: Bei Cali Burger und zahlreichen Schulmensen kann man mit seinem Gesicht bezahlen. Die Bestellterminals erkennen registrierte Gäste und buchen den Rechnungsbetrag so ab, wie man es hinterlegt hat. Das reduziert die durchschnittlichen Bestellzeiten.



Cali Burger

Spritzt man kaltem Kaffee Stickstoff ein, so entstehen ein cremiger Schaum und eine angenehme Süsse. Seit «Stumptown Coffee Roasters» in Portland, Oregon den «Nitro Cold Brew Coffee» erfand, wird das Getränk immer mehr beliebter.



Royal Cup Coffee

Velo, Rollschuhe und Trotti

Dass eine Verbotskultur nicht gesund ist, das ist wahrlich keine neue Erkenntnis. Bereits vor 2500 Jahren konstatierte der chinesische Philosoph Laozi: «Je mehr Verbote und Beschränkungen das Reich hat, desto mehr verarmt das Volk.»

Es ist ein Satz aus alter Zeit, der eine Warnung für die Zukunft ist. Denn die Tendenz, Lösungen mit Verboten und Einschränkungen erzwingen zu wollen, erachte ich als eine grosse

«Die Liebe zur Verbotskultur ist namentlich im rot-grünen Lager ungebrochen.»

Gefahr. Leider ist namentlich im rot-grünen Lager die Liebe zur Verbotskultur ungebrochen. Wenn das so weitergeht, dann muss man den Satz von Friedrich Schiller, «Was nicht verboten ist, ist erlaubt», bald wie folgt kommentieren: Viel ist das leider nicht. Viel ist nicht mehr erlaubt.

Städte wie Bern, Basel oder Zürich sind von der ideologisch motivierten Verbotsmanie besonders betroffen. Das jüngste Beispiel kommt aus unserem Stadtkanton und kann anderen Städten als Warnung dienen, wie unter dem Deckmäntelchen des Klimaschutzes sozialistische Gesellschaftsphantasien realisiert werden sollen.

Um was geht es? Der Grosse Rat beschloss einen Gegenvorschlag zu unserer Initiative «Zämme fahre mir besser». Wobei das Wort «Gegenvorschlag» komplett fehl am Platz ist. Die Initiative des Gewerbeverbandes Basel-Stadt will gleiche Chancen für alle Verkehrsträger und Verkehrsteilnehmer, inklusive des motorisierten

Individualverkehrs. Ein Miteinander statt dem heutigen Gegeneinander. Der Gegenvorschlag jedoch will das Gegenteil: eine massive Verschärfung der rot-grünen Verkehrspolitik.

Bis 2050 – so will es der Gegenvorschlag – sollen auf dem ganzen Kantonsgebiet keine Autos mehr mit Verbrennungsmotoren fahren. Die Regierung soll gesetzlich dazu verpflichtet werden, gegen sämtliche motorisierte Fahrzeuge vorzugehen, die sich in privatem Eigentum befinden oder nicht voll besetzt sind – auch gegen jene, die elektrisch oder mit Wasserstoff betrieben sind.

Faktische Verbote des Privateigentums und der privaten Nutzung von umweltfreundlichen Fahrzeugen haben nichts mit Umweltschutz zu tun.

«Faktische Verbote des Privateigentums von umweltfreundlichen Fahrzeugen haben nichts mit Umweltschutz zu tun.»

Dieser wäre mit dem emissionsfreien Verkehr erfüllt. Der Gegenvorschlag ist nichts anderes als eine sozialistische Gesellschaftsphantasie. Ein Kontrollapparat an der Stadtgrenze soll die Zufahrtswege überwachen und alle zurückschicken, die nicht den rot-grünen Mobilitätsnormen entsprechen.

Aber immerhin: Die Mehrheit des Grossen Rats will der Basler Bevölkerung und allen Gästen, die nach Basel kommen wollen, nach wie vor Fortbewegungsarten erlauben: den öffentlichen Verkehr benutzen, sofern dieser umweltfreundlich ist, zu Fuss gehen, Velo fahren, E-Velo fahren inklusive Cargo-Velo, Trottinett und Rollschuhe.

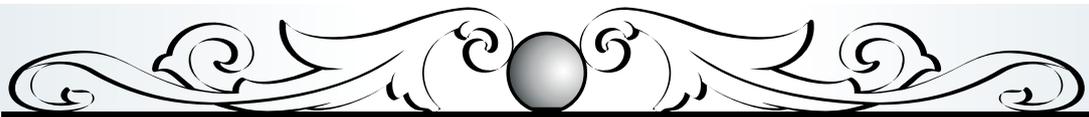
So steht es wirklich im Bericht der Umwelt- und Verkehrskommission UVEK!

Natürlich kann ich Ihnen nicht sagen, wie die Mobilität in 20 oder 30 Jahren aussieht. Aber eines weiss ich mit Sicherheit: Die Bevölkerung wird auch dann noch das Bedürfnis nach einer individuellen Mobilität und nach Privateigentum haben. Und die Wirtschaft sowieso.

Ja zur Initiative «Zämme fahre mir besser», Nein zum absurden Gegenvorschlag!



Marcel Schweizer
Präsident Gewerbeverband Basel-Stadt



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 24: DIE GRANDHOTELS

Schweizer Städte gehörten weltweit zu den ersten, die über Grandhotels verfügten. Genf, Luzern, Zürich und Basel hatten bereits vor Wien oder Berlin moderne Häuser.

Als in den 1830er-Jahren der Reiseverkehr stark zunahm und die Kapazitäten in den althergebrachten Gasthäusern eng wurden, gab es nur in wenigen Weltstädten wie London und Paris palastartige Hotels, die auf komfortable Zimmer, noble Festsäle, Salons und Restaurants setzten.

«Es war die Belle Epoque der Schweizer Hotellerie.»

In Wien ging das erste Grandhotel, das National, erst 1848 auf. Bereits 14 Jahre früher, 1834, eröffnete in Genf das Hôtel des Bergues. Luzern erhielt mit dem Schwanen 1835 ein erstes «modernes» Hotel. In Zürich baute Johannes Baur 1838 ein luxuriöses Hotel am Paradeplatz (heute Savoy Baur en Ville), sechs Jahre später das Baur au Lac am Ufer des Zürichsee.

1844 war es auch in Basel soweit: Anstelle des alten «Dreikönige» ging das Grand-Hôtel des Trois Rois auf. In den Jahrzehnten bis zum Ersten Weltkrieg eröffneten Hunderte weitere Hotelpaläste, zunehmend auch in den Bergen. Es war die Belle Epoque der Schweizer Hotellerie. In der Stadt Basel sind damit Namen wie Schweizerhof, Euler, Victoria und Storchen verbunden.



Der «Storchen» beherbergte seit dem 15. Jahrhundert Kardinäle, Fürsten, berühmte Gelehrte und reiche Kaufleute. 1892 wurde das Haus umfassend erneuert. Die hundert Gästezimmer und der riesige Billardsaal erhielten eine Zentralheizung und – zum ersten Mal in einem Basler Hotel – elektrisches Licht. 1953 endete eine einzigartige Ära: Im Neubau befindet sich das Finanzdepartement.



Abraham Euler spürte das ungeheure Potential der Eisenbahn. Er erwarb 1865 ein Tavernenrecht und eröffnete zwei Jahre später ein höchst komfortables Grandhotel, das sogar über einen Personenaufzug verfügte. Schon bald war das Haus beim europäischen Adel sehr beliebt, der auf seinen Reisen gern und oft in Basel Halt machte.



Das «Dreikönige» galt seit jeher als «Herrenherberge», in der alles verkehrt, was Rang und Namen hat. 1842 liess Johann Jakob Senn die zusammengebauten Häuser abreißen. Er beauftragte den Architekten Amadeus Merian mit einem Neubau, der am 16. Februar 1844 feierlich eröffnet wurde und dessen Fassade und Umriss bis heute bestimmend sind.



■ Basel verfügte bereits 1844 über eine Zugverbindung nach Strassburg – drei Jahre vor der Strecke Zürich-Baden, die als älteste Schweizer Bahnlinie gilt. 1860 ging der Centralbahnhof auf, in dessen Gegend viele Hotels entstanden. Das erste war 1864 der Schweizerhof. Das Haus wurde 1896 verkauft und befindet sich nun seit vier Generationen in Familienbesitz.



■ An der Centralbahnstrasse gab es ein Grandhotel, an das sich kaum noch jemand erinnert, obwohl der der fünfstöckige Jugendstilbau noch heute steht. Das Hôtel de l'Univers eröffnete 1906, musste seinen Betrieb aber nach Kriegsausbruch aufgeben. Seither dient es als Bürogebäude. Die Bank für Internationalen Zahlungsverkehr hatte hier von 1930 bis 1977 ihr Hauptquartier.



■ Das Grand-Hotel Victoria & National eröffnete 1888. Es warb mit dem Komfort von zwei Fahrstühlen. Die Doppelbezeichnung verschwand später: Heute nennt sich das Haus nur noch «Victoria». Im Bild, das vermutlich vor dem Ersten Weltkrieg entstand, ist die Terrasse zum Centralbahnplatz zu sehen.

Jascha Schneider folgt auf Alex Hediger

Der Vorstand des Wirtverbandes Basel-Stadt hat Dr. Jascha Schneider einstimmig zum Geschäftsführer ab 2020 gewählt. Auf diesen Zeitpunkt hin wird die Geschäftsstelle des Verbands zur Advokatur Balex an die Gerbergasse 48 in Basel verlegt.

Der Basler Rechtsanwalt Dr. Jascha Schneider wird ab 1. Januar 2020 neuer Geschäftsführer des Wirtverbandes Basel-Stadt. Er folgt damit auf Dr. Alex Hediger, der diese Funktion 29 Jahre erfolgreich und mit viel Einsatz erfüllt hat.

Der Wechsel hat zur Folge, dass zeitgleich die Geschäftsstelle des Wirtverbandes in die Anwaltskanzlei Balex an die Gerbergasse 48 verlegt wird, in welcher Dr. Jascha Schneider weiterhin als Advokat praktiziert.

«Wäre ich nicht Anwalt geworden, hätte ich einen Gastronomiebetrieb eröffnet.»

Der designierte Geschäftsführer freut sich auf seine neue Aufgabe: «Wäre ich nicht Anwalt geworden, hätte ich einen Gastronomiebetrieb eröffnet. Die Branche liegt mir sehr am Herzen. Ich bin überzeugt, dass ich meine Anwaltstätigkeit mit der Geschäftsführung des Wirtverbandes sehr gut verbinden kann.»

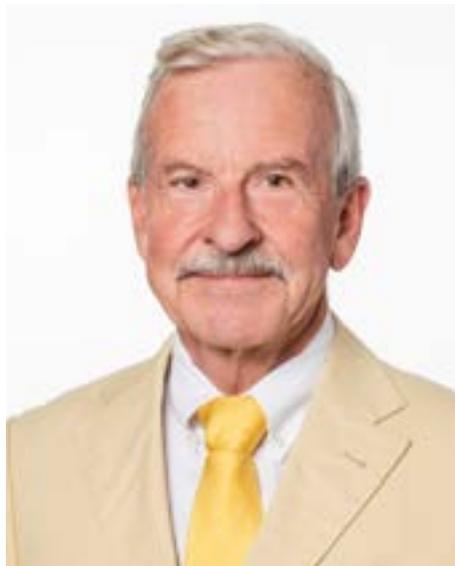
Präsident Maurus Ebner freut sich auf die Zusammenarbeit: «Jascha Schneider war unser Wunschkandidat. Ich schätze bei ihm, dass er sein juristisches Wissen mit den kommunikativen Fähigkeiten kombiniert.»

Maurus Ebner dankt dem scheidenden Geschäftsführer Alex Hediger für sein langjähriges Schaffen: «Alex Hediger hat den Wirtverband nachhaltig geprägt und in erheblichem Mass dazu beigetragen, dass wir heute gut aufgestellt und erfolgreich sind.»

Alex Hediger verlässt die Geschäftsstelle mit einem weinenden und einem lachenden Auge: «Die Arbeit hat mir über all die Jahre viel Spass gemacht. Auch wenn ich weiter als Anwalt tätig bin, möchte ich aufgrund meines Alters etwas kürzertreten. Ich wünsche meinem Nachfolger, dass er genau so viel Freude an diesem Amt hat, wie ich es hatte.»



Dr. Jascha Schneider übernimmt per 1. Januar 2020 die Geschäftsführung des Wirtverbandes.



Dr. Alex Hediger prägte den Wirtverband während 29 Jahren als Geschäftsführer.

An der Spitze

Tanja Grandits erhält zum zweiten Mal die Auszeichnung «Koch des Jahres». Der Gastronomieführer Gault-Millau bewertet ihre lustvolle Aromaküche neu mit 19 Punkten. Damit gehört das Restaurant Stucki nun zu den acht höchstbewerteten Restaurants der Schweiz.

Gault-Millau hält viel von Basel: Les Trois Rois ist «Hotel des Jahres». Zudem gibt es drei Aufsteiger in Region: Pascal Steffen vom Roots hat neu 17 Punkte. Roger von Büren vom Roten Bären erreicht bereits zwei Jahre nach der Eröffnung 14 Punkte. Und Guy Wallyn vom Schloss Bottmingen ist neu mit 15 Punkten ausgezeichnet. Fantastische Leistungen!



Spitzenköchin mit internationaler Ausstrahlung, aber ohne Allüren: Tanja Grandits.

Im Nationalrat

15 Mitglieder von GastroSuisse haben bei den Eidgenössischen Wahlen kandidiert. Fünf von ihnen wurden in den Nationalrat gewählt! Der Bierbrauer Alois Gmür (CVP), der in Einsiedeln auch das Restaurant Rosengarten betreibt, bleibt Vorsitzender der Parlamentarischen Gruppe Gastgewerbe. Wieder in die grosse Kammer geschafft hat es auch Nik Gugger (EVP) vom ConCordia in Winterthur. Neu im Nationalrat sind Esther Friedli (SVP) vom Landgasthof Sonne in Ebnet-Kappel SG, Manuel Stupler von Stupler Events in Weinfelden TG und der 25-jährige Andri Silberschmidt (FDP). Letzterer ist Mitbegründer und VR-Präsident der Kaisin AG, die an vier Standorten Poké-Bowls verkauft, unter anderem im Novartis-Campus.



Folgen Sie uns auf Facebook!
www.facebook.com/wirtverband



Aus der betreuten

Spielgruppe*

Wer hat noch nicht – wer will noch mal?

Nein, die Überschrift zielt nicht auf die vergangene Herbstmesse. Nein, es geht um die November-Sitzung des Grossen Rates, bei der nicht weniger als 44 Anzüge, 10 Motionen und knapp 30 Interpellationen zu behandeln waren. Über 100 Traktanden und Untertraktanden kamen so zusammen. Auch mit Nachtsitzung war dies nicht zu bewältigen.

Man hätte meinen können, es gäbe zusätzliche Sitzungsgelder für jeden Vorstoss, so zahlreich waren sie – und oft auch so zweifelhaft in ihrer Sinnhaftigkeit. So forderte Joel Thüring (SVP) eine BVB-Kundenaktion «zur Rückerglangung von Sympathie und Vertrauen in das Unternehmen». Noch mehr Sympathie würde wohl mit verbesserter Pünktlichkeit und weniger Tram-Ausfällen erreicht...

«Mit den Fremdworten ist es wie mit den Frauen – man liebt sie, aber man beherrscht sie nicht.»

Beatrice Messerli (GB) wollte ein Modul «zum gendergerechtem Unterricht für Lehrpersonen» – und einige fragten sich verwirrt, ob man gendergerecht neu nicht «für Lehrer*innen» schreiben müsste.

Beatrice Isler (CVP) wiederum forderte die Fremdwörter-Kenntnisse der Ratsmitglieder heraus mit einem Anzug betreffend «geplante Obsoleszenz». Kennen Sie auch nicht, geschätzte Leser*innen? Hier die (gegögelte) Aufklärung: «Obsoleszenz ist das Veralten von Produkten durch die begrenzte Haltbarkeit technischer Bauteile... Wird dieser Prozess durch die Hersteller aus marktstrategischen Gründen bewusst herbeigeführt, spricht man von geplanter Obsoleszenz.»

Da sei doch an den früheren deutschen Bundespräsidenten Lübke erinnert, der sich ab und zu sprachlich vertat und dies damit entschuldigte: «Mit den Fremdworten ist es wie mit den Frauen – man liebt sie, aber man beherrscht sie nicht.»

Es muss nicht immer ein Fremdwort sein, welches für sprachliche Schwierigkeiten sorgt. Stephan Schiesser (LDP) wehrte sich gegen einen Vorstoss der Grünlibe-

ralen, der Solartische und -bänke auf Basels Strassen forderte – und schaffte es in mehreren Anläufen nicht, das Wort «Möblierung» über die Zunge zu bringen. Daran lag es nicht, dass der Vorstoss überwiesen wurde –

«Ich wollte Sie nicht beleidigen, Ihr Nichtwissen ist ganz normal.»

wer nun meint, dass es öffentliche Gratis-Solarien gibt, liegt aber falsch. Mit Solarkollektoren sollen die Bänke stattdessen «sauberen» Strom erzeugen – wenn gerade niemand drauf sitzt.

Manchmal beherrscht man auch seine Emotionen nicht. So war Jürg Stöcklin (GB) über einen Vorstoss derart erbost, dass er den Motionär Pascal Messerli (SVP) – ausgerechnet an dessen 30. Geburtstag – ironisch abkanzelte, er habe als Junger eben das nötige Wissen nicht. Nicht besser macht es seine danach folgende Entschuldigung: «Ich wollte Sie nicht beleidigen, Ihr Nichtwissen ist ganz normal.»

Nahe beim ADHS-Syndrom präsentierte sich in der November-Sitzung die CVP-Fraktion, die mit zehn von 44 Anzügen für nahezu ein Viertel dieser Vorstösse verantwortlich zeichnete – bei gerade mal acht Ratsmitgliedern.

«Nahe beim ADHS-Syndrom präsentierte sich in der November-Sitzung die CVP-Fraktion.»

Besonders aktiv war Fraktionspräsidentin Andrea Knellwolf, was einigen im Rat Schwierigkeiten mit dem Namen der Multi-Anzugstellerin bereitete. Jeremy Stephenson nannte sie versehentlich «Knallwolf» und der Ratspräsident verwechselte mehrfach die beiden Vornamen Andrea und Elisabeth (die Reihenfolge hier ist richtig).

Nicht gerade taufisch war die Interpellation von Beat K. Schaller (SVP), der sich erkundigte, was mit den klimabewegten Schüler*innen geschieht, die wegen der Freitagsdemos den Unterricht schwänzten. Erziehungsdirektor Conradin Cramer beruhigte, die Stunden müssten nachgeholt werden, wobei dies teilweise auch durch Urban Gardening geschehe und die Schwän-

zer*innen dann ihre Kamerad*innen mit frischem Gemüse und Kräutern versorgten. Dies amüsierte den Regierungsrat selbst und auch die neben ihm sitzenden «Gschpännli» Dürr und Engelberger (hier keine Gender-Schreibweise möglich) ausserordentlich, wie unschwer zu sehen war.

Nicht «ausserordentlich» ist, dass sich Links-Grün mit Interpellationen an der Polizei abarbeitet. Normalerweise geht es dabei um die Vermutung, die Ordnungshüter hätten sich zu engagiert mit Demonstrationsteilnehmern beschäftigt.

«Vielleicht als Vorsteherin eines neuen Marine-Departements?»

Nicht so bei Barbara Wegmann (GB), die sich augenscheinlich um die Gesundheit der Hermandad sorgte. Sie beklagte, dass das Sicherheitsdepartement bei einer Ausschreibung betreffend Verpflegung einzig den Preis als Zuschlagskriterium nennt und keine Vorgaben bezüglich Qualität und Herkunft der Lebensmittel macht. Auch sie bekam regierungsrätliche Beruhigung – dieses Mal von Baschi Dürr – der eine Berücksichtigung regionaler Bio-Produkte zusicherte.

Den «gelungenen» Abschluss der Vorstoss-Flut machte dann Sarah Wyss (SP) mit dem Anzug-Titel «Basel liegt am Meer». Sie will ja Regierungsrätin werden – vielleicht als Vorsteherin eines neuen Marine-Departements?

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

Vom Silo zum Hostel und Treffpunkt

Mit dem umgebauten «Silo» eröffnet im Frühling 2020 das Herzstück des Stadtteils Erlenmatt-Ost. Das ehemalige Lagerhaus von 1912 wird zum Hostel, Restaurant, Treffpunkt und Ort zum Arbeiten. Junge Berufsleute führen den Betrieb und werden dabei von gestandenen Fachleuten gecoacht.

Ganz hinten in der Erlenmatt, unweit der Autobahn, steht ein alter Getreidesilo. Im Auftrag der Stiftung Habitat erstellt das Basler Architekturbüro Harry Gugger Studio aus dem frühen Eisenbetonbau ein Gasthaus, das der Welt und dem Quartier offensteht.

Der Verein «Talent» wird den Hostel- und Gastronomiebetrieb im Sinne eines Leuchtturmprojekts für junge Berufsleute führen. Der Verein, initiiert von verschiedenen Vertretern des Basler Gastgewerbes, steht allen Interessierten offen und bezweckt die Förderung junger Berufsleute.

«Junge Berufsleute führen den Betrieb und werden dabei von gestandenen Fachleuten gecoacht.»

Leidenschaftlichen Talenten wird eine Plattform geboten, ihr Können direkt nach Ausbildung in einem hochwertigen Umfeld anzuwenden und auszuleben. Die jungen Berufsleute werden unterstützt von erfahrenen Coaches aus der Basler Gastronomie und Hotellerie.

So wird nicht nur eine Brücke zwischen Ausbildung und Berufsleben geschlagen, sondern auch zwischen den Akteuren innerhalb der Branche. Der Betrieb soll wirtschaftlich selbstständig und erfolgreich funktionieren. Der Verein gründet dazu aus seinen Mitteln eine GmbH.

Das «Silo» ist ein Hostel mit Mehrbettzimmern und geteilten Badezimmern sowie Doppelzimmern mit eigenem Bad. Im Erdgeschoss befindet sich ein Restaurant mit Bar und Terrasse – ein Treffpunkt für das Erlenmatt-Quartier und die Gäste des Hostels zugleich.

Eingebettet in den hochqualitativen Bau mit Geschichte, hat der Betrieb eine einzigartige archi-

tektonische Ausstrahlung. Die Gastronomie soll «unkompliziert und trendbewusst» sein und «eine Atmosphäre von urbaner Lockerheit ausstrahlen».

Durch die Grösse des Raumes ist das Restaurant auch für geschäftliche, private oder kulturelle Anlässe geeignet. Das Lokal erstreckt sich über das gesamte Erdgeschoss und ist gleichzeitig Räumlichkeit für Check-in und Check-out sowie Anlaufstelle der Hostelgäste. Es befinden sich bis zu 100 Sitzplätze im Restaurant und weitere 40 auf der Terrasse.

Das Hostel verfügt über neun Mehrbettzimmer und zehn Doppelzimmer. Es versteht sich nicht als günstige Jugendabsteige, sondern als frische Ergänzung zu den Basler Übernachtungsmöglichkeiten. Dienstleistungen wie Frühstück, ein eige-

nes Badezimmer, Velos oder Self-Check-in können individuell gebucht werden. Die Preise pro Bett liegen je nach Saison zwischen 45 und 75 Franken.

Die Bar funktioniert sowohl als Lounge für die Hostelgäste wie auch als Treffpunkt für die Freischaffenden der Arbeitsräume sowie die Quartierbewohner. Das Angebot umfasst nebst lokalen Bieren und Weinen ein breites Sortiment von Cocktails.

Im Erdgeschoss befinden sich Arbeits- und Projektträume, welche für spontane Meetings, temporäre Zwischennutzung oder als langfristige Arbeitsplätze von Gruppen, Teams oder Einzelnen genutzt werden können. Die Räume sind mit modernster Technik ausgestattet und auf 4 bis 40 Personen ausgerichtet.



Offene Zusammenarbeit innerhalb der Branche: Brigitta Spalinger (Präsidentin des Vereins Talent), Alexandre Kaden, Miriam de Melo-Zbinden, Jonas Gass und Christoph Widmer.

Erste Grossstadt mit Nachtruhe 23 Uhr

Die Stimmbürger des Kantons Basel-Stadt haben dem revidierten Übertretungsstrafgesetz mit 56 Prozent Ja-Stimmen zugestimmt. Die Bewilligungspflicht für Lautsprecher gilt nur noch von 22 bis 7 Uhr. Und Basel führt als erste Schweizer Grossstadt eine generelle Nachtruhe um 23 Uhr ein.

Das Referendum gegen das revidierte Übertretungsstrafgesetz blieb chancenlos. Die Gegner hatten befürchtet, dass der teilweise Wegfall der Bewilligungspflicht für Lautsprecher zu mehr Lärm führen könnte. Die Befürworter konnten diese Sorge entkräften.

Für das Gewerbe ist besonders die Verkürzung der Nachtruhe von 22 Uhr auf 23 Uhr ein zentraler

Punkt. Basel ist die erste Schweizer Grossstadt mit einer solchen Regelung. Bisher gab es nur kleinere Gemeinden wie Reinach oder Therwil, die durchgehend 23 Uhr festlegten.

«Studien zeigen, dass der durchschnittliche Einschlafzeitpunkt der Bevölkerung sich innert drei Jahrzehnten um fast eine Stunde nach hinten verschoben hat», sagt Maurus Ebnetter, Präsident des

Wirtverbandes. «Ein Beginn der Nachtruhe um 23 Uhr ist deshalb gerade in städtischen Verhältnissen gerechtfertigt und zeitgemäss – einmal abgesehen davon, dass es im Sommer um 22 Uhr noch hell ist».

Ein Freipass ist die neue Regelung nicht: Restaurants werden bei Lärmklagen nach wie vor einer Einzelfallbeurteilung unterzogen.

► 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

Der Kurs dauert vom
3. bis 20. Februar 2020 (14 Kurstage)
und kostet 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



Wirtverband Basel-Stadt
Adresse ab 1. Januar 2020:
Gerbergasse 48
Postfach, 4001 Basel
Telefon 061 271 30 10
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 Steuer-
erklärung



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

Gastroconsult 
nahe. kompetent.

Parkgebühren: Die Politik schläft

Basel sendet motorisierten Besuchern ein verhängnisvolles Signal aus. Wer sein Auto am Rand der Innenstadt abstellt, bezahlt selbst abends, nachts und sonntags drei Franken pro Stunde. Hinzu kommt, dass man die Parkuhren nicht mit Kreditkarte, Handy oder Banknoten bedienen kann.

Die exorbitanten Tarife und die fehlende Convenience führen dazu, dass manche Konsumenten unsere Stadt meiden, was zu Umsatz- und Steuerverlusten führt. Bemühungen, Basel wieder mehr zu beleben, werden sabotiert.

Um mehr Leute in die Stadt zu bringen und sie länger hier zu halten, braucht es mutige Schritte bei den Parkhäusern sowie auch bei den Tarifen der oberirdischen Parkplätze. Teuer sind nicht die Gebührenaufschläge, sondern das Vergraulen der Besucher und der schleichende Verlust der Zentrumsfunktion. Das kostet Umsätze, Jobs und Steuern!

«Um mehr Leute in die Stadt zu bringen und sie länger hier zu halten, braucht es mutige Schritte.»

Die Volksinitiative «Stadtbelebung durch vernünftige Parkgebühren» strebt an, dass der Kanton auf öffentlichen Parkplätzen sowie in staatlichen Parkhäusern für besucherfreundliche Parkgebühren sorgt. Davon will die Regierung nichts wissen: Sie beantragt dem Grossen Rat, die Initiative den Stimmberechtigten zur Ablehnung zu empfehlen.

Zwar gibt es jetzt eine befristete Reduktion der frühabendlichen Gebühren in drei Parkhäusern. Doch diese zaghafte Massnahme löst keine grund-

sätzlichen Probleme und verdient die Bezeichnung «indirekter Gegenvorschlag» nicht!

Um dem Detailhandel, dem Gastgewerbe und den Freizeitbetrieben in Basel zu helfen, müssen wir uns auf Massnahmen konzentrieren, die kantonally beschlossen und umgesetzt werden können. Bei den Parkmöglichkeiten wäre das gegeben, doch eine ideologisch geprägte Verkehrspolitik verhindert besucherfreundliche Tarife.

Die kürzlich beschlossenen «Dosieranlagen», die zu künstlichen Rotlicht-Staus führen werden, passen bestens in dieses Bild. Am liebsten hätten viele Politiker wohl überhaupt keine Automobilisten in der Stadt. Sie verkennen, dass Zentren – historisch gesehen – immer bei Verkehrsknotenpunkten entstanden sind.

Das Bewusstsein, nicht aus sich selbst zu leben, eine Kultur der Gastfreundschaft und anständige, nicht überrissene Parktarife sind unabdingbar für die Attraktivität Basels, den Erfolg des städtischen Gewerbes und sichere Arbeitsplätze.

Die Regierung negiert diese Zusammenhänge. Es besteht noch die Hoffnung, dass der Grosse Rat einen brauchbaren Gegenvorschlag zimmert. Wir sind vorbereitet für den Fall, dass er es nicht tut.

Maurus Ebnetter



Die Henric-Petri-Strasse am Sonntag: Von 7 Uhr morgens bis Mitternacht parkieren kostet 51 Franken! Zahlbar in Münzen.

Künstliche Staus

O bwohl ein Pilotprojekt an der Elsässerstrasse gescheitert ist, hat der Grosse Rat beschlossen, weitere sogenannte «Dosierstellen» in Basel zu errichten. Mit diesen künstlichen Staus wird sich der Zeitverlust für Gewerbetreibende und die Bevölkerung weiter erhöhen und der Ausweichverkehr zunehmen. Statt neuen Blockaden bräuchte es endlich eine Politik des Miteinanders, wie sie die «Zämme besser»-Initiativen fordern.



Die Ideologen setzen sich durch: Verlängerte Rotlicht-Phasen verschlechtern die Erreichbarkeit Basels.

Prix Bâlece

R aphael Wyniger, Inhaber der Wyniger-Gruppe, wurde mit dem «Prix Bâlece» ausgezeichnet. Verliehen wird diese Auszeichnung jährlich von der «Gruppe 23», welche die Bedeutung des Unternehmertums aufzeigen und positive Beispiele hervorheben will. Zum schnellen Wachstum seiner Gruppe meinte Wyniger: «Man muss die Chancen packen, wenn sie sich ergeben, auch wenn man selbst vom Tempo überrascht ist.» Als wichtige Erfolgsfaktoren nannte er den Standort, ein darauf abgestimmtes individuelles Konzept und die Mitarbeitenden.



Preisträger Raphael Wyniger mit Lucie Trevisan, Präsidentin der Gruppe 23.

Trohe Feiertage und einen guten Rutsch!

Food Save Basel-Stadt

Food Save von bis zu 35% in nur 4 Wochen?

Das kann auch in Ihrer Küche funktionieren!

Exklusiv
für 30 Pioniere
in Basel-Stadt.
Jetzt anmelden!

Nutzen Sie die einmalige Chance und nehmen Sie mit Ihrem Betrieb am Projekt zur Reduktion von Lebensmittelabfällen teil. Der Kanton Basel-Stadt übernimmt 2/3 der Kosten für ein Coaching inklusive Abfallmessung und Erarbeitung von Massnahmen.

Was ist Ihr Nutzen von der Teilnahme am Projekt?

- Im Durchschnitt können 35% der Lebensmittelabfälle mit einfachen Massnahmen reduziert werden. Damit sparen Sie Warenkosten und motivieren Ihr Team.
- Sie bekommen eine Gesamtanalyse und einen individuellen Massnahmenkatalog für Ihren Betrieb.
- Sie profitieren von der Begleitung durch erfahrene Coaches des Vereins United Against Waste.
- Sie sensibilisieren Ihren gesamten Betrieb hinsichtlich Abfallvermeidung.
- Sie lernen digitale Werkzeuge der Abfallmessung kennen.
- Sie profitieren von Medienarbeit zum Projekt durch den Kanton Basel-Stadt

Was müssen Sie tun um am Projekt teilzunehmen?

- Sie nehmen an zwei Terminen mit zwei Projektverantwortlichen aus Betriebsführung und Küchenleitung teil.
- Sie führen während vier Wochen eine detaillierte Messung der Lebensmittelabfälle in Ihrem Betrieb durch.
- Sie beteiligen sich an den Kosten in der Höhe von CHF 990.- pro Betrieb. Die restlichen CHF 2000.- übernimmt der Kanton Basel-Stadt.

Im Schnitt reduzieren Betriebe Abfälle um 35%, die Kostenbeteiligung werden Sie in Form von Warenkosten direkt wieder einsparen.

Das Projekt verläuft in Gruppen von 6 Betrieben

Die Gruppen durchlaufen alle den selben Projektablauf:

1	Kick-off Workshop
2	Selbständige Messung
3	Reports und Massnahmenvorschläge
4	Food Save Basel Event mit allen teilnehmenden Betrieben
5	Selbständige Zweitmessung (Fortschritt)
6	Abschlussbericht pro Gruppe

Anmeldung und mehr Informationen per E-Mail an:
info@united-against-waste.ch

Teilnahme ist auf 30 Betriebe begrenzt. Ausschlaggebend ist das verbindliche Anmeldedatum. Anmeldeschluss ist der 12. Januar 2020.

Startdaten (Gruppen):

13. Januar, 10. Februar, 9. März, 6. April



Departement für Wirtschaft, Soziales und Umwelt des Kantons Basel-Stadt

Amt für Umwelt und Energie

Dies ist ein Projekt im Rahmen des „Massnahmenpakets nachhaltige Ernährung Kantons Basel-Stadt 2018 – 2021“



United Against Waste ist die Schweizer Gastronomie Brancheninitiative für Food Save.



Holen Sie sich das Beste oder lassen Sie es liefern

Prodega-Markt
Transgourmet Schweiz AG
Singerstrasse 12
4052 Basel

www.transgourmet.ch
webshop.transgourmet.ch

 **TRANSGOURMET
PRODEGA**