



März 2021 • Ausgabe 100

baizer.ch

Gastronomie • Hotellerie • Tourismus

Unsere Themen

Das Gastgewerbe nach Corona	2
Virtuelle Restaurantmarken	5
Nein zu einem kantonalen Mindestlohn!	6
Perlen aus dem Archiv: Die Rheinhalle	7
Betreute Spielgruppe: Vom Papst, Pfauen und den Äfflein	8
Nutzen Sie die staatlichen Hilfen!	9
Präventionsfanatismus: «Fakten» zum Alkohol	10

Wer hat Angst vor dem neuen Normal?

Die Corona-Krise verändert die Rahmenbedingungen der Wirtschaft irreversibel. Prozesse wurden angeschoben und beschleunigt. Auch wenn nicht alles Hergebrachte verschwinden wird: Das Gastgewerbe muss sich darauf einstellen, dass eine Rückkehr in die Vergangenheit nicht möglich sein wird.

Die Gesundheitskrise ist noch nicht überstanden, doch ein Ende rückt näher. Mit der zunehmenden Durchseuchung der Bevölkerung und einer höheren Impfquote bei den Risikogruppen werden Lockerungen einhergehen. Im Laufe des Jahres, vielleicht auch erst 2022 oder 2023 können wir dann von einer echten Normalisierung sprechen. Manche gewohnten Strukturen werden allerdings nicht mehr funktionieren!

Das Bedürfnis nach Geselligkeit und Genuss ist ungebrochen.

Zwar haben die Menschen ein Nachholbedürfnis, und viele Konzepte, die nicht stark von Veranstaltungen und vom Tourismus abhängig sind, werden wieder laufen. Doch manche Gewohnheiten haben sich schon vor Corona geändert und jetzt den «Durchbruch» geschafft.

Sowohl Unternehmen wie Menschen mussten in den langen Lockdown-Phasen nach Alternativen zum Gewohnten suchen. Statt beim Coiffeur hat mancher seine Haare selbst geschneidert oder von einem Verwandten daheim schneiden lassen. Streamingdienste wie Netflix erlebten einen Boom und werden auch künftig so manchen Kinobesuch ersetzen.

Viele geschäftliche Treffen und Reisen werden durch eine Videokonferenz obsolet. Home-Office wird sich auf weit höherem Stand als zuvor etablieren. Unsere Gäste haben sich daran gewöhnt, ihre Lieblingsspeisen nach Hause liefern zu lassen. Bei genormten Produkten werden Online-Einkäufe zum Standard: Auf dem Internet sind die Auswahl- und Vergleichsmöglichkeiten grösser als in den Innenstadtgeschäften. Die Parkplatzsuche und das Schleppen der Einkaufstaschen entfallen.

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: 1500

Herausgeber

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

Redaktion

Maurus Ebnetter
Dr. Jascha Schneider-Marfels

Gestaltung

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

Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel
info@fankhauserdruck.ch

gedruckt in der
schweiz



■ Am Lieferkanal kommen viele Anbieter nicht mehr vorbei. Es droht eine Abhängigkeit von grossen Portalen.

Fortsetzung Viele Konsumentinnen und Konsumenten haben ihr Verhalten verändert. Dieser Wandel ist für viele traditionelle Geschäfte schmerzhaft. Ihre Konzepte werden vielleicht in einer Nische und dank hohem persönlichem Engagement überleben. Manche Lebensmodelle werden aber zusammenbrechen.

Manche gewohnten Strukturen werden nicht mehr funktionieren!

Umwälzungen machen Angst, sind aber nichts Neues: Schon in der Vergangenheit hat sich die Wirtschaft immer wieder grundlegend verändert. Die Agrargesellschaft wurde zu einer Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft – und dennoch ist die Menschheit heute besser er-

nährt als früher. Handschriften wurden durch den Buchdruck ersetzt, Fuhrwerke durch Traktoren, Tante-Emma-Läden durch Supermärkte. Fortschritte in der Chemie, der Pharmazie oder der Medizin haben unser aller Leben stark verändert.

Das «New Normal» wird zwar anders sein, doch nicht alles ändert sich. Das Bedürfnis nach Geselligkeit und Genuss ist ungebrochen. Erfolgskriterien wie die Service- und Produktqualität, die Sauberkeit, die Preiswürdigkeit und eine authentische Gastfreundschaft bleiben wichtig. Eine noch stärkere Digitalisierung wird sich nicht aufhalten lassen. Gerade deshalb wird es aber auch viele Leute geben, die erst recht auf der Suche nach Sinn und echten Kontakten sind.

Keine Krise schafft neue Menschen, die ihre Lebensart radikal verändern. Gewohnheiten lassen sich nicht so leicht abschütteln. Das alte Normal ist wohl zäher als vermutet. Es wird nicht zwangsläufig zu einer «Transformation von gigantischem Ausmass» (Angela Merkel) kommen.

Dennoch müssen sich Unternehmerinnen und Unternehmer auf einen beschleunigten Wandel einstellen. Auch wenn nicht alles neu und anders sein wird: Nach Corona wieder da anzufangen, wo wir aufgehört haben, ist nicht zukunftsträchtig. Die Erfolgreichen wissen das und passen sich laufend an: Wer aufhört, besser zu werden, hört auf, gut zu sein!

Maurus Ebner

Das Gastgewerbe nach Corona

Welche Entwicklungen werden das Gastgewerbe und den Tourismus prägen? Mit Gewissheit lässt sich sagen: Die Unsicherheit in vielen Bereichen wird sehr gross bleiben.

Der **Freizeitourismus** in den Städten ist von den internationalen Märkten und Reisebeschränkungen abhängig. Er wird wohl erst in einigen Jahren wieder das Niveau von 2018 und 2019 erreichen. Besser sieht es für die Ferienhotellerie aus: Durch den Ausfall von Fernreisen wird sie mehr Gäste aus dem eigenen Land und den Nachbarländern verzeichnen.

Der **Geschäftstourismus** wird sich nur auf 70 bis 90 Prozent des Vorkrisenniveaus erholen. Die Digitalisierung, Sparmassnahmen und Nachhaltigkeitsthemen führen dazu, dass die Unternehmen hier zurückhaltend bleiben.

Der **MICE-Bereich** liegt komplett am Boden. Er wird sich ab dem dritten Quartal langsam erholen. Zunächst wird wohl nur ein Drittel der Messen und Kongresse wieder stattfinden. Nächstes Jahr wird es besser aussehen, auch digitale und hybride Formate (real vor Ort und digital zugleich) zum festen Bestandteil werden.

Ein grosses Fragezeichen bleibt die **Konjunktur**. Wie rasch finden die Industrieländer aus der Wirtschaftskrise? Geht man nach den Finanzmärkten, so herrscht Optimismus vor. Anders kann man sich beispielsweise die hohe Bewertung von Airbnb nicht erklären.

Beim heimischen **Konsum** wird es einen gewissen Nachholbedarf geben. Die Leute wollen sich wieder einmal etwas gönnen. Gewisse Anlässe werden nun endlich stattfinden können. Die jungen Leute werden in die Bars und Clubs strömen, um – beinahe wie nach einem Krieg – ordentlich zu feiern.

Eine andere Frage ist, ob Unternehmerinnen und Unternehmer, besonders Start-Ups, überhaupt noch das gewaltige **Risiko** von Neueröffnungen eingehen werden. Ein Risiko, dass sich künftig nicht mehr versichern lassen wird.

Ein Teil der Menschen wird Restaurants und Bars weiterhin meiden. Strengere **Auflagen**

oder gar erneute Schliessungen sind nicht ausgeschlossen. **Home-Office** wird zum festen Bestandteil der Arbeitswelt. Vor allem in den Stadtzentren gibt es daher weniger Menschen. Profitieren könnten Lokale und Lieferdienste in den Aussenquartieren und der Agglomeration.

Alternative Vertriebskanäle gewannen schon vor Corona an Bedeutung. Lieferungen und Take-Away werden in den meisten Betrieben zum Alltag. Die Schnellverpfleger werden stärker als bisher auf Drive-Thru und Curbside

Pickup setzen. Beim Dialog mit den Kunden wird mit künstlicher Intelligenz experimentiert.

Vor der Pandemie nutzten vorwiegend jüngere Leute Self-Ordering-Terminals oder Bestell-Apps. In der Pandemie gewöhnten sich auch ältere Generationen daran. Für Gastronomen wird es immer wichtiger, eine Digital- und **Off-Premise-Strategie** zu haben. Geisterküchen und virtuelle Restaurantmarken werden zu neuen Expansionsmodellen führen.



■ Pflanzenbasierte Produkte erobern die Menükarten. Zum Teil sind sie aber stark bearbeitet und enthalten Zusatzstoffe.

Viele Gastronomen müssen die **Bestellprozesse** noch besser in den Griff bekommen. Kundenwünsche auf mehreren Kanälen entgegenzunehmen, bindet Ressourcen, erhöht die Falschlieferraten und Lieferverzögerungen. Das führt zu negativen Bewertungen im Netz.

Ob und wie ein Lokal online sichtbar ist, bleibt matchentscheidend. Eine gutes **Reputationsmanagement** beinhaltet die Überwachung von Bewertungsportalen und die aktive Nutzung von Google-Unternehmensseiten. Instagram wird einflussreicher. Auch ältere Zielgruppen nutzen das Internet.

Der Dialog mit den Gästen bekommt noch mehr Stellenwert. Wer sich auf den sozialen Medien, mit Newsletters oder im echten Leben eine solide **Fan-Community** aufbaute, kam besser durch die Krise. Gastronomen sind gut beraten, bei ihrem Zielpublikum beliebte Kommunikationskanäle zu bespielen. Gästedaten werden für den Erfolg eines Lokals wichtiger.

Die **Geschäftsmieten** an guten Lagen werden sinken. Durch Leerstände werden die Vermieter gezwungen, neue Mietzinsmodelle auszuprobieren, die zwar tiefe Garantiesummen vorsehen, dafür aber Beteiligungen am Erfolg der Betreiber.

Die **Nachhaltigkeit** ist mehr als ein Label, mit dem sich Unternehmen schmücken. Immer mehr Gäste fordern sie ein. Verbunden mit einer zunehmenden Individualisierung und einem ausgeprägten Sicherheitsdenken führt das zu einer Abnahme des Massengeschäfts, was auch Problemfelder wie Overtourism vorübergehend entschärfen dürfte. **Food-Waste** bleibt ein wichtiges Thema. Zu erwarten ist zudem eine intensivere Diskussion über Einwegverpackungen.



■ Wo es die Verhältnisse zulassen, könnte der Curbside-Service eine Alternative oder eine Ergänzung zu Drive-Thrus sein.

Der Trend zu **regionalen Produkten** ist ungebrochen und hat viele Ursachen. Dazu gehören die Globalisierungs-Skepsis, störungsanfällige Lieferketten und die Suche nach Identität. Das heisst nicht, dass internationale **Food-Trends** nicht in ihren Weg zu uns finden. Gerade asiatische Einflüsse sind deutlich zu spüren.

Immer mehr Leute **ernähren** sich bewusst. Der Konsum von Fleisch wird nicht nur wegen Tierschutzbedenken weiter zurückgehen. Aber auch hier gilt: Bewährtes hält sich länger als viele meinen. Comfort-Food wie Schnitzel, Burger, Pizza und Pasta werden Bestseller bleiben.

Gehobene Lokale setzen auf **Manufakturen** oder Kochboxen als Zusatzgeschäft. Bei Letzteren handelt es sich um komplette Menüs, die zuhause nur noch aufgewärmt oder fertiggestellt werden müssen. Restaurants gliedern einen Webshop an.

In den letzten 12 Monaten gab es vermehrt Gastronomen, die Lebensmittel für den **Verkauf über die Gasse** anboten. Wieso sollen Gäste nicht in einem Restaurant Brot, Pasta, Bierspezialitäten oder Gemüse kaufen, wenn umgekehrt der Lebensmittel-Einzelhandel immer mehr verzehrfertige Speisen und Getränke anbietet?

Die reduzierten Kapazitäten und Öffnungszeiten samt der Möglichkeit der Kurzarbeit zwingen viele Betreiber von bedienten Restaurants, ihre **Karte** zu verkleinern und sich vermehrt am Handling-Aufwand zu orientieren. Es ist gut möglich, dass sie auch künftig mit weniger Mitarbeitenden und gestrafftem Angebot auskommen werden.

Das **Mittagsgeschäft** für Restaurants wird zunehmend durch das Snack-Geschäft ersetzt.

Im Mittelpunkt stehen kleine, schnelle und mobile Mahlzeiten, die gesund und trendy sind. Bäcker, Convenience-Stores und andere Detailhändler werden sich hier ein gehöriges Stück des Kuchens abschneiden.

Die **Hygiene** war schon immer ein Erfolgskriterium. In diesem Bereich mit Zusatzleistungen zu punkten, könnte sich bezahlt machen. Werden Desinfektionsstationen zum Standard? Müssen die Betreiber in Luftreinigungssysteme investieren?

Zwar schätzen die Kunden die Möglichkeit, digital Tische zu reservieren, Angebote zu studieren oder zu bezahlen. Im Grunde genommen wünschen sie sich aber nach wie vor analoge Erlebnisse und echte Gastfreundschaft. Die **Digitalisierung** führt im Idealfall dazu, dass wir uns stärker auf den Gast konzentrieren können.

Der Druck, die **Produktivität** zu erhöhen, bleibt hoch. In Hochlohnländern lohnen sich Investitionen in rationellere Abläufe. Trotz fortschreitender **Automatisierung** benötigen wir weiterhin leistungsfähige **Mitarbeiter**. Die guten Leute werden wir nur halten, wenn wir ihnen Perspektiven, Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten bieten. Gleichzeitig müssen wir für den Berufsnachwuchs wieder interessanter werden.

Reisen, Hotels, Gastronomie und Lifestyle gehören zur modernen Welt. Gastgewerbliche Betriebe werden selbst zur **Destination**, zur Sehenswürdigkeit. Sie werden mehr als früher respektiert: Restaurants, Bars und Cafés sind für weite Teile der Bevölkerung unverzichtbar. Die Konzepte und Akteure mögen ändern, doch die Branche hat Zukunft!

Radisson setzt auf Roboter

Im Radisson Blu Hotel am Flughafen Zürich funktioniert der Service elektronisch. Möglich macht dies ein Serviceroboter namens «Jeeves». Er liefert den Gästen Getränke, Snacks, Burger, Pizza und Salat sowie andere Produkte kontaktlos bis an die Zimmertür. Damit Jeeves die 330 Zimmer und Suiten selbstständig erreicht, wurden die Aufzüge im Haus aufgerüstet.



■ Dank Cloud-Technologie kommunizieren die Lifte direkt mit dem Roboter.

Blockchain im Tourismus

In der Ferienregion Heidiland entsteht das weltweit erste Blockchain-Netzwerk im Tourismus. Erste Anwendungen sollen nächsten Winter zur Verfügung stehen. Heute setzt sich das Gesamterlebnis für den Gast in einer typischen Destination aus zahlreichen Einzelanbietern und Einzelleistungen zusammen, die isoliert voneinander funktionieren und nicht selten auch (noch) nicht online buchbar sind. Der Gast der Zukunft wird auf seinem Smartphone einen persönlichen «digitalen Schlüssel» zur Region erhalten, mit dem er im Restaurant bezahlen kann, Zutritt zur Bergbahn erhält oder die Tür seiner Ferienwohnung öffnet.



■ Das System erlaubt es, Daten dezentral und anonymisiert gemeinsam zu nutzen und Transaktionen aller Art durchzuführen.

Accor kooperiert mit Microsoft

Die Hotelgruppe Accor arbeitet bei der Lancierung ihres Meeting-Konzepts «All Connect» mit Microsoft zusammen. Bereits 55 Prozent der Accor-Häuser mit Tagungsräumen bieten derzeit ihren Kunden hybride Lösungen an. Bis 2022 sollen weltweit alle Tagungshotels sämtlicher Marken den neuen Hybrid-Meeting-Standard erfüllen. Die Meetings finden auf der Plattform «Microsoft Teams» statt, auf der sich die Teilnehmer verbinden und miteinander agieren können. Inhalte können einfach präsentiert und virtuelle Teilnehmer so gesehen werden, als wären sie im selben Raum. Das Konzept ist in erster Linie auf kleine Meetings mit bis zu 50 physischen Teilnehmern ausgerichtet. Der Trend zu Remote-Events wird wahrscheinlich auch über die Pandemie hinaus anhalten.



■ Erweitertes Gesamterlebnis: Die Messlatte für hybride Meeting-Erlebnisse wird höher gesetzt.

Big Macs per Handy bestellen

Nach längerer Entwicklungsphase hat McDonald's ein weiteres Element seiner Digitalstrategie realisiert. Der Service «myOrder» bietet den Burgerfans die Wahl, ob sie ihr Lieblingsmenü mitnehmen, im McDrive abholen oder an den Tisch serviert haben wollen. Der zusätzliche Bestellkanal ist in die bestehende McDonald's-App integriert, welche bereits zwei Millionen Menschen in der Schweiz installiert haben.



■ Die Gäste müssen die App heruntergeladen, sich angemeldet und eine Kreditkarte angegeben haben, um kontaktlos zu bestellen und zu bezahlen.

Hybride Tagungsangebote

Hybrid oder virtuell: Dieses digitale Duo bestimmt künftig den MICE-Bereich. Viele Anbieter stellen sich darauf ein und investieren in neue Technik und schliessen Partnerschaften. Um auf die neuen Bedürfnisse flexibel einzugehen, arbeiten beispielsweise die Leonardo Hotels mit der Produktionsfirma Encore als Partner an innovativen Formaten und setzen diese um. Die Bandbreite der technischen Lösungen ist enorm. Auch Hotels mit kleineren Räumen können davon profitieren und die maximale Teilnehmerzahl vor Ort durch die neuen Streaming-Formate erweitern.



■ Technische Aufrüstung: Die Palette mit Veranstaltungsmöglichkeiten wird umfangreicher.

Bettelverbot

Der Grosse Rat will die Schraube wieder anziehen. Nach einer emotionalen Debatte sprach er sich für die Wiedereinführung des Bettelverbots im Kanton Basel-Stadt aus. Die Mehrheit des Rats war wie die Regierung der Meinung, dass sich die Aufhebung des Verbots als Fehler erwiesen hatte.

Benachteiligung geht weiter

Der Regierungsrat hat die Eckpunkte der neuen Mobilitätsstrategie des Kantons Basel-Stadt vorgestellt. Trotz anderslautender Versprechungen im Rahmen des Abstimmungskampfs zu den «Zämme besser»-Initiativen soll die einseitig autofeindliche Basler Verkehrspolitik mit Road-Pricing, Fahrverboten und Umweltzonen nochmals deutlich verschärft werden.

Verpflegung ohne Abfall

Immer mehr lokale Gastronomiebetriebe bieten Menüs und Getränke für unterwegs an und wollen gleichzeitig die Abfallberge so klein wie möglich halten. Das Amt für Umwelt und Energie unterstützt das Engagement dieser Betriebe mit Förderbeiträgen.

aue.bs.ch/aktuell/aktionen/aktion-mehrweggeschirr.html



Virtuelle Restaurantmarken

«Beast Burger» heisst ein Restaurant, über das in den USA viel gesprochen wird. Dieses Restaurant hat jedoch keine Mauern: Es existiert nur virtuell, doch die Produkte kann man sich bereits in 300 Städten nach Hause bestellen. Sie werden in Geisterküchen oder in Partnerbetrieben hergestellt und über Lieferportale vertrieben.

Unglaublich, aber wahr: Die Liefer-App von Beast Burger schaffte es im Apple Store auf Platz 1 in der Kategorie Food & Beverage. Die Erfolgsgeschichte ruft Nachahmer auf den Plan. Bereits soll es in den USA schon 100'000 virtuelle Marken geben. Zu den bekannteren Namen zählen Cosmic Wings, Tender Shack und Wow Bao.

Marken virtuell zu schaffen ist eine Möglichkeit, Erfolg in der Gastronomie zu haben ohne die gewaltigen Investitionen und Risiken, die echte Filialen aus Beton und Stahl mit sich bringen. Die Sache hat das Potenzial zum Game-Changer.

Um das zu verstehen, blicken wir zurück zu einem echten Restaurantkonzept. Popeyes Louisiana Kitchen führte vor zwei Jahren ein «Chicken Sandwich» ein, das durch einen einzigen Tweet explosionsartig Interesse fand und 1.3 Milliarden Dollar Umsatz brachte.

Social Media machte es möglich. Gab es in früheren Zeiten für Gastronomen nur die Möglichkeit, die Gäste per Werbung in die Lokale

zu bringen und sie dann mit dem Produkt zu überzeugen, ist das heute anders: Mögen Leute ein Produkt, sagen sie es über die sozialen Medien weiter. Eine Markenbildung ist möglich, ohne dass die Menschen das Lokal besuchen.

Traditionellerweise brauchten Restaurants ein Konzept, einen passenden Standort, eine Räumlichkeit und regionales Marketing, um Gäste in ihre Lokale zu bringen. Damit verbunden war die Hoffnung, dass die Kunden wiederkehren. Ein virtuelles Restaurant hingegen braucht keine Gebäude. Man startet einen Versuch und sieht dann, ob das Angebot beim Zielpublikum ankommt. Da fallen zahlreiche Hürden weg, das finanzielle Risiko ist klein!

Zurück zu Mr. Beast: Das Konzept hat gut 50 Millionen Follower auf Youtube. Ob ein solcher Erfolg ohne «echte» Restaurant-Erlebnisse aufrechterhalten kann, ist unklar. Das Potential ist aber da: Vielleicht entstehen aus der Idee im virtuellen Raum ja echte Standorte, die man als Gast besuchen kann.



■ Virtuelle Restaurantmarken wie Mister Beast sind in den USA ein heisses Thema.



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

Nein zu einem kantonalen Mindestlohn!

Der Wirtverband Basel-Stadt lehnt sowohl die kantonale Initiative «Kein Lohn unter 23 Franken» als auch den Gegenvorschlag des Grossen Rates ab. Ein Mindestlohngesetz gefährdet die Sozialpartnerschaft und sabotiert die Chancen Geringqualifizierter.

Bei den Verhandlungen zu den Gesamtarbeitsverträgen kommen Mindestlöhne unter Berücksichtigung zahlreicher branchenspezifischer Gegebenheiten zustande.

Es kann nicht sein, dass es sich nicht lohnt, in die Jahre der Berufsbildung zu investieren.

Der Lohn ist dabei ein bedeutsames Element in einem Gesamtgefüge. Werden die austarierten Verhandlungsergebnisse durch staatliche Mindestlöhne übersteuert, wird das Gesamtpaket hinfällig. Verhandlungen auf Augenhöhe sind so nicht mehr möglich.

Staatliche Mindestlöhne sabotieren die Einstiegschancen gerade derjenigen, die sie zu schützen vorgeben: Geringqualifizierte finden keine Arbeit mehr, weil ihre Jobs wegfallen oder von Leuten mit höherer Produktivität besetzt werden. Mit der Einführung des kantonalen Mindestlohns tun wir den Schwächsten in unserer Gesellschaft keinen Gefallen: Die Sozialhilfequote wird deutlich steigen.

Auch auf Basis des Gegenvorschlags wäre ein kantonales Mindestlohngesetz verheerend. Schon bald wird versucht werden, den Mindestlohn oder den Ferienzuschlag zu erhöhen, Ausnahmeregelungen zu streichen oder andere Parameter staatlich zu fixieren. Kantonale Mindestlohngesetze sind der Beginn vom Ende der Sozialpartnerschaft!

Sowohl Initiative als auch Gegenvorschlag sehen vor, dass der Mindestlohn unabhängig davon gilt, ob jemand eine Ausbildung hat oder nicht. Wenn ein 16-Jähriger mit Ausahlsjobs gleich viel verdienen kann wie jemand mit frisch abgeschlossener Lehre, setzt das die Berufsbildung massiv unter Druck. Ohne Grundausbildung fehlen den jungen Menschen später die Möglichkeit zur beruflichen Weiterbildung und damit verbundene Lohnerhöhungen. Es kann nicht sein, dass es sich nicht lohnt, in die Jahre der Berufsbildung zu investieren.

Gesetzliche Mindestlöhne betreffen keineswegs nur Arbeitsverhältnisse, bei denen der bisherige Lohn darunter liegt. Sie treiben das ganze Gefüge nach oben, wollen und müssen Arbeitgeber doch treuen, qualifizierten Mitarbeitern entsprechend mehr bezahlen, damit es Anreize für das Verbleiben im Betrieb und die Weiterqualifikation gibt.

Im grenznahen Raum mit einer starken ausländischen Konkurrenz werden wir kaum in

der Lage sein, die deutlich höheren Kosten auf die Gäste zu überwälzen. Das gefährdet viele Betriebe. Eine weitere Verlagerung in weniger arbeitsintensive Konzepte und Branchen, ins Ausland oder in andere Kantone ist absehbar.

Das Schweizer Volk hat vor sechs Jahren mit rund Dreivierteln aller Stimmen mehr als deutlich Nein gesagt zur Einführung eines staatlichen Mindestlohns. Auch in Basel-Stadt wurde die Initiative mit über 62 Prozent der Stimmen wuchtig verworfen. Die erneute Forderung auf kantonalen Ebene ist eine Zwängerei!



■ Maurus Ebnetter
Präsident Wirtverband Basel-Stadt

PERLEN AUS DEM ARCHIV

Das Archiv des Wirtverbands 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 und Gastrohistoriker Mario Nanni, Telefon 061 261 81 18.

TEIL 31: DIE RHEINHALLE

Das Restaurant Rheinhalle befand sich am Eisenbahnweg 16. Die Geschichte des Lokals geht zurück auf die Brauerei Voellmy, die 1870 gegründet wurde. Später war das Lokal unter dem Namen «Rheinburg» bekannt.

Der letzte Wirt der Rheinhalle hiess Paul Leimbach und war unter dem Namen «Lämpse-Sämi» bekannt. Ganz Basel verkehrte bei ihm. Zu den Hausspezialitäten zählten Pasteten und Nasen – so heisst ein karpfenähnlicher Fisch, der in der Birmündung verbreitet ist. Die Rheinhalde hiess im Volksmund deshalb auch «Naase-Casino». Das stattliche Haus wurde 1977 abgerissen.



■ In den 1930er-Jahren hiess der Betrieb noch «Rheinburg».



■ Die Rheinhalde um 1960. Die Adresse lautete nun Grenzacherstrasse 276.



■ Das stattliche Gasthaus mit benachbarten Gebäuden.



■ Als die Eisenbahnlinie noch mit Panzersperren geschützt war.



■ Nasen gehören zur Familie der Karpfenfische. Sie werden bis zu 40 Zentimeter grosse und erreichen ein Gewicht bis zu einem Kilo.

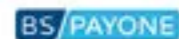
EXKLUSIVE VORTEILE

NUR FÜR GASTROSUISSE-MITGLIEDER

GASTROSUISSE



Günstiger Tanken
kostenlose AVIA-Karte
und viele weitere Vorteile



Sonderkonditionen
für Terminals
und Kartenakzeptanz



Exklusiver Schutz
für Restaurationsbetriebe
mit bester Preis-Leistung



Spezialkonditionen
auf das gesamte
HP Sortiment



Büromaterial zu
Vorteilskonditionen



Gastro-Marketingcheck
Profitieren Sie von
unserem Beratungsangebot



Lärmakustik-Beratung
von unabhängigen Experten
zu exklusiven Preisen



Profitieren Sie von unserem
Flottenrabatt und
zusätzlichen Promotionen



Heizöl zu speziellen
Vorzugsbedingungen



Büromaterial zu
Sonderkonditionen



Günstiger Tanken
keine Kartengebühren
und viele weitere Vorteile



Für Hotellerie und Restauration

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

Aus der betreuten Spielgruppe*

Vom Papst, Pfauen und den Äfflein

Mit Tieren werden Politiker häufig verglichen: Mit Platzhirschen oder Rampensäuen etwa. Nur selten aber vergleicht sich ein Grossrat in Basel mit dem Papst. Dies kam aber in der Januar-Sitzung des kantonalen Parlaments vor.

Einige der Hahnenkämpfe (schon wieder ein Tiervergleich) wurden durch die Tatsache befeuert, dass ein guter Teil der Grossräte seine letzte Sitzung absolvierte. An der ersten Sitzung der neuen Legislatur standen Wahlen im Vordergrund – und einmal mehr Pannen bei der Abstimmungsanlage.

Etwas haben der historische und der aktuelle Tagungsort des Grossen Rates gemeinsam: die technischen Einrichtungen versagen dauernd, wobei dies im Rathaus meist die Lautsprecher, in der Messe aber die Abstimmungsanlage betrifft.

Zum neuen Jahr gab es darum ein neues Tool, laut scheidender Ratspräsidentin Salome Hofer «mein Abschiedsgeschenk an Sie!» Dann gab es Probeabstimmungen, die Hofer wegen des hohen Ja-Anteils begeisterten: «Sie sind ja so positiv eingestellt heute.» Allerdings musste sie diejenigen, welche das entsprechende «Käschli» mit auf die Raucherterrasse nehmen wollten, gleich enttäuschen: «Sie müssen am Platz bleiben – also die Käschli – Sie natürlich am besten auch.»

Das Hofersche Geschenk entpuppte sich aber schon in der Februarsitzung als «Dinner for one» (same procedure as every year): Bereits bei den Testabstimmungen fror der Bildschirm mehrfach ein, was Neo-Präsident David Jenny zur trockenen Feststellung bewegte: «Wir testen nicht nur Sie, sondern auch die Technik.»

Zurück aber zur Januar-Sitzung: Haupttraktandum am ersten Sitzungstag war die Initiative, welche einen Mindestlohn forderte. Christophe Haller als Präsident der vorberatenden Kommission setzte sich mit viel Verve für einen Gegenvorschlag ein und wurde dabei ebenso poetisch wie persönlich: «Eigentlich hätte ich die Chance, einen staatlichen Mindestlohn zu befürworten, für ähnlich wahrscheinlich gehalten wie diejenige, dass der Papst an Ostern Bar Mizwa feiert.» Über die Osterpläne des Heiligen Vaters wissen wir nichts, Haller dagegen hatte seinen Anteil, dass der Grosse Rat einem Gegenvorschlag zustimmte.

Am zweiten Sitzungstag kamen sich die Parlamentarier der beiden Basel sehr nahe, tagte doch auch der Landrat im Kongresszentrum. Zu viel Nähe war der Ratspräsidentin aber suspekt, weshalb sie warnte: «Bitte kommen Sie den Mitgliedern der Baselbieter Legislative nicht zu nahe!» Zu ihrer Ehrenrettung: Sie sorgte sich nicht wegen der starken Fraternisierung, sondern um die Einhaltung der Corona-Regeln.

Erstaunt nimmt man immer wieder zur Kenntnis, was alles Gegenstand eines persönlichen Vorstosses sein kann. Regelrecht zu Verblüffung Anlass gab ein Anzug der beiden feministisch bewegten Damen Zürcher und Seggiani. Diese störten sich daran, dass – laut ihren Berechnungen – Grossräte bei vielen Geschäften mehr und länger redeten als Grossrätinnen. Man solle das unbedingt statistisch erfassen und entsprechende Gegenmassnahmen ergreifen.

Stimmen Sie nach Ihrer Stimmung – ich werde dem Entscheid dann ein Traktandum zuordnen.

Der flapsige Spruch «ein Mann, ein Wort – eine Frau, ein Wörterbuch» scheint sich also im Ratsaal ins Gegenteil zu kehren. Beat Schaller (SVP) führte das Anliegen ad absurdum, in dem er dazu votierte, aber «als Frau gefangen im Körper eines Mannes». Der Vorstoss schaffte zumindest eines: Er kam in praktisch allen Rückschauern in der Reihe «Dinge, die die Welt nicht braucht» vor. An dieser Stelle soll den beiden Vorstösserinnen nur dies ins parlamentarische Jahrbuch geschrieben werden: Quantität ist nur selten identisch mit Qualität – das gilt auch für die Reden im Grossen Rat, wie diese Kolumne immer wieder mal aufzeigen darf.

So zum Beispiel bei derjenigen zu einer Petition, welche die Auflösung einer illegalen Demonstration am Frauenstreiktag durch die Polizei bemängelte. Die Petitionskommission beantragte einstimmig Überweisung an den Regierungsrat. Dies relativierte der scheidende Grossrat René Häfliger (LDP), der offen erklärte, an der betreffenden Sitzung nicht teilgenommen zu haben: «Als ich die Traktandenliste las, beschloss ich spontan, in dieser Zeit Gescheiteres zu tun zu haben.»

Die sehr lange Traktandenliste konnte in der Januarsitzung nur unzureichend abgearbeitet werden, was nicht zuletzt daran lag, dass auch bei völlig unbestrittenen Geschäften alle Fraktionssprecher meinten, ellenlange Referate halten zu müssen, obwohl der Saal meist ziemlich verlassen war.

Auf die Spitze trieb es Peter Bochsler (FDP), der bei der Beratung der Zolli-Subvention zu einem geschichtlichen Rundschlag über Zoo und Tierpark Lange Erlen ansetzte. Er erzählte von radschlagenden Pfauen (gewisse Grossräte fühlten sich angesprochen) und erwähnte den früheren Spendenaufruf: «Dängg an Aff und Äffli, leg e Fränggli ins Kässeli». Obwohl vom Reim her grenzwertig, bewilligte der Rat die Subvention ohne Gegenstimme...

...und widmete sich im Februar der Abarbeitung der Restanzen. Zuerst aber durfte der glanzvoll gewählte David Jenny seine Präsidialansprache halten. Er tat dies fachlich exzellent, soweit dies der Chronist trotz juristischer Vorbildung überhaupt beurteilen kann. Eines weiss er aber bestimmt. Jenny kann diese Ausführungen noch jahrelang an juristischen Kolloquien rezyklieren – dort werden sie vielleicht umfassend verstanden.

Dass er durchaus Humor hat, bewies er bei den nur teilweise gelungenen Testabstimmungen (siehe oben), als er die Räte aufforderte: «Stimmen Sie nach Ihrer Stimmung – ich werde dem Entscheid dann ein Traktandum zuordnen.» Und als er die neu Gewählten namentlich begrüßte.

Nach der Auflistung meldet sich schüchtern eine weibliche Stimme aus den vorderen Reihen: «Ich bin auch neu hier!» Jenny entschuldigte sich mit: «Ihr Name kam mir eigentlich schon lange vertraut vor.» Es handelte sich nämlich um Annina von Falkenstein (LDP), deren Mutter viele Jahre die Liberalen im kantonalen Parlament vertreten hatte. Nicht mehr eruieren liess sich, ob Michelle Lachenmeier (GAB) dasselbe Schicksal erlitt, als sie ihrer Mutter Anita in den Rat nachfolgte.

* 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.

Nutzen Sie die staatlichen Hilfen!

Härtefallhilfe

Basel-Stadt hat Betrieben, die die Kriterien erfüllen, drei Akonto-Zahlungen in der Höhe von insgesamt 5 bis 6 Prozenten eines Jahresumsatzes ausbezahlt. Weitere Entschädigungen werden folgen. Da mehr Geld ins System gelangt, werden substantielle Leistungen möglich sein, die vielen Betrieben beim Überleben helfen. Ein klarer Fahrplan lag bei Redaktionsschluss aber noch immer nicht vor. Das Gesuch ist spätestens bis 31. März 2021 einzureichen.

hilfe-hgt.bs.ch

Corona-Erwerbsersatz

Selbständigerwerbende und Personen in Arbeitgeberähnlicher Position können bei der Ausgleichskasse eine Erwerbserersatzentschädigung beantragen, wenn ihr Betrieb behördlich geschlossen ist oder im Antragsmonat mehr als 55% Umsatzeinbuße verzeichnet. Es gibt zahlreiche Detailregelungen. Weitere Infos erhalten Sie bei Ihrer Ausgleichskasse.

gastro-social.ch

Mietzinshilfe

Der Grosse Rat hat eine Neuauflage des Dreidrittel-Rettungspakets für Geschäftsmieter zugestimmt. Es stehen 21 Millionen Franken zur Verfügung. Sofern der Vermieter während der behördlichen Betriebsschliessung auf zwei Drittel der Miete verzichtet, erhält er die Hälfte des herabgesetzten Betrags, maximal aber 6700 Franken pro Monat, vom Kanton vergütet.

fd.bs.ch/COVID-19.html

Kurzarbeitsentschädigung

Gastgewerbliche Betriebe können Kurzarbeit anmelden. Dieses Instrument ist wertvoll und es hat vielen geholfen, über die Runden zu kommen. Auf die Dauer fallen aber bei den Arbeitgebern enorme Kosten an, denn nicht alle Aufwände werden von der Arbeitslosenkasse übernommen, z.B. Ferien und Feiertage, Beiträge an die Familienausgleichskasse oder Arbeitgeberbeiträge an die Pensionskasse.

awa.bs.ch

Kulturgelder

Im Kanton Basel-Stadt stehen für den Zeitraum Frühjahr 2020 bis Ende 2021 total 40 Millionen Franken für Corona-Unterstützungsmassnahmen im Kulturbereich zur Verfügung, je hälftig finanziert von Kanton und Bund. Konzertlokale oder Clubs mit kuratierem Musikprogramm können hier Gelder erhalten.

kultur.bs.ch

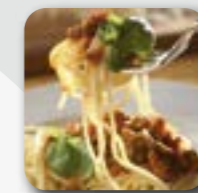
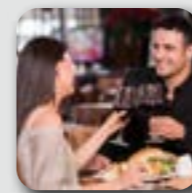
Solidarbürgschaften

Bis zum 31. Dezember 2021 können baselstädtische Unternehmen, die wegen des Coronavirus in einen existenzgefährdenden Liquiditätengpass geraten sind, Überbrückungskredite mit kantonalen Bürgschaften beantragen.

wsu.bs.ch/COVID-19.html

► WIRTEKURS

E-Learning!



Bereiten Sie sich bequem von daheim aus auf die Wirtfachprüfungen vor!

Mit Weiterbildungsmöglichkeit G1-Grundseminar.



Super-Leistung zum Top-Preis!

Online-Kurse

Ab 500 Franken. Die Module sind einzeln oder zusammen buchbar. Sie erhalten während sechs Monaten Zugriff auf eine erprobte Lernplattform, die Ihnen hervorragende digitale Lehrmittel und interaktive Lernkontrollen bietet. Kompetente Fachreferenten stehen Ihnen via Frageforum zur Verfügung.

Mehr Infos

www.baizer.ch/wirtekurs



Wirtverband Basel-Stadt
Gerbergasse 48
Postfach, 4001 Basel
Telefon 061 271 30 10
info@baizer.ch

Unzulässig und unverhältnismässig

Die EU-Kommission will drastische Massnahmen zur Eindämmung des Alkoholkonsums ergreifen. Sie legitimiert ihre Absichten mit einem «Faktenblatt» der WHO. Dieses erhebt sehr generisch, dass selbst ein massvoller Konsum zu mehr Krebserkrankungen führen soll. Die Erhebungen sind unzulässig, unverhältnismässig und überrissen.

«Uns liegen eindeutige Belege dafür vor, dass Alkoholkonsum selbst in geringen Mengen Krebs verursachen kann.» Dies Satz stammt vom Nino Berdzuli, Leiterin der Abteilung Gesundheitsprogramme der Länder beim WHO-Regionalbüro für Europa.

Die Aussage steht im Zusammenhang mit einem neuen Elaborat der Weltgesundheitsorganisation. Diese behauptet im Wesentlichen, dass es im Hinblick auf Krebs keinen unbedenklichen Alkoholkonsum gebe, ungeachtet der Art des Getränks, der Qualität oder des Preises. So seien nahezu 11 Prozent aller 2018 kausal mit Alkoholkonsum verbundenen Krebsfälle in Europa auf den Konsum von nicht mehr als einer grossen Flasche Bier, zwei Gläsern Wein oder einem Gläschen Spirituosen pro Tag zurückzuführen.

Mit zunehmender Alkoholmenge steige die Gesundheitsgefährdung dramatisch. Zudem würden Menschen, die sowohl Alkohol als Tabak konsumieren, im Vergleich zu Menschen,

die entweder nur Alkohol oder Tabak konsumieren, ein dreissigmal höheres Risiko zu einer Krebserkrankung in der Mundhöhle, dem Rachenraum, dem Kehlkopf und der Speiseröhre eingehen.

Das Bewusstsein der Öffentlichkeit dafür, dass selbst geringe Mengen an Alkohol Krebs verursachen können, müsse geschärft und drei wirkungsvolle, «leicht umsetzbare» Massnahmen gegen alkoholbedingte Krebserkrankungen ergriffen werden. Dies sind laut WHO: Die Erhöhung der Verbrauchssteuer auf Alkohol, eine umfassende Beschränkung der Alkoholwerbung über alle Medienformate sowie eingeschränkte Verkaufszeiten für Alkohol im Detailhandel.

Die EU-Kommission hat erste Handlungsableitungen zum WHO-Faktenblatt getroffen, obschon die Kompetenzen für die Alkoholgesetzgebung nicht bei der EU, sondern bei den einzelnen Mitgliedstaaten liegen. In einem ersten Schritt sollen bei alkoholischen Getränken auf

den Etiketten alle Inhaltsstoffe aufgelistet und Nährwertangaben gemacht werden.

In einem weiteren Schritt sind Gesundheitswarnungen auf Flaschen und Büchsen vorgesehen. Proklamiert werden dabei Phrasen wie «Alkohol gefährdet Ihre Gesundheit» und Abbildungen von abschreckenden Krankheits-Zerrbildern, wie sie Tabakprodukte-Verpackungen gang und gäbe sind. Weiter auf dem EU-Programm stehen Werbeverbote auf Online-Videoplattformen sowie sehr hohe Alkoholsteuern.

Peter Platzer von Spiritsuisse sagt dazu: «Wir nehmen den Gesundheitsschutz sehr ernst und wir verschliessen uns neuen, wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen zum Alkoholkonsum nicht. Es kann aber nicht sein, dass der massvolle Genuss von alkoholischen Getränken in ganz Europa auf der Basis eines generisch erstellten Faktenblatts mit drastischen Folgen für einen ganzen Wirtschaftszweig über Pauschalassagen verteuert wird.»

Ihre Expertin in Treuhand für Gastronomie und Hotellerie – seit 1921

Wir erleichtern Ihren Alltag.



Wir führen Ihre Finanz- und Lohnbuchhaltung



Wir erstellen Branchenvergleiche und Betriebsanalysen



Wir erstellen Ihre Steuererklärung



Wir stellen Ihnen verschiedene Softwaretools zu Verfügung



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

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf – es lohnt sich!

Gastroconsult AG Olten
Telefon 062 296 77 30, www.gastroconsult.ch

Gastroconsult 
nahe. kompetent.



Geschenkkarte für Basler Restaurants

- über 500 Akzeptanzstellen in Basel-Stadt
- mit beliebigem Betrag aufladbar
- Saldoabfrage jederzeit online oder per SMS
- kostenloser Versand innert 3 Tagen



www.lunch-check.ch/webshop



Holen Sie sich das Beste oder lassen Sie es liefern

Prodega-Markt

Transgourmet Schweiz AG
Singerstrasse 12
4052 Basel

transgourmet.ch
webshop.transgourmet.ch

 **TRANSGOURMET
PRODEGA**