



September 2021 • Ausgabe 102

baizer.ch

Gastronomie • Hotellerie • Tourismus

Unsere Themen

Corona ist nicht an allem schuld	3
Nachhaltigkeit als Qualitätskriterium	4
Schub für soziale Medien	6
Perlen aus dem Archiv: Die Stadt der Feinschmecker	7
Die 5 wichtigsten Trends in der Hotellerie	8
Dritte Ausgabe der Genusswoche Basel	9
GV des Wirtverbandes	10
Ja zu erschwinglichen Parkgebühren!	11

Mitarbeitermangel: Wie wir das Steuer herumreissen!

Das Gastgewerbe ist ein «people business»: Nur wer engagierte und motivierte Mitarbeitende hat, wird langfristig erfolgreich sein. Jetzt fehlen viele Fachkräfte und Aushilfen. Was können wir tun?

Spannende Konzepte, eine stimmige Einrichtung und ein attraktives Angebot sind wichtig, doch am Ende des Tages sind im Gastgewerbe die Menschen entscheidend. Der Personal-mangel rüttelt deshalb an unseren Grundfesten. Einfach so weiterzumachen wie vor der Krise, wird nicht funktionieren.

Mitarbeitende möchten sich mit ihrem Betrieb identifizieren.

Die Rekrutierungsprobleme sind nicht nur eine Folge des Lockdowns. Vielmehr beschleunigte Corona eine Entwicklung, die wir lange Zeit durch die Einstellung ausländischer Arbeitskräfte übertünchen konnten. Von Teilen der Branche unbemerkt, haben wir einen Wechsel zum Mitarbeitermarkt erlebt: Die Angestellten suchen sich ihre Arbeitgeber aus – nicht umgekehrt!

Damit sich die Situation auf dem Arbeits- und Ausbildungsmarkt entspannt, muss unsere Branche zunächst einmal von einschneidenden Auf-

lagen befreit werden. Niemand arbeitet gern in einem Umfeld, das von Betriebsschliessungen bedroht ist. Auch die Maskenpflicht ist für manche Arbeitnehmer ein Grund, das Gastgewerbe zu meiden.

An sich sind nur wenige Branchen so facettenreich und spannend. Wir kommunizieren täglich mit Gästen und Lieferanten. Wir arbeiten mit faszinierenden Produkten. In vielen Betrieben gibt es wunderbare Teams (oder gar Familienanschluss) sowie Raum für die Selbstentfaltung. Und unsere Arbeitsplätze werden nicht ins Ausland verlagert.

Dennoch suchen wir händeringend nach guten Leuten. Es gilt deshalb, weitere Anreize zu schaffen, im Gastgewerbe zu arbeiten. Wir befinden uns dabei in direkter Konkurrenz zu anderen Wirtschaftszweigen, die zwar nicht unbedingt befriedigendere Jobs, aber oftmals regelmässige Arbeitszeiten und ein höheres Gehalt bieten.

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



■ Eine gewisse Unregelmässigkeit der Einsätze lässt sich nicht vermeiden. Dennoch müssen wir im Gastgewerbe neue Arbeitszeitmodelle ausprobieren und Mitarbeiterwünsche besser berücksichtigen.

Das Image als Arbeitgeber wird für die Unternehmen immer wichtiger. Chefs müssen schon bei der Mitarbeitersuche zeigen, was sie alles bieten. Dazu gehört eine faire, leistungsge-rechte Bezahlung. Letzterem sind aufgrund der Produktivität Grenzen gesetzt. Umso bedeut-samer sind nicht-monetäre Faktoren.

Für viele junge Leute sind eine gute Stimmung im Betrieb und die Work-Life-Balance wichti-ger als für frühere Generationen. Sie möchten gefordert werden, wollen aber auch mitgestal-ten und nicht tagaus tagein dasselbe machen.

Auch wenn Zimmerstunden sowie unregel-mässige Einsätze sich im Gastgewerbe nicht ganz vermeiden lassen, müssen wir attraktive-re Schichtenteilungen und Arbeitszeitmodelle ernsthaft überlegen und ausprobieren.

Wer regelmässig zeigt, wie wichtig ihm sein Team ist, wird die Früchte ernten können.

Wertschätzung und Respekt zu erfahren, ist für alle Menschen wichtig. Ein vertrauensvol-les Betriebsklima spricht sich herum. Kleine Geschenke wie Kinogutscheine oder ein Gut-schein für ein Essen in einem Partnerrestaurant erzielen eine grosse Wirkung.

Wertschätzung und Respekt sind für alle Menschen wichtig.

Mitarbeitende möchten sich mit ihrem Betrieb identifizieren. Unternehmen, die konsequent nachhaltig handeln, haben da einen Vorteil. Von Bedeutung sind auch die Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten. Wer seine Mitar-beiter fördert und in sie investiert, wird sein Image auf dem Arbeitsmarkt steigern und damit auch seine Chancen, an Talente heran-zukommen.

Um Arbeitsstunden zu sparen, sind Automati-sierungen und die weitere Digitalisierung eine

Möglichkeit. Auf Technik setzt man am besten dort, wo es der Gast nicht negativ zu spüren bekommt. Bei den meisten Gastronomiekon-zepten werden Menschen nur beschränkt er-setzbar sein.

Das spricht aber nicht gegen Prozessoptimie-rungen, beispielsweise bei den Reservatio-nen oder bei Bezahlvorgängen. Auch digitale Menükarten per QR-Code können eine gute Ergänzung sein. Ziel muss es sein, das Personal zu entlasten und gleichzeitig dem Gast einen besseren Service zu bieten.

Gute Mitarbeiter zu binden und neue zu fin-den, ist eine zentrale Herausforderung. Die ak-tuelle Krise ist ein lauter Weckruf. Wenn wir Jobsuchende wieder gezielt für die Branche begeistern, ihnen Perspektiven und Anerken-nung bieten, reissen wir das Steuer herum!

Maurus Ebnetter

Betriebe gesucht!

Im Hinblick auf die Rekrutierungsjahre 2022/2023 starten GastroSuisse und Ho-tellerieSuisse die nationale Kampagne «RockYourFuture», welche Jugendliche im Berufswahlprozess unterstützt.

Vom 18. bis 20. Oktober und vom 1. bis 3. November 2021 finden die ersten national-berufserkundungstage der Hotellerie und Gastronomie statt. An diesen Tagen er-halten Jugendliche im Berufswahlalter span-nende und realitätsnahe Einblicke in unsere Branche. Jeweils am Montag und Dienstag bieten die Ausbildungsbetriebe spannende Programmpunkte wie Berufsinformationen, Workshops oder Blicke hinter die Kulissen an. Ab Mittwoch steht das Schnuppern im Vor-dergrund.

Die Verbände sind auf Ihre Mithilfe angewie-sen. Unterstützen Sie den Branchen-Nach-wuchs: Bieten Sie zusammen mit Ihrem Team an einem oder mehreren Daten die Mög-lichkeit, Jugendlichen Einblicke zu geben und sie zu informieren!

Melden Sie sich über die Kampagnen-Website an. Sie finden dort einen Member-Bereich mit ausführlichen Informationen und Hilfestellun-gen zu den Berufserkundungstagungen. Ju-gendliche können sich als Einzelperson oder Schulklasse anmelden.

rockyourfuture.ch



GastroSuisse

Ein polemischer Einwurf

Corona ist nicht immer schuld

Viele Gastgeberinnen und Gastgeber sind durch die nun schon mehr als anderthalb Jahre dauernde Pan-demie schwer getroffen. Lange Lockdowns, dann Teilöffnungen unter haarsträubenden Bedingungen unter den Augen schikanöser Kontrolleure – all das geht an die Substanz, finanziell wie mental. Trotz-dem sei dieser bewusst polemische Einwurf gewagt: Nicht für alles kann Corona verantwortlich gemacht werden – allzu oft ist auch der Wirt, die Wirtin schlicht selbst schuld, wenn Gäste wegbleiben und der Umsatz fehlt.

Manchmal bleibt selbst einem «Schnuuri» wie mir sprachlos der Mund offen. Da möchte ich mit meiner Partnerin am letzten Tag vor dem ersten Lockdown nochmals so richtig den Ausgang geniessen und überlege mir, welche Beiz wohl noch eine richtige Um-satzspritze gebrauchen könnte. Dann die Wahl getroffen, zum Telefon gegriffen... und nur noch gestaunt: «Nein, auf 20.30 Uhr können Sie nicht zum Nachtessen reservieren, denn wir schliessen am Montag immer um 22 Uhr.» Mein Einwurf, heute sei noch Ausschank bis Mitternacht gestattet und danach wohl lange genug ganz geschlossen, prallt an Verständnis-losigkeit ab. Dabei hätte man bis Mitternacht noch einige Biere verkaufen können, statt das angebrochene Fass dann irgendwann wegzukippen.

Dafür erreichen einen dann nach einigen Wo-chen Lockdown Hilfeschreie, man solle doch an Solidaritätsaktionen mitmachen, Gutscheine kaufen, die einen später zu einem feinen Es-sen ebenso berechtigen würden wie zu einem mit Ehrenplakette markierten Stuhl. Nun, man hat Mitleid und macht halt trotzdem mit – und wundert sich dann schon nicht mehr, dass man nicht die kleinste Dankeskarte erhält und bis heute keine Sitzgelegenheit dort meinen Na-men trägt.

Aus dem Sich-Wundern wird nach Ende des Lockdowns veritabler Ärger, wenn man nun die Freuden der Gastronomie wieder geniessen und den Lieblingsbeizen endlich etwas Umsatz verschaffen will. Allzu viele Gastgeber nützen die Pandemie als Ausrede für alles Fehlende, schiefe Gehende oder – sorry – als Verschlei-erung der eigenen Bequemlichkeit.

Ein Beispiel aus der Grossbasler Innerstadt ge-fällig? Wir möchten die immer so geschätzte kulinarische «Rundreise durch die hauseigenen Spezialitäten», die aber mit der Begründung «es isch Corona» gestrichen ist. Die einzelnen Bestandteile sind aber durchaus noch zu ha-

ben, natürlich zu entsprechend höheren (Ein-zel-)Preisen. Sorry, lieber Wirt, Corona greift die Lunge an, nicht das Hirn – rechnen kann ich immer noch...

Richtig ungemütlich wird es auch, wenn sich nach dem Lockdown ungefragt Gastgeber/in-nen an den Tisch setzen und ellenlang über ihr trauriges Schicksal klagen. Ich bin zwar auch deshalb da, um ihnen mit meinen Konsuma-tionen über die Runden zu helfen, bin aber kein Gratis-Psychologe und will nicht durch unendliches Wehklagen am Genuss gehindert werden.

Ich will nicht durch unendliches Wehklagen am Genuss gehindert werden.

Eine Ausnahme soll hier erwähnt und damit als einzige Beiz namentlich erwähnt werden: der «Löwenzorn». Die beiden wirtenden Brüder beklagen sich nie, sondern begrüssen jeden Gast voller Freude und auch einer gewissen Dankbarkeit. «Klagen nützt nichts, wir schau-en nach vorn,» ist ihr Motto. Könnte man das weitergeben?

Ach ja, dass ein, zwei Wochen nach dem Lock-down Baizen bereits wieder geschlossen sind und an der Türe «Betriebsferien» angeschrie-ben steht, macht auch nicht fröhlicher. Ich musste mich belehren lassen, das Personal-recht verlange dies. Rechtliche Bestimmungen in allen Ehren, aber man hatte wochenlang staatlich verordnete «Betriebsferien» und somit genügend Zeit, sich zusammen mit dem Personal zu organisieren.

Ein anderer Wirt (als löbliche Ausnahme trotz-dem nicht genannt, damit er keine rechtlichen Schwierigkeiten bekommt) berichtete mir, er habe sich mit dem Personal zusammengesetzt und alle seien bereit gewesen, die Hälfte ihres Ferienguthabens an die Lockdown-Zeit anrech-

nen zu lassen. Eine nochmalige – und vielleicht endgültige – Schliessung wegen Personalferien habe sich so vermeiden lassen.

All das sind nur persönliche Erlebnisse und wahrscheinlich nicht repräsentativ. Trotzdem, es gab und gibt im Gefolge der Pandemie (zu) viele Erlebnisse, wo ich mir sagen mus-s-te: «Also dieser Wirt ist einfach selbst schuld und verdient es nicht besser.» Ich weiss, neue Freunde schaff ich mir mit diesen Zeilen keine, aber vielleicht rege ich den einen oder ande-ren zum Nachdenken und zur Erkenntnis an: Corona ist nicht immer schuld – und schon gar nicht an allem!

André Auderset



■ André Auderset ist ein fleissiger Beizengänger – und manchmal auch genervter Konsument.

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

Genusswoche
Basel
16.-26. September 2021
FRISCH, GENUSSVOLL & LOKAL



Nachhaltigkeit als Qualitätskriterium

Unsere Esskultur wandelt sich – und mit ihr die Lebensmittelwirtschaft. Aktuelle Trends werden dabei durch die Corona-Pandemie geprägt. Sie hat unser Konsumverhalten auf den Kopf gestellt: Viele Menschen haben sich daran gewöhnt, frische Nahrungsmittel aus der Region online zu bestellen. Sie ordern Restaurant-Essen zum Mitnehmen, oder lassen sich Kochboxen zum Selberkochen liefern.

Schon lange wurde nicht mehr so viel im Kreis der Familie gekocht und gemeinsam gegessen. Dabei helfen Kochvideos oder der Austausch über die sozialen Medien. Viele dieser Veränderungen werden bleiben. Denn die Menschen haben in der Krise eine neue Nähe zum Essen gefunden. Und alle Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette wurden gezwungen, neue Lösungen zu entwickeln.

Qualität wird ganzheitlicher verstanden und um ökologische, tierethische und soziale Aspekte erweitert.

Diese und andere Phänomene beschreibt die Trendforscherin Hanni Rützler im Food Report 2022. Dabei richtet sie den Blick auf Werte und Entwicklungen in der Gesellschaft und Lebensmittelwirtschaft. «Im künftigen New Normal wird sich das etablieren, was sich als besser und passender zu den veränderten Bedürfnissen der Menschen herausstellt.»

Dazu gehört eine andere Gewichtung des Faktors Qualität als entscheidendes Kaufkriterium. Qualität wird ganzheitlicher verstanden und um ökologische, tierethische und soziale Aspekte erweitert. Vor allem die jungen Generationen treiben dies voran. Sie sind sich ihrer eigenen Verantwortung bewusst und möchten mit einem nachhaltigen Einkaufs- und Essverhalten zu einer Veränderung unseres Ernäh-

runngssystems und einer gesunden Umwelt beitragen.

Drei neue Trends, denen der Food Report eigene Kapitel widmet, unterstützen dieses Bedürfnis. «Zero Waste» rückt als zentraler Bestandteil nachhaltigen Konsumierens in den Vordergrund. Auch diesem Trend hat Corona eine zusätzliche Dynamik verliehen. Viele Menschen haben während der Lockdowns gelernt, weniger Lebensmittel wegzuerwerfen. Gastronomen und Händler schliessen sich mit innovativen Ideen an – auch zur Vermeidung von Verpackungsmüll.

Die zweite Strömung nennt Hanni Rützler «Local Exotics». Es gibt immer mehr experimentierfreudige, regionale Produzenten, die sich mit ehemals exotischen Produkten versuchen. So lässt sich beispielweise mit Kurkuma, Ingwer, Goji-Beeren oder Süsskartoffeln aus heimischer Erzeugung die Lust auf kulinarische Entdeckungen mit dem Wunsch nach einem nachhaltigen Lebensstil vereinbaren.

Ein dritter Trend wird als «Real Omnivore» bezeichnet. Die wahren Allesesser setzen nicht auf Verzicht – zum Beispiel eine vegane Ernährung – sondern auf eine breite Vielfalt. Dazu gehören neben pflanzlichen auch tierische Produkte.

Diese Menschen sind technikaffin und offen für neuartige Lebensmittel wie In-vitro-Fleisch und -Fisch, Produkte aus Algen, Mykoprotei-

nen oder Insekten. Gleichzeitig spielen Traditionelles wie Wild und die Verwertung des ganzen Tieres eine Rolle, um nachhaltige Ansprüche zu erfüllen.

Diese Trends eröffnen Landwirtschaft, Lebensmittelproduktion, Handel und Gastronomie, die am Markt bestehen und künftige Krisen überstehen wollen, vielfältige Chancen. Sie werden durch die fortschreitende Digitalisierung unterstützt.

Sämtliche Formen des «E-Food» haben ihre Umsätze gesteigert: Online-Shops, Lieferdienste, Foodsharing-Plattformen, Rezeptdatenbanken, digitale Speisekarten, Online-Kochkurse und vieles mehr. Sie stehen heute nicht nur grossen Playern offen, sondern ermöglichen auch kleinen Betrieben und Start-Ups den Marktzutritt.

Durch transparente Informationen und authentische Beziehungen setzen sie neue Massstäbe. Die Verbraucher haben so jenseits etablierter Strukturen neue Wahlmöglichkeiten. Viele kaufen nur das, was ihren individuellen Qualitätsanforderungen und Werten entspricht.

Gabriela Freitag-Ziegler / bzfe

Härtefall im Härtefall

Die Obergrenze der A-Fonds-perdu-Beiträge zur Unterstützung wird erhöht. Bei grossen Unternehmen geschah dies schon zuvor. Nun können auch Betriebe mit weniger als 5 Millionen Franken Jahresumsatz, die einen Rückgang von mehr als 70 Prozent aufweisen, bis zu 30 statt bisher 20 Prozent des durchschnittlichen Jahresumsatzes 2018/2019 erhalten.

Marriott kommt

Die Hotelgruppe Munich Hotel Partners und die amerikanische Investmentfirma HIG Capital haben das geschlossene Swissôtel Le Plaza übernommen. 2022 wird es als Marriott wiedereröffnet. Im Rahmen eines Joint Ventures wurde ein langfristiger Managementvertrag abgeschlossen. Das Haus verfügt über 238 Zimmer. Im Rahmen des Markenwechsels werden mehrere Millionen Franken in die Modernisierung investiert.

Allmendgebühren

Der Grosse Rat hat eine Motion von Beat Schaller (SVP) angenommen. Diese fordert, dass das Gewerbe bis zur Erholung nach der Corona-Krise keine Allmendgebühren bezahlen muss. Zudem sollen die seit Mai 2020 bezahlten Beiträge zurückerstattet werden. Zwar hatte der Kanton bereits einen Teil erlassen, doch von Mai bis Dezember 2020 verlangte er die halben Gebühren, da die Flächen wieder genutzt werden konnten.

Pauschalpesen

Künftig erhalten auch Kleinunternehmen wieder die Möglichkeit, Pauschalentschädigungen für Repräsentations- und Kleinauslagen zu gewähren, die dann nicht steuerbar sind. Nach dem Regierungsrat hat auch der Grosse Rat eine entsprechende Praxisänderung der Steuerverwaltung beschlossen. Damit wird eine langjährige Forderung der KMU-Wirtschaft zur administrativen Entlastung endlich erfüllt.

Weniger Plastik

McDonald's Schweiz ist bereits wichtige Schritte zu einer nachhaltigeren Gastronomie gegangen: Ökostrom aus Wasserkraft, Treibstoff aus Altpeiseöl und Aufräumtourneen für saubere Strassen. Einer der nächsten Schritte: nachhaltigere Verpackungen. In einem Pilotrestaurant sammelt das Unternehmen Erfahrungen zu neuen Verpackungen und weiteren Massnahmen. Im neuen «Umwelrestaurant» in Hendschiken sind 98 Prozent der Speiseverpackungen ohne Plastik und ein grüner Wasserstoff-LKW bringt die Zutaten.



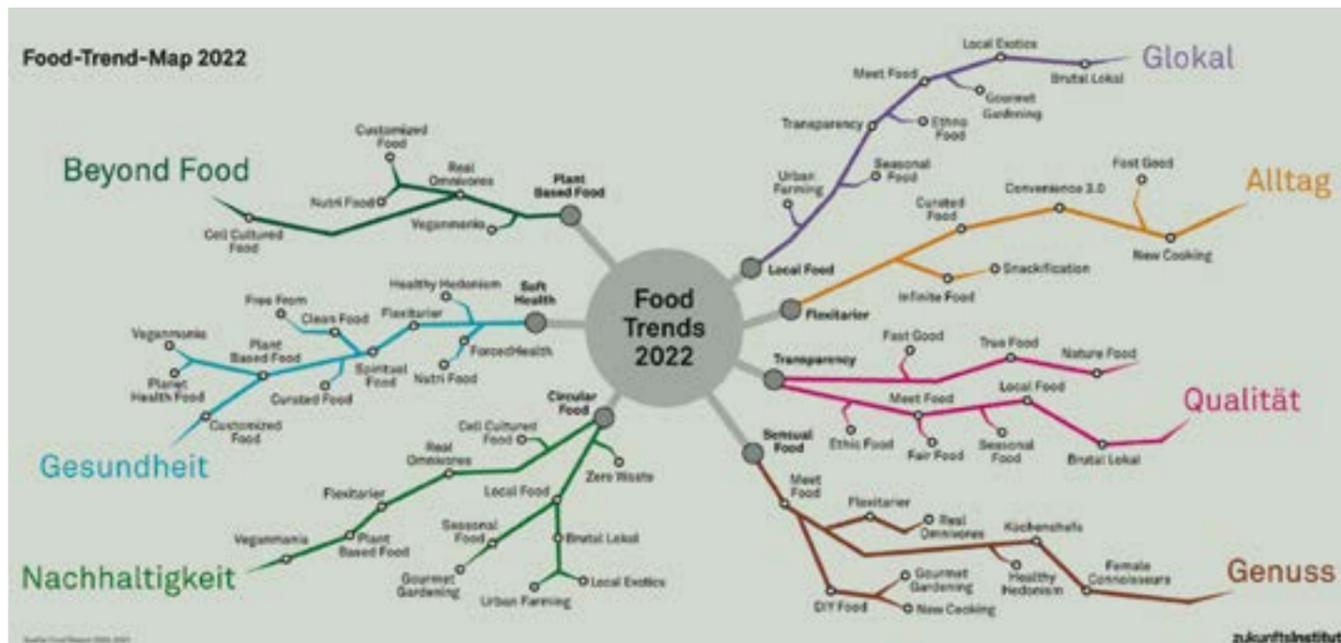
Solaranlage auf dem Dach der McDonald's-Filiale in Hendschiken.

Multiplex-Kino

Neuer Schwung im Stücki-Park: Mitten in der Kinokrise eröffnete ein neues Multiplex mit 14 Sälen. Die Betreiber der «Arena Cinemas Basel» beabsichtigen, mit günstigen Eintrittspreisen, Sondereffekt-Kino und einer Hyper-Bowling-Halle ihr Publikum zu gewinnen. Es wurden rund 35 Millionen Franken investiert.



Antizyklisches Verhalten: Das preisgünstigste Kino der Schweiz.



16.-26. September 2021

Genusswoche Basel

FRISCH, GENUSSVOLL & LOKAL

Schub für soziale Medien

Die Kommunikation über Facebook oder Instagram vermag die persönliche Begegnung nicht zu ersetzen. Gerade der Lockdown hat jedoch gezeigt, dass sie ein wichtiges Bindeglied sein können. Social Media systematisch zu nutzen und mit passenden Inhalten zu bespielen, wird zunehmend zum Erfolgskriterium.

Für die unmittelbare Wahrnehmung einer Restaurantmarke gab es im Lockdown nur wenige Möglichkeiten. Weil das Erlebnis vor Ort nicht möglich war, kommunizierten viele Gastronominnen und Gastronomen verstärkt über digitale Kanäle. Dies half dabei, mit den Gästen in Kontakt zu bleiben.

Die Kanäle stellen unterschiedliche ästhetische Ansprüche.

Ein Vorteil der sozialen Medien ist es auch, dass sie für impulsgetriebene Interaktionen wie etwa eine Tischreservation oder eine Lieferbestellung gut geeignet sind. Entscheidend ist neben der Wahl der geeigneten Plattform, dass die Inhalte die Zielgruppe ansprechen und die Essenz der Restaurantmarke verkörpern.

Die Kanäle stellen unterschiedliche ästhetische Ansprüche. Für viele Gastronomiebetriebe ist Instagram zur wichtigsten Plattform geworden. Wer viele schöne Bilder zu bieten hat, ist hier richtig. Allerdings sind die Auftritte auf Instagram oft etwas künstlich, was mit der Hochglanz-Optik zu tun hat, die dort üblich ist.

Auch bei Pinterest herrscht ein solcher Stil vor. Die Nutzer dieser Plattform lassen sich gerne

inspirieren. Detailhändler promoten hier beispielsweise Rezeptideen und verknüpfen diese dann direkt mit der Bestellfunktion.

Die aufstrebende Plattform TikTok funktioniert anders. Die Inhalte wirken oft spontan und lebensnah, auch wenn sie es nicht immer sind. Während mit Facebook und Instagram oft nur

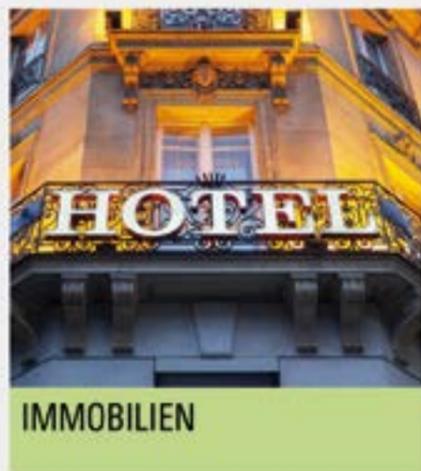
die bestehenden Abonnenten und Follower erreicht werden, basiert TikTok auf dem Prinzip des «Social Graph»: Man erreicht die Zielgruppe, die sich für das jeweilige Thema interessiert. Weil sich mit geringem Aufwand grosse Reichweiten erzielen lassen, ist TikTok auch für kleinere Unternehmen interessant.



Der weltweit tätigen Restaurantkette KFC ist es kürzlich gelungen, mit einer Tiktok-Challenge in einem Monat mehr als eine Milliarde Views zu generieren.

Gastro Express

Der führende Online-Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe.



IMMOBILIEN



MARKTPLATZ



JOBS

www.gastro-express.ch

PERLEN AUS DEM ARCHIV

Das Archiv des Wirtverbandes Basel-Stadt umfasst Gastronomiebücher und Dokumente sowie andere Dinge, die mit der Geschichte des Basler Gastgewerbes zu tun haben. Für Recherche-Aufträge wenden Sie sich an unseren Archivar und Gastrohistoriker Mario Nanni, Telefon 061 261 81 18.

TEIL 36: DIE STADT DER FEINSCHMECKER

In Deutschland herrscht kulinarisches Banausentum. Natürlich ist das ein billiges Vorurteil. Berlin war bereits vor dem Ersten Weltkrieg ein Feinschmeckermetropole. Zu den besten Adressen gehörten das Borchardt, das Bristol, das Dressel, der Kaiserhof und das Monopol. Da wurden umfangreiche Menüs, hochwertige Burgunder und Champagner serviert.



Nach der Oper traf sich die feine Berliner Gesellschaft im Restaurant Kaiserhof.



Das Restaurant Hiller wurde von Lorenz Adlon gegründet. Sein Sohn Louis verkaufte das erfolgreiche Lokal 1910 an Alfred Walterspiel, der mit dem Luxuslokal Berühmtheit erlangte. 1917 wurde das Hiller vom Reichswucheramt geschlossen: Gänseleber, Schildkrötensuppe und Entrecôte Strindberg vertrugen sich schlecht mit den vielen toten Soldaten.



Das Speiserestaurant im Hotel Monopol gehörte zu den beliebtesten Adressen der Berliner Hautevolee.



Gustav Horcher gründete 1904 das Restaurant Horcher. Sein Sohn Otto liess sich später in Madrid nieder, wo das «Horcher» noch heute wie aus einer anderen Zeit wirkt. Auf der umfangreichen Speisekarte stehen Klassiker der deutsch-französischen Küche wie Kraftbrühe mit Sherry, Rebhuhn mit Rotkohl oder Baumkuchen.

Die 5 wichtigsten Trends in der Hotellerie

Die Beratungsfirma Treugast fühlte den Entwicklungen in der Hotellerie auf den Zahn. Fünf Themen bestimmen die Zukunft.

Digitalisierung. Gäste nutzen vermehrt digitale Services. Die Palette reicht vom Online-Checkin über das Smartphone als Zimmerschlüssel bis zur Bezahlung mit dem Handy. Die Technik wurde benutzerfreundlicher. Gäste bleiben flexibel, ersparen sich lange Wartezeiten und erledigen Aufgaben kontaktlos.

Stationen für E-Autos bieten, weitgehend auf Plastikverpackungen verzichten und ihre Energie aus erneuerbaren Quellen beziehen.

Gesundheit. Gründe, eine Auszeit zu nehmen und sich in spezialisierten Hotels rundum verwöhnen zu lassen, gibt es genug. Auch Me-

dical Wellness-Angebote, die Massnahmen zur Gesundheitsförderung und Verbesserung der Lebensqualität umfassen, werden eine wichtigere Rolle spielen.

treugast.com

Coworking. Die Lobby ist ein Ort, der in vielen Hotels zu wenig genutzt wird. Mit Coworking Spaces in der Eingangshalle oder in Tagungsräumen bieten immer mehr Hotels ihren Gästen die Möglichkeit, die Räume auch für Arbeitszwecke zu nutzen. Eine Alternative zum Homeoffice.



Räume besser nutzen: Coworking in der Lobby, wie hier im Ace Hotel in New York.

Bleisure. Die Verlängerung von Geschäftsreisen durch ein paar Ferientage ist verlockend. Hotels, die neben Serviceleistungen für Businessreisende auch Freizeitmöglichkeiten und Erholungsangebote wie Wellness bieten, profitieren von diesem Trend.

Nachhaltigkeit. Immer mehr Menschen achten auf Klimaschutz und nachhaltige Angebote – auch auf Reisen. Hotels kommen diesem Wunsch nach, indem sie beispielsweise La-

Baselworld kommt zurück!

Toterklarte leben länger. Der Fokus der neuen Baselworld wird allerdings nicht mehr auf dem spektakulären Auftritt von Luxusmarken liegen. Das neue Format im Frühling 2022 wird vor allem eine B2B-Plattform im mittleren Segment sein. Der Termin wird abgestimmt mit den gleichzeitig in Genf stattfindenden Messen.

baselworld.com

Mindestlohngesetz

Die basel-städtische Stimmbevölkerung hat den Gegenvorschlag zur Mindestlohninitiative und somit einen staatlichen Minimallohn von 21 Franken pro Stunde einzuführen. Branchen mit einem allgemeinverbindlich erklärten Gesamtarbeitsvertrag, unter anderem das Gastgewerbe, sind davon ausgenommen. Dank einer engagierten Kampagne ist es gelungen, die radikalere Initiative zu verhindern. Ein Triumphzug für die Gewerkschaften ist das Endergebnis keineswegs. Basel-Stadt bleibt wohl noch lange der einzige Deutschschweizer Kanton mit einem staatlichen Lohnediktat, denn die nationale Signalwirkung bleibt aus. Viele betroffene Unternehmen, zum Beispiel Taxifirmen, werden in den Nachbarkanton ausweichen.

Beschwerden abgewiesen

Das Bundesgericht äussert sich in drei Urteilen zur Kompetenz von Kantonen zum Erlass von Massnahmen gegen das Coronavirus. Die heute nicht mehr gültigen Verordnungsregelungen aus dem vergangenen Jahr zur Einschränkung von Veranstaltungen im Kanton Schwyz und zur Maskentragpflicht in Geschäften im Kanton Freiburg wurden nicht beanstandet. Es bestehe eine ausreichende gesetzliche Grundlage und die Massnahmen seien verhältnismässig gewesen.

Dritte Ausgabe der Genusswoche Basel

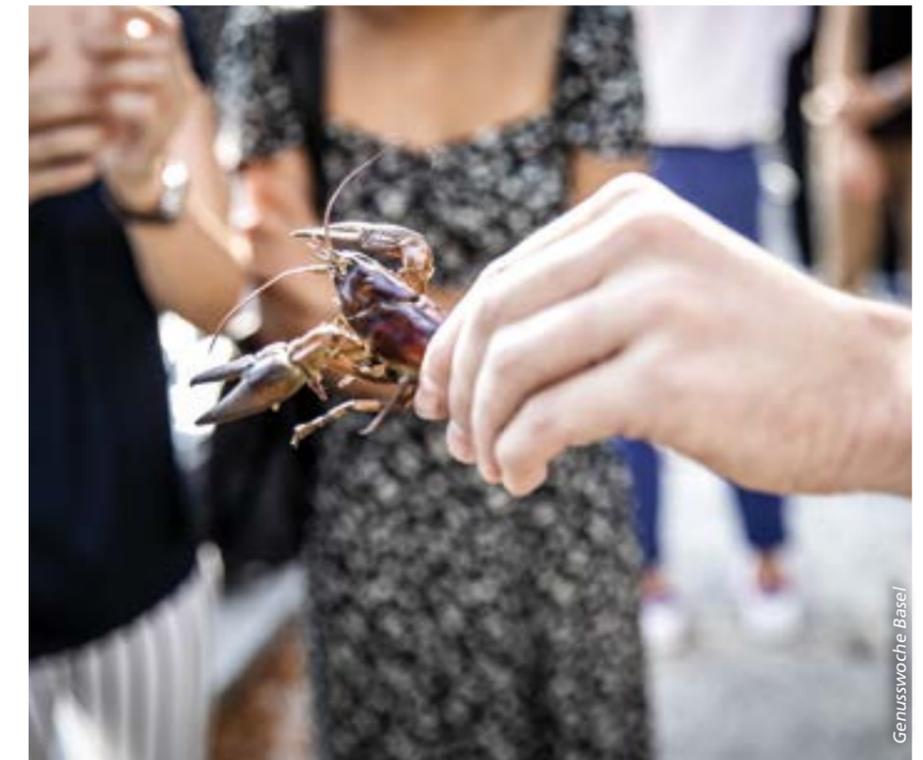
Vom 16. bis 26. September laden rund 100 Angebote zum Mitmachen und Entdecken ein. In diesen elf Tagen dreht sich in Basel wieder alles um das Thema Genuss.

Auch dieses Jahr bietet die Genusswoche viele Highlights. Slow Food führt als Tour zu Kleinbasler Produzenten. Mimmis Kombucha zeigt die Geheimnisse des Kimchi-Fermentierens und in der Kultbäckerei backt man zusammen Brote aus Sauerteig oder bei Jakob's Basler Leckerly gibt es eine Führung mit Degustation durch die historische Manufaktur. Das Angebot ist vielfältig und stammt von Produzenten, Händlern, Gastronomen und Kulturschaffenden.

in all ihren Facetten. Die ganze Vielfalt der lokalen Genusslandschaft präsentiert sich dann vereint.

Die Eröffnung und der Medienanlass der Genusswoche Basel bieten Hochgenuss. Süsses hat Tradition in Basel. Zusammen mit dem Branchenverband «Bäcker-Confiseurs» wählt eine Jury die süsse Basler Spezialität 2021. Natürlich können auch die Anwesenden sich durch das Bäckerhandwerk degustieren. Danach zeigt Starkoch Pascal Steffen in der Küche des Restaurants Roots sein Können und lädt passend zur Genusswoche zum Mitmachen ein.

genusswochebasel.ch



Regional, saisonal, handwerklich: Die Genusswoche Basel lädt zum Entdecken ein.

Ihre Expertin in Treuhand für Gastronomie und Hotellerie – seit 1921

Wir erleichtern Ihren Alltag.

- Wir führen Ihre Finanz- und Lohnbuchhaltung
- Wir erstellen Branchenvergleiche und GastroAnalysen
- Wir erstellen Ihre Steuererklärung
- Wir stellen Ihnen verschiedene Kundentools 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 100 JAHRE
nahe. kompetent.



Bei Ausdehnung der Zertifikatspflicht braucht es Entschädigungen

An der 140. ordentlichen Mitgliederversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt kritisierte Präsident Maurus Ebneter die geplante Ausdehnung der Covid-Zertifikatspflicht auf «alltägliche Situationen wie Restaurantbesuche» und forderte im Falle der Umsetzung staatliche Beiträge an die Fixkosten.

Auch die diesjährige Generalversammlung des Wirtverbandes stand im Zeichen der Corona-Krise. Mitglieder und Gäste versammelten sich unter Einhaltung von Hygiene- und Abstandsregeln im grossen Saal des Restaurants Safranunft.

«Es liegen zermürbende anderthalb Jahre hinter uns. Wir haben nur dank Leidenschaft, riesigem Einsatz und staatlichen Hilfen überlebt», sagte Maurus Ebneter. «Für die Solidarität, die wir von der Politik, der Verwaltung und der Bevölkerung erfahren durften, sind wir dankbar.»

Der Präsident warf dennoch Fragen auf: «War der lange Lockdown wirklich notwendig? Steht der gewaltige Kollateralschaden in einem Verhältnis zum Nutzen der strengen Massnahmen? Hätte es nicht auch vernünftiger Wege gegeben, der Pandemie zu begegnen?»

«Gewiss, wir müssen vorsichtig bleiben, aber wir können nicht auf immer und ewig im Ausnahmezustand verweilen. Es kann nicht sein, dass die Beschneidung von Grundrechten zur Normalität wird», so Ebneter.

Die geplante Ausdehnung des Covid-Zertifikats hält Ebneter für «unverhältnismässig, kaum wirksam, rechtlich fragwürdig, sozial heikel und wirtschaftlich schädlich». Er geht aber davon aus, dass sie beschlossen wird. «Weil die Fixkosten in den Betrieben weiterlaufen, müssen die fehlenden Deckungsbeiträge entschädigt werden», verlangt Ebneter.

Kassier Ruedi Spillmann präsentierte die Jahresrechnung, die mit einem Verlust von 23'786 Franken schloss. Sie wurde einstimmig genehmigt, wie auch das Budget und der Jahresbericht von Dr. Jascha Schneider-Marfels. Die Mitglieder wählten Maurus Ebneter für eine weitere Amtsperiode von drei Jahren zum Präsidenten. Ebenso bestätigt wurden die vier

Vorstandsmitglieder Anna Götenstedt, Alexandre Kaden, Vedat Kirmizitas und Vizepräsidentin Carmela Petitjean.

Grossbotschaften, Referate und Wortmeldungen beschlossen die Versammlung. Trotz nach

wie vor schwieriger Umstände zeigte sich, dass sich die Mitglieder des Wirtverbandes mit grossem Engagement für ihre Gäste und die Stadt einsetzen. Auf einen Stehapéro wurde aus Sicherheitsgründen verzichtet: An den Tischen gab es Speis und Trank.



Der Vorstand des Wirtverbandes Basel-Stadt (von links): Kassier Ruedi Spillmann, Geschäftsführer Dr. Jascha Schneider-Marfels, Vizepräsidentin Carmela Petitjean-Guglielmino, Vedat Kirmizitas, Präsident Maurus Ebneter, Alexandre Kaden, Anna Götenstedt.

Erschwingliche Parkgebühren!

Am 26. September 2021 wird im Kanton Basel-Stadt über die Initiative «für erschwingliche Parkgebühren» abgestimmt. Worum es geht und weshalb Sie dazu Ja sagen sollten.

Die Initiative will keine «massive Vergünstigung» der Parkkartentariife oder gar ein «Parkgebühren-Dumping», wie die Gegner der Vorlage behaupten. Die Initiative fordert nur ein Zurück zu den Regelungen, wie sie bis Ende 2018 galten. Warum?

Ende 2020 zählte der Kanton Basel-Stadt über 200'000 Einwohnende. Allein in der Dekade 2010 bis 2020 hat der Bestand um mehr als 11'000 Personen zugenommen. Im gleichen

In keiner anderen Stadt ist die Malaise grösser.

Zeitraum ist auch der Motorfahrzeugbestand um fast 3000 Einheiten auf über 81'000 angewachsen. Immer mehr Einwohnende, immer mehr Fahrzeuge sowie eine kontinuierlich wachsende Wirtschaft: Da ist es nicht mehr als logisch, dass auch immer mehr Parkplätze benötigt werden.

Allerdings wird das Parkplatzangebot in Basel seit Jahrzehnten kontinuierlich massiv reduziert! Allein in den letzten 10 Jahren wurden mehr als 4000 Parkplätze abgebaut. Aber damit nicht genug: Bereits wurde ein weiterer Abbau von mehr als 1000 Parkplätzen bekannt gegeben.

Infolgedessen klaffen Nachfrage und Angebot immer weiter auseinander, wird es immer schwieriger, einen Parkplatz zu finden. Das belegt auch die Wanderungsbefragung 2018 des Kantons Basel-Stadt: Zwei Drittel der Zuzüger geben nichts anderem annähernd so schlechte Noten, wie dem Parkplatzangebot. Und nichts anderes freut Wegzuger an ihrem neuen Wohnort mehr.

Unzufrieden mit der Parkplatzsituation sind insbesondere aber auch Touristen, welche die Stadt besuchen. Wie der «Tourismus Monitor Schweiz» 2013 belegt, beklagen zwei Drittel der Stadtbesucher die Parkplatz-Situation in

Basel. In keiner anderen Stadt ist die Malaise grösser. Noch schlechter bewertet als die Parkiermöglichkeiten wird nur das Preis-Leistungs-Verhältnis.

Für die Wirtschaft, insbesondere auch das Gastgewerbe, sind Parkiermöglichkeiten allerdings von grösster Bedeutung. Dies wird auch aus dem Arbeitgeberbarometer 2021 des Arbeitgeberverbandes Basel-Stadt ersichtlich: Die befragten Unternehmen erachteten das Parkplatzangebot als mit Abstand wichtigsten Standortfaktor.

Diese Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage führt nicht nur zu Unzufriedenheit bei den Nutzern, sondern insbesondere auch zu sinnlosem Suchverkehr mit entsprechend negativen Konsequenzen für Anwohnende, Besucher, Gewerbetreibende – und schlussendlich auch die Umwelt.

2013 kostete eine Parkkarte für Anwohnende noch tolerierbare 120 Franken. Nur sechs Jahre später verlangt der Kanton allerdings bereits das Zweieinhalbfache dafür, nämlich 284 Franken. Und damit nicht genug: Eine weitere Preiserhöhung bis über 500 Franken wird jetzt bereits von verschiedenen Seiten gefordert. Die Gegner der Initiative haben an ihrer Medienkonferenz sogar festgehalten, dass «eine angemessene jährliche Gebühr bei mindestens tausend Franken» läge.

Begründet hat die Regierung diese massiven Erhöhungen schlaumeierisch damit, sie wolle die Parkplatz-Verfügbarkeit verbessern. Wie mehrere Studien belegen, entfaltete die Parkraumbewirtschaftung kaum Wirkung, was in Anbetracht des kontinuierlichen Parkplatz-Abbaus ja auch verständlich ist.

In Anbetracht dieser Fakten ist es absolut unfair, dass Anwohnende und Besuchende seit Anfang 2019 für eine Parkkarte mehr als das Doppelte bezahlen müssen. Mit einem Ja zur Initiative «für erschwingliche Parkgebühren»

geben Sie diesen unschönen Entwicklungen Einhalt.

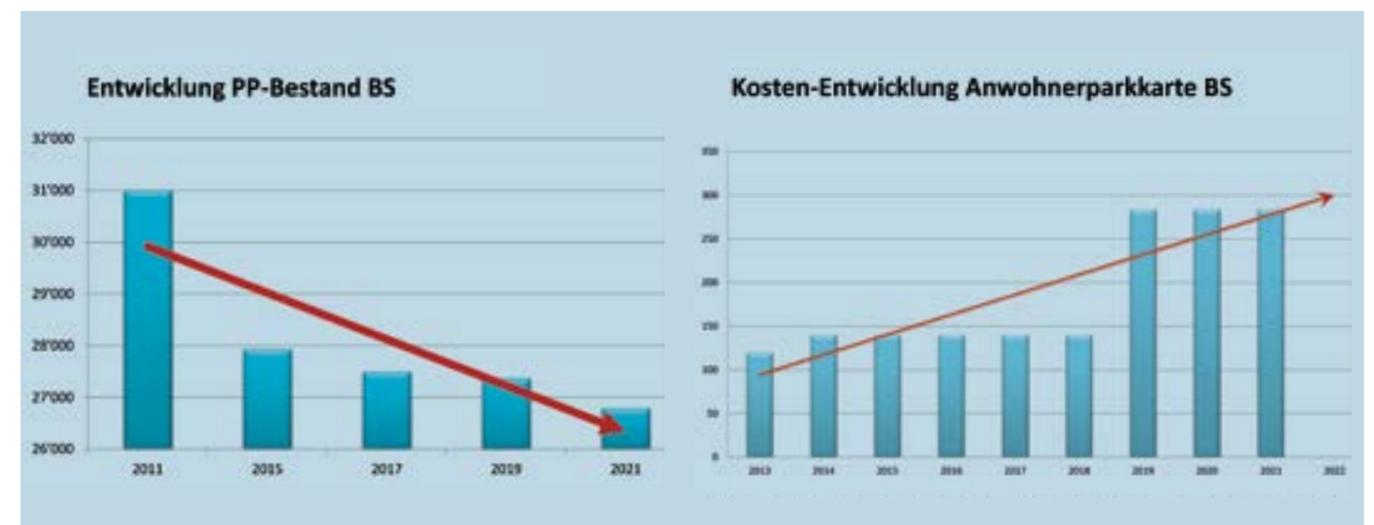
Die Initiative verlangt nämlich ausreichende und erschwingliche Parkiermöglichkeiten für alle Nutzergruppen. Sie stellt zudem sicher, dass Parkgebühren im Kanton Basel-Stadt künftig nicht mehr willkürlich von den Behörden erhöht werden können, sondern vom Volk genehmigt werden müssen. Last but not least muss der Kanton den Parkkartenbesitzern die zu viel geheuschten Parkgebühren wieder zurückerstatten.

Sagen Sie deshalb Ja «zu einer fairen Mobilität, und zu erschwinglichen Parkgebühren»!

Christian Greif



Christian Greif
Geschäftsführer ACS beider Basel





natura

bio
Aus einer
Hand



Das Bio-Sortiment zum Profipreis

transgourmet.ch/natura