



Mai 2022 • Ausgabe 105

# baizer.ch

Gastronomie • Hotellerie • Tourismus

## Unsere Themen

Die Serviceroboter kommen	2
Konsumverhalten: Genuss, Geschmack, Gesundheit	3
«Tempo 30 generell» ist kontraproduktiv!	4
Städtetourismus: Köln orientiert sich um	5
Aus der Covid-Krise die richtigen Lehren ziehen!	6
Führungskompetenz ist mehr gefordert denn je	9
Filibustern will gelernt sein	11
Generalversammlung des Wirtverbandes im Noohn	12

## Hohe Benzinpreise beeinträchtigen Restaurant-Umsätze

**Wegen der höheren Benzinpreise geben die Konsumenten weniger Geld in Restaurants, Cafés und Bars aus. Gleichzeitig steigen die Waren- und Betriebskosten in der Gastronomie. Dieser Doppelschlag behindert die Erholung der Branche.**

Fast die Hälfte der amerikanischen Verbraucher kürzt ihre Restorantausgaben aufgrund steigender Benzinpreise. Die Mehrausgaben an der Zapfsäule führen zu kleineren Bestellungen und einer Verschiebung in untere Preissegmente, so ein Bericht des Marktforschungsunternehmens Technomic.

**Manche Gäste verzichten auf Getränke oder Extras wie Desserts und Vorspeisen.**

Technomic stellte fest, dass 49 Prozent der Konsumenten ihre Ausgaben bei Schnellrestaurants aufgrund der höheren Benzin- und Dieselpreise einschränkten. Bei bedienten Restaurants waren es 48 Prozent der Umfrageteilnehmer.

Dabei wird weniger auf den Restaurantbesuch an sich verzichtet. Viel eher findet eine Verschiebung zu weniger teuren Anbietern statt.

«Das Herunterrutschen auf der Preisskala tritt eher auf als eine umfassende Verlagerung hin zu mehr Mahlzeiten zu Hause», heisst es im Bericht von Technomic. Es komme zudem zu weniger Bestellungen geführt: Manche Gäste verzichten auf Getränke oder Extras wie Desserts und Vorspeisen.

Die Hälfte der an der Umfrage teilnehmenden Autofahrer sagte, dass steigende Zapfsäulenpreise einen «erheblichen» Einfluss darauf haben werden, wie sie ihr verfügbares Einkommen ausgeben. Gemäss Technomic ist keine andere Branche so stark von den Effekten hoher Benzinpreise betroffen wie die Gastronomie.

Bereits frühere Preisspitzen an den Tankstellen haben die Verbraucher zum Sparen veranlasst.

*weiter auf der nächsten Seite*

## Impressum

Der Wirtverband Basel-Stadt wurde 1881 gegründet. Unser Mitglieder magazin 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**



Der Preisschock an den Zapfsäulen schmälert das frei verfügbare Einkommen der Konsumenten.

Eine separate Studie des «Alignable Research Center» ergab, dass Gastronomen auch mit den Auswirkungen auf ihr eigenes Aufwandsbudget zu kämpfen haben. Zwei Drittel der Befragten gaben an, dass die wirtschaftliche Erholung von der Corona-Krise durch die höheren Energiekosten zurückgeworfen werde.

Die Hersteller und Grosshändler wälzen höhere Transport- und Warenkosten auf die von ihnen belieferten Restaurants ab, was die Margen in den Betrieben drückt.

Zusätzlicher Druck kommt von den höheren Kosten für das Betanken der Lieferfahrzeuge,

die Speisen und Getränke zu den Konsumenten nach Hause oder ins Büro bringen. Der Lieferkanal hat in der Pandemie weiter an Bedeutung gewonnen.

# Die Serviceroboter kommen

**Tests mit Robotern im Service verlaufen erfolgreich. Die Einführung in grossem Stil steht kurz bevor. Das zeigt ein Beispiel aus den Vereinigten Staaten.**

Brinker International betreibt rund 1700 Restaurants, hauptsächlich in den USA, aber auch in 28 anderen Ländern. In ihren «Chili's»-Betrieben weitet die Gastronomiegruppe nun einen Test mit dem Serviceroboter «Rita» aus. Die Akzeptanz bei den Gästen und Mitarbeitenden ist hoch.

«Rita» begleitet die Gäste zum Tisch, hilft beim Servieren und Abräumen. Der nimmermüde Serviceassistent wurde von Bear Robotics in Kalifornien entwickelt. Er wird bereits erfolgreich in zehn Betrieben eingesetzt. Nun kommen im Rahmen eines erweiterten Tests 51 neue Chili's-Filialen dazu.

Am Sitz von Brinker in Dallas gibt man sich enthusiastisch. In der Fachzeitschrift «Nation's Restaurant News» äusserst sich der Inno-

ventionsleiter Wade Allen: «In den 18 Monaten, die Rita in zehn unserer Restaurants getestet wurde, hat sie sich als zuverlässig erwiesen.»

**Die Akzeptanz bei den Mitarbeitenden und Gästen ist hoch.**

Jeder Aspekt von Ritas Leistung wurde gemessen – und alles war überwältigend positiv. «Sie» macht die Arbeit für die Teammitglieder weniger anstrengend, indem sie deren körperliche Belastung verringert.

Die Reaktion der Mitarbeiter war positiv. «Rita zu kennen, heisst sie zu lieben», so Allen. «82% unserer Teammitglieder sagen, dass sie von Rita begeistert sind.» Der Roboter sei be-

sonders hilfreich bei Transportaufgaben und beim Platzieren der Gäste.

Auch bei Gästen jeden Alters ist Rita ein Hit. In einer kürzlich durchgeführten Umfrage gaben 82% der Kunden an, dass ihr Restaurantlebnis dank des Roboters insgesamt besser war. 77% der Befragten stellten fest, dass das menschliche Servicepersonal mehr Zeit für die Betreuung hatte, weil der Roboter ihnen Arbeit abnahm.

Gemäss Allen führt Rita Aufgaben mit einer Erfolgsquote von 99% aus. Sie kann nicht nur Gäste an ihren Tisch führen, Speisen transportieren und beim Abräumen helfen, sondern auch singen: Bei Geburtstagskindern unter den Gästen gibt sie «Happy Birthday» zum Besten.

## Robolution

**In der Küche, im Service oder für Lieferungen: Roboter sind ein Rezept gegen den Fachkräftemangel. Doch der Automatisierung sind Grenzen gesetzt.**

Gemäss Aaron Allen könnten theoretisch 82 Prozent aller Beschäftigten in Restaurants weitgehend wegrationalisiert werden. Allerdings schränkt das US-Beratungsunternehmen gleich ein: «Roboter werden nicht jeden Mitarbeiter in der Gastronomie ersetzen, und wir schlagen auch nicht vor, das menschliche Element zu entfernen. Empathie und Fürsorge sind das, was grossartige von durchschnittlichen Gastro-Unternehmen unterscheidet.»

Andererseits bestehe die Möglichkeit und Notwendigkeit, Milliarden Dollar an Arbeits-

kosten zu sparen, «das Gastgewerbe weiterzuentwickeln, zu modernisieren und technologiegetriebene Produktivitätssteigerungen zu erzielen, die andere Branchen weit vor uns erlebt haben», so Aaron Allen.

Obwohl das Angebot an automatisierten Helfern schon stattlich ist, setzen sie sich bisher nicht auf breiter Front durch. Abgesehen von einigen Pionieren kommen die meisten Gastroboter noch ohne Roboter im engeren Sinne aus. Doch weltweit forschen Teams aus Informatikern und Ingenieuren, um die Abläufe in Hotels und Restaurants zu automatisieren.

Roboter stehen an Fritteusen, sie stellen Bowls und Pasta her, braten Burgers, mixen Smoothies und Cocktails. Auch Automaten, die per

Knopfdruck Pizza, Ramen oder Salat ausgeben, sind bereits auf dem Markt. Und für den Transport der Speisen stehen nimmermüde Service- oder Delivery-Roboter zur Verfügung.

Obwohl Einsparungen bei den Personalkosten locken, geht die Rechnung nicht so schnell auf. Die Anschaffungs-, Wartungs- und Reparaturkosten sind beträchtlich. Je schwieriger und teurer es allerdings wird, motivierte Mitarbeiter zu finden, desto mehr haben Innovationen eine Chance.

Roboter werden zur Unterstützung und Entlastung der Mitarbeitenden Einzug halten. Den «Human Touch» werden sie nicht ersetzen können, vor allem im Full-Service-Segment. Die Gästeakzeptanz wird nicht überall gegeben sein.



Die Restaurantkette Chili's setzt auf Serviceroboter, um die Mitarbeiterproduktivität zu erhöhen.

# Genuss, Geschmack, Gesundheit

**Der Ausserhausmarkt ist mehr denn je im Wandel. Weil äussere Rahmenbedingungen und das Konsumverhalten sich ändern, müssen Branchenakteure umdenken. Dazu gehört auch, moderne Produkte und Lösungen für den Gast anzubieten, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Der Internorga Food Zoom 2022 zeigt auf, welche Trends relevant sind.**

In Hamburg wurde der Branchenreport «Internorga Food Zoom 2022» vorgestellt. Die Food-Trendforscherin Karin Tischer analysierte im Auftrag der Fachmesse Internorga aktuelle Entwicklungen im internationalen Ausserhausmarkt. Ihr Bericht greift vier Themenbereiche auf.

### 1. Taste Unlimited

Der Ausserhausmarkt ist nicht erst seit der Corona-Pandemie dynamisch. Mehr denn je ist alles in Bewegung. Geschmacksgrenzen lösen sich auf, vieles wird miteinander kombiniert, Altes verjüngt und dem Zeitgeist angepasst. Bei allem aber bleibt die Lust auf Genuss im Fokus.

**Die Nachfrage nach Speisen, die für Energie und Vitalität sorgen, ist steigend.**

Gäste sind besser informiert und haben eine höhere Erwartung an Geschmack und Qualität. Gewünscht werden neue Erlebniswelten, wie internationale Gerichte, die mit regionalen Zutaten zubereitet sind. Im Trend liegen dabei heimische Hersteller, die sich auf aus dem Ausland bekannte Lebensmittel spezialisiert haben, wie Büffelmozzarella oder Quinoa direkt aus der Region. Kreative Marinaden, Würzmischungen oder exotische Gewürze spielen zudem eine wichtige Rolle.

Die Wiederentdeckung der Fermentation trägt massgeblich zur Geschmacksintensivierung von Speisen bei. Darüber hinaus beleben spannende Neuentdeckungen den Markt. Eines der jüngsten Beispiele ist Pinsa, die als Pizza-Alternative in Europa auf Erfolgskurs ist.

### 2. Die digitale Welt

Die Digitalisierung erlebte in den letzten beiden Jahren einen regelrechten Boom und ist definitiv im Alltag der Anbieter angekommen. Ob in der Planung von Take-Away und Delivery, der Prozessoptimierung in den Küchen oder bei der Kompensation des Personalmangels: Ohne digitale Unterstützung lässt sich ein effizientes und zukunftsorientiertes Business nicht mehr realisieren.

Der Digital-Kosmos ist gleichzeitig mit hohen Anforderungen verbunden, seien es finanzielle, kognitive, operative oder emotionale. Es lohnt sich, diese Herausforderungen anzunehmen, denn die Digitalisierung bietet Chancen und bleibt Innovationstreiber. Nicht nur Entwicklungen rund um Künstliche Intelligenz, Automatisierung und Robotik, sondern auch «Augmented Reality» werden die Gastro-Welt zu einer anderen machen.

### 3. Gesundheit darf schmecken

Gesundheitsorientierte Ernährung ist bei Jung und Alt beliebt und bleibt ein relevanter Faktor für den Ausserhausmarkt. Die Nachfrage nach Speisen, die für Energie und Vitalität sorgen, ist steigend. Pflanzenbasierte, vegane und vegetarische Produkte sind allort etabliert, und die Gastronomie trägt dem mit einem stetig wachsendem Angebot Rechnung.

Grosse Gastronomieketten führen vegane Ausführungen ihrer fleischlastigen Signature-Produkte ein. Dem Burger aus Rindfleisch steht das vegane Pendant gegenüber. Gleichzeitig liefern Hersteller mehr Vielfalt, Innovationen sowie verbesserte Qualität und Sensorik für die pflanzenbasierte Ernährung. Neben den bereits bekannten pflanzlichen Alternativen für Fleisch, Wurst und Geflügel haben sich zuletzt vegane Alternativen für Fischprodukte etablieren können.

Für Kreativität auf dem Teller sorgen beispielsweise Produkte aus Algen. Ohne Zusatzstoffe und den Nachbau von tierischen Produkten kommt der Trend «Back 2 Nature» aus, der ganz auf die Verwendung natürlicher pflanzlicher Zutaten setzt.

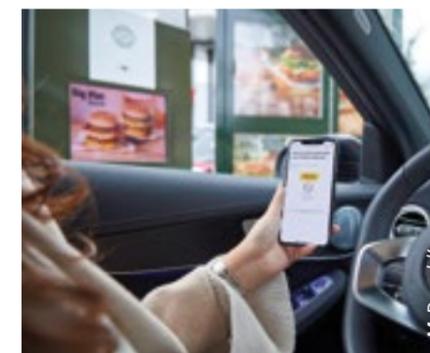
### 4. Nachhaltiges Wirtschaften

Nachhaltigkeit ist in aller Munde und hat sich rund um den Globus als Megatrend durchgesetzt. Angetrieben durch Folgen des Klimawandels, hat ein Umdenken innerhalb der Gesellschaft und Wirtschaft begonnen. Vielschichtig und komplex nimmt das Thema Einfluss auf die gesamte Wertschöpfungskette.

Ob Waste Management, wiederverwertbare Verpackungsmaterialien oder ressourcenschonendes Wirtschaften: Die Verbraucher erwarten von den Unternehmen Lösungen. Pfandbecher oder -schüsseln für Delivery und Take-Away sowie Kleiderbügel, Servietten oder Bestecktaschen aus nachwachsenden Rohstoffen haben Potenzial und erfreuen sich zunehmender Beliebtheit.



Neue Geschmackserlebnisse: Pizza-Alternative Pinsa mit gereiftem Teig.



Per App bestellen, dann abholen: Die Digitalisierung verändert die Prozesse.



Bewusster Verzicht: Fleisch wird öfters ersetzt oder bekommt eine Nebenrolle.



Mehrwertgeschirr: Die Konsumenten erwarten von den Unternehmen Lösungen.

# «Tempo 30 generell» ist kontraproduktiv!

Heute schon gibt es schweizweit keinen anderen Kanton mit mehr verkehrsberuhigten Strassen als Basel-Stadt. Dennoch will das Baudepartement nun flächendeckend Tempo 30 – auch auf Hauptverkehrsachsen – einführen und damit eine «neue Verkehrskultur» schaffen. Warum ein solch' radikaler Ansatz unsinnig und kontraproduktiv ist.

Gemäss Gesetz gilt innerorts auf Hauptverkehrsstrassen grundsätzlich Tempo 50. Künftig aber – so verlangt es eine Mitte Februar überwiesene Motion von Linksgrün – soll auf dem gesamten Siedlungsgebiet von Basel-Stadt Tempo 30 gelten, also auch auf den

**Auf die Dauer des Weges berechnet, fallen bei Tempo 30 mehr Emissionen an als bei Tempo 50.**

Hauptverkehrsachsen. Verlangsamt werden soll aber nur der motorisierte Verkehr. Beim Öffentlichen Verkehr sei mit flankierenden Massnahmen dafür zu sorgen, dass dies – wie und warum auch immer – nicht der Fall sei.

Als Begründungen für die Einführung von «Tempo 30 generell» werden Verbesserungen bei Lärm, Luft und Sicherheit ins Feld geführt. Wohl niemand bestreitet, dass es grundsätzlich sinnvoll und wünschenswert ist, Wohnquartiere so weit wie möglich vom Verkehr zu entlasten. Darum sind sogenannte siedlungsorientierte Strassen, die primär der Erschliessung und dem Aufenthalt dienen, mit Tempo 30 verkehrsberuhigt. Auf den verkehrsorientierten Hauptverkehrsachsen gilt Tempo 50 und möglichst flüssige Fahrt.

Das nennt man Strassennetzhierarchie. Die dbf schrieb dazu: «Von zentraler Bedeutung ist, dass das übergeordnete Strassennetz innerorts eine hohe Leistungsfähigkeit aufweist. Dadurch soll vermieden werden, dass sich Schleichverkehr auf die siedlungsorientierten Strassen verlagert». Tempo 30 auf allen Strassen zerstört diese Hierarchie und den daraus gewonnenen Nutzen.

Die Sicherheit aller Verkehrsteilnehmenden hat zweifelsfrei oberste Priorität. Tempo 30 bringt aber nicht per se mehr Sicherheit – auch nicht auf verkehrsorientierten Strassen. Wenn die Sog- und Kanalisationswirkung der Hauptverkehrsachsen durch Nivellierung des Geschwindigkeitsniveaus entfällt, erfolgt eine Verdrängung des Verkehrs auf andere Routen, wählen viele Verkehrsteilnehmende dem Wasser gleich den direktesten Weg durch die Wohnquartiere. Diese Strassen sind zur Verkehrsabwicklung allerdings schlechter geeignet als die entsprechend dafür ausgebauten Achsen.

**Von zentraler Bedeutung ist, dass das übergeordnete Strassennetz innerorts eine hohe Leistungsfähigkeit aufweist.**

Das ASTRA hält dazu fest: «Das bedeutet, dass bei kleineren Verkehrsbelastungen eine Zunahme des MIV im Vergleich grössere Auswirkungen auf das Unfallgeschehen hat als auf eher stark belasteten Strassen. Es wird somit die Planungsphilosophie unterstützt, den motorisierten Individualverkehr auf wenigen Netzachsen zu bündeln und diese entsprechend zu gestalten, auszustatten und zu betreiben».

Was die Lufthygiene anbelangt, ist durch mehrere Studien belegt, dass sich Tempo 30 gegenüber Tempo 50 kontraproduktiv auswirkt: Auf die Dauer des Weges berechnet, fallen bei Tempo 30 höhere Treibstoffverbräuche und mehr Emissionen an als bei Tempo 50. Der kleine Vorteil des niedrigeren Energieaufwandes beim Erreichen der Geschwindigkeit geht verloren. Kommen zusätzlich Verkehrsberuhi-

gungsmassnahmen wie seitliche Einengungen oder Schwellen dazu, explodieren Verbrauch und Emissionen sogar.

Basel belegt heute schon den schweizweiten Spitzenplatz bei den verkehrsberuhigten Strassen. Noch mehr führt nicht zu mehr, sondern zu weniger Sicherheit. Es ist deshalb ein Gebot der Vernunft, sich für die Einhaltung der geltenden Strassennetzhierarchie einzusetzen – und Tempo 30 generell nicht zuzulassen. Der Sicherheit, der Umwelt und allen Verkehrsteilnehmenden zuliebe.

Christian Greif  
Geschäftsführer ACS beider Basel



Christian Greif: «Es ist ein Gebot der Vernunft, sich für die Einhaltung der geltenden Strassennetzhierarchie einzusetzen.»

# Köln orientiert sich um

Der Tourismus in Köln stand stark unter dem Einfluss der Corona-Pandemie. Für die Zukunft streben die Touristiker in der Rheinmetropole eine nachhaltige Neuausrichtung an, die dem Struktur- und Wertewandel Rechnung trägt. Die Unterscheidung zwischen Gästen und Einheimischen wird zunehmend aufgehoben.

Der Einfluss der Pandemie auf den Tourismus in Köln war deutlich. «Ein belebter Sommer, flankiert und befeuert durch unseren gezielten Massnahmenmix in den Nahmärkten, und der sehr gute Herbst mit Messen wie der Anuga haben dazu geführt, dass die touristische Bilanz des Jahres 2021 vor dem Hintergrund der Pandemie insgesamt passabel ausfällt», so Dr. Jürgen Amann, Geschäftsführer der Köln Tourismus GmbH. Die Analyse der Entwicklung und die entsprechenden Marketingaktivitäten in den unmittelbaren Nahmärkten hätten sich ausgezahlt.

Nachdem die erste Hälfte des vergangenen Jahres noch von Lockdowns geprägt war, manifestierte sich die schon 2020 sichtbare Veränderung der Tourismusstruktur im zweiten Halbjahr weiter – hin zu mehr Freizeitreisenden verbunden mit einer längeren Verweildauer von 1.9 Tagen. 83 Prozent der Übernachtungsgäste kamen aus den Nahmärkten, davon drei Viertel aus Deutschland.

**Die Unterscheidung zwischen Gast und Bürger wird zunehmend aufgehoben.**

Viele Leistungsträger haben es durch die Krise geschafft. Das Hotelangebot in der Domstadt stellt sich mit mehr als 34'000 Betten quantitativ annähernd so dar, wie 2019, vor der Pandemie. Die Bettenauslastung lag 2021 allerdings nur bei 25 Prozent. Im Markt wird eine Strukturveränderung sichtbar: Besonders erfolgreich sind junge, designorientierte Hotelprodukte in zentraler Lage, wie beispielsweise das Urban Loft Cologne am Eigelstein oder das Ruby Ella Hotel im ehemaligen Capitol am Hohenzollernring.

**Viele Leistungsträger haben es durch die Krise geschafft.**

Hinsichtlich der Wertschöpfung aus dem Tourismus ist 2021 ein Zuwachs von 20 Prozent auf 3.55 Milliarden Euro zu verzeichnen. Jedoch sind damit erst wieder zwei Drittel des Umsatzes der Vorkrisenzeit erreicht. Das statistische Landesamt verzeichnet für das vergangene Jahr 2.8 Millionen Übernachtungen. Zwar bedeutet dies gegenüber 2020 ein Zuwachs von 8.1 Prozent, doch vor der Krise generierten die Köln-Besucher mehr als 6.5 Millionen Logiernächte.

Um über die Krisenbekämpfung hinaus nachhaltig für die Tourismusdestination zu begeistern und mit Geschichten zu inspirieren, hat Köln Tourismus den Weg der Digitalisierung weiter intensiv vorangetrieben: Dazu gehörte die Stärkung der Social-Media-Kanäle mittels einer reichweitenstarken Kampagne. Hinzu kamen der Podcast «Köln Clash» und mehrere Videoclips zu Stadtführungen.

Im wichtigen Bereich Meetings, Incentives, Conventions und Events (MICE) liess Köln Tourismus eine Recovery-Studie durchführen, deren Ergebnisse Ansatzpunkte für den Neustart nach der Krise liefern. Ein neu geschaffenes Business Development analysiert den Markt und akquiriert aktiv Kongresse. Das Cologne Convention Bureau wurde zum Info- und Knowledge-Hub ausgebaut und versorgt die Branchenpartner mit Wissen aus Arbeits- und Forschungsgruppen, denen Köln Tourismus auf Bundesebene angehört.

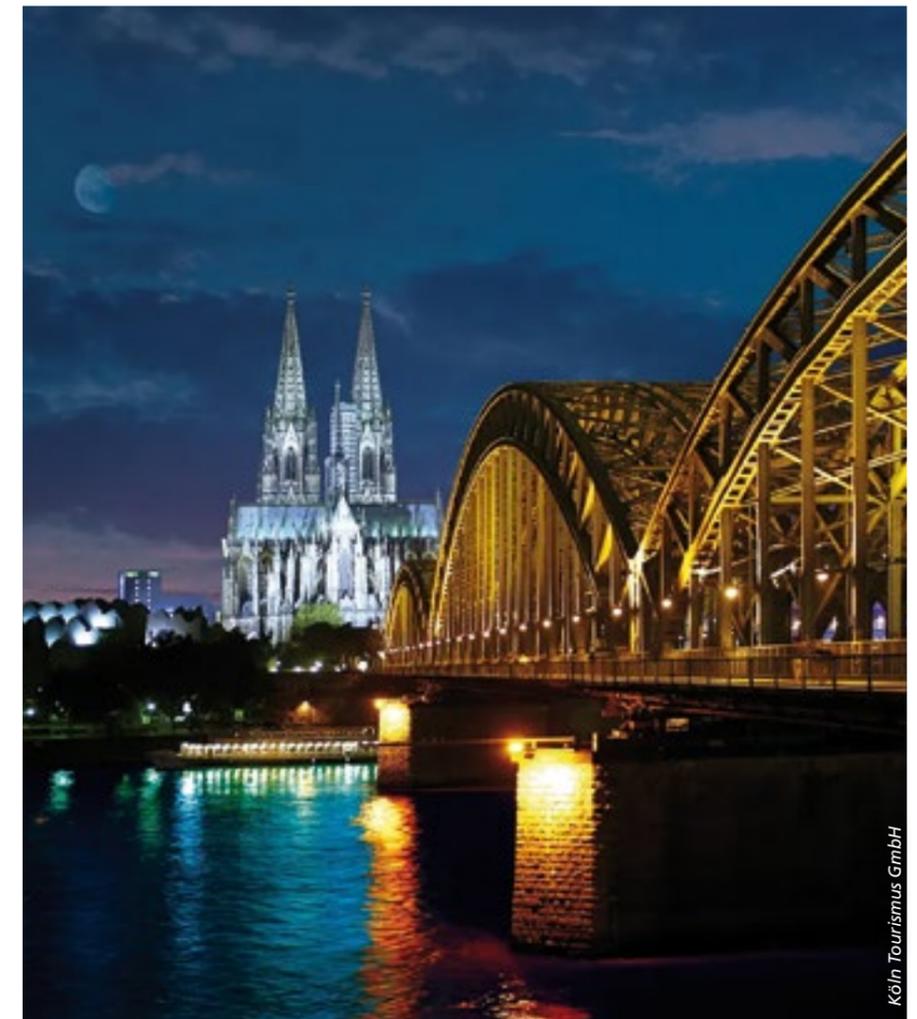
**Ein neu geschaffenes Business Development analysiert den Markt und akquiriert aktiv Kongresse.**

Vor dem Hintergrund grundsätzlicher gesellschaftlicher Entwicklungen und Megatrends wie Konnektivität, Neo-Ökologie und Urbanisierung zeichnet sich ein Struktur- und Wertewandel im Städtetourismus ab, hin zu mehr Nachhaltigkeit in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht. Dies betrifft neue For-

men des Reisens («Workation») und Stadtentdeckens sowie neue Hotelkonzepte und Erlebnisse. Die Unterscheidung zwischen Gast und Bürger wird zunehmend aufgehoben.

Der Schwerpunkt im aktuellen Jahr liegt auf einer nachhaltigen Produktentwicklung für definierte Zielgruppen und der Bearbeitung der Nahmärkte und ausgewählter Potenzialmärkte. «Die Aufgabe für die Zukunft lautet, die Lebensraumperspektive in den Fokus zu nehmen. Dies bedeutet, dass wir den Tourismus im Einklang von Bürger- und Gastinteressen nachhaltig ausrichten werden», beschreibt Jürgen Amann die künftige Ausrichtung des Destinationsmanagements.

«Einheimische werden von der attraktiven Infrastruktur aus Kultur, Gastronomie, Handel, Mobilitätsangeboten und vielem mehr immer ebenso profitieren wie Gäste. Es geht um eine gute Ausgestaltung des Lebensraums für alle. Den Start dafür haben wir mit der wohlüberlegten Auswahl neuer Zielgruppen für Köln gemacht», meint Amann. Das Gesicht des Tourismus in Köln werde sich langfristig verändern.



Die Hohenzollernbrücke über den Rhein, dahinter der Kölner Dom.

# Regionales Genusshandwerk

Basel wird dieses Jahr die Ehre zuteil, Schweizer Genusshauptstadt zu sein. Der Kanton Basel-Stadt fördert schon lange eine nachhaltige Ernährung und hat mit der jährlichen Unterstützung der Genusswoche Basel die Weichen für diese Auszeichnung gestellt. In Basel wurde bereits im Mittelalter mit Gewürzen wie Safran oder Zimt gehandelt, noch heute sind zahlreiche Spezialitäten Zeuge der Verflechtung Basels in der Welt. Vor diesem Hintergrund ist das Fokusthema «Kräuter & Gewürze». Passend dazu amtiert Tanja Grandits als Genusspatin. Von April bis Oktober finden zahlreiche Highlights statt.

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



# Aus der Covid-Krise die richtigen Lehren ziehen!

Die Volksinitiative «für eine geregelte Entschädigung im Epidemiefall» fordert, dass finanziell entschädigt wird, wer bei einer nächsten Epidemie durch eine behördliche Massnahme wirtschaftlich massgeblich betroffen ist – dies auch vor dem Hintergrund, dass das Pandemierisiko sich nicht mehr versichern lässt.

Auf den Tag genau ein Jahr nach der Ankündigung der Volksinitiative «Für eine geregelte Entschädigung im Epidemiefall (Entschädigungsinitiative)» erfolgte die Lancierung. Dem Initiativkomitee gehören 13 Vertreter verschiedener Wirtschaftszweige und 14 Parlamentarier der FDP, der Grünen, der Mitte, der SP und der SVP an.

Nationalrat Alois Gmür sieht das Anliegen sowohl in der Wirtschaft als auch in der Politik breit abgestützt: «Trotz der überparteilichen Allianz ist keineswegs garantiert, dass das Parlament bei der Revision des Epidemiengesetzes die richtigen Schlüsse ziehen wird. Die Entschädigungsinitiative gibt die notwendigen Impulse.»

Rund ein Dutzend Branchenorganisationen und Wirtschaftsdachverbände haben zusammen

**Die Entschädigungsinitiative gibt die notwendigen Impulse für die Revision des Epidemiengesetzes.**

men mit Rechtsexperten am Initiativtext gearbeitet. Betroffene Unternehmen, Selbständigerwerbende, Freischaffende und Angestellte sollen in einer Epidemie nicht unverschuldet in Not geraten. Deshalb fordert die Initiative, dass finanziell entschädigt wird, wer durch eine behördliche Massnahme in einer nächsten Epidemie wirtschaftlich massgeblich eingeschränkt wird.

In der Covid-Pandemie haben Bund und Kantone zwar entschädigt, so Casimir Platzer, Präsident von GastroSuisse. «Dies geschah jedoch verzögert und anhand eines behelfsmässigen, improvisierten Covid-Gesetzes, das die Lücken im Epidemiengesetz notdürftig schliessen sollte.» Platzer dazu: «Es fehlte ein Gesamtkonzept, wie die Betroffenen zu entschädigen sind.»

Die verzögerten und ausbleibende Entschädigungen hätten viele Betriebe der Fitnessbranche an oder über den Rand des Ruins getrieben, gibt Claude Ammann, Präsident des Schweizerischen Fitnessverbands, zu bedenken. Die Verzögerungen verursachten Existenzängste bei den betroffenen Unternehmerinnen und Unternehmern wie auch bei ihren Angestellten. «Eine vorgängige Regelung der Entschädigung gibt Planungs- und Rechtssicherheit», so Ammann.

Die Initiative sei so formuliert, dass Überentschädigungen ausgeschlossen sind. «Der Fokus liegt auf der Wahrung der Überlebensfähigkeit, solange der Staat während einer Epidemie ein kostendeckendes Wirtschaften

verunmöglicht», betont Severin Pflüger vom Handelsverband. «Es werden nur ungedeckte Kosten sowie der Erwerbsausfall gedeckt.»

«Niemand weiss, wann das nächste gefährliche Virus zirkuliert. Darauf sollte sich die Schweiz bestmöglich vorbereiten», resümiert Christoph Kamber, Präsident von Expo Event. «Die Initia-

tive stellt sicher, dass die richtigen Lehren aus der Covid-Pandemie gezogen werden.»

**Unterschreiben Sie die Entschädigungsinitiative und sammeln Sie Unterschriften in Ihrem Umfeld!**

[entschaedigung-ja.ch](http://entschaedigung-ja.ch)

**Entschädigungsinitiative**

**Martin, Hoteller,** unterstützt die Entschädigungsinitiative für effiziente und zielgerichtete Hilfen in der Epidemie.

**Damit Martin in der nächsten Krise gleich gut schläft wie seine Gäste.**

**Jetzt unterschreiben!**  
[entschaedigung-ja.ch](http://entschaedigung-ja.ch)

[entschaedigung-ja.ch](http://entschaedigung-ja.ch)

■ Eine breite Allianz von rechts bis links unterstützt die Entschädigungsinitiative.

## 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.

### DAS CAFÉ ODEON

Wiener Kaffeehauskultur in Zürich. Im Sommer 1911 eröffnete am Limmatquai das Grand Café Odeon, das schon bald zum Treffpunkt von Intellektuellen, Politikern und Künstlern wurde.

Zu den Gästen des legendären Kaffeehauses zählten im Laufe der Zeit Persönlichkeiten wie Lenin, Sophie Täuber, Franz Léhar, Klaus Mann, Kurt Tucholsky, James Joyce, Albert Einstein, Ulrich Wille, Friedrich Dürrenmatt oder Max Frisch.

Im oberen Stock des Cafés befand sich in der Nachkriegszeit ein Nachtclub mit Billardsalon. Wegen der Bellevue-Krawalle musste das Odeon 1972 schliessen. Bei der Wiedereröffnung blieb leider nur noch ein Drittel des Lokals als Café erhalten. Der rötliche Marmor, die Garderoben und die Tischbeine erinnern noch heute an alte Zeiten.



■ Das Café Odeon in den wilden 1920er Jahren.



■ Das Café Odeon am Limmatquai 2 in Zürich: Plakat aus dem Jahr 1925.



■ Mit seinem Film «Café Odeon» setzte Kurt Früh 1959 dem Kultlokal ein Denkmal.



■ Treffpunkt von Tout Zurich: Innenansicht aus den frühen 1950er Jahren.

# Neue Tourismusdirektorin

Letizia Elia (39) wird per 1. September 2022 neue Direktorin von Basel Tourismus und Nachfolgerin von Daniel Egloff, der sich als Berater selbständig macht. Elia ist seit 2018 bei Schweiz Tourismus tätig, wo sie als Head Business Development und Mitglied der Geschäftsleitung wirkt. Davor war die diplomierte Übersetzerin mit einem MBA der FHNW während zehn Jahren beim Congress Center Basel tätig.

Elia wird zusammen mit ihrer Familie wieder in Basel Wohnsitz nehmen und freut sich auf ihre neue Aufgabe: «Die touristische Vermarktung meiner Heimatstadt ist nicht eine Aufgabe wie jede andere, sondern eine Ehre, die ich mit viel Leidenschaft und Optimismus angehen werde.» Bis zu ihrem Amtsantritt übernimmt der stellvertretende Direktor Christoph Bosshard die Führungsverantwortung.



■ Letizia Elia übernimmt die Direktion von Basel Tourismus.

## 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](http://www.gastroconsult.ch)

Gastroconsult  100 JAHRE  
nahe. kompetent.

# Führungskompetenz ist mehr gefordert denn je

Jeder Betrieb braucht gute Führungskräfte, um erfolgreich zu sein und wer erfolgreich führen will, muss gleichzeitig «Leader» und «Manager» sein. Ein Beitrag von Enzo Pontoriero.

Jeder Betrieb braucht gute Führungskräfte, um erfolgreich zu sein und wer erfolgreich führen will, muss gleichzeitig «Leader» und «Manager» sein.

Die Führung von Menschen eine herausfordernde und äusserst wichtige Aufgabe. In der Gastronomie sind traditionell steile Hierarchien gelebt worden. Fliegende Töpfe und lautes Gebrüll des Küchenchefs: Diese Szene beschreibt treffend das immer noch populäre Klischee des cholerischen Chefkochs, obwohl die meisten Chefs – gerade auch die Erfolgreichen – längst davon abgekommen sind.

Kein Wunder also, dass Unternehmer diese Tradition in Frage stellen. Welchen Führungsstil leben Sie? Die drei klassischen Führungsstile wurden von Kurt Levin (1890-1947) definiert. Er unterscheidet zwischen folgenden Haltungen:

**Der autoritäre Führungsstil.** Der Vorgesetzte entscheidet allein, gibt Anweisungen und kontrolliert seine Mitarbeiter. Die Mitarbeiter führen lediglich aus und haben kein Mitspracherecht.

**Der kooperative Führungsstil.** Hier werden die Mitarbeiter in das Betriebsgeschehen eingebunden und dürfen in ihren zugeteilten Aufgabenbereiche Entscheidungen selbst treffen. Die Führungsperson koordiniert lediglich ihre Mitarbeiter zum gewünschten Resultat.

**Der Laissez-faire-Führungsstil.** Die Mitarbeiter haben viele Freiheiten. Sie können ihre Aufgaben und Zielsetzungen selbst koordinieren und entscheiden, wie sie diese erreichen möchten. Die Führungsperson hält sich hier aus dem Geschehen raus.

Kein Führungsstil ist ausschliesslich gut oder schlecht. Es kommt immer auf die Situation an. Eine der wichtigsten Eigenschaften eines Leaders ist wohl Empathie. Ein Team zu führen heisst, mit unterschiedlichen Charakteren umgehen zu können. Jeder Mensch reagiert unterschiedlich und geht anders mit gewissen Themen um.

Der/die Leader/in sollte einen klaren Standpunkt vertreten und dennoch die Meinung der anderen nachvollziehen können. Zentral ist, dass Meinungsverschiedenheiten ausgesprochen werden können, Verständnis für die gegenseitige Denkweise aufgebracht wird und dann wieder zusammen die gemeinsamen Aufgaben angegangen werden.

Als Führungsperson braucht es nahezu übermenschliche Kräfte – mit all den Anforderungen, die einer Führungskraft heutzutage erfüllen sollte. In einer Krise umso schwieriger, denn auch die Führungsperson ist «nur» ein

Mensch und hat vielleicht einen schlechten Tag oder private Herausforderungen. Das darf auch manchmal so sein und macht sie umso authentischer und menschlicher.

Mitten in der Coronazeit durfte ich die Leitung der Gastroconsult übernehmen. Zentral war, die Ärmel nach hinten zu krempeln und anzupacken. Dafür sorgen, dass es unseren Mitarbeitenden den Umständen entsprechend gut geht. Sie bei Laune halten, trotz den grossen Herausforderungen. Dafür besorgt sein, dass sie motiviert bleiben und keine gesundheitlichen Schäden haben.

Wie habe ich das gemacht? Viele Gespräche geführt mittels Zoom, Telefon oder persönlich (sobald es möglich war). Es sind die kleinen persönlichen Gesten, die eine grosse Wirkung haben und die Mitarbeiter motivieren. Ich habe das Privileg von vielen sehr guten Mitarbeitenden umgeben zu sein, was meine Arbeit als Führungskraft erleichtert.

Im Gastgewerbe wie auch in vielen anderen Branchen funktioniert das Geschäft nur, wenn alle zusammenarbeiten. In der Gastronomie

und Hotellerie kommt es unmittelbar zum Vorschein, ob und wie gut das Team funktioniert – von den Menschen in der Küche, im Service, an der Bar oder auch hinter den Kulissen. Alles muss bestens aufeinander abgestimmt sein, da sonst der Teller schmutzig ist, das Essen nicht geniessbar ist oder die Heizung im Restaurant nicht funktioniert.

Für eine gute Dienstleistung braucht es ein gut funktionierendes Team und einen Leader, der eine seiner Kernaufgaben wahrnimmt: Die richtigen Mitarbeiter finden. Denn ein Leader ist nicht der Beste in allem, sondern er/sie findet die richtigen Charaktere für die unterschiedlichen Bereiche und formt sie zu einem Team.

Führungskompetenz ist in der aktuellen Situation mehr gefordert denn je. Es braucht kreative Ideen, Durchhaltewillen, Freude, Coaching-Fähigkeiten und vor allem Ruhe sowie Optimismus. Was Leader ausstrahlen, nehmen die Mitmenschen und Mitarbeitenden umgehend auf. Positiv sein in einer schwierigen Situation ist nicht naiv, sondern eine wichtige Führungseigenschaft.



■ Enzo Pontoriero, VR-Delegierter Gastroconsult AG



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



bio  
Aus einer  
Hand

# Das Bio-Sortiment zum Profipreis

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



## Filibustern will gelernt sein

In diesem Frühjahr versuchten sich einige Grossräte wieder mal im Filibustern – dem endlosen In-die-Länge-Ziehen von Debatten, um ungünstige Abstimmungsresultate zu verhindern. Wie eigentlich immer im Basler Kantonsparlament ging es auch dieses Mal daneben. Endlich «abgebucht» wurde eine lange Reihe von älteren Vorstössen.

Laut Lexikon bedeutet Filibustern «ausschweifend reden, um unangenehme Dinge wie Entscheidungen oder Abstimmungen zu verhindern oder zu verzögern». Vor allem in den beiden Kammern des US-Parlaments wird diese Methode gern angewendet. Sie wurde im Filmklassiker «Mr. Smith goes to Washington» aus dem Jahr 1939 dokumentiert, in dem James Stewart alias Mr. Smith nach 24 Stunden Dauerrede erschöpft zusammenbricht.

**Dies überfordert einige Volksvertreter, vor allem, wenn sie im Vorzimmer am Plaudern sind und nur zur Abstimmung reinhetzen.**

Die längste Einzelrede im «richtigen Leben» hielt Strom Thurmond aus South Carolina, der 24 Stunden und 18 Minuten lang sprach, um 1957 eine Erleichterung des Wahlrechts für Afroamerikaner zu blockieren. Thurmond zitierte unter anderem ausführlich die Unabhängigkeitserklärung, die Wahlgesetze sämtlicher Gliedstaaten und schliesslich Backrezepte seiner Grossmutter. 87 eng beschriebene Seiten umfasst die Rede im «Congressional Record». Das Gesetz wurde dennoch angenommen.

Von Zeit zu Zeit wird auch im Basler Grossen Rat versucht, mit endlosem Debattieren eine Abstimmung in der gleichen Sitzung zu verhindern. Meistens passiert es in den unbeliebten Nachtsitzungen und von bürgerlicher Seite, weil bei diesen Fraktionen bisweilen in der Essenspause zwischen 18 und 20 Uhr einige Vertreter in den innerstädtischen «Baizen» verloren gehen und sie nun in der Unterzahl wären.

Dieses Frühjahr aber versuchte es die «Gegenseite». SP und Grüne waren geschwächt durch Abwesenheit in der April-Nachtsitzung in der Unterzahl und wollten doch unbedingt die traktandierete Motion René Brigger (SP) «betreffend Definition

preisgünstiger Wohnungsbau und Schaffung der gesetzlichen Grundlagen für Bebauungspläne» durchbringen, während die bürgerliche Seite den Vorstoss in einen unverbindlichen Anzug umwandeln wollte.

Eine Nachtsitzung endet normalerweise zwischen 22 und 23 Uhr. Das hätte locker gereicht, um über den Vorstoss abzustimmen. Um dies zu verhindern, begann die SP-Fraktion zu den Geschäften

**Wie eloquent man es immer wieder schafft, heiklen Fragen aus dem Weg zu gehen!**

davor so umfassend wie irgend möglich zu sprechen, während die Bürgerlichen untereinander abmachen, sich mit Voten zurückzuhalten und so Zeit zu sparen.

Motionär Brigger ging mit «gutem» Beispiel voran und referierte zu allem und jedem, auch zu einer Motion von Oliver Thommen (GAB) betreffend vermehrte WC-Anlagen im öffentlichen Raum. «Ich kann über dieses und jedes andere Thema problemlos stundenlang reden, denn ich bin ja schon lange dabei», startete er sein Votum und setzte dies in die Tat um. So erfuhr der Rat die lange Geschichte der öffentlichen Aborte seit einem entsprechenden Vertrag von (sehr)altRegierungsrat Christoph Stutz aus dem Jahr 1999, welcher der APG als Ausgleich für das Betreiben der öffentlichen WCs erlaubt hatte, gute Standorte für Plakate zu nutzen.

Es nutzte aber alles nichts: Die Bürgerlichen gaben der «Gegenseite» zu verstehen, dass sie die Sitzung notfalls bis in den frühen Morgen verlängern würden. Dies war nicht nötig: Um halb elf wurde die Motion in einen Anzug umgewandelt und die Sitzung geschlossen.

Den letzten Sitzungstag im Mai benutzte der Grosse Rat, eine lange Anzahl von zum Teil mehr oder weniger gut gealterten Vorstössen zu behandeln. Da zeigte sich wieder mal die Tücke des Abstimmungsverfahrens: Wer dem Antrag des Regierungsrates zustimmt, muss den Ja-Knopf drücken, ansonsten den Nein-Knopf. Der regierungsrätliche Antrag kann aber durchaus «Abschreiben» lauten, also den Vorstoss zu beerdigen. Dann muss man

«Ja» stimmen, wenn man gegen einen Vorstoss ist, und Nein, wenn man ihn befürwortet.

Dies überfordert einige Volksvertreter, vor allem, wenn sie im Vorzimmer am Plaudern sind und nur zur Abstimmung reinhetzen. In der Mai-Sitzung erwischte es aber auch die Grossratspräsidentin. Sie erläuterte, dass man zur Unterstützung eines Anzugs Nein stimmen müsse, startete den Vorgang und erklärte dann seelenruhig, «Ja» bedeute Zustimmung. Die Verwirrung war gross. Jo Vergat sprach: «Bitte entschuldigen Sie mein Morgen-Hirn» und wiederholte die Abstimmung.

Das wiederum schien die Abstimmungs-Anlage zu überfordern. Sie verweigerte beim nächsten Vorstoss bei einigen den Dienst. Wieder liess die Präsidentin wiederholen, was nun aber für Kopfschütteln sorgte, denn statt mit 77:2 wurde der Anzug nun eben mit 86:1 versenkt.

Markige Worte sind bei der Behandlung persönlicher Vorstösse nicht selten, aber dass ein Regierungsrat – hier Conradin Cramer – die gesetzlichen Regelungen für die Tagesstrukturen als «Bruchbude» bezeichnete, war doch ein starkes Stück. David Jenny (FDP) fragte denn auch folgerichtig nach, ob Cramer eine Abbruchgenehmigung habe – was dieser verneinte.

Geradezu frivol wurde es bei der Behandlung einer Interpellation von Beat Schaller (SVP) zum Deal zwischen BVB und Messe über das Abstellen der Busse in den Messehallen während des Umbaus des Depots Rankhof. Dies bezeichnete Schaller als «Ménage à trois» (locker übersetzt: flatter Dreier) und war mit der Antwort der Regierung höchst unzufrieden: «Ich finde es bemerkenswert, wie eloquent man es immer wieder schafft, heiklen Fragen aus dem Weg zu gehen.»

Vor allem fand der Interpellant ein Argument unlogisch: «Die Messe beklagt, die Hallen nicht vermieten zu können – und vermietet sie zu einem sehr hohen Preis an die BVB.» Tatsächlich erschliesst sich diese Logik nicht unbedingt, aber das ist noch bei vielen Voten «in diesem hohen Hause» (Standard-Floskel von Joel Thüring, SVP) der Fall...

\*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.

# Verhaltene Zuversicht im Basler Gastgewerbe

An Mitgliederversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt herrschte Zuversicht. Der akute Personalmangel, die steigenden Beschaffungspreise und der Krieg in der Ukraine trüben allerdings den Ausblick.

«Wir haben dank Engagement und Leidenschaft überlebt, doch ohne die staatliche Unterstützung hätte es den meisten nicht gereicht», sagte Präsident Maurus Ebnetter an der 141. ordentlichen Generalversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt im Restaurant Noohn. Die Hilfe der öffentlichen Hand habe einen Kahlschlag im Gastgewerbe verhindert. «Für die Solidarität der Politik, der Verwaltung und der Bevölkerung sind wir sehr dankbar», so Ebnetter.

möglicher Weg. «Wir brauchen eine Kultur, die geprägt ist von Wertschätzung, Sinnstiftung und gegenseitigem Vertrauen», so Ebnetter.

Die Branche ist durch die Teuerung herausgefordert. «Hoffentlich kommt hier nicht eine Spirale aus höheren Kosten und Löhnen in Gang», sagt Ebnetter. «Die wirtschaftliche Logik erfordert Preisaufschläge. Ich bin überzeugt, dass unsere Gäste Verständnis dafür haben.»

Die statutarischen Geschäfte gingen rasch über die Bühne. Grussbotschaften und Referate, unter anderem von Regierungsrat Kaspar Sutter und GastroSuisse-Präsident Casimir Platzer, schlossen die Versammlung ab. Beim Apéro mit asiatischem Essen stiessen zahlreiche Gäste aus Wirtschaft, Politik und Kultur zu den Mitgliedern des Wirtverbandes.

Bilder auf den Seiten 14 und 15

## Die wirtschaftliche Logik erfordert Preisaufschläge.

Vor dem Hintergrund, dass das Pandemierisiko sich in Zukunft nicht mehr versichern lasse, brauche es jetzt klare Spielregeln. «Gibt es diese nicht, so kann ich niemandem guten Gewissens raten, weiterhin unternehmerische Risiken auf sich zu nehmen», so Ebnetter. Damit wichtige Änderungen des Epidemiegengesetzes vom Parlament nicht auf die lange Bank geschoben würden, brauche es die Einreichung der Volksinitiative «für eine geregelte Entschädigung im Epidemiefall».

Noch hätten sich nicht alle Nachfragesegmente vom Corona-Schock ausreichend erholt. Zudem befürchtet Ebnetter: «Die Bewährungsprobe steht uns im Winter noch bevor. Wir werden sehen, ob die Politik, die Medien und wir alle etwas dazu gelernt haben – oder ob wieder Panik ausbricht.»

Der Basler Wirtpräsident ist besorgt über den akuten Fachkräftemangel. Es bestehe kein Zweifel, dass die Branche an Attraktivität gewinnen müsse, um gute Leute zu halten und anzuziehen. Neue Arbeitszeitmodelle seien ein



■ Leticia Elia übernimmt die Direktion von Basel Tourismus.

## Parkplatzabbau nimmt zu

Der neueste Parkplatzkataster des Bau- und Verkehrsdepartements zeigt es schwarz auf weiss: Der Abbau oberirdischer Parkplätze hat sich seit der Ablehnung der «Zämme besser»-Initiativen wieder stark intensiviert. Darunter leidet nicht nur die Bevölkerung, sondern gerade auch das Gewerbe. Der Gewerbeverband Basel-Stadt ruft den Regierungsrat angesichts der nach wie vor fehlenden Quartierparkings zu mehr Zurückhaltung beim Parkplatzabbau auf.

gewerbe-basel.ch

## Doch noch ein Jodlerfest

Nachdem das geplante Eidgenössische Jodlerfest Basel aufgrund der Covid-Pandemie weder 2020 noch 2021 stattfinden konnte, wird dieser nationale Grossanlass nun 2026 am Rheinknie stattfinden. Es werden etwa 10'000 Mitwirkende sowie 150'000 Besucherinnen und Besucher erwartet.

jodlerfestbasel.ch



## Label für Nachhaltigkeit

Der Teufelhof Basel mit Hotel, Theater, Restauration, Bar, Brauerei sowie einem Wein- und Verkaufsladen in der Basler Altstadt ist bereits seit langem für sein Kunst- und Kulturkonzept bekannt. Jetzt wurde das Gasthaus mit dem «ibex fairstay»-Label für Nachhaltigkeit ausgezeichnet – auf Anhieb mit Gold.



■ Anja Thomet und Raphael Wyniger freuen sich über die Auszeichnung.

# Neu auch berufsbegleitend

Die Hotelfachschule Zürich besteht seit 1925. Jetzt erfindet sie sich neu. Die Studiengänge wurden einer Auffrischkur unterzogen. Es gibt sie nun auch in einer be-

ruftbegleitenden Version. Die Abgängerinnen und Abgänger erhalten ein eidgenössisch anerkanntes Diplom als Hotelier-Restaurateur.

hfz.swiss



# Rock your future!

GastroSuisse und HotellerieSuisse ermöglichen einen Blick hinter die Kulissen der Mitgliederbetriebe, um Jugendlichen die Branchenberufe näher zu bringen. Mit «rockyourfuture.ch» organisieren die beiden Verbände zum zweiten Mal eine nationale Kampagne,

welche Jugendliche im Berufswahlprozess unterstützt und dem Fachkräftemangel entgegenwirkt.

rockyourfuture.ch



## Gastro Express

Der führende Online-Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe.

www.gastro-express.ch



IMMOBILIEN



MARKTPLATZ



JOBS

# Impressionen von der GV 2022 des Wirteverbands Basel-Stadt





Verschenken Sie Genuss!

## 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](http://www.lunch-check.ch/webshop)