

UNSERE THEMEN

Zug: Nur in jedem sechsten Betrieb wird geraucht	3
Erfolgreiches Jahr im Zolli	4
Einkaufsmeilen beliebt, aber Gastronomie auf dem Rückzug	5
Belgien und Finnland senken Mehrwertsteuer für Restaurants	7
Preispolitik: Rabatte helfen nicht, Verluste zu vermeiden	8
Imagestudie bescheinigt Basel hohe Lebensqualität	9
Pleitewelle rollt weiter	10
MwSt-Diskriminierung: Grossaufmarsch in Bern	10
Wie der Brunch entstand	13
Brauereien zocken Wirte ab	14
Basler Hotels steigern gemeinsam ihre Energieeffizienz	17

Impressum

Unser Mitgliedermagazin erscheint sechsmal jährlich.
Auflage dieser Ausgabe: 1700

Herausgeber

Wirtverband Basel-Stadt
info@baizer.ch

Basler Hotelier-Verein
kontakt@basler-hoteliers.ch

Redaktion

Maurus Ebnetter, Binningen
ebnetter@baizer.ch

Gestaltung

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

Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel
info@fankhauserdruck.ch

Wirtverband plant Volksinitiative für massvollen Nichtrauchererschutz

Das Rauchverbot in Restaurants und Bars war erneut ein wichtiges Thema an der Generalversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt. Die Mitglieder ermächtigten den Vorstand, eine kantonale Volksinitiative zu lancieren, die die Übernahme des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen anstrebt.

Präsident Josef Schüpfer konnte rund siebzig Mitglieder und Gäste zur 129. ordentlichen Generalversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt im Restaurant L'Escale begrüessen. Viel zu reden gab erneut das Rauchverbot, das seit anfangs April in den Basler Gaststätten gilt.

«Leider zeichnet sich schon nach kurzer Zeit ab, dass das Verbot weit über das Ziel hinaus schieisst», sagte Schüpfer. Natürlich sei zu akzeptieren, dass eine Mehrheit des Basler Stimmvolks ein Verbot in öffentlich zugänglichen Räumen wünscht. Der Erfolg diverser Raucherclubs zeige aber auch, dass es ein enormes Bedürfnis nach bedienten Raucherbereichen gebe.

«Demokratie darf nicht bedeuten, dass die Mehrheit der Minderheit einen Lebensstil aufzwingt», meinte Maurus Ebnetter, Vorstandsdelegierter des Wirtverbandes. Der Paradigmenwechsel, dass

Gaststätten rauchfrei sind, sei nicht das Problem. Eine verhältnismässige Lösung müsse aber Ausnahmen für bediente Fumoirs und kleine, klar gekennzeichnete Raucherbetriebe erlauben.

Die Mitglieder sahen das genau so. Sie beauftragten den Vorstand mit der Planung einer kantonalen Volksinitiative, die die Übernahme des Bundesgesetzes zum Schutz vor Passivrauchen vorsieht. Die Bundesregelung ist moderater als das radikale kantonale Verbot, weshalb sie in Wirtekreisen als «das kleinere Übel» gilt.

Die statutarischen Geschäfte waren schnell erledigt. Vorstandsmitglied Guido Schmidt (Grand Café Huguenin) wurde für eine weitere Amtsperiode von drei Jahren bestätigt. Der Jahresbericht, die Jahresrechnung und das Budget wurden diskussionslos gut geheissen.

Weiter auf der nächsten Seite



■ Die geplante Volksinitiative will unter anderem ermöglichen, dass Fumoirs auch in Basel-Stadt bedient werden dürfen. Die grosse Mehrheit der Gastbetriebe wird aber rauchfrei bleiben!

Hannes Jaisli, Leiter Wirtschaft und Recht von GastroSuisse, stellte die Volksinitiative «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung» des Gastgewerbes vor, die im April lanciert wurde und bereits grossen Anklang findet. Anton Schmutz, der neue Direktor von GastroSuisse, stellte sich den Mitgliedern vor.

«Eine verhältnismässige Lösung muss Ausnahmen für bediente Fumoirs und kleine Raucherbetriebe vorsehen.»

Am Abend fand im Grossen Festsaal der Messe Basel die «Gala des Basler Gastgewerbes» mit 470 Gästen statt. Regierungspräsident Dr. Guy Morin überbrachte die Grüsse der Basler Regierung. Zu den Gästen des Gala-Abends gehörten auch Regierungsrat Hanspeter Gass, Nationalrat Peter Malama sowie weitere Meinungsbildner aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Verbänden und Medien.

Das Rahmenprogramm des Abends, der von Wirtverband-Geschäftsführer Dr. Alex Hediger gekonnt moderiert wurde, bestritten unter anderem das Jugendsymphonieorchester Basel, Wachtmeister Schildli (alias Mario Nanni) und der bekannte Illusionist Fred Bravour.



■ Josef Schüpfer, Präsident des Wirtverbandes Basel-Stadt, mit dem wieder gewählten Vorstandsmitglied Guido Schmidt.

Basel hat das strengste Verbot

Basel-Stadt gehört zusammen mit Genf, der Waadt, dem Wallis, Freiburg, Neuenburg und Baselland zu den acht Kantonen, die einzig unbediente Fumoirs zulassen. 18 Kantone haben eine liberalere Regelung als Basel. Elf davon erlauben sogar gekennzeichnete Raucherbetriebe bis 80m²: Jura, Aargau, Luzern, Obwalden, Nidwalden, Schwyz, Zug, Glarus, Schaffhausen,

Thurgau, Appenzell-Innerrhodens. Sieben Kantone erlauben bediente Raucherräume, aber keine Raucherbetriebe: Bern, Zürich, Solothurn, Aargau, Uri, Graubünden, Tessin. Im benachbarten Baden-Württemberg sind bediente Raucherbetriebe und klar gekennzeichnete Raucherlokale erlaubt.

Eine Zwängerei?

Schon kurz nach Ankündigung einer kantonalen Volksinitiative wurde uns Zwängerei vorgeworfen. Dabei wollen wir das Rad gar nicht zurück drehen. Das Basler Stimmvolk soll endlich die Auswahl erhalten, die im September 2008 gefehlt hat. Zwängerei ist das, was die Lungenliga macht!

«Eine Zwängerei ist vielmehr das Vorgehen der Lungenliga!»

Im September 2008, zum Zeitpunkt der Abstimmung über die kantonale Initiative der Lungenliga, konnten die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger lediglich Ja oder Nein zu einem radikalen Rauchverbot sagen. Es war noch unklar, ob und in welcher Form ein Bundesgesetz den Nichtraucherschutz in Restaurants regeln würde. Das Vorgehen des Grossen Rates verunmöglichte leider einen Gegenvorschlag, der angesichts des knappen Abstimmungsergebnisses in Basel-Stadt (gut 52% Ja) durchaus Chancen gehabt hätte.

Schon kurze Zeit nach Einführung des strengen Rauchverbots zeichnet sich deutlich ab, dass ein Korrekturbedarf besteht. Es gibt nun einmal Betriebskonzepte, die rauchfrei nicht funktionieren! Wir wollen einer gut-schweizerischen Lösung den Weg ebnen. Die eidgenössischen Räte haben nach zähem Ringen einen Kompromiss beschlossen, der zwar niemanden wirklich glücklich macht, aber gerade deswegen vernünf-

tig ist. Die Bundeslösung ist eindeutig branchenverträglicher und konsumentenfreundlicher als die kantonale Regelung, die de facto einem Totalverbot entspricht.

Zwar behauptet die Lungenliga, dass sie überall siegreich aus Volksabstimmungen hervor gegangen ist. Doch das ist nicht wahr. Die Stimmbürger der Kantone Nidwalden, Thurgau und Glarus haben sich gegen ein Totalverbot ausgesprochen. Und die Bürger zahlreicher anderer Kantone haben Verbote beschlossen, die bediente Fumoirs zulassen. Zu diesen Kantonen gehören unter anderem das Tessin oder Graubünden. In anderen Kantonen hat das Parlament sich gegen strenge Rauchverbote ausgesprochen, z.B. im Aargau und im Jura.

Eine Zwängerei ist also vielmehr das Vorgehen der Lungenliga! Obwohl 18 Kantone demokratisch eine Regelung gewählt haben, die weniger weit geht als die extremen Forderungen der Tabakgegner, will die Lungenliga nämlich ein nationales Gesetz, das sogar das Rauchen an Einzelarbeitsplätzen verbietet!



Maurus Ebner
Delegierter des Vorstands
Wirtverband Basel-Stadt

Bevölkerung bevorzugt massvolle Lösungen

Österreich kennt nur ein moderates Rauchverbot in der Gastronomie. Eine Umfrage zeigt, dass die Bevölkerung kein Totalverbot wünscht. Vier von fünf Österreichern sind gegen radikale Lösungen.

«Das Tabakgesetz ist eine vernünftige Regelung. Weder die Bevölkerung noch die Wirte wollen ein totales Rauchverbot», ist Helmut Hinterleitner, Obmann des Fachverbandes der Gastronomie in

«Lediglich 19 Prozent der Österreicher wünschen sich ein totales Rauchverbot.»

der Wirtschaftskammer Österreich, überzeugt. Er sieht die bisherige Linie der Gastronomie durch

eine Studie des Institutes für empirische Sozialforschung bestätigt, die das Gesundheitsministerium in Auftrag gegeben hat.

Die Ergebnisse: Zwar sind 70 Prozent der Österreicher für räumlich getrennte Raucherbereiche in Lokalen, doch lediglich 19 Prozent wünschen sich ein totales Rauchverbot. Die Mehrheit der Bevölkerung (59 Prozent) ist dafür, dass Österreich seinen bisherigen Weg fortsetzt. «Diese Ergebnisse bestärken uns auf unserem bisherigen Weg», so Hinterleitner.

In Hinblick auf die Forderungen der Grünen nach einem generellen Rauchverbot entgegnet der Fachverbandsobmann: «Wir verwehren uns dagegen, dass durch Falschmeldungen und puren Populismus Verunsicherung bei den Gastwirten erzeugt wird. Die Europäische Union kann kein generelles Rauchverbot für ihre Mitgliedsländer erlassen, weil ihr dazu die rechtlichen Kompetenzen fehlen.»

www.gastronomieverband.at



Kanton Zug: Nur in jedem sechsten Betrieb wird geraucht

Im Kanton Zug gibt es 532 gastgewerbliche Betriebe. 56 Lokale (10.5%) verfügen über eine Bewilligung als Raucherbetrieb. Hinzu kommen 28 Restaurants (5.1%), die ihren Gästen bediente Fumoirs anbieten. Auch wenn noch einige Raucherangebote hinzu kommen dürften, so kann man doch feststellen, dass der Nichtraucherschutz gewährleistet ist.

Das Rauchverbot im Kanton Zug trat bereits am 1. März 2010 in Kraft. Die Regelung entspricht der moderaten Bundeslösung. Eine Erhebung des Kompetenz-Zentrums für das Gastgewerbe zeigt

«Das Bundesgesetz gewährleistet den Nichtraucherschutz und ermöglicht dem Gastgewerbe gleichzeitig, die Bedürfnisse von Rauchern zu erfüllen.»

nun, dass das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen den Nichtraucherschutz gewährleistet, dem Gastgewerbe gleichzeitig aber ermöglicht, die Bedürfnisse von Rauchern zu erfüllen.

Gemäss Michael Hostmann, Direktor des Kompetenz-Zentrums, müssen verschiedene Betriebe, in denen nicht mehr geraucht werden darf, Umsatzeinbussen hinnehmen. In einzelnen Fällen ging der Ertrag um 20 Prozent zurück! Es versteht sich von

selbst, dass solche Betriebe nach Möglichkeiten suchen, den rauchenden Gästen etwas zu bieten.

Wenig überraschend ist die Erkenntnis, dass der Anteil von Betrieben mit Raucherangeboten im Segment der «Bars, Pubs und Bistros» (42%) am grössten ist. Dahinter folgen «Alpwirtschaften, Bessenbeizen» mit 39%, Restaurants mit 19% und Cafés mit 18%. Die Personalrestaurants im Kanton Zug sind allesamt rauchfrei.

Im Kanton Zug gibt es 54 Restaurants, Cafés oder Bars, die zu einer Kette gehören. Interessant ist, dass diese Betriebe alle komplett rauchfrei sind. Hostmann erklärt sich das mit der Tatsache, dass Filialbetriebe in der Regel grösser als 80m² sind. Sie hätten keine ungenutzten Räume, die man als Fumoir nutzen könnte. Zudem gebe es Ketten, bei denen es zum Konzept gehört, rauchfrei zu sein.

Wegen des Rauchverbots geht in vielen Betrieben der Kaffeeumsatz am Morgen zurück. Auch zur

Apérozeit sind viele rauchfreie Lokale schwach besetzt, während Raucherbetriebe gut laufen. Speiserestaurants beobachten, dass manche Gäste am Abend ihren Aufenthalt verkürzen. Das gilt sogar für Familienfeiern.

Es gibt aber auch Fumoirs, die nicht gut besucht sind. «Sie müssen schon ins Betriebskonzept passen und dürfen nicht zu sehr abseits liegen», kommentiert Hostmann. Viele Gäste und Mitarbeiter rauchen oft draussen vor der Tür. Leider hat das schon zu Lärmklagen von Anwohnern geführt.

In Zug gibt es auch drei Raucherclubs. Hostmann prognostiziert eine Zunahme dieses Betriebstyps, sollten strengere Regeln eingeführt werden. Hingegen glaubt er, dass viele rauchfreie Betriebe ihre Öffnungszeiten kürzen werden – vor allem in der kalten Jahreszeit, wenn die Gäste nicht mehr im Garten sitzen können.

www.kompetenz-zentrum.com



Die Mehrzahl der Zuger Gaststätten ist trotz moderater Regelung rauchfrei. Nur 84 von 532 gastgewerblichen Betrieben verfügen über bediente Raucherbereiche.

Erfolgreiches Zoojahr 2009

Mit einem Rekordwert bei den verkauften Abonnements, der zweithöchsten Besucherzahl der Zolli-Geschichte und einem guten Finanzjahr weist der Zoo Basel im Jahresbericht 2009 eine erfreuliche Entwicklung aus. Trotz Krisenjahr verzeichnete er einen Rekordumsatz aus verkauften Eintritten und Abonnements von 8.9 Millionen Franken. Der Betriebsertrag kann aber den Aufwand nur zu knapp zwei Dritteln decken. Deshalb bleibt der Zolli auch weiterhin auf Spenden angewiesen.

Mit 1'696'760 Eintritten, dem zweithöchsten Wert in der Zolli-Geschichte, liegt der Zoo Basel 2009 nur 1392 Eintritte unter seinem Besucherrekord vom Vorjahr. Für reges Publikumsinteresse sorgten ein Schimpansenkind, eine Dosen aufschraubende Krake und der 50. Geburtstag der berühmten Gorilladame Goma.

Massgeblich zur erfreulichen Entwicklung beigetragen hat ausserdem der Erfolg der umgebauten Giraffenanlage und die freche, von der Unicef preisgekrönte Plakatkampagne des Zoo Basel. Mit dem Verkauf von 23'500 der ausserordentlich günstigen Jahresabonnements von 80 Franken für Einzel-, beziehungsweise 140 Franken für Familienabos war das Jahr im Abobereich sogar das erfolgreichste überhaupt.

Auch finanziell sieht es gut aus. «Trotz Krisenjahr verzeichneten wir einen Rekordumsatz aus verkauften Eintritten und Abos von 8.9 Millionen Franken», freut sich Zoodirektor Olivier Pagan. Gleichzeitig verringerten sich allerdings die Ergebnisse des Zoo-Restaurants, insbesondere aufgrund der Absagen von Unternehmen für Firmenanlässe, Apéros und Führungen.

Aufgrund der erfreulichen Entwicklung an den Börsen resultiert ein positives Finanzergebnis von

4.5 Millionen Franken. Auch hinsichtlich Spenden, Geschenken, Legaten und Patenschaften war 2009 mit insgesamt eingegangenen 13.2 Millionen Franken ein gutes Jahr.

Der Betriebsaufwand stieg auf 21.4 Millionen Franken an. Dies ist teilweise auf den wegen zusätzlichen Stellen angestiegenen Personalaufwand sowie den trotz geringerem Verbrauch gestiegenen Kosten für Strom, Wasser und Abwasser und auf notwendige Unterhalts- und Renovationsarbeiten im Vivarium zurückzuführen. Überdies wurden Naturschutzprojekte mit 85'000 Franken unterstützt. Unter dem Strich resultiert wieder ein kleiner Reingewinn von 83'000 Franken.

Der Betriebsertrag des Zolli von 10.2 Millionen Franken kann den Betriebsaufwand von 16.1 Millionen nur zu rund zwei Dritteln decken. Damit diese Lücke von rund 6 Millionen Franken geschlossen werden kann, ist der Zoo deshalb auch in Zukunft auf die zahlreichen grossen und kleinen Zuwendungen angewiesen. Vom Kanton erhielt der Zoo Basel im Jahr 2009 einen Beitrag von 1'450'000 Franken an die Unterhalts- und Betriebskosten und die zoopädagogischen Leistungen.

www.zoobasel.ch



Der Bau neuer Anlagen erfolgte im Zolli in der Vergangenheit ausschliesslich durch Spenden, Stiftungszuwendungen und Legate.

Zweistellige Millionenspende

Eine grosse Donation in zweistelliger Millionenhöhe stellt die Finanzierung der «Erlebniswelt für Menschenaffen» im Zoo Basel sicher. Der Bau des Projektes hat bereits begonnen. Dank der Eckenstein-Geigy-Stiftung kann der

Zolli sein Menschenaffenprojekt durchführen und bereits gemachte Rückstellungen für andere Zukunftsprojekte wie eine neue Elefantenanlage einsetzen.

Basler Geo-Portal

Das Grundbuch- und Vermessungsamt Basel-Stadt betreibt auf dem Internet ein Geo-Portal mit einer vielbenutzten Kartenapplikation, welche zurzeit etwa drei Millionen Abfragen pro Jahr verzeichnet. Die offizielle Online-Karte des Kantons verwendet für die Gastronomiesuche seit kurzem Daten der Website basel-restaurants.ch, die vom Wirtverband Basel-Stadt betrieben wird.

www.stadtplan.bs.ch

Basler Geo-Portal

Eine Kontrolle des Kriminalkommissariats Basel-Stadt in 19 türkischen Lokalen ergab, dass in 14 Betrieben manipulierte TV-Receiver existierten, um kostenpflichtige Übertragungen der türkischen Fussballmeisterschaft ohne Abonnement zu empfangen. Ein Tatverdächtiger wurde festgenommen.

www.stawa.bs.ch

Fleischschmuggel aufgefliegen

Mindestens 8.4 Tonnen Fleischwaren hat ein Baselbieter illegal aus Frankreich für ein Berner Hotel eingeführt. Er wurde mitsamt einem Helfer mit einer halben Tonne im Auto an der grünen Grenze in Basel erwischt. Dem Zoll entgingen im Laufe der Zeit schätzungsweise 90'000 Franken an Einfuhrabgaben.

SV Group mit tieferem Umsatz

Bei der SV Group ist der Gewinn 2009 um mehr als die Hälfte eingebrochen: Unter dem Strich bleiben 3.2 Millionen Franken, das sind 55 Prozent weniger als im Vorjahr. Der Umsatz reduzierte sich um zwei Prozent auf 616 Millionen Franken. Die Nachfrage in der Personalgastronomie, mit der SV fast drei Viertel des Umsatzes erwirtschaftet, sei weiterhin gut, teilte das Unternehmen mit. Gelitten habe das Zusatzgeschäft. Wegen der unsicheren Wirtschaftslage hätten Kunden weniger Sonderanlässe gebucht.

www.sv-group.com



Einkaufsmeilen bleiben beliebt

Mehr Modegeschäfte, weniger Gastronomie

Einkaufsstrassen in Städten sind beliebt und werfen Umsatz ab – trotz Konkurrenz durch Shoppingzentren an der Peripherie. Entsprechend hoch sind die Preise für Detailhandelsflächen. Der Ladenmix wird immer uniformer. Die Gastronomie ist auf dem Rückzug.

An der Zürcher Bahnhofstrasse werden Spitzmieten von 6790 Franken je Quadratmeter und Jahr erzielt, wie dem Immo-Monitoring des Beratungsunternehmens Wüest & Partner zu entnehmen ist. Mit einem Quadratmeterpreis von 6230 Franken sind die Mieten an der Rue du Rhône in Genf praktisch gleich hoch.

In der Stadt Bern kostet der Quadratmeter an der Spitalgasse 4160 Franken. Mit Preisen von 1800

«Die Einkaufsstrassen sehen sich immer ähnlicher.»

bis 2800 Franken deutlich darunter sind die Detailhandelsflächen in den Städten Basel, Lugano, Lausanne, St. Gallen, Luzern, Zug und Winterthur.

Die Einkaufsstrassen sehen sich immer ähnlicher. In einigen Schweizer Städten werden an den begehrtesten Lagen bereits über 70 Prozent aller Flächen von nationalen oder internationalen Ladenketten genutzt. Lokale Geschäfte werden verdrängt. Modeläden und Warenhäuser belegen an Top-Lagen über die Hälfte aller Detailhandelsflächen. In den Grossstädten dominieren Uhren- und Schmuckläden.

Auf dem Rückzug ist die Gastronomie: Restaurants, Cafés und Bars belegen nur gerade 4 Prozent der Nutzflächen an den Einkaufsmeilen der Grosszentren, in den mittleren Städten sind es gut 9 Prozent. Am besten ist die Verpflegungssituation in Lugano,

Baden und Winterthur, wo die Mietanteile zwischen 10 und 15 Prozent betragen.

www.wuestundpartner.com



■ An den begehrtesten Lagen werden 70 Prozent der Flächen von Ladenketten genutzt.

► WIRTEKURSE

zur Erlangung des Fähigkeitsausweises



Ideal auch als Weiterbildung!

Die nächsten Kurse

- vom 6. September bis 1. Oktober 2010
- vom 8. November bis 3. Dezember 2010
- vom 14. Februar bis 11. März 2011
- Ausbildungszentrum UBS, Basel (nur zwei Gehminuten vom Bahnhof)

Preis

- CHF 3500.– (inkl. Lehrmittel)

Zulassungsbedingungen

- Mindestalter 18
- guter Leumund
- gute Deutschkenntnisse

Mehr Infos?

- Besuchen Sie unsere Website www.baizer.ch!
- Oder verlangen Sie Unterlagen und Anmeldeformular bei unserem Sekretariat:



Wirtverband Basel-Stadt
Freie Strasse 82, CH-4010 Basel
Telefon 061 271 30 10
Fax 061 278 94 90
info@baizer.ch



Besuchen Sie einen vierwöchigen Intensivkurs!
Jetzt mit noch strafferem Ausbildungsprogramm.

www.baizer.ch/wirtekurs



Erfolgreiche verkaufsoffene Sonntage

Eine Auswertung des Statistischen Amtes zu den Sonntagsverkäufen zeigt, dass die Weihnachts-Sonntage im Basler Detailhandel gut etabliert sind. Die neuen verkaufsoffenen Sonntage während der Herbstmesse und der Baselworld müssen sich noch beweisen.

Die Ergebnisse der ersten Befragung des Statistischen Amtes zu den verkaufsoffenen Sonntagen im Herbst/Winter 2009 zeigen deutlich, dass die beiden Sonntagsverkäufe im Dezember im Basler Detailhandel auf grosse Akzeptanz stossen – rund 60 Prozent der Befragten sind zufrieden.

Der Sonntagsverkauf während der Herbstmesse erhält bereits bei 40 Prozent der Befragten Zustimmung. Dies, obwohl dieser verkaufsoffene Sonntag erst einmal stattfand und damit in den Köpfen der Bevölkerung sicherlich noch nicht verankert ist.

Pro Innerstadt-Präsident Urs Welten: «Ich bin vom Potenzial dieses Sonntagsverkaufs während der Herbstmesse nach wie vor überzeugt. Es gilt festzuhalten, dass sowohl der Sonntagsverkauf während der Herbstmesse wie auch derjenige in diesem Frühling die Basler Innenstadt deutlich belebten. Es ist zudem wichtig, dass nicht nur die Einkaufszentren an der Stadtperipherie sondern auch die Innenstadt von den verkaufsoffenen Sonntagen profitieren kann.»

Pro Innerstadt geht mit der Einschätzung des Amtes für Wirtschaft und Arbeit einig, dass die neuen, zusätzlichen Sonntagsverkäufe nicht von heute

«Verkaufsoffene Sonntage lohnen sich vor allem für die Geschäfte in der City und in den Einkaufszentren am Stadtrand.»



auf morgen etabliert werden können. Bis zum Abschluss der Pilotphase im Frühling 2011 wird sich Pro Innerstadt dafür engagieren, dass auch die neuen Sonntagsverkäufe noch bekannter werden und damit mehr Kunden in die Innenstadt locken können.

Die Umfrage des Statistischen Amtes zeigt aber auch, dass sich die verkaufsoffenen Sonntage vor allem für Innenstadt-Geschäfte und Einkaufszentren an der Stadtgrenze lohnen. Ladengeschäfte in den Quartieren beurteilen die Sonntagsverkäufe erwartungsgemäss weniger positiv.

Sollten diese vier Sonntage im Gesetz über die öffentlichen Ruhetage und Ladenöffnungen verankert werden, so bedeutet dies selbstredend keinen Zwang zur Öffnung der Ladengeschäfte. «Für die Basler Innenstadt ist es wichtig, dass die Möglichkeit zu vier verkaufsoffenen Sonntagen besteht. Selbstverständlich entscheidet jedes Geschäft für sich, ob es offen haben möchte oder nicht», betont Urs Welten. Gleichzeitig appelliert der Pro Innerstadt-Präsident an die Ladengeschäfte im Stadtzentrum, die verkaufsoffenen Sonntage auch in Zukunft möglichst stark zu nutzen.

Im Hinblick auf die definitive Auswertung der Pilotphase zu den verkaufsoffenen Sonntagen hofft Pro Innerstadt, dass vier solche Sonntage im Gesetz verankert werden können. Damit würde die Attraktivität der Basler Innenstadt als Zentrum einer transnationalen Region weiter gestärkt und die Konkurrenzfähigkeit der Innenstadt-Geschäfte erhalten.

www.pro-innerstadt.ch

 KMF-Kühlung	Böcklerstraße 5 79110 Freiburg Tel:0049 761/131371	 KMF-Gastrokonzept	Böcklerstraße 5 79110 Freiburg Tel:0049 761/131371
			
	Gewerbe/Industrie Kühlung		CAD Planung
	Gewerbe/Industrie Klimatisierung		Thekenbau Beratung
Kühl/Tiefkühl Zellenbau	 50 Seit 1960	Gastronomie- einrichtungen Lieferung/Montage	
www.kaelte-mueller.com			

Öffnung der Kaserne zum Rhein?

Das Komitee «Kulturstadt Jetzt» lancierte gemeinsam mit nahestehenden Politikern und Organisationen eine Volksinitiative für die Öffnung des Kaserne-Hauptbaus zum Rhein. Diese soll der Entwicklung des Basler Kasernenareals eine neue Dynamik verleihen und mutige, zukunftssträchtige Lösungen ermöglichen.

www.kulturstadt-jetzt.ch



Erholsamer Schlaf ist das A und O

Das Hotel der Zukunft wird weiterhin von der ursprünglichen Idee geprägt sein, Gästen eine bequeme Schlafstätte zu bieten. Im Rahmen der Projektstudie «FutureHotel» hat das Hotelportal HRS eine Umfrage durchgeführt. In einem Punkt waren sich die Teilnehmer der bisher unveröffentlichten Studie einig: 98 Prozent legen Wert auf ein gutes Bett, in dem sie erholsamen Schlaf finden. Immerhin die Hälfte wäre sogar bereit, für ein nach ihren Vorstellungen ideal ausgestattetes Bett mehr zu bezahlen. Mit bequemen Matratzen und einem gründlich gereinigten Bad verdient sich der Hotelier die halbe Miete. Sparen hingegen lässt sich am Kleiderschrank. Über ein Drittel der Hotelgäste gibt an, dass der Koffer unausgepackt bleibt.

www.hrs.de

Glaubenswege

Das Tourismusamt München bietet erstmals für alle an sakralen Bauten und an Glaubensfragen interessierten Gäste spezielle Führungen mit dem Titel «Glaubenswege durch München». Die Touren zu Fuss und per Fahrrad führen zu Zeugnissen der historisch mit München verbundenen Glaubensrichtungen.

www.muenchen-tourist.de

Belgien und Finnland senken Mehrwertsteuer für Restaurants

Den EU-Ländern ist es erlaubt, arbeitsintensive Bereiche reduziert zu besteuern. Nach Frankreich führen nun auch Belgien und Finnland tiefere Mehrwertsteuern für die Gastronomie ein.

Frankreich senkte den Mehrwertsteuersatz für Restaurants bereits per 1. Juli 2009 von 19.6 auf

Prozent reduzierten Mehrwertsteuersatz für Speisen und nichtalkoholische Getränke nachziehen.

«14 von 27 EU-Ländern kennen einen reduzierten Steuersatz für die Gastronomie.»

Gesamthaft wenden bald schon 14 von 27 EU-Staaten eine reduzierte Mehrwertsteuer für die Gastronomie an. In Luxemburg beträgt der Steuersatz nur 3 Prozent, in Holland 6 Prozent. In Spanien, Polen sowie im Nicht-EU-Land Island sind es 7 Prozent. Für die Hotellerie gelten gar in 22 EU-Ländern reduzierte Steuersätze.

5.5 Prozent. Nun hat Belgien per 1. Januar 2010 den Steuersatz für Speisen von 21 auf 12 Prozent gesenkt. Finnland wird im Juli mit einem von 23 auf 13

Problematik wird massiv unterschätzt

Regulierungskosten von 50 Milliarden Franken

Eine im Auftrag des Schweizerischen Gewerbeverbands von der KPMG Deutschland durchgeführte Studie zur Messung der Regulierungskosten in den Themensegmenten Arbeitsrecht, Sozialversicherungen und Lebensmittelhygiene führt zu alarmierenden Resultaten.

Allein in den drei genannten Bereichen belaufen sich die von den Schweizer KMU zu bezahlenden Regulierungskosten auf 4 Milliarden

wachstum markant eingeschränkt. Die Schaffung von neuen Arbeitsplätzen wird behindert und bestehende werden gefährdet.

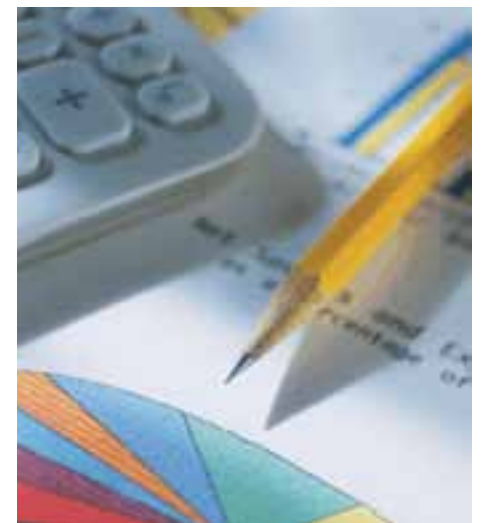
«Die unzulässig hohe Regulierungsdichte verhindert nachhaltiges Wachstum.»

www.sgv-usam.ch

Franken! Auf Grund von Hochrechnungen ist davon auszugehen, dass die durch Gesetze und Verordnungen verursachten Regulierungskosten in der Schweiz insgesamt über 50 Milliarden Franken betragen.

«Die Politik ist nun aufgefordert, sich endgültig von ihren Lippenbekenntnissen zugunsten der KMU zu verabschieden und den schönen Worten endlich Taten folgen zu lassen», sagte SGV-Direktor Hans-Ulrich Bigler. Die unzulässig hohe Regulierungsdichte verhindere ein nachhaltiges Wachstum und gefährde Arbeitsplätze.

Makroökonomisch gesehen führen die durch Regulierungen verursachten Belastungen in den KMU zu einer Schwächung der Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz. Damit wird mögliches Wirtschafts-



■ Kostentreiber Sozialversicherungen: Die administrative Belastung der schweizerischen KMU beträgt fast zwei Milliarden Franken – pro Jahr.

Die Basler Hoteliers
auf dem Internet

www.basler-hoteliars.ch

Rabatte helfen nicht, Verluste zu vermeiden

Hoteliere überall auf der Welt standen letztes Jahr vor einer schwierigen Entscheidung: Sollen die Preise der Konkurrenz unterboten werden, um die Zahl der Logiernächte in der Krise anzukurbeln? Oder soll vielmehr ein Rückgang der Frequenzen in Kauf genommen, dafür aber der Preis gehalten werden?

Eine aktuelle Studie des Cornell Center for Hospitality Research zeigt, dass sehr viele Hoteliere den Weg von Preissenkungen wählten, im Nachhinein aber wünschten, sie hätten den «Preiskrieg» nicht mitgemacht und stattdessen auf andere Taktiken gesetzt.

«Als erfolgversprechend gilt es, neue Marktsegmente zu entwickeln.»

Sheryl Kimes, Professorin für Asian Hospitality Management an der Cornell School of Hotel Administration, befragte anfangs Jahr 980 Hoteldirektoren auf der ganzen Welt, um herauszufinden, welche Taktiken benutzt wurden, um der Rezession zu begegnen. Sie wollte auch wissen, wie gut die getroffenen Massnahmen wirkten.

Die vier am häufigsten verwendeten Taktiken waren: Preissenkungen (discounting), Marketing-Initiativen, Preis-Veredelungen (obscuring room rates) und Kostensenkungen.

«Discounting war die am häufigsten angewendete Taktik, aber die Manager machen oft ihre Konkurrenten dafür verantwortlich, den Preiskrieg angezettelt zu haben», schreibt Kimes. Als effektiver werden andere Taktiken beurteilt. In einem nächsten wirtschaftlichen Abschwung wollen die meis-

ten Manager stärker auf das Marketing und weniger auf Preisnachlässe setzen. Unabhängig von der gewählten Taktik, wird der Bedarf erkannt, einen «Rezessionsplan» zu besitzen.

Als erfolgversprechend gilt es beispielsweise, neue Marktsegmente zu entwickeln. Etwa vier von zehn Hoteliere versuchten mit «Preis-Veredelungen» (rate-obscuring tactics), der Krise zu begegnen. Dazu gehörten das Offerieren von kostenlosen Zusatznächten oder Packages mit einem «added value».

Ein Viertel der befragten Hoteliere setzten letztes Jahr in erster Linie auf Sparprogramme, zum Beispiel das Schliessen von einzelnen Betriebsteilen (teilweise zum Zwecke der Renovation) und das Reduzieren von Betriebszeiten.

Die meisten Befragten warnen vor Preissenkungen auf breiter Front. Das sei die schlechteste Möglichkeit, der Rezession zu begegnen. Marketingprogramme und Service-Level seien aufrecht zu erhalten.

www.chr.cornell.edu



■ Preissenkungen sind die schlechteste Möglichkeit, der Rezession zu begegnen.

Sommerferien im Kleinbasel

Das Krafft Basel reagiert auf die angespannte der Hotellerie und auf das Fehlen eines regionalen Grossanlasses im laufenden Jahr: Das Hotel am Rhein lanciert die Idee der Ferien in der Stadt. Und steuert gleich ein paar Attraktionen bei – unter anderem acht City-Fahrräder, eine Hotel-Limousine und eine Freiluftdusche.

Der Abschluss der letzten Bauarbeiten am Krafft war gleichzeitig der Startschuss zum Dasein als Stadtferienhotel. Unter dem frisch sanierten Dach, dessen Solaranlage fürs hauseigene Warmwasser sorgt, befinden sich neue Räume, die sich zum Ferien machen besonders eignen.

Die Juniorsuite auf der Flussseite bietet den bekannten Ausblick auf Rheinsprung und Münsterhügel: an warmen Tagen vom Balkon, an kühlen Abenden vor dem eigenen Cheminée. Auf der Seite der Rheingasse befinden sich die Juniorsuiten, die dank geräumiger Raumaufteilung ideal für reisende Familien sind. Beide Suiten verfügen über eine Freiluftdusche auf dem neuen Dach. Auch in den Zwei-Zimmer-Wohneinheiten in der gegenüber liegenden Dépendance lässt es sich übrigens komfortabel leben.

Wer das Hotel trotz Balkon, Terrasse und Sommerbar am Fluss und in der Rheingasse mal verlässt: Krafft-Gäste fahren in Basel gratis mit Tram und Bus und den vier Rheinfähren. Denen, die es sportlicher mögen, stehen Fahrräder zur Verfügung: Eine Velokarte ist an der Réception erhältlich.



■ Mit den acht Cannondale-Velos des Krafft lassen sich mehrere Sehenswürdigkeiten wie der Zolli, die Fondation Beyeler und die wilde Landschaft des Altrheins verbinden.

Hier bekommt man auch die eigens hergestellte Übersicht über die attraktivsten Joggingstrecken. Und im Hochsommer gibt das Hotel Krafft seinen rheinschwimmenden Gästen einen speziellen Schwimmsack für Kleider und Schuhe mit ins erfrischende Nass.

Alle Feringäste haben die Möglichkeit, sich einen Picknick-Korb mit Käse- und Salami-Spezialitäten aus der Consum-Bar zusammen stellen zu lassen. Sei es für einen Schmaus auf dem Zimmerbalkon, auf dem Ausflug mit dem Rheintaxi oder mit der noblen Hotel-Limousine. Zum Krafft gehört nämlich seit kurzem ein Jaguar aus dem Jahr 1962, mit dem ein Abholservice für Hotelgäste betrieben wird.

Die Geschäftsleitung des Krafft hofft, mit der Bearbeitung des neuen Marktsegments «Ferien in der Stadt» der angespannten Lage etwas Sinniges entgegenstellen zu können. Im Stadtferien-Hotel Krafft sind verschiedene Packages erhältlich: vom kulinarischen Wochenende bis zum ausgedehnten Urlaub mit Kultur, Sport und Stadt-Landschaft.

www.krafftbasel.ch



Wenn einige Betten nicht verkauft werden, fühlen sich Hoteliers stark unter Druck gesetzt. Es werden dann schnell Preispromotionen eingesetzt und die Zimmerraten gesenkt. Dabei wird der Preis als grösster Gewinntreiber vernachlässigt.

«Hoteliers sollten ihre Preisstrukturen überdenken», sagt Gunnar Clausen von der Strategieberatungsfirma Simon Kucher & Partner. «In den

meisten Fällen machen die Hotels ihre Preise nicht strategisch, sondern eher aus dem Bauch heraus.»

Als Erfolgsindikator werde oft nur die Belegungsquote zu Rate gezogen und weiter optimiert. Dem durchschnittlich erzielten Zimmerpreis werde zu wenig Beachtung geschenkt. Dabei seien viele Gäste gerne bereit, für bestimmte Leistungen mehr zu bezahlen.

Der Hotelperte empfiehlt, durch Analysen die optimalen Preise und Angebote herauszufiltern. «Behalten Sie eine konsistente Positionierung im Auge, denn sonst werden die Kunden verunsichert», rät Clausen.

www.simon-kucher.com

Imagestudie bescheinigt Lebensqualität

Untersuchungen des Geographischen Instituts der Universität Basel analysierten in den Jahren 2006 bis 2009 das Image von Basel bei verschiedenen Zielgruppen. Hier sind einige Resultate.

Das Image einer Stadt ist stets ein subjektives Vorstellungsbild der Menschen, das sich aus vielfältigen Komponenten zusammen setzt, die nicht zwangsläufig mit den objektiven Tatsachen übereinstimmen müssen. Weil es bei der Wahl des Wohnorts, eines Reiseziels oder eines Unternehmensstandorts nicht nur um harte Fakten geht, sondern auch um weiche Faktoren, ist das Image wichtig.

«Der wichtigste Faktor für die Bekanntheit Bases ist aus Sicht der Touristen die Altstadt.»

Unternehmen schätzen am Standort Basel nicht nur die Qualifikation der Arbeitskräfte und die Nähe zu Forschungseinrichtungen und Hochschulen, sondern auch die gute Verkehrsanbindung im Dreiländereck durch Autobahnen, Bahnverbindungen und den EuroAirport. Ausserdem sprechen auch die Lebensqualität, das Kultur- und Freizeitangebot für Basel als Standort.

Als Standortnachteile werden vor allem Faktoren eingeschätzt, die den Unternehmen Kosten verursachen, wie die hohen Steuern und Abgaben, das Lohnniveau, das Preisniveau und schliesslich auch die Immobilienpreise, welche mit der geringen Verfügbarkeit von Flächen im Stadtkanton zusammenhängen.

Basels Stärken als Wohn- und Arbeitsort werden von der Bevölkerung der Stadt und des Umlandes durchaus wahrgenommen. Im alltäglichen Erleben zeigt sich Basel als attraktive Einkaufsstadt und Bühne von Kulturveranstaltungen. Basel wird weitgehend als sicher wahrgenommen. Geschätzt wird auch die gute Erschliessung mit dem öffentlichen Verkehr.

Am Tourismussektor in Basel haben Geschäftsreisenden aus der Schweiz und dem Ausland dank der Messe und den international tätigen Unternehmen einen hohen Anteil. Tagesbesucher aus den umlie-

genden Regionen sind ebenfalls zahlreich in Basel anzutreffen. Sie sind oft schon zum wiederholten Mal in der Stadt, was heisst, dass sie das Angebot immer wieder attraktiv finden.

Die Erwartungen der Touristen an Museen, Ausstellungen, Sehenswürdigkeiten, die Altstadt und die Läden in der Innenstadt wurden gut erfüllt. Ein nicht unbedeutender Anteil der Touristen aus Deutschland, Frankreich und anderen Ländern besucht Basel im Rahmen einer mehrtägigen Städtereise mit Übernachtung. Dagegen nutzen Schweizer Besucher diese Möglichkeit kaum!

«Die Fasnacht und der Zoo könnten noch mehr im grenznahen Ausland bekannt werden.»

Der wichtigste Faktor für die Bekanntheit Bases ist aus Sicht der Touristen die Altstadt. Gäste aus der Schweiz nennen ausserdem den Rhein, den Zoologischen Garten, die Fasnacht und die Messe als bedeutende Imagefaktoren.

Die Strategie, für Basel als Kulturstadt zu werben, wird als erfolgreich und den tatsächlichen Angeboten angemessen bestätigt. Die Basler Bevölkerung, Bewohner des Umlandes und Touristen sind mit den kulturellen Angeboten in der Stadt sehr zufrieden. Die Kulturstadt Basel stellt ein Magnet für den Tourismus dar. Auch einer ansprechenden Gestaltung des Rheinuferes und der Altstadt – beides zentrale Imagefaktoren von Basel – kommt eine bedeutende Rolle zu.

In der touristischen Vermarktung könnten die Fasnacht und der Zoo noch mehr im grenznahen Ausland bekannt gemacht werden, meinen die Autoren. Diese Faktoren würden bisher hauptsächlich von Schweizer Besuchern wahrgenommen. Andererseits bestehe noch Potential, Schweizer Touristen für mehrtägige Städte- und Kulturreisen besser anzusprechen.

Schneider-Sliwa, Erismann, Saalfrank u.a.:
Das Image von Basel
Schwabe Verlag, Geographisches Institut der Universität Basel, 2009



■ Die Strategie, für Basel als Kulturstadt zu werben, ist erfolgreich.



Pleitewelle rollt auch im neuen Jahr

In den ersten drei Monaten des Jahres 2010 sind insgesamt 1590 im Handelsregister eingetragene Firmen in Konkurs gegangen – 39 Prozent mehr als im ersten Quartal des Vorjahres und somit so viel wie noch nie.

In den ersten drei Monaten 2010 wurde über insgesamt 1590 im Handelsregister eingetragene Firmen der Konkurs eröffnet. Das entspricht einer Zunahme von 39 Prozent gegenüber den ersten drei Monaten 2009.

Während im Espace Mittelland im ersten Quartal 2010 die Firmenkongresse im Vergleich zum ersten Quartal 2009 insgesamt um 95 Prozent zugenommen haben, konnte die Genferseeregion in derselben Beobachtungsspanne einen Konkursrückgang

«Im ersten Quartal 2010 ging jeder 148ste Gastbetrieb Pleite.»

von 2 Prozent verzeichnen. Neben einer realen Zunahme der Firmenkongresse trug auch eine Gesetzesänderung (OR 731b) dazu bei, diesen Rekordwert zu erreichen.

Sehr unterschiedlich präsentiert sich auch die Sterberate in den verschiedenen Branchen. Das Gastgewerbe belegt hier den Spitzenplatz. Im ersten Quartal 2010 ging jeder 148ste im Handelsregister

eingetragene Gastbetrieb Pleite. In der Kategorie Präzisionsinstrumente und Uhren war es «nur» jede 1265ste Unternehmung.

Ein positiveres Bild zeigt der Blick auf die Neugründungen. Von Januar bis März 2010 wurden

insgesamt 9442 Firmen neu im Handelsregister eingetragen. Dies entspricht einer Zunahme von 8 Prozent im Vergleich zu der Zeitspanne Januar bis März 2009.

www.dnb.ch



■ Das Gastgewerbe belegt bei den Konkursen den unrühmlichen Spitzenplatz.



Touchkassen für die Gastronomie



KSB Kassensysteme GmbH
Schützenmattstrasse 43 4051 Basel
Tel. 061 281 75 70 Fax 061 281 75 51
E-Mail info@ksbasel.ch



Grossaufmarsch auf dem Bundesplatz

Am 19. April 2010 sind 2800 Gastronomen aus der ganzen Schweiz in 58 Reiseducars nach Bern gereist und durch die Altstadt auf den Bundesplatz marschiert. Sie forderten die Beseitigung der Mehrwertsteuer-Diskriminierung des Gastgewerbes. Für Speisen und alkoholfreie Getränke im Restaurant muss nämlich dreimal so viel Mehrwertsteuer bezahlt werden wie im Detailhandel. Diese Benachteiligung des Gastgewerbes und seiner Gäste ist ungerecht. Deshalb hat GastroSuisse eine eidgenössische Volksinitiative lanciert.

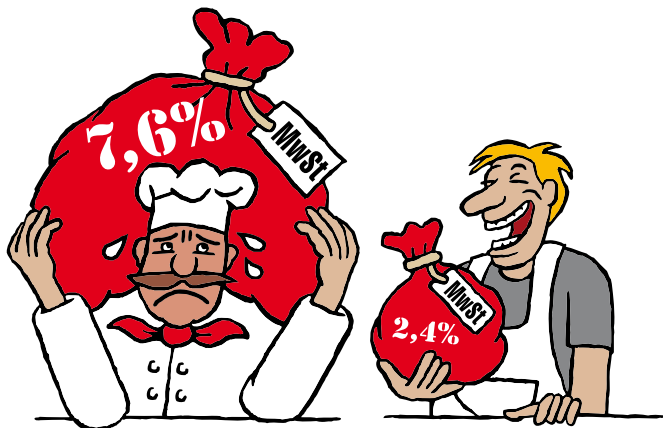
Das Gastgewerbe fordert in seiner Volksinitiative, dass Speisen und alkoholfreie Getränke unabhängig vom Verzehrort besteuert werden. «Wir starten heute die Unterschriftensammlung für ein legitimes Anliegen unserer Gäste», so GastroSuisse-Zentralpräsident Klaus Künzli in seiner Ansprache auf dem Bundesplatz. «Es ist ungerecht, wenn Sie für ein Mittagessen im Restaurant 7.6% Mehrwertsteuer bezahlen, während der Schnellverpfleger unter den Lauben seine Pizzaschachtel für 2.4% von der Stadt entsorgen lässt», rief er den zahlreichen Konsumenten zu, die sich zur Kundgebung gesellten. «Ich kann mich nicht damit abfinden, dass Gäste und Gastgewerbe seit Jahren durch die nationale

Steuerpolitik im Vergleich zu anderen Konsumenten und Anbietern ungleich behandelt werden», erklärte Ständerat Hans Hess, Mitglied des überparteilichen Initiativkomitees. Im Dezember 2004 habe er daher im Ständerat eine Motion eingereicht. Der Bundesrat hat auf seine Motion mit einem neuen Vorschlag geantwortet und dem Parlament eine Botschaft für einen Einheitssatz unterbreitet, der sehr kontrovers aufgenommen wurde. Offen bleibt zurzeit die Frage, wie es mit dem Einheitssatz weiter geht. Ständerat Hess signalisierte deshalb grosses Verständnis für die Unzufriedenheit der Wirte, die zur Kenntnis nehmen mussten, dass sich bei der Mehrwertsteuer des Gastgewerbes so schnell nichts ändert.

Zusätzlich zu Ständerat Hess sind weitere namhafte Persönlichkeiten bereit, mit ihrem Namen bei den Stimmbürgerinnen und Stimmbürgern für ein Ende der Diskriminierung einzustehen. Im Initiativkomitee figurieren unter anderem zwölf Ständeräte und Nationalräte, die weltbekannten Spitzenköche Philippe Rochat und André Jaeger, Hans-Ulrich Bigler, Direktor des Schweizerischen Gewerbeverbandes, und Urs Masshardt, Direktor der Arbeitnehmerorganisation Hotel- und Gastro-Union.

Die eidgenössische Volksinitiative «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes!» will gleich lange Spiesse für alle. Sie stärkt damit die Konkurrenzfähigkeit des Schweizer Gastgewerbes, das 228'000 Personen beschäftigt und rund 10'000 Jugendlichen einen Ausbildungsplatz bietet. Das Gastgewerbe ist eine eigentliche «Jobmaschine», die angesichts der schwierigen Märkte und des starken Frankens vor grossen Herausforderungen steht. Umso wichtiger ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Gastronomie zu stärken.

www.schluss-mwst-diskriminierung.ch



Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes!

www.schluss-mwst-diskriminierung.ch



■ Vor dem Bundeshaus gesellten sich zahlreiche Konsumenten zu den Demonstranten. Zeitweise waren 5000 Leute auf dem Platz.



■ Gastronomen aus der ganzen Schweiz zogen vom Bärengraben auf den Bundesplatz, um für gleich lange Spiesse bei der Mehrwertsteuer zu kämpfen.



■ CVP-Nationalrat Dominique de Buman stösst mit GastroSuisse-Direktor Anton Schmutz auf gutes Gelingen an.



Stellenbörse für die Schweizer
Gastronomie und Hotellerie

www.gastro-express.ch

Ziegenfleisch im Trend?

Ziegen liefern nicht nur den Rohstoff für guten Käse. In den Vereinigten Staaten schätzen immer mehr Menschen auch das Fleisch der Ziegen. Noch weiss niemand so recht, ob sich da ein neuer Trend entwickelt.

Bis jetzt verkaufen nur wenige Supermärkte Ziegenfleisch – und wenn, dann vor allem gefrorene Importware aus Neuseeland. Die hochautomatisierten Schlachthäuser in Amerika sind nicht für Ziegenschlachtungen eingerichtet.

«Ziegenfleisch enthält weniger Cholesterol und gesättigte Fettsäuren.»

Ziegenfleisch ist auch deshalb nicht ganz einfach zu finden, weil die Tiere vor allem auf kleinen Bauernhöfen gehalten werden. In Kalifornien haben aber einige Ranchers angefangen, die Ziegenhaltung zu kommerzialisieren. Gerichte wie «Pappardelle con capretto» (Nudeln mit Gitzfleisch) oder «Birria de Jalisco» (ein mexikanischer Ziegeneintopf) tauchen zunehmend auf Restaurantkarten auf.

Es sind vor allem Immigranten, die das Ziegenfleisch populärer machen. In der Karibik, in Lateinamerika und in Teilen Südasiens ist Ziegenfleisch nämlich sehr verbreitet. Angeregt durch Medienberichte, interessieren sich nun aber auch immer mehr Amerikaner für Ziegenfleisch, unter anderem weil dieses weniger Cholesterol und gesättigte Fettsäuren hat.

Und in der Schweiz? Zwar gibt es bei uns sehr viele Ziegen, doch macht deren Fleisch nur einen

verschwindend kleinen Teil des gesamten Fleischkonsums aus. Bekannt ist vor allem das Ostergitzli, doch in der Zentralschweiz, im Tessin und einigen anderen Gegenden gibt es weitere Spezialitäten aus Ziegenfleisch.

Der Trend zu regionalen Produkten und die Rückbesinnung auf die Küche der Vorfahren könnten zusammen mit dem Gesundheitsbewusstsein und der Experimentierfreude der Konsumenten dazu führen, dass der Konsum von Ziegenfleisch sich schon bald deutlich erhöht.



■ Das Fleisch der Ziegen macht bisher nur einen verschwindend kleinen Teil des gesamten Fleischkonsums aus.

Neues Auditorium

Ab August macht der Saal Montreal mit einer Mischung aus Modernität, Funktionalität und Komfort den Wissensaustausch in Basel zu einem Erlebnis. Ein Team von Zwimpher Partner Architekten arbeitet an der Neuinterpretation des am besten ausgelasteten Saales im Congress Center Basel. Die Kapazität des Auditoriums wird von 450 auf 525 Plätze erhöht. Der Saal erhält bequeme Ledersessel und Klappische statt fest montierter Seminartische, eine Audioanlage mit einem Mikrofon pro Sitzplatz sowie eine fest eingebaute Abstimmungs- und Dolmetscheranlage.

www.congress.ch



Bild: MCH Messe Schweiz AG

Klimt, Schiele und ihre Zeit

Den Höhepunkt des laufenden Basler Kunstjahres setzt die Fondation Beyeler mit ihrer Ausstellung «Wien 1900» vom 26. September 2010 bis 9. Januar 2011. Es werden 300'000 Besucher erwartet.

www.beyeler.com

AKTUELL

VERWÖHNEN SIE IHRE GÄSTE MIT UNSER BIER

Wenn Sie Unser Bier in Ihr Sortiment aufnehmen, dann sind Sie voll im Trend. Denn 6321 Aktionärinnen und Aktionäre aus Basel und Umgebung werden es zu schätzen wissen, wenn Sie ihnen das echte Basler Bier (hier gebraut, hier abgefüllt) anbieten.

Jetzt aktuell: das alkoholduzierte, spritzige Sommerbier mit dezentem Holunderaroma.

Wenden Sie sich an Ihren Getränkeshändler oder an Luzius Bosshard,
Brauerei Unser Bier
Gundeldingerstr. 287
4053 Basel
Tel. 061 338 83 83

WWW.UNSER-BIER.CH

Werbebild für Unser Bier Sommerbier. Mehrere Flaschen des Bieres sind über eine Weintraube verteilt. Die Flaschen haben gelbe Etiketten mit dem Logo 'Unser Bier' und 'SOMMERBIER'. Eine Flasche im Vordergrund zeigt das Logo 'Unser Bier' mit einem Königskopf und den Text 'Bier von hier statt Bier von dort.' und '4 vol. %'. Die Flaschen sind mit einem gelben 'BIO' Aufkleber versehen.

Innovatives Beleuchtungskonzept

Markante Gebäude in Freiburgs historischer Altstadt werden abends und nachts neu in Erscheinung treten. Das innovative Beleuchtungskonzept wird zudem den städtischen Energieverbrauch senken. Weil Freiburg beim Wettbewerb «Kommunen im neuen Licht» gewann, fliessen sogar Fördergelder in der Höhe von zwei Millionen Euro. «Die Nachterscheinung einer Stadt wirkt sich erfahrungsgemäss überaus positiv auf den Tourismus aus», sagt Martina Feierling-Rombach, Vorsitzende des Vereins «Gastliches Freiburg». Der abendliche Bummel durch die Altstadt werde mit neuer Beleuchtung schöner und sicherer.

www.fwtm.freiburg.de

Stadt und Land

Die Schweiz präsentiert sich in Shanghai an der bisher grössten Weltausstellung während sechs Monaten auf einer Fläche von 4000 Quadratmetern mit einem Pavillon, der auf spielerische Weise die «Interaktion zwischen Stadt und Land» behandelt. Die Verantwortlichen des Schweizer Pavillons rechnen mit insgesamt 2.5 Millionen Besuchern.



■ Eine Sesselbahn führt Besucher auf das begrünte Dach des Schweizer Pavillons in Shanghai.

Historische Verkehrswege

Eine Burgranlage, eine mittelalterliche Altstadt, ein Barockgarten oder eine historische Industrieanlage werden heute allgemein als schützenswerte Kulturgüter gewürdigt. Doch nicht nur Gebäude und Anlagen legen Zeugnis ab von vergangener Zeit: Auch Saumpfade, Wegpflasterungen, Natursteinbrücken und weg begleitende Trockenmauern geben Einblick in den Alltag unserer Vorfahren. Zum Schutz der historischen Verkehrswege hat der Bundesrat nun eine Verordnung erlassen. Ein Inventar listet die schützenswerten Objekte auf.

www.ivs.admin.ch

Wie der Brunch entstand

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

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

«Ein Vorteil liegt darin, dass man sonntags später aufstehen kann.»

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

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

Bereits 1865 enthielt ein englisches Rezeptbuch zahlreiche Vorschläge zur Bereicherung des Früh-

stücks, z.B. Bratkartoffeln, Aufschnitt, Schinken, Zunge, gepökeltes Schweinefleisch, Hähnchen, Fasanenschenkel, Kalbskoteletten und Räucherfische. Auch von Puddings, Wähen und Galantinen ist die Rede.

Major L., der Autor des Buchs «Breakfasts, Luncheons and Ball Suppers» unterschied 1887 vier Arten von Frühstück: Das normale «family breakfast», das «déjeuner à la fourchette» (bei dem einzelne Gänge gereicht wurden), die «cold collation» (ein schön angerichteter Imbiss) und den «amigu» (eine Mahlzeit so üppig wie ein Dinner, bei welcher aber alle Speisen gleichzeitig aufgetischt wurden). Damen würden morgens selten Fleisch essen, schreibt der Autor. Trotzdem empfiehlt er zum Frühstück neben Schinken und Speck auch Nieren, gebratene Ente und Truthahn.

In den Vereinigten Staaten kam der Brunch erst in den 1930er-Jahren auf. Evan Jones, der Autor von «American Food: The Gastronomic Story», berichtet, dass er ein entsprechendes Angebot erstmals 1933 im berühmten Pump Room des Hotels Ambassador in Chicago wahrnahm. Dort machten Geschäftsleute und Filmstars auf ihren Reisen von Küste zu Küste Halt.

www.thesundaybrunch.com



■ Heute ist das ausgedehnte Spät-Frühstück sowohl daheim als auch in Hotels und Restaurants in der ganzen westlichen Welt verbreitet – vorwiegend am Wochenende, wenn die Leute Zeit haben.



Fassbier wurde innert 15 Jahren massiv teurer Brauereien zocken Wirte ab

Die sogenannten «Vertragsbiere» haben seit 1995 zwischen 23.9 und 51.7 Prozent aufgeschlagen. Im gleichen Zeitraum sind die Flaschenbiere der gleichen Hersteller nur zwischen 15.8 und 21.6 Prozent teurer geworden. Und die offizielle Teuerung betrug lediglich 12 Prozent!

Seit 1995 erhöhten sowohl Carlsberg als auch Heineken die Preise ihrer Offenbiere sehr stark. Bei den Flaschenbieren waren die Preiserhöhungen zurückhaltender, aber immer noch deutlich über der allgemeinen Teuerung.

«Die kleinen Wirte bezahlen die Zeche.»

Vor 15 Jahren betrug der Listenpreis eines Liters Feldschlösschen-Lagerbier noch CHF 2.09, ab 1. Juli 2010 sind es CHF 3.17. Der Preis stieg also innert 15 Jahren um sage und schreibe 51.7 Prozent. Die 50cl-Flaschen haben im gleichen Zeitraum von CHF 1.25 um 21.6 Prozent auf CHF 1.52 aufgeschlagen.

Das Fassbier von Eichhof war 1995 noch 10 Rappen pro Liter teurer als bei Felschlösschen. Ab 1. Juli 2010 wird Eichhof 12 Rappen günstiger sein als der Konkurrent aus Rheinfelden. Die Preiserhöhung innert fünfzehn Jahren beträgt aber auch bei Eichhof 39.3 Prozent.

Der Preis von Heineken-Fassbier legte zwischen 1995 und 2010 um 33.9 Prozent zu, derjenige von Carlsberg um 23.9 Prozent. Dass es auch anders geht, zeigen Hersteller wie Gösser, Hacker-Pschorr und König. Bei Gösser stieg der Literpreis innert 15 Jahren lediglich um 5.9 Prozent auf heute CHF 2.86. Die Premium-Anbieter Hacker-Pschorr und König Pils erhöhten die Preise ihrer Offenbiere lediglich um 8.1 respektive 11.1 Prozent auf CHF 3.46 respektive CHF 3.39.

Während die grossen Gastronomen mit den Brauereien bessere Bedingungen aushandeln, bezahlen die kleinen und mittleren Wirte die Zeche. Die Listenpreise stiegen im Laufe der Jahre stark, was Rückvergütungen, die in Franken pro Hektoliter ausgehandelt wurden, relativ verkleinert.

Gastronomiekunden, die sich längerfristig binden, fahren also schlecht. Geschickter wäre es, sich nicht vertraglich zu binden oder höchstens von Jahr zu Jahr, denn je höher die Preise steigen, desto

eher besteht für freie Kunden die Chance, die jeweils beste Rückvergütung auszuhandeln.

In Deutschland bezahlen mittelgrosse Restaurateure rund einen Euro pro Liter Standard-Offenbier. Das sind zum aktuellen Kurs CHF 1.45. Die Firma Rietschi AG in Arlesheim beweist mit ihrem Maximilians Bier, dass Fassbier auch in der Schweiz für unter 2 Franken pro Liter verkauft werden kann. Bei grösseren Importmengen wären problemlos weit tiefere Preise möglich.



■ Gastronomiekunden, die sich längerfristig binden, fahren schlecht. Geschickter ist es, jedes Jahr neu zu verhandeln.

Fassbierpreise in CHF	1995	2000	2005	2010*	Erhöhung seit 1995
Feldschlösschen Lager	2.09	2.25	2.59	3.17	51.7%
Feldschlösschen Spezial	2.38	2.45	2.79	3.37	41.6%
Eichhof	2.19	2.29	2.69	3.05	39.3%
Kronenbourg 1664	2.90	3.09	3.47	3.96	36.6%
Heineken	2.95	3.10	3.46	3.95	33.9%
Carlsberg	3.10	3.10	3.33	3.84	23.9%
Guinness	4.39	4.58	5.12	5.42	23.5%
König Pils	3.05	3.05	3.24	3.39	11.1%
Hacker-Pschorr	3.20	3.20	3.35	3.46	8.1%
Gösser	2.70	2.70	2.70	2.86	5.9%
Flaschenbierpreise in CHF	1995	2000	2005	2010	Erhöhung seit 1995
Feldschlösschen 50cl	1.25	1.25	1.32	1.52	21.6
Heineken 33cl	1.46	1.46	1.62	1.69	15.8
Hacker-Pschorr 50cl	1.70	1.70	1.77	1.88	10.6

* ab 1. Juli 2010

Weniger Bier wegen Rauchverbot

Feldschlösschen-Chef Thomas Metzger sagte gegenüber der Tageszeitung «Südostschweiz», es gebe keine Statistiken, die den Rückgang des Bierverkaufs genau belegen. Er gehe jedoch davon aus, dass sich der Umsatz je nach Betrieb zwischen acht und zwölf Prozent reduziere. Metzger: «Die Tendenz geht vermehrt in Richtung Heimkonsum.»



Tiefrote Zahlen

Die Dolder Hotel AG in Zürich dümpelt weiterhin in den roten Zahlen. Wie sie in ihrem Aktionärsbrief mitteilte, schrieb sie im vergangenen Jahr einen Verlust von insgesamt 30.5 Millionen Franken. Dies, obwohl der Gesamtumsatz um 1.2 auf 45.2 Millionen zunahm. Obwohl der durchschnittliche Zimmerpreis im Dolder Grand von 866 auf 738 Franken sank, blieb mehr als jedes zweite Bett leer: Die Auslastung der verfügbaren Zimmer lag bei 42.4 Prozent.

Besucherrekord in den SAC-Hütten

Die Hütten des Schweizer Alpen-Clubs erzielten im vergangenen Jahr mit insgesamt mehr als 359'000 Übernachtungen ein neues Rekordergebnis in der bald 150-jährigen Club-Geschichte. Gesamthaft wurden in den SAC-Hütten rund 28 Millionen Franken umgesetzt.

www.sac-cas.ch



■ Die Täschhütte auf 2700 Metern über Meer bewährt sich als moderne Unterkunft – unter anderem für Bergwandernde auf dem beliebten Europaweg.

Newcomer des Jahres

Die Buch- und Kaffeebar Nasobem im Gundeli ist mit dem Newcomer-Preis des Schweizer Buchhandels ausgezeichnet worden.

www.nasobem.ch

Zolltrick funktioniert nicht mehr

Mit Pfefferkörnern gewürztes Fleisch muss seit dem 3. Mai wie ungewürztes verzollt werden, also zu höheren Tarifen. Der Bund reagierte damit auf einen Trick, der zunehmend angewendet wurde: Das Fleisch wurde erst gewürzt und dann wieder gereinigt.

Neue Architekturpfade in Basel

Anlässlich ihres zehnjährigen Jubiläums in Basel hat die Bank Julius Bär gemeinsam mit Basel Tourismus drei brandneue Architekturpfade geschaffen, die zu den bedeutendsten Beispielen zeitgenössischer Baukunst führen. Die Stadt am Rhein verfügt über eine beeindruckende Fülle an hochkarätiger Gegenwartarchitektur, die auf diesen Rundgängen nun ganz einfach auf eigene Faust entdeckt werden kann.

Dabei begegnen Architekturbegeisterte wahren Meisterwerken zeitgenössischer Baukunst, geschaffen von international renommierten Koryphäen wie zum Beispiel Mario Botta, Richard Meier oder Herzog & de Meuron. Sie können die Entstehung neuer Stadtquartiere beobachten und erleben, wie sich Traditionelles und Modernes zu einem harmonischen Gesamtbild vereinen.

Die Begehung der einzelnen Pfade nimmt jeweils etwa eine Stunde in Anspruch. Zu finden sind sie in der neuen Architekturbrochüre von Basel Tourismus, zusammen mit einem Überblick über die spannendsten Bauwerke in Basel. Für die Erarbeitung der Daten zu den einzelnen Gebäuden konnte auf die Unterstützung des Schweizerischen Architekturmuseums zurückgegriffen werden.

Dank der Zusammenarbeit der drei beteiligten Organisationen konnte ein neues, attraktives Angebot für Einheimische und Gäste geschaffen wer-

den, das zeigt, dass Basel auch in Sachen architektonischer Kultur ganz vorne mit dabei ist.

www.basel.com

Architekturstadtplan für Leipzig

Nur wenige deutsche Städte verfügen über einen derart geschlossenen Gebäudebestand aus den Zeiten des Historismus und Jugendstils. Von 15'000 Kulturdenkmälern Leipzigs stammen 10'000 aus der Gründerzeit. Nun wurden 82 Gebäude und Gebäudeensembles aus den Jahren 1871 bis 1918 von der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH in einen Architekturstadtplan aufgenommen.

www.ltm-leipzig.de



■ Stellwerk, erbaut von Herzog & de Meuron.

Bild: Alexander Paulus / Basel Tourismus

Campingplätze boomen

Gemäss Bundesamt für Statistik verzeichneten Campingplätze im vergangenen Jahr ein enormes Frequenzwachstum. Die Nachfrage in Jugendherbergen entwickelte sich hingegen verhalten.

Die 279 in der Beherbergungsstatistik berücksichtigten Campingplätze verbuchten im vergangenen Jahr 3.3 Millionen Logiernächte, was gegenüber 2008 einer Zunahme von 9.4 Prozent entspricht. 54 Prozent der Campingübernachtungen gingen auf das Konto von Schweizern. Ein Drittel der Logiernächte wurde von Deutschen und Holländern generiert.

«Ein Drittel der Campingübernachtungen wird von Deutschen und Holländern generiert.»

Besonders beliebt bei Campingtouristen ist das Tessin, wo sich die Zahl der Übernachtungen um 12 Prozent auf 962'000 erhöhte. Dahinter folgen das Wallis mit 420'000 (+8 Prozent) und das Berner Oberland mit 411'000 (unverändert) Logiernächten.

Den Zahlen kann weiter entnommen werden, dass die 56 Jugendherbergen in der Schweiz 2009 insgesamt 946'000 Logiernächte verzeichneten. Das sind 3.3 Prozent weniger als im Vorjahr. Zwei Ju-

gendherbergen waren allerdings wegen Umbau geschlossen und eine weitere ging ganz zu. 58 Prozent der Logiernächte in Jugendherbergen gehen auf die inländische Nachfrage zurück.

Jugendherberge Basel St. Alban neu eröffnet

Seit März hat die neue Jugendherberge in Basel St. Alban die Türen geöffnet. Das modernisierte, mit einem Anbau erweiterte, historische Gebäude bietet 237 Gästen Platz und verfügt über Sechser-, Vierer- und Doppelzimmer. In vielen stehen Duschen und WC zur Verfügung. Die Baukosten beliefen sich auf 10.5 Millionen Franken. Vor allem Gruppen und Backpacker gehören zu

den typischen Gästen. Immer mehr Familien profitieren ebenfalls vom Angebot. Der Betrieb strebt 48'000 bis 55'000 Logiernächte pro Jahr an. Ein Jugi-Gast gibt pro Aufenthaltstag durchschnittlich 63 Franken ausserhalb der Jugendherberge aus.

www.youthhostels.ch



Seit
Ewigkeiten

Seit über
einem Jahrzehnt

BASLER WASSER

BASLER WASSER

In einer Zeit, als der sagenumwobene Basilisk bei uns noch kein Symbol für Schutz und Sicherheit war, floss im Baselbieter Jura schon hochwertiges und reines Wasser. Seit über zehn Jahren wird dieses erfrischende Trinkwasser in Glasflaschen abgefüllt und mit prickelnder Kohlensäure angereichert.

Heute wird das begehrte Basler Wasser bei den führenden Getränkehändlern, Milchhändlern und in über 50 Hotel- und Gastronomiebetrieben in Basel und der Region angeboten.

Mehr unter www.baslerwasser.ch



Andy Warhol: The Early Sixties

Vom 5. September 2010 bis 23. Januar 2011 zeigt das Kunstmuseum Basel in einer Sonderausstellung rund siebzig Gemälde und Zeichnungen von Andy Warhol aus den Jahren 1961 bis 1964.

www.kunstmuseumbasel.ch



■ Andy Warhol: 210 Coca Cola Bottles (1962)

Deklaration von Kaninchenfleisch

Tierschützer sind schon lange empört über die Lebensumstände von Mastkaninchen. Der Bundesrat hat nun entschieden, dass das Fleisch von Käfig-Kaninchen ab 2012 deklariert werden muss.

Juristische Ausein- setzung absehbar

Verschiedene Wirte des Raucherbeizen-Verbunds «Fümoar» haben Post von Regierungsrat Hans-Peter Wessels erhalten. Das Geschäftsmodell des Vereins sei mit den Behörden nicht abgestimmt, schreibt der Vorsteher des für die Umsetzung des Rauchverbots zuständigen Departements. Er habe deshalb grosse Zweifel an dessen Rechtskonformität.

In einem Schreiben an zahlreiche Fümoar-Wirte listet Regierungsrat Wessels Voraussetzungen auf, die zwingend eingehalten werden müssen, um als nicht-öffentliches Lokal zu gelten. Es dürfe keine Laufkundschaft mehr bedient werden. Mit

«Der Massnahmenkatalog reicht von kostenpflichtigen Verwarnungen bis zum Entzug der Betriebsbewilligung.»

gliedschaften vor Ort anzubieten, sei unzulässig. Laut Wessels darf im selben Raum nicht zwischen öffentlichem Lokal mit Rauchverbot und nicht-öffentlichem Lokal hin und her gewechselt werden.

Die Mitgliederliste habe jederzeit einseh- und kontrollierbar zu sein. Bei einer Kontrolle müsse zweifelsfrei festgestellt werden können, ob sich im Raum nur registrierte Personen aufhalten. Lediglich Mitgliederausweise vorzuweisen, genüge nicht. Konkret müsste also in jeder Fümoar-Lokalität eine aktuelle Liste der Vereinsmitglieder aufliegen.

Wessels zu den Fümoar-Wirten: «Sollten Sie nicht dafür sorgen können, dass entweder das Rauchverbot durchgesetzt oder aber die Laufkundschaft konsequent der Zutritt verweigert wird, wird das Bauinspektorat Massnahmen verfügen.» Der Massnahmenkatalog reiche von kostenpflichtigen Verwarnungen bis zum Entzug der Betriebsbewilligung.

Thierry Julliard, Sekretär des Vereins Fümoar, liess sich in der Basler Zeitung wie folgt zitieren: «Keine einzige der Forderungen basiert auf einer gesetzlichen Grundlage. Wir machen genau gleich weiter wie bisher.» Verwarnungen werde man juristisch anfechten.

Beim Verein Fümoar kam es zu einem Wechsel im Vorstand. Gründungspräsidentin Lotti Weber trat unter Mediengetöse zurück. Neu wird der Verein von Mario Nanni (Restaurant Pinguin zsm Bierhuus) präsiert.

Energieeffizienz gemeinsam steigern

Zwölf Basler Hotels schlossen sich im Jahre 2000 zu einer Energiegruppe zusammen, um die Energieeffizienz in den verschiedenen Häusern zu verbessern.

Hintergrund dieser Vereinigung ist der Grossverbraucherparagraph im Energiegesetz Basel-Stadt. Durch den Zusammenschluss werden die zwölf Basler Hotels zu einem Grossverbraucher und profitieren so von verschiedenen Vorteilen.

«Die Hotels konnten die Energiekosten massiv senken.»

Die Hotels verpflichteten sich gegenüber dem Kanton Basel-Stadt, ihren Energieverbrauch in den Jahren 2000 bis 2010 um acht Prozent zu reduzieren. Als Gegenleistung sind sie für die Dauer der Vereinbarung von Detailvorschriften der Energieverordnung entbunden. Auf der Basis eines Bonus-Malusystems erhalten sie zudem Geld zurück, wenn die Zielvorgaben unterschritten werden, müssen aber im Gegenzug bezahlen, wenn die Vorgaben nicht erreicht werden.

Das Ergebnis dieser Vereinbarung ist beeindruckend:

Die Energiegruppe Basler Hotels lag Ende des letzten Jahres 14 Prozent unter dem mit dem Kanton Basel-Stadt vereinbarten Zielwert. Die beteiligten Hotels konnten mit diesem Modell die Gesamt-Energiekosten in den vergangenen zehn Jahren massiv senken.

Verschiedene Massnahmen wie Fensterersatz, Dachisolationen, Verbesserungen in der Haustechnik, energieeffiziente Lingerie und Küchenapparate sowie sparsame Beleuchtungen führten zu diesen Kostensenkungen. Bei Jahreskosten von 2.7 Millionen Franken konnte eine jährliche Energiekostensenkung von 530'000 Franken erzielt werden.

Als Bonus für die Effizienzsteigerung erhielten die Hotels für die Jahre 2001 bis 2009 total 1.14 Millionen Franken oder 4 Prozent der Energiekosten der Energiegruppe ausbezahlt. Gesamthaft ergibt sich eine Einsparung von ca. 30 Prozent der Energiekosten!

Die Energiegruppe Basler Hotels wird von den Haustechnik-Spezialisten der Firma Alteno AG betreut. Alteno AG bietet von der Energiegrobanalyse und dem Consulting bei Neuanschaffungen über Unterstützung beim Kontakt mit den Behörden bis zur Energiebuchhaltung für die Hotels eine ganze Palette an hilfreichen Dienstleistungen an.

Aufgrund der hervorragenden Erfahrungen mit diesem Modell in den vergangenen zehn Jahren soll die Energievereinbarung nun weitergeführt werden. Interessierte Basler Hotels können sich für die Jahre 2011 bis 2020 der Energiegruppe anschliessen. Zurzeit sind folgende Hotels dabei: Basel, Basilisk, Euler/Central, Hilton, Merian, Metropol, Münchenerhof, Radisson, Schweizerhof, St. Gotthard, Swissôtel, Der Teufelhof.

www.alteno.ch
www.hotelpower.ch

Gala des Basler Gastgewerbes

Montag, 10. Mai 2010









Das frische **CC A**ha-Erlebnis.

**SENSATIONELLE
Eröffnungsangebote
IN PRATTELN!**



Der 9. CCA Grosshandelsmarkt in Pratteln ist eröffnet. Das «3 Märkte unter einem Dach» Erfolgskonzept bringt die einzigartige Frische für Profis nun auch in die Region Basel. Profitieren Sie von den sensationellen Eröffnungsangeboten mit tollen Gewinnchancen sowohl im Frischmarkt als auch im Lebensmittel- und Nonfoodmarkt.

Und: Jeden Monat werden Einkaufsgutscheine im Wert von 5'000.- CHF oder FC Basel Fussballtickets ausgelost. Verpassen Sie nicht Ihre Chance!

Wir freuen uns auf Ihren Besuch im neuen CCA in Pratteln, direkt an der Autobahnausfahrt.

CCA Pratteln | Dürrenhübelstrasse 6 | 4133 Pratteln
+41 61 826 36 36 | +41 61 826 36 30

www.cca-angehr.ch

Cash+Carry
CC A **Angehrn**
Frische für Profis

Abklärungen bei Verdacht auf Schwarzarbeit

Zu Unrecht bezogene Versicherungsleistungen sind ein grosses Ärgernis. Leistungsabklärungen in konkreten Verdachtsfällen von Schwarzarbeit an anderen Stellen entsprechen einem Bedürfnis. Der Wirtverband Basel-Stadt bietet seinen Mitgliedern Zugang zu einer interessanten Dienstleistung.

Leider kommt es vor, dass Arbeitnehmer, welche neben der Arbeit im Gastgewerbe noch einem weiteren Erwerb nachgehen, an der Stelle im Gastgewerbe krank geschrieben sind, während sie an der zweiten Stelle ihre Arbeit im gewohnten Rahmen verrichten.

«Bei Bedarf wird auch verdeckt ermittelt.»

Für die Arbeitgeber und dessen Versicherung stellt dies eine Ungerechtigkeit dar, da Leistungen erbracht werden, obwohl die Arbeitsfähigkeit nicht in dem Masse eingeschränkt zu sein scheint wie behauptet.

Leistungsabklärungen in Verdachtsfällen von Schwarzarbeit und missbräuchlicher Beanspruchung von Versicherungsleistungen entsprechen einem Bedürfnis. Selbstverständlich müssen sie den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen, insbesondere dem Datenschutz. Die Privatsphäre soll möglichst gut geschützt werden.

Die ABS Betreuungsservice AG führt die Überprüfungen mit fachlich qualifiziertem Personal durch, welches im Umfeld der betroffenen Person Abklärungen vornimmt und bei Bedarf auch verdeckt

ermittelt. Zu den Dienstleistungen gehören je nachdem auch Hausbesuche und die Beschaffung von Beweismaterial.

Aufgrund der geschlechtsspezifischen Faktoren erfolgen Klientenkontakte möglichst durch gemischte Zwei-Personen-Teams. Die Leistungsabklärung kann sowohl pauschal als auch mit direkter Auf-

wandsentschädigung nach einem Stundenansatz in Rechnung gestellt werden, auf Wunsch mit Kostendach.

ABS Betreuungsservice AG
Petra Espenschied
Telefon 062 297 12 33
espenschied@betreuungsservice.ch



■ Im Betrieb krankgeschrieben, doch anderswo wird gearbeitet.

Gasttaxe wird erhöht

Das «Mobility Ticket» ist eine Erfolgsgeschichte. Seit 1998 erlaubt es den in Basler Beherbergungsbetrieben übernachtenden Gästen für nur 80 Rappen pro Nacht die freie Fahrt in drei Zonen des Tarifverbundes Nordwestschweiz. Seit der Einführung des Angebots vor zwölf Jahren wurden die Preise nicht angepasst. Mit einer Anpassung der Höhe der gesetzlichen Gasttaxe, in die das Mobility Ticket eingebunden ist, ermöglicht der Regierungsrat, dass dieses bei den Gästen beliebte Angebot weiter geführt werden kann.

Das Mobility Ticket war seinerzeit eine Pioniertat und ist bis heute ein zusätzliches Argument für einen Basel-Aufenthalt. Die 80 Rappen für das Mobility Ticket sind Teil der gesetzlich geschuldeten Gasttaxe von CHF 3.20 pro Übernachtung (in der Jugendherberge und in Massenlagern gilt ein reduzierter Satz von CHF 1.60 pro Übernachtung, wiederum inklusive 80 Rappen für das Mobility Ticket).

«Das Mobility Ticket wird weiter geführt.»

Aufgrund der seit 1998 aufgelaufenen Teuerung und der Tatsache, dass heute ein grösserer Anteil der Gäste den öffentlichen Verkehr mit dem Mobi-

lity Ticket nutzt, drängte sich eine Preisanpassung an, um das Mobility Ticket auch in Zukunft sichern zu können.

Die Gasttaxe kostet ab 1. Januar 2011 neu CHF 3.50 statt CHF 3.20 pro Übernachtung (respektive neu CHF 1.80 statt CHF 1.60 in der Jugendherberge und in Massenlagern). Für die Finanzierung des Mobility Tickets werden neu in allen Beherbergungsbetrieben 95 Rappen statt bisher 80 Rappen pro Übernachtung an den TNW abgeführt.

Die Preiserhöhung beträgt bei der Gasttaxe insgesamt rund 11 Prozent, was der aufgelaufenen Teuerung seit 1998 entspricht. Der Preis für das Mobility Ticket als Teil der Gasttaxe verteuert sich um rund

19 Prozent, die Basistaxe, die Basel Tourismus und der Kanton zur Finanzierung von dem Gast dienenden Dienstleistungen reinvestieren, verteuert sich um rund 6 Prozent. Das bedeutet, dass der TNW von der Preiserhöhung aus den oben genannten Gründen überdurchschnittlich profitiert.

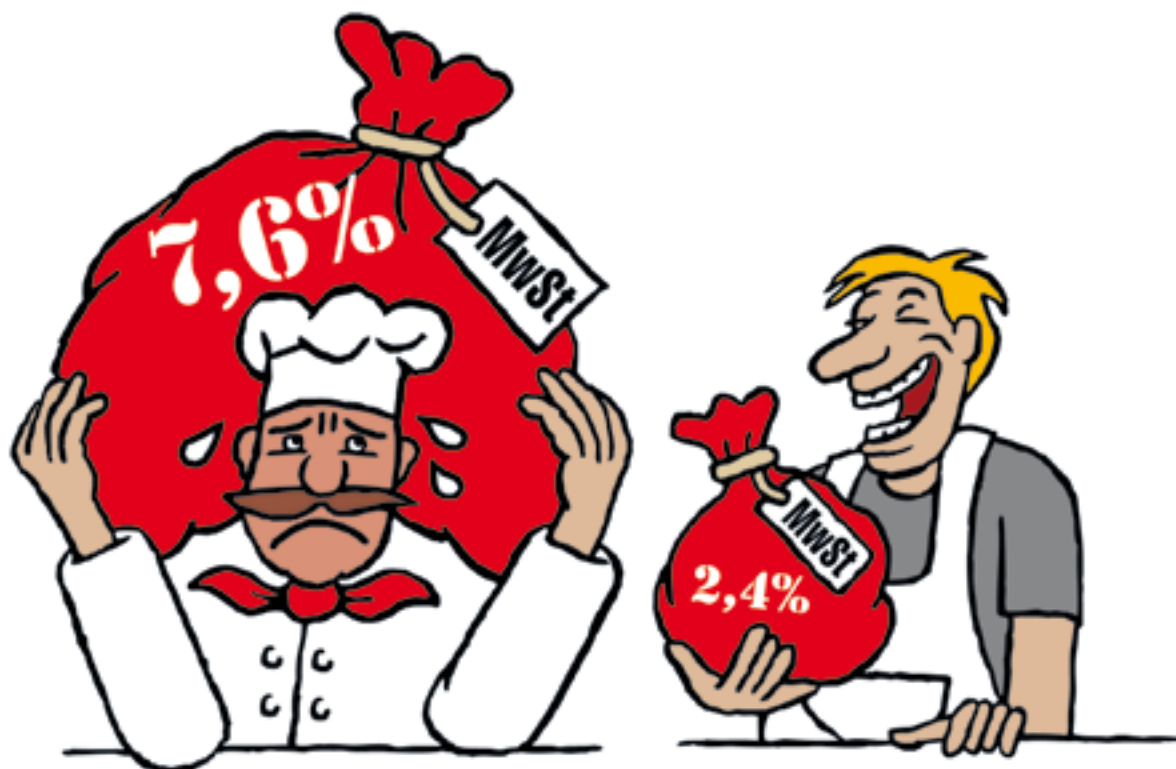
Die beim Mobility Ticket beteiligten Partner (WSU, Basel Tourismus, Hotelierverein sowie TNW) haben beschlossen, die nächste Preiserhöhung dann vorzusehen, wenn die Teuerung kumuliert die Schwelle von 5 Prozent überschreitet, spätestens jedoch nach fünf Jahren. Damit soll die Planbarkeit in der touristischen Branche verbessert werden. Für eine künftige Anpassung an die Teuerung bleibt der Regierungsrat zuständig.



*Jetzt
unterschreiben!*

Volksinitiative

«**Schluss** mit der **MwSt-Diskriminierung** des Gastgewerbes!»



Unterschriftenbogen runterladen auf
www.schluss-mwst-diskriminierung.ch

GASTRO  SUISSE