



baizer.ch

Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

UNSERE THEMEN

Jeder dritte Deutschweizer isst regelmässig im Ausland	2
Business-Nomaden: Die neuen Langzeitgäste	3
Gesetz gegen vertikale Integration bei Bierkonzernen	4
Weitere Anzeigen gegen Coca-Cola	6
Google dringt in den Hotelvertrieb vor	9
Bayern: Rauchverbot wirkte wie ein Meteoriteneinschlag	10
Restriktiver Vollzug des Lärmschutzes in Basel	11
Supermärkte konkurrieren die Gastronomie	12
Wachstumsbremse Agrarpolitik	14
Hygienekarten für die Weiterbildung im Betrieb	15

Impressum

Der Wirtverband Basel-Stadt wurde 1881 gegründet. Unser MitgliederMagazin baizer.ch (vormals «à la bâloise» und «D'Basler Baizer») erscheint sechsmal jährlich. Die Erstausgabe erschien 1928 unter dem Titel «Der Basler Wirt». Auflage dieser Ausgabe: 1700

Herausgeber

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

Redaktion

Maurus Ebner, Binningen
ebner@baizer.ch

Gestaltung

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

Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel
info@fankhauserdruck.ch

Jobkiller

Gastronomietourismus

Alle reden vom Einkaufstourismus. Dabei geht vergessen, dass es auch einen «Gastronomietourismus» gibt. Leider gibt es zu diesem Phänomen keine gesicherten Daten. Grobe Schätzungen gehen von zwei Milliarden Franken Kaufkraftabfluss aus. Das kostet Tausende von Arbeitsplätzen im Schweizer Gastgewerbe!

Viele in der Schweiz wohnhafte Personen suchen gezielt Gaststätten im benachbarten Ausland auf, um sich dort zu verpflegen oder zu unterhalten. Zudem findet Gastronomietourismus auch statt, wenn im Rahmen von Auslandsinkäufen in Restaurants, Cafés, Imbisslokalen und Bars konsumiert wird.

«Viele Restaurants im deutschen Grenzgebiet erzielen 70 Prozent ihres Umsatzes mit Gästen aus der Schweiz.»

Die Gründe für den Gastronomietourismus überschneiden sich vermutlich mit den Motiven für den Einkaufstourismus im engeren Sinne, unter welchem der Detailhandel leidet. In der Gastronomie fallen höchstens die Öffnungszeiten als Beweggrund weg. Zudem sieht die geographische Verteilung etwas anders aus, weil der Hauptumsatz nicht in grossen Einkaufszentren erzielt wird, sondern weit verstreut – auch von ländlichen Gaststätten.

Möglicherweise spielen Qualitätsüberlegungen eine andere Rolle wie im Einzelhandel. Das klare

Hauptmotiv ist aber bestimmt auch in der Gastronomie, dass Herr und Frau Schweizer der Hochpreisinsel entfliehen!

Während für den Detailhandel eine Studie der GfK im Auftrag der IG Detailhandel Schweiz vorliegt und schon vorher anhand der Ausfuhrbescheinigungen des deutschen Zolls relativ genaue Schätzungen möglich waren, fehlen Daten für das Gastgewerbe.

2012 wurden am deutschen Zoll gut 14 Millionen «grüne Zettel» abgestempelt. Gehen wir davon aus, dass nur die Hälfte der Ausfahrten überhaupt abgestempelt und im Durchschnitt zu zweit eingekauft wird, dann haben wir es mit rund 56 Millionen Grenzübertritten zu Einkaufszwecken zu tun – alleine nach Deutschland.

Nehmen wir an, dass jeder Einkaufstourist im Durchschnitt für 4 Euro in der Gastronomie konsumiert, dann belaufen sich die entsprechenden Ausgaben auf 224 Millionen Euro oder 280 Millionen Franken. Die so verkauften Dienstleistungen dürften wegen des höheren Preisniveaus in der Schweiz einem *weiter auf der nächsten Seite*



■ Der Kaufkraftabfluss aus der Schweizer Gastronomie alleine nach Deutschland beträgt rund 1 Milliarde Franken.

Fortsetzung von Seite 1 Umsatz von 500 Millionen Franken entsprechen.

Gezielte Gaststättenbesuche in Deutschland sind hier noch nicht mitgezählt. Da viele Restaurants im deutschen Grenzgebiet am Abend 60 bis 70 Prozent ihres Umsatzes mit Gästen aus der Schweiz erzielen, fahren vermutlich viele Konsumenten nicht als Einkaufstouristen über die Grenze, sondern mit dem Hauptmotiv, im Ausland zu essen (oder auszugehen).

Unter Berücksichtigung dieser Tatsache schätzen wir den Kaufkraftabfluss aus der Schweizer Gastronomie alleine nach Deutschland auf 1 Milliarde Franken. Kaufkraftabfluss bedeutet, dass die im Ausland bezogenen Dienstleistungen zu Schweizer Preisen gerechnet werden, um die Auswirkungen auf die heimische Gastronomie abzuschätzen.

Aus dem Detailhandel ist bekannt, dass etwas mehr als die Hälfte des Kaufkraftabflusses nach Deutschland geht. Die Nachbarländer Frankreich, Italien und Österreich

teilen den Rest unter sich auf. Hochgerechnet kommen wir also auf eine Kaufkraft von gegen zwei Milliarden Franken, die der Schweizer Gastronomie verloren gehen. Diese grobe Schätzung zeigt, wie ernst die Lage ist.

Nicht enthalten in diesen Zahlen sind Ausgaben von Schweizern während Ferien- oder Geschäftsreisen im benachbarten Ausland. Ebenfalls nicht berücksichtigt sind Umsatzeinbussen schweizerischer Restaurations-

betriebe, die durch den Rückgang von Gästen aus dem benachbarten Ausland entstehen.

Zwei Milliarden Franken Kaufkraftabfluss! Wäre dieser nur halb so gross und damit auf einem halbwegs normalen Niveau, so würden im Schweizer Gastgewerbe Tausende von Arbeitsplätzen wieder entstehen, die schleichend weggefallen sind. Innerhalb drei Jahren gingen in der Branche 13'000 Arbeitsplätze verloren.

Bis tief in die Schweiz

Die Einzugsgebiete der Gastronomiebetriebe ennet der Grenze ziehen sich bis weit in die Schweiz hinein. Mit Ausnahme der Agglomerationen Bern und Luzern befinden sich die grössten Ballungszentren im Sog der grenznahen Restaurants und Unterhaltungsbetriebe. Rund drei Viertel der Schweizer Bevölkerung können innerhalb von 60 Autofahrminuten einen ausländischen

Gastronomiebetrieb ansteuern, fast ein Drittel sogar innerhalb von 30 Minuten! Am kürzesten sind die Wege in Genf, Basel, im Tessin, im nördlichen Rheintal und am ganzen Nordrand der Schweiz, wo sich zahlreiche Gaststätten nahe der Grenze befinden. Wer sich auf Parkplätzen grenznaher Gaststätten umsieht, wird aber nicht nur Auto-kennzeichen von Grenzkantonen erkennen.

Jeder dritte Deutschschweizer isst regelmässig im Ausland

Der Wirtverband Basel-Stadt liess in einer repräsentativen Befragung erheben, wie häufig Herr und Frau Schweizer in einem Restaurant im benachbarten Ausland essen. Die Resultate bestätigen, dass der «Gastronomietourismus» kein Randphänomen ist. Jeder dritte Deutschschweizer isst regelmässig ennet der Grenze. Neben Einkaufstouristen, die sich gleich auch noch verpflegen, gibt es viele Gäste, die Restaurants in Nachbarländern gezielt aufsuchen. Selbst Bankette finden oft nicht mehr in der Schweiz statt.

Im Zeitraum von 29. April bis 4. Mai 2013 hat das Link-Institut 682 in der Deutschschweiz wohnhafte Personen im Alter zwischen 15 und 74 telefonisch befragt. Fast zwei von drei Befragten, insgesamt 453 Personen, haben in den letzten zwölf Monaten mindestens eine Restaurant-Mahlzeit im benachbarten Ausland im Rahmen von Tagesausflügen eingenommen.

6% der befragten Deutschschweizer essen mehr als 20 Mal pro Jahr ennet der Grenze. Weitere 13% tun es neun bis zwanzig Mal, 15% vier bis acht Mal jährlich. Insgesamt isst also jeder Dritte (34%) regelmässig im Ausland. Bei den 15- bis 29-Jährigen essen sogar 10% sehr häufig, 14% häufig und 16% ab und zu im benachbarten Ausland.

Deutlich weniger oft gehen die 50- bis 74-Jährigen fremd: 46% in dieser Altersgruppe tun es gar nie, aber immerhin jeder vierte Ältere geht mehr als drei Mal pro Jahr zum Essen ins benachbarte Ausland (5% sogar mehr als 20 Mal).

Die meisten «Heavy Users» (neun Mal pro Jahr und öfters) gibt es in der Ostschweiz und in der Nordwestschweiz (21%) sowie im Kanton Zürich (19%), während es im Kanton Bern (14%) und in der Zentralschweiz (13%) erwartungsgemäss weniger, aber angesichts der Distanz zur Grenze immer noch viele sind.

Betrachtet man ausschliesslich die privaten Abendessen in bedienten Restaurants, so ergibt sich folgendes Bild: Fast jeder sechste Befragte

(15%) geht für 10 bis 29 Prozent solcher Restaurantbesuche über die Grenze, jeder Siebzehnte (6%) für 30 bis 49 Prozent der entsprechenden Anlässe. 4 Prozent der Befragten essen sogar häufiger im Ausland als in der Schweiz.

In der Nordwestschweiz (Aargau, Solothurn, Basel-Stadt) besuchen 6 Prozent der Befragten häufiger ein Restaurant im Ausland als in der Schweiz. Hinzu kommen 6 Prozent der Gäste, die zwischen 30 und 49 Prozent ihrer abendlichen Restaurantbesuche ennet der Grenze tätigen.

Doch wieso besuchen die Deutschschweizer eigentlich Speiselokale im benachbarten Ausland? Fast jeder dritte Konsument gibt darauf keine Antwort oder «weiss es nicht». Von denjenigen, die mindestens einen Grund nennen, geben 61% die Kombination mit Einkäufen im Ausland an. 46% nennen tiefere Preise als Motiv.

Ein Viertel derjenigen, die mindestens einen

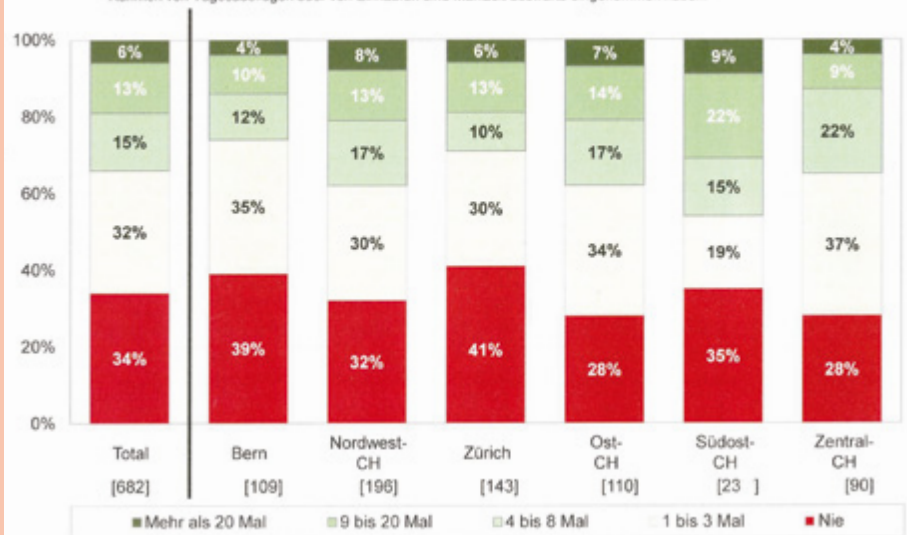
Grund nennen, hält das Angebot im Ausland für origineller oder vielfältiger (26%), den Service (18%) oder das Essen (17%) für besser. Eine kleinere Rolle spielen Parkplätze (10%) oder die grösse Zahl von Raucherräumen (4%).

Das Kriterium Preis ist bei den Jüngeren wesentlich wichtiger. Die Gruppe der 15- bis 29-Jährigen kritisiert zudem auch häufiger die Originalität und Vielfalt des gastronomischen Angebots sowie die Qualität des Essens in der Schweiz. Die Servicequalität wird von den Jungen hingegen deutlich weniger oft als Beweggrund genannt als von den älteren Gästen.

Erstaunlich sind auch die Zahlen, die zu Banketten erhoben wurden. 12% der befragten Deutschschweizer gaben an, in den letzten zwölf Monaten im benachbarten Ausland an einem organisierten Mittag- oder Abendessen mit zehn oder mehr Teilnehmern teilgenommen zu haben (4% waren sogar an drei Banketten und mehr).

Häufigkeit Restaurantbesuch im benachbarten Ausland in den vergangenen 12 Monaten

Wir fragen nun nach Restaurantbesuchen ennet der Grenze. Es geht darum, wie oft Sie im benachbarten Ausland im Rahmen von Tagesausflügen oder von Einkäufen eine Mahlzeit auswärts eingenommen haben.



Businessnomaden – eine neue Art von Langzeitgästen

Der Markt für Business-Appartements boomt. Zahlungskräftiges Publikum bezieht immer öfters Quartier in möblierten Studios. Die Grenze zwischen Wohnungsmarkt und Hotellerie verschwimmt.

Laut einem Bericht der «Aargauer Zeitung» gibt es zwar noch Langzeitgäste in herkömmlichen Hotels. Dabei handelt es sich beispielsweise um reiche, ältere Leute, die sich aus medizinischen Gründen für längere Zeit in einer fremden Stadt aufhalten. Es gibt auch Einheimische, deren Wohnung oder Haus gerade renoviert wird.

«Die Grenze zwischen Hotellerie und Wohnungsmarkt verschwimmt.»

Nun lassen sogenannte «Businessnomaden» die Grenze zwischen Hotellerie und Wohnungsmarkt verschwimmen. In Zürich seien möblierte Appartements mit Hotelservice in den letzten Jahren aus dem Boden geschossen, schreibt die Zeitung.

Einen wichtigen Grund für die Entwicklung orten Branchenkenner bei den Kosten: Für ein möbliertes Studio bezahlt man pro Monat etwa 3000 Franken, während ein gleich langer Aufenthalt in einem Hotelzimmer der Mittelklasse fast das Doppelte kostet.

Alleine die Firma Vision Group mietet in Zürich über 800 möblierte Wohnungen an, die meist

von Geschäftsleuten gebucht werden. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt drei Monate. Die Preise bewegen sich zwischen monatlich 1800 Franken für ein kleines Studio und 4900 Franken für eine 70 Quadratmeter grosse Wohnung. Inbegriffen sind wöchentliche Reinigung, Bettwäsche wechseln, Abfall entsorgen und sämtliche Nebenkosten inklusive Internet und Fernsehen.

Keine Freude am Trend zu mehr Businessappartements hat der Mieterverband Zürich. Dessen Geschäftsleiter sagte, dass man die Entwicklung mit grosser Sorge beobachte. Vielfach würden an guten Wohnlagen günstige Wohnungen in teure Businessappartements umgewandelt. Neubauprojekte würden den Preisdruck erhöhen und nicht zu lebendigen, gut durchmischten Quartieren beitragen.



■ Geschäftsleute ziehen für längere Aufenthalte zunehmend in Businessappartements statt in Hotelzimmer.



Schluss mit der gastronomiefeindlichen Preispolitik der multinationalen Getränkekonzerne!

Original-Markengetränke aus EU-Direktimport

Coca-Cola
Coca-Cola light
Coca-Cola Zero
33cl MW für 79 Rappen

Schweppes Tonic
Schweppes Bitter Lemon
20cl MW für 85 Rappen



27 bis 30% günstiger

Qualitäts-Fassbier aus Bayern



Dauer-Tiefpreis
CHF 1.79 pro Liter
exkl. MwSt



Mehr Infos und weitere Angebote: www.baizer.ch/import

Gesetz gegen vertikale Integration bei Bierkonzernen

Der Senat des US-amerikanischen Bundesstaates Illinois hat mit 52 zu null einstimmig einen bereits zuvor vom Repräsentantenhaus angenommenen Gesetzesentwurf verabschiedet, der er Brauern untersagt, direkt oder indirekt Beteiligungen an Getränkeshändlern zu halten. Die meisten amerikanischen Bundesstaaten kennen ähnliche Regelungen.

Für den demokratischen Senator Tony Munoz aus Chicago, der den Vorstoss lancierte, bekräftigt der Entscheid die bisherige Politik in Illinois, welche die vertikale Integration von Konzernen erschwert. Eigentlich durften Brauereien schon bisher nicht im Besitz von Bier-Vertriebsfirmen sein, doch die Regelung war etwas unklar und erlaubte es WEDCO, einer Tochtergesellschaft von Anheuser-Busch InBev, eine 30-prozentige Beteiligung am Getränkegrossisten City Beverage zu halten.

«Brauereien und deren Tochterfirmen ist es verboten, an Bier-Vertriebsgesellschaften beteiligt zu sein.»

Die neue Formulierung des Gesetzes stellt nun eindeutig klar, dass es Brauereien, deren Tochterfirmen und verbündeten Unternehmen strikte verboten ist, irgendein Interesse an einer Vertriebsgesellschaft für Bier zu halten. Somit ist jegliche vertikale Integration verunmöglicht.

Erfreut zeigt sich die Branchenvereinigung Associated Beer Distributors of Illinois. «Wenn es Brauern erlaubt wird, Vertriebsgesellschaften zu

kontrollieren, so begrenzt dies die Möglichkeiten, neue Produkte von kleineren Herstellern im Markt einzuführen», sagt Präsident Bill Olson. Von Braukonzernen kontrollierte Grossisten hätten keinen Anreiz, Marken anderer Anbieter zu fördern.

Die meisten amerikanischen Bundesstaaten verlangen, dass die Herstellung, der Vertrieb und der Handel von Alkoholika getrennt sind. Gerade hat Ohio beschlossen, die Integration der nachgelagerten Handelstufen zu verunmöglichen.



■ Noch vor dreissig Jahren eine Wüste mit drei beherrschenden Anbietern, weist die USA heute die grösste Biervielfalt der Welt auf.

Gastro Express

www.gastro-express.ch

Der führende
Online-Marktplatz
für das Schweizer
Gastgewerbe



Gastgewerbliche Liegenschaften



Occasionsgeräte



Stellenangebote und Stellengesuche

Starre Regeln für Löhne schaden der Schweiz

Neue Regulierungen bei den Löhnen und auf dem Arbeitsmarkt gefährden den Erfolg des Wirtschaftsstandorts Schweiz. Die «1:12»-Initiative bringt keine realen Vorteile, schadet aber am Ende allen.

Die Annahme der Minder-Initiative hat klar gemacht, dass die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung Lohnexzesse ablehnt und die Sensibilität für gerechte Löhne zunimmt. Linksparteien und Gewerkschaften wollen die emotionale Debatte über «Abzocker» nun ausnützen, um mit Regulierungen wie der 1:12-Initiative oder der Mindestlohn-Initiative in die Lohnfreiheit der Unternehmen einzugreifen.

«Die Initiative zielt auf eine kleine Minderheit und nimmt dabei Risiken für das Gros der Arbeitnehmenden in Kauf.»

Solche Eingriffe gefährden den freien Arbeitsmarkt, der für die starke Position des Standorts Schweiz massgebend ist – und von dem auch die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer profitieren: mit einer hohen Erwerbsbeteiligung, einer tiefen Arbeitslosigkeit, ausgebauten Sozialleistungen und hohen Löhnen.

Dabei zeigt das Lohnspektrum in der Schweiz im internationalen Vergleich nach wie vor moderate Unterschiede zwischen Top- und Niedriglöhnen. Die 1:12-Initiative setzt falsche Prioritäten, weil sie auf die überrissenen Löhne einer kleinen Minderheit abzielt – und dabei erhebliche materielle Risiken für das Gros der Arbeitnehmenden in Kauf nimmt.

Bei einer Annahme würde die 1:12-Regel die Lohnpolitik in ein derart enges gesetzliches Korsett zwingen, dass gerade international tätige Unternehmen gezwungen wären, nach Alternativen zu suchen. Zu rechnen wäre etwa mit der Auslagerung von Niedriglohn-Tätigkeiten an Dritte, mit der Aufteilung von Unternehmen, mit dem Ersatz von Löhnen durch andere Entschädigungen oder – im schlimmsten Fall – mit der Verlagerung ganzer Unternehmen oder Unternehmensteile ins Ausland.

Eine starke Kürzung von Spitzenlöhnen hätte massive Ausfälle von Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen zur Folge, von deren Umverteilungseffekten heute in erster Linie die Bezüger niedriger

und mittlerer Einkommen profitieren. Die Initiative tangiert nicht nur die Freiheit der Unternehmen, sondern auch die materiellen Interessen aller Arbeitnehmenden.

Die 1:12-Initiative muss abgelehnt werden, weil sie ein Verstoss gegen die Wirtschaftsfreiheit ist. Das ist auch der Grund, weshalb die Schweizer Ratsmehrheit die Initiative zur Ablehnung empfiehlt. Die vermeintlichen Argumente der Initianten sind von Neid, Missgunst und Polemik geprägt. Das liegt in der Grundeinstellung der Initianten, welche am liebsten alles unter allen verteilen möchten. Dass dies nicht funktioniert, wissen wir alle.

Gastro Service Union Schweiz GmbH
Exklusiver Handelspartner der Union SB Grossmarkt GmbH

Unser fundierte Basis:
- Sortimentsvielfalt der EDEKA C+C Großmarkt
- Belieferung von einer Schweizer Plattform
Gastro Service Union Schweiz GmbH

Unser Erfolgsrezept:
Der Erfolg unserer Kunden.
Service. Vielfalt. Qualität. Frische.

NEU
Wir sind für Sie da: Tel. 061 481 51 51, E-Mail: info@gsunion.ch, www.gsunion.ch

Schweizer Vertrieb wird vor Wettbewerb geschützt

Weitere Anzeigen gegen Coca-Cola

Wir haben bei der Wettbewerbskommission weitere Anzeigen gegen Firmen des Coca-Cola-Systems eingereicht. Der österreichische und der französische Abfüller lassen uns keine Offerten zukommen: Wir werden als Handelspartner diskriminiert.

Im Januar 2013 haben wir per Post und Fax den österreichischen Abfüllbetrieb um eine Offerte für Einweggebinde von Coca-Cola gebeten. Ein Bezug auf Deutschland, von wo wir seit Herbst 2011 über einen Zwischenhändler Mehrwegflaschen importieren, ist wegen des dortigen Pflichtpfands nicht praktikabel.

«Der Gebietsschutz bei Coca-Cola hat System.»

Weil nach fünf Wochen keine Antwort aus Österreich vorlag, haben wir Ende Februar 2013 erneut angefragt – dieses Mal mit eingeschriebenem Brief. Nach weiteren sechs Wochen platzte uns der Kragen: Wir haben bei der Wettbewerbskommission gegen die Coca-Cola HBC Austria GmbH wegen Nichtbelieferung und Diskriminierung von Handelspartnern geklagt.

Auch gegen den französischen Abfüller Coca-Cola Entreprise haben wir Anzeige erstattet. Der Gebietsschutz bei Coca-Cola hat System. Der Konzern schützt sein Schweizer Vertriebssystem vor Wettbewerb, um hier Kaufkraft abzuschöpfen.

Wir hatten dem österreichischen und dem französischen Abfüller angeboten, die Ware lastwagenweise abzuholen und im Voraus zu bezahlen. Es lagen somit keine sachlichen Gründe vor, eine Offerte zu verweigern.

Die Gäste unserer Mitgliederbetriebe wandern zunehmend ins benachbarte Ausland ab. Die Basler Wirte befinden sich also in einem direkten Wettbewerb mit ihren Berufskollegen im Badischen und im Elsass, weshalb die gewaltigen Preisdifferenzen beim Einkauf ein riesiges Problem sind.

Für Coca-Cola gibt es keine vollwertigen Ausweichmöglichkeiten und deshalb ist die Verhandlungsmacht der einzelnen Wirte gering. Das erlaubt es dem Konzern, in der Schweiz Preise durchzusetzen, die nicht allein mit höheren Kosten hierzulande begründet werden könnten.

Bereits im vergangenen Oktober gelangten wir an die Wettbewerbskommission, nachdem die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG in Deutschland eine Belieferung verweigert hatte. Zwar erhielten wir nach einer Intervention der Weko eine Offerte, aber weil man uns «Werbebeiträge» in der Höhe

von rund 15 Prozent des Nettopreises vorenthält, sind wir faktisch weiterhin gezwungen, über einen Zwischenhändler einzukaufen.

Der Nationalrat habe es nun in der Hand, die Einkaufsfreiheit über eine Ergänzung des Kartellgesetzes zu gewährleisten. Wenn marktbeherrschende Anbieter ihre Preise differenzieren, müssen wir dort einkaufen können, wo wir wollen. Sonst kommen in der Schweiz keine Wettbewerbspreise zustande.

Antwort aus Österreich

Dreieinhalb Monate nach der ersten und gut zwei Monate nach der zweiten Anfrage hat es Coca-Cola HBC Austria tatsächlich fertig gebracht, zu antworten. «Wir beliefern Gastronomiebetriebe grundsätzlich durch unsere Vertriebspartner», heisst es in einem Schreiben vom 3. Mai 2013. Dabei hatten wir in beiden Anfragen betont, dass wir einen Abholmarkt für Gewerbetreibende eröffnen und lastwagenweise Ware abholen möchten. Nie war davon die Rede, dass Gastronomiebetriebe direkt beliefert werden sollen.



Der Mehrpreis von Coca-Cola in der Schweiz lässt sich nur teilweise mit die höheren Kosten hierzulande erklären.

Cleverer Schachzug von Feldschlösschen

Feldschlösschen senkt die Preise der selbst produzierten Mineralwasser. «Rhäzünser und Arkina zukünftig in der Gastronomie 30% günstiger», heisst es etwas reisserisch im Untertitel einer Medienmitteilung. Grundsätzlich ist das eine erfreuliche Nachricht, doch schauen wir genauer hin.

Einmal abgesehen davon, dass es «für die Gastronomie günstiger» und nicht «in der Gastronomie günstiger» heissen müsste, weil die Wirte ihre Verkaufspreise immer noch selber festlegen: Wie ist es möglich, dass etablierte Produkte plötzlich 30 Prozent billiger werden?

Tobt ein Preiskrieg der Wasserhersteller? Erhalten die Wirte ein grosszügiges Geschenk? Sind die Kosten für Abfüllung, Vermarktung oder Verteilung gesunken? Oder waren die beiden Mineralwasser bisher einfach viel zu teuer resp. die Margen von Feldschlösschen viel zu hoch?

**«Die Weitergabe der Währungsge-
winne auf den Importprodukten
lässt weiterhin auf sich warten.»**

In der Medienmitteilung schweigt sich Feldschlösschen über die Gründe, die die Abschlüsse möglich oder erforderlich machten, weitgehend aus. Auf Nachfrage erklärt Bettina Sutter von der Unternehmenskommunikation, man wolle die Schweizer Gastronomie unterstützen, die in einem schwierigen Umfeld tätig sei. Zudem soll der Absatz von heimischen Mineralwasser gefördert werden.

Sutter bestätigt, dass die Preisabschlüsse nur für «direkt belieferte Gastronomiekunden» gelten. Kunden konzernfremder Getränkehändler werden also nicht vom Abschlag profitieren. Vor dem Hintergrund, dass Carlsberg-Feldschlösschen der grösste Getränkeproduzent und gleichzeitig auch mit Abstand der grösste Getränkehändler des Landes ist, läuft das auf eine Wettbewerbsbehinderung für die kleinen und mittleren Grossisten hinaus, die durch solche Methoden an die Wand gedrückt werden. Einmal mehr erweist sich die vertikale Integration der Handelsaktivitäten als problematisch.

Werden die Glasflaschen (35, 50 und 100cl) von Rhäzünser, Arkina grün und Arkina blau tatsächlich fast einen Drittel günstiger? Nicht wirklich, denn es handelt sich neu um Nettopreise! Die bisher auf den beiden Marken gewährten Rückvergütungen, die für die meisten Wirte zwischen 10 und 18 Prozent liegen, entfallen. Effektiv beträgt die Einsparung also 12 bis 20 Prozent. Weil auch die bisherigen Aktionen (etwa drei Mal pro Jahr 10 Rappen billiger) wegfallen, schmilzt der spektakulär angekündigte Abschlag auf 2 bis 10 Prozent zusammen.

Das ist natürlich immer noch erfreulich und hilft sicher vielen Restaurantbetreibern, Preiserhöhungen auf Teilen ihres Sortimentes zu vermeiden, die aufgrund der Kostensteigerungen beim Personal eigentlich notwendig wären. Allerdings hätte man der Korrektheit halber die Tatsache, dass Rückvergütungen, Sofortrabatte und Aktionen wegfallen, in der Medienmitteilung erwähnen müssen.

Möchte Feldschlösschen dem Schweizer Gastgewerbe wirklich helfen, so müssten die Preisabschlüsse beim Bier erfolgen – und nicht beim Mineralwasser, wo der Konzern hinter Nestlé Waters

**«Möchte Feldschlösschen dem
Schweizer Gastgewerbe wirklich
helfen, so müssten die Abschlüsse
beim Bier erfolgen.»**

(Henniez, San Pellegrino, Perrier, Vittel), Coca-Cola (Valsler), Danone (Evian, Volvic) und Eptinger nur eine Nebenrolle spielt. Dennoch darf man ge-

spannt sein, wie die Mitbewerber im Mineralwasserbereich reagieren werden, die ihre Produkte nicht mit dem Gerstensaft quersubventionieren können.

Auf jeden Fall ist die Preissenkung ein cleverer Schachzug. Das Bier hat Feldschlösschen mit Lieferverträgen unter Kontrolle und liefert es selber. Das Geschäft mit alkoholfreien Getränken holt man dank Tiefpreisen, bei denen die unabhängigen Getränkehändler schlicht nicht mithalten können. Und die Weitergabe der happigen Währungsge-
winne auf den Importprodukten des Konzerns lässt weiterhin auf sich warten.



■ 30% billiger, aber nur bei Direktbezug: Laut Kartellgesetz ist es unzulässig, wenn marktbeherrschende Unternehmen gezielt Preise unterbieten, um Wettbewerber auszuschalten.

Die grössten Hotelgruppen der Welt

Gruppe	Zimmer	Hotels
IHG Intercontinental, Holiday Inn, Crowne Plaza	658'348	4480
Hilton Worldwide Hilton, Conrad, Doubletree, Hampton	633'238	3843
Marriott International Marriott, Ritz-Carlton, Renaissance, Courtyard	617'837	3537
Wyndham Ramada, Days Inn, Super 8, Howard Johnson	613'126	7205
Accor Sofitel, Mercure, Ibis, Formule 1, Adagio	531'714	4426
Choice Hotels Comfort, Quality, Clarion, Econolodge, Rodeway	502'460	6203
Starwood Sheraton, Westin, Le Méridien	315'346	1077
Best Western Best Western, Best Western Premier	311'598	4078
Home Inns Home Inn, Motel 168, Jinjiang Inn	176'562	1426
Carlson Rezidor Radisson Blu, Radisson, Park Inn, Country Inn	165'802	1077

Stand 1. Januar 2012

Quelle: MKG Group

HRS-Links unzulässig

Das Landgericht Frankfurt hat auf Antrag der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs der Deutschen Telekom Medien GmbH untersagt, von den Internetauftritten der Gelben Seiten über einen Button «online buchen» bzw. «Hotelbuchung» auf die Buchungstrecke des Online-Portals HRS zu verlinken. Nach Auffassung der Wettbewerbszentrale ist es für den Verbraucher bei seiner Buchungsentscheidung von zentraler Bedeutung, ob er das Hotel direkt oder aber über einen Vermittler bucht. Hierüber müsse der Verbraucher zutreffend und exakt informiert werden.

Grösste Lohnerhöhung im Gastgewerbe

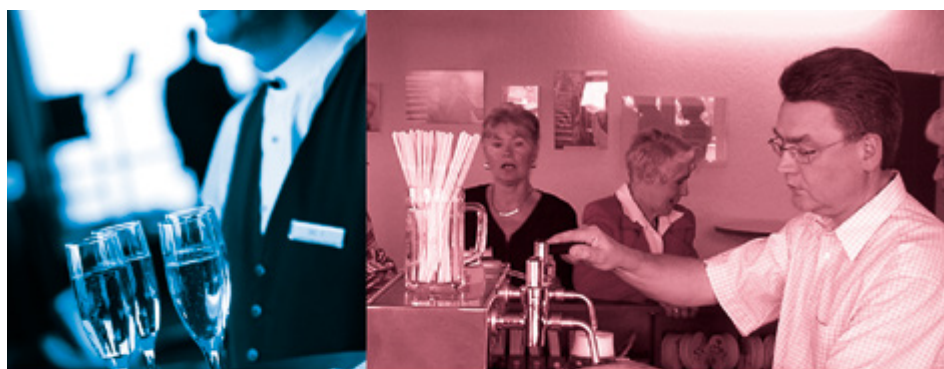
Laut Berechnungen des Bundesamtes für Statistik stieg der Nominallohnindex der Schweiz im Jahr 2012 gegenüber 2011 um durchschnittlich 0.8 Prozent. Unter Einbezug der mittleren Jahreststeuerung von minus 0.7 Prozent ergab sich bei den Reallöhnen eine Erhöhung um 1.5 Prozent. Das Hotel- und Gastgewerbe registrierte mit 2.4 Prozent die grösste Lohnerhöhung. Dieses starke Wachstum ist auf die Erhöhung der Minimallöhne um 2.9 Prozent und auf die Einführung des vollen 13. Monatslohnes für alle GAV-Unterstellten im Jahr 2012 zurückzuführen.

Wettbewerbswidrige Kartengebühren

Die EU-Kommission weitet ihre ohnehin schon laufenden Untersuchungen gegen Mastercard erheblich aus und leitet ein weiteres förmliches Verfahren ein. Nun werden auch die Konditionen für Kartenzahlungen von Kunden aus Nicht-EU-Staaten untersucht. Die anfallenden Interbankenentgelte bei MasterCard sind dabei höher als für Zahlungen von EU-Kunden. Zudem kommen weitere Geschäftspraktiken von Mastercard auf den Prüfstand.

Chinesen sind Ausgabenweltmeister

Parallel zum rasanten Wirtschaftswachstum Chinas hat auch die Reiselust der Chinesen im vergangenen Jahr stark zugenommen. 2012 gaben Chinesen als Touristen im Ausland so viel Geld aus wie keine andere Nation, teilte die Welttourismusorganisation UNWTO mit. Der chinesische Reiseboom ist der Organisation zufolge vor allem auf eine deutliche Einkommenssteigerung und Reiseerleichterungen zurückzuführen.



Aktuelles aus Branche und Verband

www.baizer.ch/aktuell



Anlegestelle ausgebaut

Die Passagierschiff-Anlegestelle St. Johann in Basel ging nach einem 2,4 Millionen Franken teuren Ausbau wieder in Betrieb. Der Steg für die internationale Fahrgastschiffahrt auf dem Rhein wurde modernisiert und für längere Schiffe eingerichtet. Mit dem Kreuzfahrt-Boom auf dem Rhein kommen immer mehr Fahrgastschiffe nach Basel. 2012 wurden 106'000 Gäste zu Schiff verzeichnet. Die Infrastrukturen genügen aber schon länger nicht mehr.

Gericht entscheidet gegen Booking.com

Das Landgericht Berlin bestätigte eine einstweilige Verfügung gegen das Buchungsportal Booking.com, die die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs erwirkt hatte. Damit darf der europäische Marktführer unter den Buchungsportalen nicht länger eine Rubrik «Beliebtheit» aufführen, wenn für Hotels die Möglichkeit besteht, sich eine bessere Platzierung zu erkaufen.

B&B weiterhin gefragt

In der Schweiz sind Übernachtungen in privaten Unterkünften weiterhin beliebt. Nachdem schon in den vergangenen Jahren jeweils starke Anstiege zu verzeichnen waren, stieg auch 2012 die Zahl der Logiernächte bei Bed & Breakfast-Anbietern um über 10 Prozent auf über 440'000. Die Zunahme ist vor allem dem Zustrom von Gästen aus der Schweiz und Deutschland zu verdanken.

Krafft-Gruppe

Am Brunnegässlein beim Picassoplatz wird im Sommer 2015 ein neues Viersterne-Stadthotel mit 65 Zimmern und einem innovativen Gastronomieangebot eröffnet. Damit entsteht in Basel an zentraler Lage zwischen Museums- und Geschäftsviertel ein neuer urbaner Treffpunkt. Die Krafft-Gruppe wurde hinzugezogen, um das Hotelkonzept zu entwickeln und den Betrieb künftig zu führen.

Frische Zutaten

Aus Sorge um die Qualität und den guten Ruf der französischen Küche haben 15 Spitzenköche in Frankreich ein neues Gütesiegel lanciert. Es soll Restaurants aller Kategorien und Preisklassen verliehen werden, die das Essen noch selbst mit frischen Zutaten zubereiten.

Google dringt in den Hotelvertrieb vor

Der Internet-Gigant Google geht in vielen Ländern dazu über, seinen «Hotelfinder» in die normale Suche zu integrieren. Hoteliers brauchen eine technische Anbindung, um direkt buchbar zu sein.

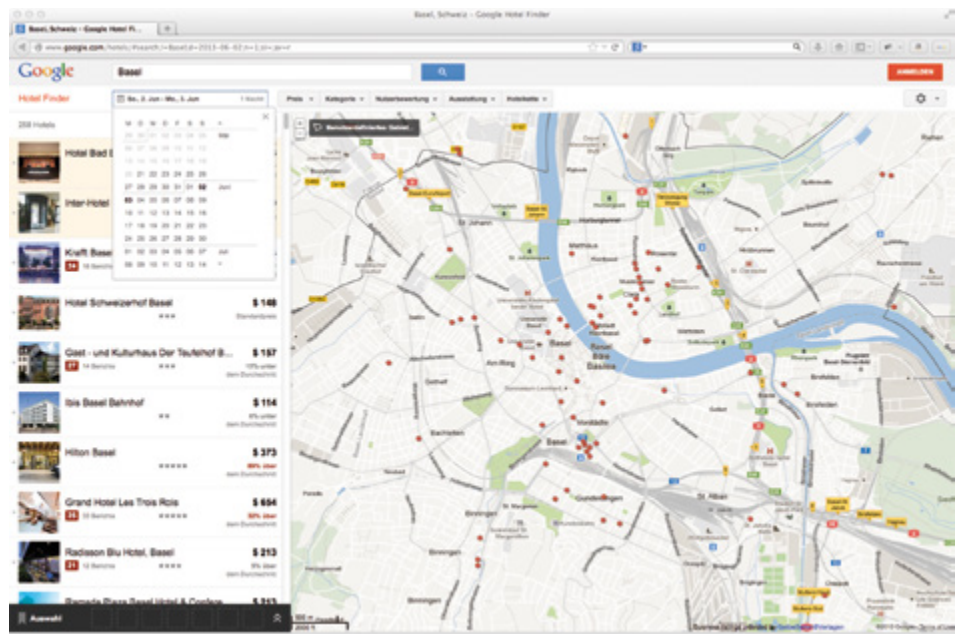
Geben Google-Nutzer die Suchbegriffe «Hotel» plus den Namen einer Stadt ein, bekommen sie direkt unter den Anzeigen, also noch vor den Suchergebnissen, ein Buchungsfenster angezeigt, in den sie die Daten der gewünschten An- und Abreise eingeben können.

«Um buchbar zu sein, brauchen Hotels eine technische Anbindung.»

Unter der URL google.com/hotels kann man Hotels buchen. Der meiste Traffic dürfte jedoch über die organische Google-Suche kommen. Bei Begriffen wie Unterkunft, Hostel, Jugendherberge wird momentan allerdings noch eine Ergebnisliste ohne «Hotelfinder» angezeigt.

Je nach Standort und Hotel bewegt sich der Preis pro Klick zwischen 0,2 und 0,3 Prozent des Übernachtungspreises. Das tönt nach wenig, doch wird dieser Betrag auch fällig, wenn der Kunde nicht bucht. Der «Google Hotelfinder» nutzt ausschliesslich sein eigenes Bewertungssystem. Hotelbesitzer sollten ihre Präsenz bei «Google+» stärken.

Um über Google buchbar zu sein, brauchen Hotels eine technische Anbindung. Verschiedene Unternehmen bringen nun Schnittstellen auf den Markt. Es bleibt abzuwarten, wie stark Google die Vertriebslandschaft umplüft.



Der Google Hotelfinder nutzt ausschliesslich sein eigenes Bewertungssystem.



Hintergründe des Wirtshaussterbens in Bayern

«Rauchverbot wirkte wie ein Meteoriteneinschlag»

Eine aktuelle Studie zeigt, dass die Marktanteile der verschiedenen gastgewerblichen Betriebstypen sich gewaltig verschoben. Das Rauchverbot verstärkt schon länger bestehende Entwicklungen. In Bayern gibt es immer mehr Gemeinden ohne eigene Gaststätte.

Der Verein zum Erhalt der bayerischen Wirtshauskultur stellte eine Studie zur Situation der Gastronomie im Freistaat vor. Prof. Dr. Karlheinz Zwerenz untersuchte im Auftrag des Vereins zum Erhalt der bayerischen Wirtshauskultur das viel diskutierte «Wirtshaussterben» wie auch regionale Gegebenheiten.

Die Ergebnisse sind einerseits überraschend, andererseits bestätigen sie Erfahrungen aus der Praxis. «Die Politik sollte sich diese Studie sehr genau ansehen und daraus die richtigen Schlüsse ziehen», sagt Franz Bergmüller, Vorsitzender des Vereins. Er fordert, dass das Tourismusland Bayern unnötige Erschwernisse für die Wirte abbaut.

Laut Professor Zwerenz gehen die Umsätze der Gastronomie in Deutschland schon seit etwa zwanzig Jahren ständig zurück. Nur der Bereich «Catering» konnte sein Niveau (preisbereinigt) in etwa

«Das Verbraucherverhalten ist gekennzeichnet durch widersprüchliche Entwicklungen.»

halten. Der Rückgang ist in der getränkeorientierten Gastronomie besonders stark (2010 nur noch auf etwa 43% des Niveaus von 1994). Auch bei den Speisegaststätten gab es einen starken Rückgang auf etwa 58%.

Die Umsatzstruktur im Bereich Gaststätten hat sich im letzten Jahrzehnt deutlich verändert. Zwar bleibt das «Wirtshaus mit Bedienung» mit einem Umsatzanteil von 58% etwa auf einem konstanten Niveau. Die Schankwirtschaften aber gehen von 21% auf 16% zurück. Speiselokale mit Selbstbedienung und auch Imbissstuben legen jeweils stark zu.

Auch in der jüngeren Entwicklung tendiert das Catering nach oben, die Speiselokale und die Getränkelokale bleiben unter den Vorkrisen-Werten von 2008 und auch von 2005. Die Schankwirtschaften, als wesentlicher Teil der getränkeorientierten Gastronomie, zeigen im Vergleich zu den Selbstbedienungslokalen einen extremen Unterschied. Das Jahr 2008 (mit dem ersten gesetzlichen Rauchverbot in Bayern) wirkte für sie wie ein «Meteoriteneinschlag». Der Umsatz reduzierte sich um etwa ein Drittel, während die Selbstbedienungslokale weiter zulegten.

Die Anzahl der Gaststätten in Bayern entwickelte sich zwischen 2006 und 2010 in den Städten im Vergleich zu den Landkreisen unterschiedlich. Bei den Speiselokalen gab es in den Städten eine Zunahme von etwa 3% und nur 2% bzw. 1% in den

Landkreisen mit viel bzw. wenig Tourismus. Bei den Schankwirtschaften war überall ein Rückgang zu verzeichnen, der in den Städten mit minus 2,4% geringer ausfiel als auf dem Land. Dort ist, unabhängig vom Tourismus, ein zweistelliges Minus festzustellen (12 bis 13%).

In Bayern hatte im Jahr 2010 etwa jede siebte Gemeinde kein eigenes speisenorientiertes Wirtshaus mehr. Die Gesamtsituation hat sich seit 2006

«Die Umsatzstruktur im Bereich Gaststätten hat sich im letzten Jahrzehnt deutlich verändert.»

nur unwesentlich verändert. Jede dritte Gemeinde hatte kein eigenes getränkeorientiertes Wirtshaus (Kneipe) mehr. Das waren insgesamt 752 von 2056 Gemeinden (ca. 37%). Die Gesamtzahl hat sich seit 2006 um 130 Gemeinden erhöht.

Im Vergleich zu den Nachbar-Bundesländern Baden-Württemberg und Hessen steht der Freistaat deutlich schlechter da. In Bayern ist im Jahr 2010 fast jede fünfte dieser kleineren Gemeinden ohne speisenorientiertes Wirtshaus. In Baden-Württemberg sind es «nur» etwa 12%, in Hessen etwa 8%.

Die aktuelle Bedeutung der Nahrungsmittel und der Gastronomie für den Verbraucher lässt sich – im internationalen Vergleich – anhand der entsprechenden Anteile im offiziellen, amtlichen Warenkorb des Endverbrauchers beurteilen. Während in Deutschland im Jahr 2010 nur etwa 3% des Budgets in der Gastronomie ausgegeben werden, ist dieser Anteil in Österreich mit 6,5% mehr als doppelt so hoch. In der Schweiz (6,8%) und in Italien (fast 8%) liegen die Anteile sogar noch höher.

Das Verbraucherverhalten ist gekennzeichnet durch widersprüchliche Entwicklungen, die für die Gastronomie grosse Herausforderungen darstellen: Mehr Qualitätsbewusstsein und Forderungen nach Regionalität einerseits – steigende Nachfrage nach Fast Food («schnell und preiswert») andererseits; mehr Mobilität einerseits und ein Rückzug ins Private bzw. in virtuelle Welten andererseits.

Die Wirte beklagen die Einschränkungen der unternehmerischen Freiheit (zu viele Verbote und Verordnungen, zu wenig Flexibilität der Behörden, eine zu geringe Wertschätzung von Staat und Öffentlichkeit, ungleiche Wettbewerbsbedingungen und – im ländlichen Raum – zu wenig Unterstützung durch Gemeinden und die Staatsregierung.



■ Jede dritte Gemeinde in Bayern hat keine eigene Kneipe mehr.

Motion fordert Rechtssicherheit für Restaurants

Das restriktive Vorgehen der Verwaltung bei Schallemissionen von Gastwirtschaftsbetrieben sorgt für Rechtsunsicherheit. Eine Motion im Grossen Rat schlägt der untätigen Regierung nun eine Lösung vor.

Regelmässig flammt im Kanton Basel-Stadt die Diskussion über den restriktiven Umgang der Verwaltung bei Lärmemissionen von Gastwirtschaftsbetrieben auf. Die breite Bevölkerung hat jeweils wenig Verständnis dafür, dass eine einzelne

«Wirte sind oft auf das Wohlwollen der Anwohner angewiesen.»

Anwohnerbeschwerde zur Schliessung von beliebigen Wirtschaften in Hinterhöfen oder zum Verbot von vereinzelt frühabendlichen Jazzkonzerten in Innenstadtwirtschaften führen kann. Diesen Verwaltungsentscheiden liegt eine systematische Rechtsunsicherheit zugrunde.

Das Bundesrecht kennt nämlich für die Beurteilung von Schallemissionen von Gastwirtschaftsbetrieben keine Belastungsgrenzwerte. Vielmehr schreibt es vor, dass die Schallemissionen jeweils im Einzelfall beurteilt werden müssen. Die Verwaltung geniesst dabei einen grossen Ermessensspielraum, den sie im Kanton Basel-Stadt äusserst restriktiv wahrnimmt. Wirte sind daher oft auf das Wohlwollen der Anwohner angewiesen – oder eben ihren Launen ausgeliefert.

Der politische Wille, diesen unhaltbaren Umstand zu ändern, besteht zwar seit langem, doch leider wurde er bislang auch aufgrund der Untätigkeit der Regierung nicht umgesetzt. So unterstützte sie weder eine Standesinitiative, die dem Kanton mehr Kompetenzen in Sachen Lärmschutz verschafft hätte, noch reagierte sie auf die zahlreichen Vorstösse im Grossen Rat mit der Formulierung von Lösungsvorschlägen.

Elias Schäfer (FDP) reichte im Grossen Rat nun eine Motion ein, die einen konkreten Lösungsvorschlag präsentiert, ohne das Ruhebedürfnis in Wohngebieten in Frage zu stellen. § 11 des kantonalen

Umweltschutzgesetzes soll um folgenden Absatz ergänzt werden: «Für die dem Gesetz über das Gastgewerbe unterstellten Betriebe gelten für die Beurteilung des Immissionschutzes gegenüber Dritten in den Zonen 4 bis 6 sowie in allen Zonen mit Gewerbeerleichterungen gemäss kantonaalem Zonenplan die Planungsgrenzwerte.»

In Zukunft sollen für Gastwirtschaftsbetriebe in Mischzonen und Zonen mit Gewerbeerleichterung also mindestens dieselben Lärmgrenzwerte gelten wie für andere Gewerbebetriebe. Damit würde die Rechtssicherheit für Gastwirtschaftsbetriebe zumindest ein wenig verbessert.



■ Die Verwaltung sieht sich beim Lärmschutz oft einseitig als Anwalt der Anwohner und blendet das öffentliche Interesse an einer attraktiven Gastronomie aus.

Restriktiver Vollzug des Lärmschutzes

Am Lärmschutz kann man sich die Zähne ausbeissen. Es handelt sich um ein hochkomplexes Thema. Im Grunde genommen müsste man Jurist, Physiker und Politiker gleichzeitig sein, um die Probleme anzugehen.

Der Vollzug der Lärmschutzvorschriften wird in Basel-Stadt sehr restriktiv gehandhabt wird, z.B. bei Gartenwirtschaften in Innenhöfen, aber auch bei alteingesessenen Musiklokalen. Natürlich gibt es Betriebe, bei denen die Lärmschutzfachstelle zu Recht eingreift. Es gibt aber auch Fälle, bei denen vorhandene Spielräume nicht ausgenutzt werden oder unangemessen beurteilt wird.

«Der Umgebungslärm wird in Basel zu wenig berücksichtigt.»

Das ist verhängnisvoll, denn Einschränkungen betrieblicher, zeitlicher und technischer Art gefährden die Überlebensfähigkeit von Konzepten. Zwar sind gleichzeitig immer relativ wenige Betriebe betroffen, doch Hunderte von Lokalen sind potentiell bedroht. Wer einmal in die Mühlen der Lärmschutzfachstelle gerät, die sich einseitig als Anwalt der Anwohner versteht, muss sich auf aufwendige Abwehrschlachten mit technischen Gutachten, baulichen Massnahmen und Gerichtskosten gefasst machen.

Es wird oft behauptet, die Kantone hätten gar keinen Spielraum, weil sie das eidgenössische Umweltrecht und die quasi-verbindlichen Regelungen der Vereinigung der kantonalen Lärmschutzfachleute (Cercle Bruit) umsetzen müssten. Bei genauer Betrachtung gibt es aber sehr wohl Ermessensspielraum: Der Cercle Bruit sieht vor, dass besonderen Verhältnissen (z.B. in Quartieren mit hoher Lokaldichte oder bei Traditionsbetrieben) Rechnung getragen wird.

In Fällen, in denen der Rhythmus der Musik nur schwach hörbar ist, könnte der sogenannte Impuls-Zuschlag abgestuft angewendet werden. Während das in manchen Kantonen so gehandhabt wird, verwendet die Basler Lärmschutzfachstelle konsequent den höchstmöglichen Wert von 6 Dezibel.

Auch der Umgebungslärm wird in Basel zu wenig berücksichtigt. Es kann doch nicht sein, dass bei 67dB Strassenverkehrslärm gemäss Kataster ein Betrieb den Einzelfallgrenzwert von 40dB nach Cercle Bruit überschreitet und deshalb Auflagen

oder keine Bewilligung erhält, obschon der Umgebungslärm derart hoch ist, dass keine Emission des fraglichen Betriebs überhaupt gemessen werden kann. Kann nichts gemessen werden, so liegt auch keine Störung vor.

Es wäre wünschenswert, dass die kantonale Lärmschutzfachstelle lösungsorientiert arbeitet. Wichtig wäre es aber auch, dass der Cercle Bruit seine Vollzugsrichtlinien so präzisiert, dass eine extrem restriktive Auslegung gar nicht mehr möglich ist. Eine Änderung des kantonalen Umweltschutzgesetzes, wie in einer Motion von FDP-Grossrat Elias Schäfer und 35 Mitunterzeichnern aus allen politischen Lagern gefordert, würde die Situation verbessern, ohne das Ruhebedürfnis der Bevölkerung in Wohngebieten in Frage zu stellen.



Maurus Ebnetter
Delegierter des Vorstands
Wirteverband Basel-Stadt

Supermärkte konkurrieren die Gastronomie

Früher ging in ein Restaurant, wer einen leeren Kühlschrank oder keine Lust aufs Kochen hatte. Heute holt der Einzelhandel viele dieser Kunden ab. Das zeigt eine Untersuchung der NPD Group in Grossbritannien.

Britische Supermärkte verzeichneten 2012 eine Zunahme von 46 Millionen Ausserhaus-Essern gegenüber der letzten Erhebung im Jahr 2009. Zugenommen haben sämtliche Arten von Verzehrfällen: Zum Snacken gingen 27 Millionen Personen mehr in den Supermarkt als vor drei Jahren, Besuche zum Frühstück nahmen um 15.6 Millionen zu, solche zum Abendessen um 3.8 Millionen.

«Convenience Stores werden in Zukunft noch mehr verzehrfertige heisse Produkte anbieten.»

Die häufigste Motivation für den Gang zum Supermarkt war «ich wollte nicht kochen / nichts Essbares zu Hause». Früher hätte die Gastronomie von einer solchen Ausgangslage profitiert. Heute entscheiden sich immer mehr Konsumenten für den Supermarkt.

«Besonders stark profitieren kleinere Convenience-Stores, die ein grosses Angebot an verzehrfertigen Mahlzeiten und Snacks im Sortiment führen», präzisiert Guy Fielding, Director of Business Development bei der NPD Group. «Foodservice-Betriebe in der Nähe von Supermärkten müssen mit direkter Konkurrenz rechnen, da deren Sortiment und Produktemix immer weiter verfeinert wird», so Fielding.

Die NPD Group prognostiziert, dass Lebensmittel-läden, Tankstellen-Shops, Convenience-Stores und Supermärkte in Zukunft noch mehr verzehrfertige heisse Produkte anbieten werden. Es werde zudem

mehr Optionen bei Portionsgrössen, mehr Vielfalt bei Snacks und Getränken sowie einen starken Fokus auf das Wachstumssegment Frühstück geben.



■ Leerer Kühlschrank? Früher ging man ins Restaurant, heute zum nächsten Tankstellen-Shop.

Die Basler Gastronomie auf einen Klick!



www.baizer.ch

www.basel-restaurants.ch

Exzessiver Alkoholkonsum Jugendlicher stagniert

Im Rahmen ihrer Dissertation hat die Ärztin Kathrin Hauri vom Universitäts-Kinderspital beider Basel (UKBB) von 2005 bis 2010 den übermässigen Alkoholkonsum bei Jugendlichen untersucht. Die sechsjährige Studie umfasste 662 Mädchen und Jungen im Alter von 11 bis 18 Jahren, die eine der Notfallstationen der vier grössten Kliniken in den Kantonen Basel-Stadt und Baselland aufsuchten. Die Zahl der alkoholisierten Jugendlichen nahm in dieser Zeit nicht nennenswert zu.

Die Studie ermittelte anhand eines strukturier-ten Fragebogens in den vier grössten Kliniken der Region neben der Anzahl Patienten auch deren Alter, Geschlecht und Wohnort sowie weitere Aspekte im Zusammenhang mit dem übermässigen Alkoholkonsum.

«Öffentliche Orte wie Restaurants oder Bars spielen nur selten eine Rolle.»

Jedes Jahr wurden mittels Alkoholtest auf den involvierten Notfallstationen rund 100 Fälle registriert: Von den insgesamt 662 Mädchen und Jungen kamen 217 ins UKBB, 215 ins Universitätsklinikum Basel, 74 ins Kantonsspital Liestal und 156 ins Bruderholzspital.

Zwei Drittel der Patienten waren zwischen 16 und 18 Jahre alt, der jüngste Patient war elfjährig. Mädchen (43%) und Jungen (57%) waren annähernd gleich oft betroffen, wobei bei den über 16-jährigen Jugendlichen die Jungen überwogen. Mehr als die Hälfte aller Patienten (53%) kam aus dem Kanton Baselland, rund ein Drittel (35%) aus Basel-Stadt und der Rest aus den Kantonen Aargau, Solothurn und dem grenznahen Ausland.

Im Rahmen der Studie konnte bei rund der Hälfte der Betroffenen (351) ermittelt werden, bei welcher Gelegenheit sie Alkohol trinken: Am häufigsten geschah dies an einem Fest oder einer Party (157), im privaten Rahmen (59) oder draussen unterwegs (55). Öffentliche Orte wie Restaurants oder Bars spielten nur selten eine Rolle.

In rund einem Drittel der Fälle (257) erlaubten die Studienergebnisse zudem Rückschlüsse auf den Alkoholgehalt der eingenommenen Getränke: 80% der Jugendlichen tranken hochprozentige Alkoholika, wobei insbesondere Wodka, Whisky und Tequila eine wichtige Rolle spielten. Rund 15% konsumierten Wein und Bier, und 5% Liköre oder vergleichbare Getränke. Ein Zehntel der Patienten konsumierte zusätzlich zum Alkohol ein anderes Suchtmittel, beispielsweise Cannabis.

Rund 12% der Jugendlichen (85) zogen sich aufgrund des übermässigen Alkoholkonsums Verletzungen zu: Besonders oft war der Kopf betroffen (Stürze). Aber auch Hautverletzungen und Knochenbrüche sowie Unterkühlung konnten diagnostiziert werden.

In der Studie konnten erstmals die mit übermässigen Alkoholkonsum zusammenhängenden Kosten in unserer Region ermittelt werden. Mehr als die

Hälfte der betroffenen Jugendlichen (377) wurde mittels Sanität auf eine der vier Notfallstationen eingeliefert. 51% der Mädchen und Jungen wurden aufgrund ihres Alkoholkonsums hospitalisiert, davon gar die Hälfte auf der Intensivstation.

Die für diesen Transport und die stationäre Überwachung ermittelten Kosten lagen in den sechs Studienjahren bei rund 960'000 Franken. Diese werden grösstenteils von den Krankenkassen übernommen. Nach dem Willen von Nationalrat Toni Bortoluzzi (SVP/ZH) sollen Komatrinker Aufenthalte im Spital und in Ausnüchterungszellen künftig selber bezahlen. Dies fordert er in einer parlamentarischen Initiative, die bisher gut unterwegs ist.

Ergänzend zur statistischen Erhebung führte Hauri von März 2010 bis August 2011 insgesamt 25 Interviews (Dauer jeweils etwa 10 Minuten) mit betroffenen Jugendlichen durch. Ziel war es, die persönlichen Beweggründe zum Alkoholkonsum zu ermitteln sowie allenfalls Hinweise auf die soziokulturellen Hintergründe zu erhalten.

Der Grossteil der Jugendlichen gab bereitwillig Auskunft und trank gemäss eigenen Angaben aus einer mehr oder weniger spontanen Laune heraus. Der übermässige Alkoholkonsum war bei den meisten eine einmalige Sache.



■ Trinken, bis der Notarzt kommt: Bei den meisten Jugendlichen eine einmalige Sache.

Wachstumsbremse Agrarpolitik

Verhandlungen zu wichtigen Freihandelsabkommen sind blockiert, weil die Abschottung der Landwirtschaft den Weg versperrt. Die Schweizer Exportindustrie läuft Gefahr, wegen der Rücksicht auf die volkswirtschaftlich zunehmend unbedeutende Landwirtschaft ins Hintertreffen zu geraten.

Die Schweizer Landwirtschaft versperrt den Weg zum Freihandel. Der Protektionismus der Bauern-Lobby behindert zusehends die exportorientierten Unternehmen. «Wenn unsere Firmen nicht den gleichen Zugang zu den Märkten in Amerika und Asien bekommen wie ihre Wettbewerber aus den EU-Ländern, ist das ein grosses Problem für uns», sagte Swissmem-Präsident Hans Hess der Handelszeitung.

«Für Brasilien kommt ein Freihandelsabkommen mit der Schweiz nicht in Frage, solange unser Land den Agrarmarkt abschottet.»

Anlass zur Sorge gibt die Ankündigung der EU, sie strebe gemeinsam mit Washington eine transatlantische Freihandelszone an. Exportorientierte Betriebe befürchten, wegen der hohen Schutzwälle im Agrarsektor ins Hintertreffen zu geraten.

Hess warnte davor, dass Firmen ihre Produktion in diese Ländern verlagern müssten, statt wie bis-

her von der Schweiz aus zu exportieren. Dies falle umso mehr ins Gewicht, da sie in den nächsten Jahren die erwarteten Auftragsrückgänge in Europa in Übersee kompensieren müssten.

Gefahr droht auch auf wichtigen Wachstumsmärkten in Lateinamerika. Dort verhandelt die EU mit den Ländern der Freihandelszone Mercosur. Ein Durchbruch soll dabei kurz bevorstehen. Für Brasilien, Argentinien, Paraguay und Uruguay kommt ein Freihandelsabkommen mit der Schweiz nicht in Frage, solange unser Land den Agrarmarkt abschottet.

Ein wichtiger Testfall ist nun das angestrebte Freihandelsabkommen mit China. Die Tür für ein Abkommen steht nur unter der Bedingung offen, dass auch im Agrarsektor eine akzeptable Lösung gefunden wird.



Die Schweizer Landwirtschaft versperrt den Weg zum Freihandel. Exportorientierte Unternehmen könnten deswegen gezwungen sein, ihre Produktion ins Ausland verlagern.

► WIRTEKURSE

zur Erlangung des Fähigkeitsausweises



Ideal auch als Weiterbildung!



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

www.baizer.ch/wirtekurs



Der nächsten Kurse

- vom 2. bis 27. September 2013
- vom 4. bis 29. November 2013
- Tagungszentrum Oekolampad
Allschwilerplatz, Basel

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

Hygienekarten für die Weiterbildung im Betrieb

Laut Gesetzgebung sind Betriebsinhaber für die Hygiene-Weiterbildung ihrer Mitarbeiter verantwortlich. Bei Kontrollen sind entsprechende Bemühungen zu belegen. Mitglieder des Wirteverbands erhalten neuerdings in regelmässigen Abständen ein wertvolles Hilfsmittel.

Alle zwei Monate erhalten Mitglieder des Wirteverbands Basel-Stadt zusammen mit dem Verbandsmagazin zwei «Hygienekarten» für die Weiterbildung im Betrieb. Jede Karte enthält auf der Vorderseite einige wichtige Informationen zu einem Thema (z.B. Hände waschen, Auftauen, Umgang mit Frittieröl) und auf der Rückseite Zeilen für die Unterschriften der Mitarbeitenden.

Die regelmässige Schulung «on the job» ist äusserst effektiv. Schulen Sie Ihre Mitarbeitenden und lassen Sie sie die Hygiene-Karten unterschreiben! So steigern Sie den Hygiene-Standard in Ihrem Betrieb und können Ihre Weiterbildungsbemühungen jederzeit belegen.



Schulung zur Hygiene-Leitlinie

Kürzlich wurde die Hygiene-Leitlinie «Gute Verfahrenspraxis für das Gastgewerbe» eingeführt. Drei Gesetze, 40 Verordnungen und 150 EU-Verordnungen sind nun in einem einzigen Dokument zusammengefasst. Besuchen Sie unsere Informationsveranstaltung!

Die neue Hygiene-Leitlinie ist eine unverzichtbare Grundlage, einen Gastbetrieb rechts-

konform zu führen. Am Dienstag, 16. Juli 2013 (von 8.30 bis 11.30 Uhr oder von 14.30 bis 17 Uhr) lernen Sie in einem gut zweistündigen Kurs, wie Sie mit Hilfe der Leitlinie ihre Selbstkontrolle aufbauen und entwickeln können.

Der Kurs findet in der IWB-Aula an der Kohlenberggasse 7 in Basel statt. Die Kursgebühr beträgt 50 Franken pro Teilnehmer/in für Mitglieder und 100

Franken für Nichtmitglieder. Sie enthält eine Leitlinie in Broschürenform im Wert von 25 Franken.

Voraussetzungen sind Vorkenntnisse im Hygiene-Bereich und gute Deutschkenntnisse. Alle Teilnehmer erhalten eine Bestätigung.

Mehr Infos und Anmeldeformulare
www.baizer.ch/hygiene

Obligatorische Kurse, Aufpasser, Glasverbot

Kürzlich erhielten die 900 Cafés und Restaurants in der Stadt Genf einen Brief, in welchem auf Betriebsbedingungen für Terrassen hingewiesen wurde. Die Stadt will mit drastischen Massnahmen den Lärmpegel reduzieren.

Wirte in Genf, die ihre Terrasse weiterhin bis 2 Uhr offen halten möchten, müssen ihre Gäste auf einem gut sichtbaren Schild zur Ruhe mahnen. Sie haben zudem einen Kurs zu absolvieren und den Behörden eine verantwortliche Person zu benennen, wenn sie nicht selber anwesend sind.

«Betriebe können verpflichtet werden, einen 'chuchoteur' zu engagieren, der die Gäste bittet, leise zu sein.»

Neuerdings patrouilliert die Genfer Stadtpolizei an Wochenenden bis 3 Uhr verstärkt, um gegen Ruhestörungen vorzugehen. Sollten die beschlossenen Massnahmen die Emissionen nicht deutlich reduzieren, drohen Auflagen. Betriebe können von 22 bis 2 Uhr verpflichtet werden, einen «chuchoteur» zu engagieren, der die Gäste bittet, leise zu sein. Vorgesehen ist auch ein Verbot von Gläsern

auf der Allmend nach Mitternacht resp. die Pflicht, Pfandbecher aus Kunststoff zu verwenden.

Wirte, die ihre Terrasse weiterhin bis 2 Uhr offenhalten wollen, haben sich beim städtischen Sicherheitsdienst (SEEP) zu melden. Wo es weiterhin zu Ruhestörungen kommt, wird eine Koordinationsstelle mit Vertretern von Stadt und Kanton das Problem die genauen Lärmquellen zu eruieren versuchen. Je nach Ergebnis darf dann eine Terrassenwirtschaft nur noch stark eingeschränkt betrieben werden.

Genf im Jahr 2013: Die Wirte besuchen obligatorische Kurse, benennen Verantwortliche, verwenden ab Mitternacht Plastikbecher und beschäftigen zusätzliche Mitarbeiter, während fliegende Händler aus ihren Kofferräumen gekühltes Bier und Schnaps an Minderjährige verkaufen, welchen diese dann lärmend am Seeufer oder auf einer Altstadtterrasse in sich hineinschütten.



Wer in Genf spätabends noch eine Terrasse betreiben will, muss einen Kurs besuchen und zahlreiche Auflagen in Kauf nehmen.

FRISCHER GEHT'S NICHT!



CC A Cash+Carry
Angehrn
Frische für Profis.

Mehr Infos und alle Standorte
unter www.cca-angehrn.ch