



baizer.ch

Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

UNSERE THEMEN

Schluss mit der Diskriminierung des Gastgewerbes und seiner Gäste!	3
Campylobakter: Fleischfondue erhöht Risiko	4
Verkehrspolitisches Leitbild: Übung abrechnen!	5
Casimir Platzer: «Etwas bewegen werde ich schon»	6
KMU-Komitee fordert faire Importpreise	8
So schaden ungerechtfertigte «Schweiz-Zuschläge dem Wirtschaftsstandort	9
Arbeiten am Tisch	10

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 Ebnetter, Binningen
ebnetter@baizer.ch

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

Druck
Kurt Fankhauser AG, Basel
info@fankhauserdruck.ch

Importe werden schwieriger Coca-Cola macht die Kanäle zu

Der Import von Coca-Cola wird zunehmend schwieriger. Nachfrager aus der Schweiz werden von ausländischen Abfüllern nicht beliefert oder preislich diskriminiert. Sie sind faktisch gezwungen, über Zwischenhändler einzukaufen, deren Margen mitfinanziert werden müssen. Nun versiegen zunehmend auch indirekte Bezugsquellen. Der freie Markt wird mit Füssen getreten – und die schweizerische Wettbewerbskommission scheint machtlos.

Gemäss geltendem Kartellgesetz ist es missbräuchlich, wenn marktbeherrschende Unternehmen die Lieferung ohne sachliche Rechtfertigungsgründe verweigern. Ebenso ist es illegal, wenn sie Nachfrager preislich diskriminieren.

«Die Weko hält sich heraus mit der Ausrede, Preisverhandlungen seien nicht ihre Sache.»

Ist Coca-Cola marktbeherrschend? Diese Frage wurde von der Weko noch nicht abschliessend beantwortet. Zu einem Ja konnte sich die Behörde bisher nicht durchringen. Sie toleriert, dass ausländische Abfüller der schwarzen Brause mehrfach nicht auf Anfragen reagieren, lediglich Proforma-Offerten ausstellen oder gar offen den Verkauf an Schweizer verweigern.

Dank des Ideenreichtums einiger Gross- und Detailhändler kommt es dennoch hin und wieder zu Importaktionen. So besorgte sich Feldschlösschen letztes Jahr ein paar Camions Coca-Cola aus Italien. Pistor, CC Angehrn, Landi und Otto's führten Verkäufe von spanischem und zum Teil auch dänischem Coca-Cola durch.

Die Supermarkt-Kette Denner erhielt grosse Publizität, weil sie recht grosse Mengen 2-Liter-Flaschen Coca-Cola aus Tschechien verkauft. Dazu waren beinahe generalstabsmässige Vorbereitungen nötig. «Aufwendige Parallelimporte können auf Dauer nicht die Lösung sein», meint Paloma Martino, Mediensprecherin der Denner AG. «Wir wollen in der Schweiz einkaufen, aber zu fairen Preisen.»

Bei Importen gibt es kaum Liefersicherheit. Eine direkte Geschäfts- *weiter auf der nächsten Seite*



Bild: Coca-Cola HBC Schweiz AG

■ Der preisgünstige Import von PET-Flaschen mit Kennzeichnung in mindestens einer Landessprache ist fast unmöglich geworden.

Fortsetzung von Seite 1 beziehung mit dem Abfüller ist nicht möglich, und die Zwischenhändler sind nicht in der Lage, ganze Lastenzüge termingerecht zu besorgen. Sofern es ihnen überhaupt gelingt, Ware zu ergattern, bezahlen Schweizer Importeure im Ausland wesentlich höhere Einkaufspreise als dort üblich.

Besonders schwierig ist es, Ware zu besorgen, die in mindestens einer schweizerischen Landessprache deklariert ist. Nur dann kann nämlich auf eine aufwendige Zusatzetikettierung verzichtet werden.

In Deutschland macht ein Pflichtpfand den Import von PET-Flaschen und Dosen unattraktiv. Bei den Mehrwegflaschen, die logistisch eine besondere Herausforderung darstellen, ist ein Import zwar möglich, faktisch aber nur über Zwischenhändler.

Der italienische Abfüller von Coca-Cola reagiert nicht auf Anfragen und der österreichische schreibt sogar offen, dass er Nachfragern aus der Schweiz keine Ware verkauft. Möglich ist dies, weil die beiden Gesellschaften wie der Schweizer Abfüller zur HBC-Gruppe gehören. Liefern die Österreicher und Italiener nicht, so handelt es sich nicht um eine Abrede im kartellrechtlichen Sinn, sondern um einen konzerninternen Vorgang.

Coca-Cola Entreprise, der französische Abfüller, reagiert nur auf Anfragen, wenn man mit der Wettbewerbsbehörde droht. Danach erhält man eine höchst unattraktive Pseudo-Offerte mit sogenann-

ten Listenpreisen. Rückfragen betreffend der in Frankreich üblichen Rabatte, Skonti und Werbebeiträge bleiben unbeantwortet.

Wie verschiedene Importspezialisten übereinstimmend sagen, wird der Bezug von spanischer Ware mit Zusatzetiketten immer schwieriger. Es verdichten sich die Indizien, dass Coca-Cola hier die Löcher im Vertriebssystem gestopft hat.

Auf dem Graumarkt verbleibt Ware aus Osteuropa, die Schweizer Importeure dort übersteuert über Zwischenhändler einkaufen, die aber wegen kyrilischer Beschriftung über Zusatzetiketten verfügen müssen und bei den Konsumenten weniger gut akzeptiert werden.

Abreden zwischen den Ländergesellschaften lassen sich nicht nachweisen oder sie sind konzernintern und werden deshalb vom Kartellgesetz nicht erfasst. Abfüller, die nicht zur HBC-Gruppe gehören, getrauen sich zwar nicht, explizit die Lieferung zu verweigern, doch gelingt es ihnen, über missbräuchliche Rabattmodelle Importe unattraktiv zu machen.

Die Weko hält sich mit der Ausrede heraus, Preisverhandlungen seien nicht ihre Sache. Dabei ginge es gar nicht darum, Konditionen zu verhandeln. Es würde schon genügen, wenn sie abklärt, ob Nachfrager aus der Schweiz preislich diskriminiert werden. Ein solches Verhalten wäre bei marktbeherrschenden Unternehmen unzulässig.

Gemeinsam schaffen wir es!

Liebe Mitglieder,
liebe Leserinnen und Leser

Das Gastgewerbe und seine Gäste werden diskriminiert: Restaurantgäste bezahlen den Normsatz von aktuell 8 Prozent, während Kunden im Detailhandel lediglich 2.5 Prozent abliefern. Als die Mehrwertsteuer 1995 eingeführt wurde, haben Bäckereien noch Brot, Tankstellen noch Benzin und Kioske noch Tabak und Presseerzeugnisse verkauft. Heute verkaufen sie alle auch Kaffeespezialitäten, gekühlte Getränke, Sandwiches, verzehrfertige Salate, warme Snacks und vieles mehr.

Es ist ungerecht, unsere Branche mehr als dreimal so hoch zu besteuern wie andere Anbieter von Ausserhaus-Verpflegung! Die eidgenössische Volksinitiative «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes» von GastroSuisse will diese Diskriminierung beenden. Am 28. September haben es die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger in der Hand, die schreiende Ungerechtigkeit zu beenden.

«Die Argumente sind auf unserer Seite – wir brauchen sie bloss unter die Leute zu bringen.»

Wir sind gewillt, diesen Abstimmungskampf zu gewinnen. Dabei sind wir auf Ihre Unterstützung angewiesen! Das Schweizer Gastgewerbe hat 210'000 Mitarbeitende und pro Tag rund 2.5 Millionen Gäste. Das werden wir nutzen. Ich fordere Sie auf, in Ihrem Umfeld kräftig für ein Ja zu werben: Mit Flyers, Kleinplakaten, Tischstellern und Tischsets, vor allem aber im persönlichen Gespräch mit Ihren Gästen und Mitarbeitern.

Die Argumente sind auf unserer Seite – wir brauchen sie bloss unter die Leute zu bringen. Damit wir schon bald gleich lange Spiesse wie unsere direkten Konkurrenten haben.



Josef Schüpfer
Präsident Wirtverband Basel-Stadt

Gastro Express

www.gastro-express.ch



Gastgewerbliche Liegenschaften



Occasionsgeräte



Stellenangebote und Stellengesuche

Der führende Online-Marktplatz für die Schweizer Gastronomie und Hotellerie

Schluss mit der Diskriminierung des Gastgewerbes und seiner Gäste!

Seit 1995 werden das Schweizer Gastgewerbe und damit auch seine täglich 2.5 Millionen Gäste bei der Mehrwertsteuer diskriminiert. Statt wie bei anderen Lebensmittelanbietern mit nur 2.5% Mehrwertsteuer besteuert, wird ein Besuch im Gastgewerbe mit 8% Mehrwertsteuer bestraft! Mit dieser steuerrechtlich nicht vertretbaren Ungleichbehandlung will die Initiative aufräumen. Gefordert wird ein einheitlicher Satz.

In Bern fand der Startschuss für die Kampagne in Form einer Medienkonferenz statt. Vertreter von SVP, CVP, FDP, BDP, des Schweizer Gewerbeverbandes sowie von GastroSuisse sprachen sich für die Wichtigkeit dieser Initiative aus. Das Gastgewerbe leiste viel für unser Land und dürfe deshalb nicht durch die Mehrwertsteuer benachteiligt werden.

«Wirtschaft und Konsumenten werden in gleichem Masse profitieren.»

«Ein Ja am 28. September zur MwSt-Initiative hebt die Diskriminierung eines der wichtigsten Wirtschaftszweige unseres Landes», sagte GastroSuisse-Präsident Casimir Platzer den Medien. Mit rund 210'000 Arbeits- und über 9000 Ausbildungsplätzen stellt die Gastronomie den viertwichtigsten Arbeitgeber im Land dar. Durch die Annahme der Initiative werden nicht nur Berg- und Randregionen gestärkt, in denen die Gastronomie oft eine zentrale wirtschaftliche Säule darstellt.

Auch die Benachteiligung gegenüber dem Ausland wird abnehmen: Die Mehrheit unserer Nachbarstaaten haben die Gastronomie bereits bei der Mehrwertsteuer entlastet. Nun wird es Zeit, auch in der Schweiz die Diskriminierung zu beenden. Platzer betonte zudem die Wichtigkeit der Initiative für das ganze Land. Wirtschaft und Konsumenten würden in gleichem Masse profitieren.

Ausserdem zeigten zahlreiche Parteien ihre Unterstützung für das Anliegen: Für die SVP sprach Nationalrat Adrian Amstutz die enormen Leistungen des Gastgewerbes im Vergleich zum Take-Away an. CVP-Nationalrat Alois Gmür stellte klar, dass es sich bei den Forderungen nicht um eine Bevorzugung des Gastgewerbes, sondern um eine lange überfällige Gleichstellung handelt. BDP-Nationalrat Hans Grunder betonte die Wichtigkeit des Gastgewerbes und seiner Initiative für die Berg- und Randregionen.

Der Freisinn war durch Nationalrat Olivier Feller vertreten. Er erläuterte, dass der Restaurantbesuch heutzutage aufgrund aktueller familiärer und arbeitsbedingter Strukturen zunehmend Normalität sei. Von einer Luxushandlung könne keine Rede mehr sein.

Auch der Schweizerische Gewerbeverband zeigte seine Unterstützung: Präsident Jean-François Rime zeigte die Widersprüchlichkeit und Ungerechtigkeit des derzeitigen Mehrwertsteuersystems auf. Für das Schweizer Gewerbe seien die jetzigen Regelungen überholt und entsprächen nicht der heutigen Zeit.

Die Initiative macht explizit keine Aussage über den neuen gleichen und gerechten Mehrwertsteuersatz, verlangt einzig und allein die Beseitigung der Mehrwertsteuer-Diskriminierung. Es ist daher Aufgabe des Gesetzgebers, einen gleichen und gerechten Mehrwertsteuersatz festzulegen. Eine Ver-

teuerung der Grundnahrungsmittel wird jedoch abgelehnt.

Ebenso wehrt sich das Komitee gegen die alarmistischen Drohungen der zuständigen Bundesrätin. Anstatt mit möglichen Steuerausfällen zu drohen, sollte die zuständige Departementschefin erst einmal für Ordnung im eigenen Hause sorgen: So hat die Rundschau vor kurzem berichtet, dass jährlich 200 Millionen allein bei der Mehrwertsteuerverwaltung durch Missstände in der Verwaltung verloren gehen. Tatsache ist, dass die Bundesfinanzen eine Anpassung des Mehrwertsteuersatzes für das Gastgewerbe gut verkräften kann.

Ein Ja zur Volksinitiative «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes» nützt allen Menschen in der Schweiz und schadet niemandem!

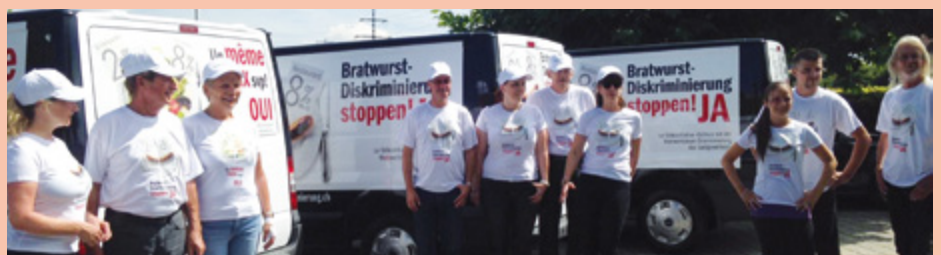
www.schluss-mwst-diskriminierung.ch



Die Initianten wollen mit der steuerlichen Ungleichbehandlung des Gastgewerbes aufräumen.

Kampagnenfahrzeuge

Der Abstimmungskampf von GastroSuisse für die Initiative «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes» nahm Mitte August volle Fahrt auf. Bei strahlendem Wetter starteten 14 Fahrzeuge zu einer mehrwöchigen Kampagnentour. Sie liefern Flyer, Kleinplakate, Heckscheibenkleber, Zuckersachets und Tischsets an Tausende von Gastronomiebetrieben aus. Wirte, bestellt Kampagnenmaterial!



«Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes!»

Campylobakter: Fleischfondue erhöht Risiko

Campylobacter-Infektionen zählen weltweit zu den häufigsten Ursachen von Durchfallerkrankungen durch Lebensmittel. Die Schweiz verzeichnet jährlich über 7000 laborbestätigte Erkrankungen. Nun nennt eine Studie des Schweizerischen Tropen- und Public Health-Institutes (Swiss TPH) die Hauptursache für die Häufung im Winter.

Eine neue Forschungsarbeit des Swiss TPH belegt: Der häufigste Grund für eine Ansteckung ist rohes Fleisch, im speziellen Geflügelfleisch, das mit dem Campylobacter-Bakterium kontaminiert ist. In der Studie wurden die zwischen Dezember 2012 und Februar 2013 gemeldeten Krankheitsfälle untersucht. Dabei stellte sich heraus, dass

«Für Fleischfondue nur gefrorenes Fleisch und für das rohe Fleisch separate Teller verwenden.»

der Konsum von Fleischfondue das Risiko einer Ansteckung erhöht – insbesondere, wenn dabei frisches Geflügelfleisch verwendet wird. Es zeigte sich auch, dass die Hälfte Patienten mindestens eine Woche krank war. Rund 15% der Erkrankten mussten stationär im Spital behandelt werden.

Das Campylobacter-Bakterium besiedelt den Darm von Geflügel und anderen Nutztieren, die in der Regel aber nicht erkranken. Die Krankheit ist vom Tier auf den Menschen übertragbar, der erkranken

kann. Die Campylobacteriose gehört also zu den Zoonosen und ist deswegen meldepflichtig. Betroffene leiden an schwerem Durchfall, oft in Kombination mit Unterbauchkrämpfen und Fieber.

In der Schweiz sind die Campylobacteriose-Fälle beim Menschen eine beträchtliche Belastung für die öffentliche Gesundheit: Jährlich weist die Statistik zwischen 7000 und 8000 laborbestätigte Fälle aus. Weil nicht alle betroffenen Personen zum Arzt gehen und nur laborbestätigte Fälle Eingang ins Meldesystem finden, ist bei den Zahlen zudem mit einer Dunkelziffer zu rechnen.

Das Risiko einer Infektion lässt sich durch einfache Hygienemassnahmen verringern. Verwendet man zum Beispiel für das Fleischfondue nur gefrorenes Fleisch und für das rohe Fleisch separate Teller, sinkt die Gefahr einer Ansteckung. Allgemein sollte bei der Zubereitung von frischem Poulet auf gute Küchenhygiene geachtet werden und rohes Fleisch nicht mit geniessfertigen Speisen (etwa Beilagen bei Fondue Chinoise und Salat) in Berührung kommen.



Für Fleischfondue nur gefrorenes Fleisch und für das rohe Fleisch separate Teller verwenden.

Party-Metropole Basel

Unsere Stadt macht als Szenemetropole von sich reden. Das Reiseportal «Sky-scanner» erklärte Basel hinter Amsterdam zur drittbesten Partystadt Europas. An vierter Stelle folgt Berlin, wo mit dem «Berghain» einer der bekanntesten Techno-Clubs der Welt steht. Auf weiteren Plätzen folgen Zagreb, Budapest und Kopenhagen. Grund für die Spitzenplatzierung Basels war unter anderem der Club «Nordstern», in dem oft prominente DJs auflegen.



Augenmass gewahrt

Die Revision des Bundesgesetzes über Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände wurde abgeschlossen. Der Pranger für das Gastgewerbe sowie die generelle Deklarationspflicht der Herkunft sämtlicher Inhalte von Lebensmitteln wurden verhindert. Damit bleibt ein massiver Mehraufwand, der keinen grossen Nutzen für den Konsumenten hätte, erspart. Die Hygiene kann am besten durch ausgebildetes Personal sichergestellt werden, und zwar noch bevor Probleme überhaupt entstehen. Deshalb fordert GastroSuisse weiterhin, dass gesetzlich festgelegte Minimalkenntnisse für Einsteiger in das Gastgewerbe erforderlich sind.

Bäcker steigern Umsatz

Die über 1600 produzierenden gewerblichen Bäckereien, Konditoreien und Confisereien mit über 3000 Verkaufsstellen schweizweit konnten 2013 den Trend rückläufiger Umsätze stoppen. Zudem konnte die Entwicklung des steigenden Cashflows von 2012 bestätigt werden. Gemäss aktuellem Branchenspiegel beträgt der Gewinn vor Abschreibungen und Rückstellungen 6.7%. Die Zielwerte liegen im Mittel allerdings bei 8 bis 10%; damit fehlen nach wie vor in vielen Fällen die Mittel für Investitionen. Mit über 38% Anteil der Lohnkosten am Umsatz (und sogar 51% inklusive Eigenlöhne) zeigt sich, dass die Strukturen in vielen Betrieben überprüft werden müssten.

Verkehrspolitisches Leitbild: Übung abbrechen!

Der Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt hat zur Umsetzung des Städteinitiative-Gegenvorschlags ein verkehrspolitisches Leitbild samt Massnahmenplan in die Vernehmlassung geschickt. Herausgekommen ist ein Potpourri an grösstenteils untauglichen und wirtschaftsschädigenden Verkehrsverhinderungsmassnahmen.

Im November 2010 hat die Basler Stimmbevölkerung dem Gegenvorschlag zur Städteinitiative zugestimmt und damit beschlossen, dass bis 2020 jedes zehnte Auto von Basels Strassen verschwinden soll. Bereits damals war klar, dass die Erreichung dieses Zieles utopisch ist. Angesichts der neuesten Verkehrszahlen hat dies nun auch der Regierungsrat eingesehen. Anstatt jedoch die Unerreichbarkeit einzugestehen und eine grundsätzliche, ehrliche Neubeurteilung vorzunehmen, spricht er jetzt einfach von einem Zielhorizont bis 2025.

Das verkehrspolitische Leitbild ist in vielen Punkten wenig konkret und hat einen programmatischen Charakter. Da es behördenverbindlich ist, kann und wird es wohl als rechtliche Grundlage für die schon heute praktizierte scheinbar und ideologisch motivierte Schikane des motorisierten Individualverkehrs dienen. Zudem bedingt das Leitbild die Schaffung zahlreicher weiterer Kon-

zepte, Pläne und Berichte. Das nährt den Verdacht, dass es sich dabei vor allem um ein Arbeitsbeschaffungsprogramm für die schon heute überdotierten kantonalen Planungsstellen handelt.

«Der Bau des Herzstücks der Regio-S-Bahn brächte viel mehr Verkehrsentslastung als alle wirtschaftsschädigenden Einzelmassnahmen zusammen.»

Um das verkehrspolitische Leitbild nicht weiter zu gefährden, wird es lediglich dem Regierungsrat zur Genehmigung vorgelegt. Der Grosse Rat soll sich dazu nicht mehr äussern. Dies wäre angesichts der gegenüber dem Volkentscheid veränderten Zielvorgabe jedoch nichts als redlich. Aufgrund der laufenden Entwicklung und der veränderten Zielvorgabe sollte der Grosse Rat die Möglichkeit

erhalten, im Sinne einer Gesamtbetrachtung sämtlicher Verkehrsträger die verkehrspolitischen Ziele und Massnahmenbereiche neu zu beurteilen.

Will man eine Entlastung des untergeordneten Strassennetzes vom privaten Motorfahrzeugverkehr erreichen, gibt es nur eine wirksame Massnahme: Der rasche Ausbau der Osttangente sowie der Bau einer Westtangente (Gundeli-Tunnel plus Ringschluss) inklusive Anschluss in Richtung Leimental und Allschwil. Damit würde ein beträchtlicher Teil des Stadtverkehrs auf das übergeordnete Strassennetz geleitet. Solch ein «City-Ring» würde alle wichtigen Quartiere und die umliegenden Gemeinden erschliessen und damit den Verkehr entflechten. Auch der Bau des «Herzstücks» der Regio-S-Bahn brächte viel mehr Verkehrsentslastung als alle wirtschaftsschädigenden Einzelmassnahmen zusammen.

► WIRTEKURSE

zur Erlangung des Fähigkeitsausweises



Ideal auch als Weiterbildung!



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

www.baizer.ch/wirtekurs



Die nächsten Kurse

- vom 3. bis 28. November 2014
- vom 2. bis 27. März 2015
- 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

«Etwas bewegen werde ich schon»

Der neue GastroSuisse-Präsident Casimir Platzer erklärt, weshalb er die Öffentlichkeitsarbeit und das politische Lobbying weiter verstärken will, und wieso er viel Wert auf strategische Partnerschaften und die unternehmerische Komponente von GastroSuisse legt.

Der 52-jährige Hotelier Casimir Platzer aus Kandersteg wurde an der Delegiertenversammlung von GastroSuisse im ersten Wahlgang mit eindrücklichen 186 von 220 eingegangenen Stimmen zum neuen Präsidenten gewählt. Wir trafen ihn zum Interview.

baizer.ch: Bei Ihrer viel beachteten Antrittsrede in Flims unterstrichen Sie die grosse Bedeutung des Ansehens von GastroSuisse und der Branche. Haben wir ein schlechtes Image?

Casimir Platzer: Das Gastgewerbe ist immer wieder Zielscheibe unfairer Attacken. Da ist von «Grüsel-Beizen» die Rede, selbst wenn die Mehrheit der Betriebe untadelig geführt wird und unser Hygienestandard im internationalen Vergleich sehr hoch ist. Wir gelten als «Billiglohn-Branche», obwohl wir einen allgemeinverbindlichen L-GAV, den vollen Dreizehnten, fünf Wochen Ferien und für Gelernte Löhne über 4100 Franken haben. Leider genügen schon wenige Betriebsinhaber, den Ruf einer ganzen Branche zu ruinieren. Die Verbesserung der Reputation des Gastgewerbes ist vordringlich.

Und wie verbessern wir unseren Ruf?

Wir dürfen es gar nicht erst so weit kommen lassen, uns ständig rechtfertigen müssen. Qui s'excuse, s'accuse. Wir werden auf allen Ebenen proaktiv an der Verbesserung unseres Ansehens feilen und dafür auch die erforderlichen Ressourcen bereitstellen. Allerdings können wir uns anstrengen so viel wir wollen: Anerkennung in der Öffentlichkeit erhalten wir nur, wenn wir nicht aus einer Position der Schwäche heraus reagieren. Zunächst einmal müssen wir also unsere Beziehungen zur Politik, zur Verwaltung und zu den Medien verbessern.

Sie gelten als Hoffnungsträger. Können Sie die hohen Erwartungen überhaupt erfüllen?

Mit Absichtserklärungen habe ich mich bewusst zurück gehalten, weil ich weiss, wie schwierig es ist, Versprechen zu halten. Ich rühre nicht alles mit dem grossen Schwingbesen neu an – doch den Ehrgeiz, etwas zu bewegen, den habe ich schon. Wir haben gute Leute im Vorstand, ein funktionierendes Kompetenzzentrum in Zürich, motivierte Kantonalsektionen und viele tolle Mitglieder. Ziehen wir alle am gleichen Strick, so werden wir viel erreichen!

Gewinnen wir die Mehrwertsteuer-Abstimmung am 28. September?

Wir haben eine Chance, wenn die Basis voll zieht. Unser Vorteil ist es, täglich direkten Kontakt

mit den Stimmbürgern zu haben. Es wird dennoch ungemein schwer sein – da dürfen wir uns keine Illusionen machen. Die grossen Detailhändler malen den Konsumenten den Teuerungsteufel an die Wand. Es gibt starke politische Kräfte, die uns und unsere Gäste weiterhin abkassieren wollen und deshalb die absurde Behauptung aufstellen, die Mehrwertsteuer-Initiative sei nicht sozial verträglich.

In ganz wenigen Worten: Warum sollen die Bürgerinnen und Bürger die Mehrwertsteuer-Initiative annehmen?

Der Detailhandel hat bei verzehrfertigen Speisen und Getränken einen staatlich verordneten Preisvorteil von 5.5 Prozent. Die Satzdifferenzierung ist gegenüber dem Gastgewerbe ungerecht. Sie

«Das Gastgewerbe ist immer wieder Zielscheibe unfairer Attacken.»

ist auch beschäftigungspolitisch und ökologisch falsch. Restaurantbesuche gehören zum täglichen Bedarf: Wieso wird das Mittagsmenü des Arbeiters mit 8 Prozent besteuert und der Kaviar im Delikatessengeschäft nur mit 2.5 Prozent?

Und wenn wir verlieren: War dann alles vergebens?

Keineswegs. Wir haben bewiesen, dass wir in der Lage sind, aus eigener Kraft eine eidgenössische Volksinitiative einzureichen und den Abstimmungskampf zu führen. Das hat unsere Wahrnehmung auf dem politischen Parkett markant verbessert. Zudem nutzen wir den Abstimmungskampf für unsere Kernbotschaften, denn so schnell werden wir nicht wieder so viel mediale Aufmerksamkeit geniessen.

Wird GastroSuisse während Ihrer Amtszeit weitere Initiativen lancieren oder Referenden ergreifen?

Vage Ideen für Volksinitiativen gibt es. Die Notwendigkeit von Referenden wird sich aus dem politischen Prozess heraus ergeben. Ich scheue mich nicht vor solchen Projekten, auch wenn sie aufwendig sind. Alleingänge möchte ich aber vermeiden: Viel besser ist es, tragfähige Allianzen zu bilden, wobei wir durchaus den Lead übernehmen könnten.

An welche Allianzpartner denken Sie?

Je nach Thema kann die Zusammensetzung sehr unterschiedlich sein. Da dürfen wir keine Berührungspunkte haben. Besonders wichtig ist mir, dass unsere Branche mit einer Stimme spricht.

Deshalb ist die Zusammenarbeit mit Hotellerie-suisse enorm wichtig.

Diese Zusammenarbeit hat aber in der Vergangenheit oft nicht geklappt.

Das würde ich so nicht sagen. Wir verfolgen die gleichen Interessen, müssen aber wieder mehr miteinander reden. Den Zankapfel Hotelklassifikation möchte ich gerne hinter uns lassen. Es wäre schön, wenn es in der Schweiz mittelfristig nur noch ein System gäbe. Ich hoffe, dass wir eine Lösung finden, mit der beide Verbände gut leben können.

Was halten Sie von einer Fusion der beiden Verbände?

Dieses Ziel scheint mir zu hochgesteckt. Es gibt Kooperationsmodelle, die sich einfacher realisieren lassen. Mit der Berufsbildung haben wir bereits einen Bereich, in dem wir eng und erfolgreich zusammenarbeiten. Wo sich Win-Win-Situationen ergeben, sollten wir uns annähern.

Die Ertragslage im Gastgewerbe ist schlecht. Wie kann GastroSuisse helfen?

Der Branche muss es gelingen, wieder ertragsstärker zu werden. Zunächst einmal müssen die Unternehmer ihre Hausaufgaben erledigen. Das ist leichter gesagt als getan, denn vielerorts fehlen schlicht die Mittel für Investitionen. Als Verband tun wir alles, um bessere Rahmenbedingungen zu erreichen. In der Praxis geben wir uns allzu oft damit zufrieden, deren schlechende Verschlechterung etwas aufzuhalten.

Um unsere internationale Konkurrenzfähigkeit ist es schlecht bestellt...

Ja, wie sollen wir wettbewerbsfähig sein, wenn wir zu hohen Schweizer Kosten produzieren? Es führt kein Weg daran vorbei, die Hochpreisinsel zu schleifen, auch wenn das für viele schmerzhaft sein wird.

Sind Sie für eine Verschärfung des Kartellgesetzes?

Wie bei allen Gesetzen, besteht auch hier die Gefahr einer Überregulierung. Tatsache ist aber, dass es eine Lücke gibt. Wenn wir diese nicht schliessen, wird es uns nicht gelingen, ungerechtfertigte «Schweiz-Zuschläge» zu eliminieren. Wir brauchen die Einkaufs- und Importfreiheit für Produkte, auf die wir angewiesen sind. Sonst kommen in der Schweiz keine Wettbewerbspreise zustande.

weiter auf der nächsten Seite

Viele Mitglieder sind unzufrieden mit dem Landes-Gesamtarbeitsvertrag. Wie ist Ihre Haltung?

Ich verstehe den Unmut der Basis, denn das Fuder ist überladen worden. Sozialpartnerschaft

«Wir wollen einen L-GAV, aber nicht um jeden Preis.»

impliziert nicht bloss Verständnis für die Anliegen der Mitarbeitenden, sondern eben auch eine Partnerschaft unter Kontrahenten. Wir wollen gute und faire Arbeitgeber sein. Dazu stehe ich, und ich weiss auch den Gesamtvorstand hinter

mir. Wir wollen einen L-GAV, aber nicht um jeden Preis. Die Gangart wird härter werden. Überrasse- nen Forderungen werden wir entschieden entgegen- treten.

Was ist bei GastroSuisse geplant? Ist mit orga- nisatorischen Änderungen zu rechnen?

Wir werden das Operative noch klarer vom Ins- titutionellen abgrenzen. Effektivität und Effizienz lassen sich noch merklich verbessern. Zurzeit überdenken wir im Vorstand die Kompetenzzu- ordnungen, ohne dabei etwas zu überstürzen.

In welchem Zustand befindet sich der Ver- band?

Wir haben keinen Grund, unser Licht unter den Scheffel zu stellen. In Sachen Berufs- und Weiter- bildung sind wir Spitze. Unsere Hotelfachschulen in Zürich und Genf sind Vorzeiginstitutionen. Unsere Pensionskasse GastroSocial weist seit Jahren eine hervorragende Performance aus. Und mit GastroConsult verfügen wir über eine leistungsfähige Treuhandstelle im Dienste unse- rer Mitglieder.

Leider werden diese Leistungsträger nur unge- nügend mit dem Verband assoziiert. In Zukunft werden wir die unternehmerische Komponente von GastroSuisse vermehrt betonen.

Kurzantworten zu Stichworten

Schweiz Tourismus

Äusserst professionelle Marketingorganisation, die aber wenig Einfluss auf das «Produkt» hat.

Gewerbeverband

Ist wichtig. Kümmert sich um branchenübergrei- fende Themen, hat keine einfache Aufgabe.

Landwirtschaft

Die Bauern brauchen unsere Unterstützung. Sie müssen aber lernen, sich dem Wettbewerb zu stellen. Beim Käse und beim Wein tun sie das be- reits – mit beachtlichem Erfolg.

Rauchverbot

Für manche Betriebe ein Riesenproblem, doch in der Bevölkerung breit akzeptiert.

Lärmschutz

Damoklesschwert über den Köpfen vieler Wirte. Bedroht bei restriktivem Vollzug die Existenz ein- zelner Betriebe. Komplexe Thematik, mit der wir uns beschäftigen müssen.

SVP

Für die KMU-Wirtschaft ein verlässlicher Partner. Klare bürgerliche Linie. Es gibt aber wichtige Fra- gen, bei denen wir anderer Meinung sind.

Lobbying

Ein Geben und Nehmen. Das Netzwerk muss be- stehen, lange bevor es in Anspruch genommen wird.

International Hotel & Restaurant Association

Interessensvertretung unserer Branche auf su- pranationaler Ebene. Manch ein Unheil beginnt seinen Lauf bei UN-Institutionen.

Basel

Eine Stadt, die sehr viel schöner ist als ihr Ruf in der Schweiz. Wirtschaftlich sehr dynamisch.

Bern

Hier spielt die politische Musik. Da werde ich mich in den nächsten Jahren sehr oft aufhalten!

Luzern

Eine starke touristische Marke, eine wunderbare Stadt mit schönem Panorama.

Zürich

Neben Genf die einzige wirkliche Metropole der Schweiz.

Berner Oberland

Meine schöne Heimat. Eine der attraktivsten Feri- enregionen der Welt.

Lieblingsgetränk

Walliser Spezialitäten, Tessiner Rotwein und ab und zu mal ein Feierabendbier.

Leibspeise

Eigentlich esse ich praktisch alles, habe aber ein Faible für die japanische Küche.

Hobbies

Gastgeber, Hotelier, Segeln und Biken.

Zur Person

Casimir Platzer ist seit 1989 in verschiedens- ten Gremien des Verbandes tätig. Zwischen 2000 und 2008 war er Präsident von GastroBern und gleichzeitig Präsident des Hotelier-Vereins Berner Oberland. 2013 wurde er zum Präside- nten der «International Hotel & Restaurant Asso- ciation» gewählt. Seit 2004 hat er Einsitz im Vor- stand von Schweiz Tourismus.

Platzer ist seit 1. Juli 2014 Präsident von Gastro- Suisse. Er besitzt und führt gemeinsam mit seiner Frau Muriel das Belle Epoque Hotel Victoria in Kandersteg, dessen Restaurant mit 13 Punkten Gault-Millau bewertet wird.



Bild: Andrea Badrutt

Casimir Platzer will bei GastroSuisse operative und strategische Aufgaben noch klarer trennen.

Nur die Einkaufsfreiheit führt zu Wettbewerbspreisen

KMU-Komitee fordert faire Importpreise

Nachdem der Ständerat im Juni beschlossen hat, an der Revision des Kartellgesetzes festzuhalten, beschäftigen sich nun der Nationalrat und zunächst dessen Wirtschaftskommission mit diesem Geschäft. Nun hat sich ein «KMU-Komitee für faire Importpreise» gebildet, das ungerechtfertigte «Schweiz-Zuschläge» bekämpft.

Das Komitee, dem Unternehmens- und Verbandsvertreter aus verschiedenen Branchen und Landesteilen angehören, bemängelt eine klaffende Lücke im Kartellgesetz. In der Praxis sei es oft nicht möglich, Abreden oder Marktbeherrschung zu beweisen.

«Es braucht eine Regelung, die die Wettbewerbskommission zwingt, in wesentlich mehr Fällen als heute von einer Marktbeherrschung auszugehen und entsprechende Tatbestände zu unterbinden», heisst es auf der Website faire-importpreise.ch.

«Es braucht eine Regelung, die die Weko zwingt, in wesentlich mehr Fällen als heute von einer Marktbeherrschung auszugehen.»

Schweizer KMU sollen das Recht erhalten, Produkte, auf die sie wegen starker Kundennachfrage oder eines früheren Kaufentscheids angewiesen sind, wenn nötig im Ausland zu den dort von den Anbietern selbst festgelegten Original-Preisen und -Bedingungen zu beziehen. Dadurch würden im Inland produzierende Unternehmen wettbewerbsfähiger und die Preise in der Schweiz würden sinken, wodurch für die Konsumenten der Anreiz zum grassierenden Einkaufstourismus entfiel.

«In der globalisierten Wirtschaft ist eine solche Möglichkeit unabdingbar. Erhalten wir sie nicht, werden immer mehr Betriebe ihre Produktion ins Ausland verlagern oder eingehen», so Maurus Ebnetter, Sprecher des Komitees. Die Zahlen zeigten, dass blosse Sprüche wie «Ich kaufe in der Schweiz ein» nicht helfen.

Natürlich sei auch der Abbau staatlicher Hürden wichtig, aber das nütze wenig, solange die Konzerne im Ausland Nachfragern aus der Schweiz gar keine Waren verkaufen und so ihr Vertriebssystem vor Wettbewerb schützen. «Leider funktionieren Parallelimporte überall dort nicht, wo die Hersteller den ganzen Vertrieb selbst in der Hand behalten oder den Graumarkt klein halten und dadurch insbesondere KMU und auch den Handel zwingen, ihre Produkte in der Schweiz zum diktierten Preis abzunehmen», schreibt das Komitee.

«Wir verstehen, dass manche Produkte in der Schweiz mehr kosten als im benachbarten Ausland. Oft kann jedoch ein guter Teil des Mehrpreises nicht mit den höheren Kosten hierzulande erklärt werden. Internationale Konzerne schöpfen die Kaufkraft gezielt ab und halten die Preise bei uns künstlich hoch», findet das Komitee.

Erlaube man den Anbietern, ihre Preise zu differenzieren, so brauche die Nachfrageseite die Frei-

heit, dort einzukaufen, wo es wirtschaftlich Sinn ergibt. Nur so könnten die Vertriebssysteme der Konzerne in der Schweiz unter Druck gesetzt werden und Wettbewerbspreise entstehen – wie dies die Verfassung will (Art. 94 Abs. 4 BV).

Das Komitee hofft, dass der Nationalrat auf die Kartellgesetzrevision eintritt und – im Sinn des

Kompromissvorschlags zu dem vom Ständerat beschlossenen Art. 7a – die bereits geltenden Bestimmungen gegen missbräuchliches Verhalten marktmächtiger Unternehmen in Art. 4 Abs. 2 und Art. 7 KG so präzisiert, dass diese von der Wettbewerbskommission angewendet werden müssen.

www.faire-importpreise.ch

Mitglieder des Komitees



Hans Altherr *Inhaber Weiss AG, Walzenhausen, Ständerat FDP*

Peter Bodenmann *Hotelier in Brig, alt Nationalrat SP*

Maurus Ebnetter *Delegierter des Vorstands, Wirtverband Basel-Stadt*

Fredy Fuchs *Direktor, UTAG Treuhand AG, Kriens*

Albert Grünenfelder *VR-Präsident, GK Grünenfelder AG, Kriessern*

Dr. Thomas Gsponer *Direktor, Viscom*

Remo Jenny *Präsident SwissDrink, Regensdorf*

Michel Jüstrich *CEO Nahrin AG, Sarnen und Similasan AG, Jonen*

Piero Nachira *Geschäftsführer, Budget Club AG, Basel*

Casimir Platzer *Präsident GastroSuisse*

Marco Riedener *Inhaber Rima Innenausbau GmbH, Rorschacherberg*

Pascal Vandenberghe *VR-Präsident, Payot SA, Lausanne*

Patrick Vogler *CFO, Grand Resort Bad Ragaz AG*

So schaden ungerechtfertigte «Schweiz-Zuschläge» dem Wirtschaftsstandort

Die untenstehende Aufzählung von schädlichen Preisdifferenzierungen ist bei weitem nicht vollständig und könnte problemlos verlängert werden: Der Handwerker kauft seine Bohrmaschine zu teuer ein, der Kioskbetreiber seine ausländischen Zeitschriften, der Hotelier sein Ersatzgeschirr. Die ungerechtfertigten «Schweiz-Zuschläge» müssen verschwinden, damit die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Unternehmen steigt. Das sichert und schafft Arbeitsplätze!

1) Markenkleider

Schweizer Textil-Einzelhändler werden gezwungen, die von ihren Kunden nachgefragten Markenkleider bei den hiesigen Niederlassungen der Modekonzerne übersteuert zu beziehen. Es wird ihnen erschwert oder gar verunmöglicht, sich im Ausland zu den dort üblichen Bedingungen einzudecken. Eine einzelne Modemarke ist nicht im kartellgesetzlichen Sinne marktbeherrschend. Weil aber alle führenden Modelabel möglichst viel aus dem Schweizer Markt pressen wollen, treiben sie stillschweigend ein abgestimmtes Spiel. Derweil decken sich Herr und Frau Schweizer zunehmend im Ausland ein.

2) Druckereien

Immer mehr Schweizer lassen ihre Drucksachen im Ausland herstellen. Das Nachsehen haben die heimischen Druckereien. Versuchen sich diese im Ausland mit günstigem Papier, mit Druckmaschinen oder Druckplatten einzudecken, werden sie auf die Schweizer Niederlassungen der Hersteller verwiesen, die absurd hohe Preise verlangen. Wie soll es ihnen gelingen, konkurrenzfähig zu sein?

3) Fahrzeugbau

Fahrzeugbauer in der Schweiz können zahlreiche Teile, auf die sie wegen Kundenwünschen ange-

wiesen sind, nicht dort einkaufen, wo sie wollen. Weil sie für Bremsen, Anhängerkupplungen, Achsen, Pneus oder Blachen viel mehr bezahlen als ihre Konkurrenten im Ausland, sind sie schlicht nicht mehr wettbewerbsfähig. Die Kunden der Fahrzeugbauer decken sich zunehmend im Ausland ein.

4) Markengetränke

Möchten sich Getränkegrosshändler im Ausland mit Markengetränken eindecken, um sie in der Schweiz zu vertreiben, werden sie von den ausländischen Abfüllern nicht beliefert. Eine Offerte erhalten sie höchstens, wenn sie massiv Druck aufsetzen. Missbräuchliche Rabattsysteme zwingen Parallelimporteure faktisch, auf dem engen Graumarkt oder über Zwischenhändler einzukaufen, deren Marge sie ebenfalls finanzieren müssen. Wirte und Hoteliers, die Kunden der Getränkehändler, kaufen übersteuert ein, während ihre Gäste öfters über die Grenze fahren resp. weniger Touristen in die Schweiz kommen.

5) Spielzeug

Spielzeuggeschäfte und Detailhändler in der Schweiz beziehen Markenspielzeug für höhere Preise, als diese im benachbarten Ausland über den Ladentisch gehen. Wegen der Kundennachfrage sind sie aber auf die Produkte angewiesen. Da sie zu teuer sind, wandern die Kunden ins Ausland ab, von wo sie innerhalb grosszügiger Freigrenze direkt importieren können. Den Händler bleibt nur die Wahl, die Produkte in der Schweiz zu beziehen – von einem Vertriebssystem, das entweder ineffizient ist oder gezielt Kaufkraft abschöpft.

6) Körperpflegeprodukte

Frappante Preisunterschiede gibt es auch bei Körperpflegeprodukten. Der «Diamond Gloss

Styling Spray» von Nivea kostet für Endkunden in Deutschland umgerechnet CHF 2.84, während Schweizer Detailhändler im Einkauf CHF 3.30 bezahlen! Das Produkt wird dann hierzulande für gut fünf Franken verkauft. Für eine 300ml-Dose «Elnett Haarspray» von L'Oréal bezahlen Kunden in Deutschland CHF 3.05. Demgegenüber liegt der Einstandspreis für Händler in der Schweiz bei 5.42.

7) Labormaterial

Schweizer Universitäten und Spitäler müssen Labormaterialien bei den hiesigen Niederlassungen der Hersteller zu Preisen einkaufen, die einen «Schweiz-Zuschlag» enthalten. Weil beispielsweise wegen der Konstanz von Forschungsergebnissen Mikroskope eines Herstellers nicht durch diejenigen eines anderen ersetzt werden können, sind die Laboratorien auf eine Belieferung angewiesen. Die höheren Kosten tragen die Steuerzahler.

8) Software

Beinahe schon legendär sind Preise von Software-Updates. Nachfrager aus der Schweiz erhalten automatisch einen anderen Preis. Besonders tragisch ist das, wenn sie wegen eines früheren Systemscheids auf Updates angewiesen sind und deshalb nicht ausweichen können. Schweizern bleibt meist nichts anderes übrig, als zähneknirschend die hohen Preise zu bezahlen. Betroffen sind sowohl Endverbraucher als auch Firmen und die öffentliche Hand.



Bild: Beiersdorf AG

Schweizer Detailhändler beziehen Markenprodukte oft für höhere Preise, als diese im benachbarten Ausland über den Ladentisch gehen.

Arbeiten am Tisch

Um die Kunst des Servierens geht es im Buch «Arbeiten am Tisch», das in der Edition *gastronomique*, dem Fachverlag von *GastroSuisse*, erschienen ist.

Das Buch enthält 70 Arbeitsanleitungen für die klassischen Arbeiten am Tisch. Dazu gehören das Filetieren von Fisch, das Tranchieren von Fleisch, das Schälen, Tranchieren und Filetieren von Früchten, das Flambieren, das Öffnen und Dekantieren von Weinen und die Zubereitung von Cocktails. Die Arbeiten werden Schritt für Schritt anhand zahlreicher Bilder erklärt.

«Das Flambieren ist weitgehend aus dem Servicerepertoire verschwunden.»

Hinter dem Buch steht die Idee, die klassischen Arbeitsabläufe vor dem Vergessen zu bewahren. Es macht sowohl dem Profi als auch dem interessierten Laien ein umfangreiches Wissen zugänglich und regt zum Ausprobieren und Üben an.

Im Restaurant werden Fisch und Fleisch heute nur noch selten im Ganzen zubereitet aufgetragen. Auch das Zubereiten von Cocktails oder das Flambieren ist weitgehend aus dem Servicerepertoire verschwunden, nicht zuletzt, weil sich der Teller-service Ende des 20. Jahrhunderts flächendeckend durchgesetzt hat.

Infolgedessen gibt es für Restaurationsfachleute fast keine Möglichkeiten mehr, in der Praxis zu üben und Erfahrungen zu sammeln, um die notwendigen Fingerfertigkeiten zu entwickeln. Dies führt dazu, dass das Wissen nicht mehr benötigt

wird und nach und nach aus den Lerninhalten und der Servicekultur verschwindet.

Arbeiten am Tisch

Die hohe Kunst des Flambierens, Tranchierens, Filetierens und Servierens
279 Seiten / ISBN 978-3-905834-27-7
CHF 69 für Nicht-Mitglieder
CHF 49 für GastroSuisse-Mitglieder
Telefon 044 377 52 27
www.gastrobuch.ch



Kantonsfusion ist eine Chance

Der Gewerbeverband Basel-Stadt hat die Einstellung der regionalen KMU-Wirtschaft zur Kantonsfusion untersucht. Er kommt zum Schluss, dass die Chancen eines Zusammengehens der beiden Basel die Risiken überwiegen. Jedoch müsste der Fusionsprozess straff vollzogen und der Staatsaufbau des künftigen Kantons Basel schlank gehalten werden. Die Befragung zeigte deutliche regionale Unterschiede: Während sich die Mehrheit der Gewerbebetriebe in der Stadt und der Agglomeration vom Zusammengehen der Halbkantone weniger Regulierung, bessere öffentliche Leistungen und eine gewerbefreundlichere Politik erhoffen, sind im Oberbaselbiet Ängste auszumachen.

Detailhandel stagniert

Der Schweizer Detailhandel hat das Jahr 2013 mit einem leichten Plus von 0.3 Prozent abgeschlossen. Das Umsatzwachstum blieb damit wie in den letzten sechs Jahren deutlich hinter der Bevölkerungsentwicklung zurück. Einkäufe im Ausland und im Internet setzen der Branche zu. Zu den wenigen Gewinnern gehören Landi, Aldi und Lidl. Preiskämpfe und Rabattschlachten zeigen die Nervosität einzelner Händler. Doch je mehr über den Preis geredet wird, umso preissensibler werden die Konsumenten.

Die Basler Gastronomie auf einen Klick!



www.basel-restaurants.ch

1 Jahr Marcus Isler. 50 Jahre CCA Angehrn.

«Bei CCA Angehrn ist Mitarbeiter-Wertschätzung kein Fremdwort!»

Vor einem Jahr wurde in Pratteln die Stelle als CCA-Marktleiter frei und Marcus Isler ergriff die Chance: Zwar war die Welt des Engroshandels neu für ihn, aus seinen früheren Tätigkeiten kannte er aber bereits einige Kunden. Er freut sich sehr, dass Pratteln umsatzmässig auf Kurs ist: «Wir sind der jüngste Markt und haben zahlreiche Mitbewerber in nächster Umgebung. Vor diesem Hintergrund ist die positive Entwicklung nicht selbstverständlich.» Er weiss, wem er das kontinuierliche Wachstum zu

verdanken hat: «Einerseits dem Sortiment – bei dem insbesondere der Bereich Nonfood von unseren Kunden gelobt wird. Dann aber auch der Hilfsbereitschaft und Kompetenz der Mitarbeitenden. Diese wird von unseren Kunden sehr geschätzt.» Marcus Isler ist stolz auf sein Team. Sein Wunsch zum Jubiläum von CCA Angehrn: Er möchte möglichst lange ein Teil der CCA-Familie bleiben – und die Zukunft mitgestalten. «Unser Marktumfeld verändert sich, da müssen wir mithalten oder sogar vorausgehen.»



Marcus Isler, CCA-Marktleiter Pratteln



Lesen Sie die ganze Geschichte auf www.cca-angehrn.ch/Geschichten



EIN GESCHÄFTSBEREICH VON **SAVIVA**
Swiss Food Services



Dr Willi fragt:

Hey, Hörmi, ich habe gehört, dass sich oft erst nach einem Autounfall zeige, wer der Halter eines Motorfahrzeuges ist. Der Eintrag im Fahrzeugausweis solle gar nicht allein ausschlaggebend sein? Meine Kumpels fahren mit einem geliehenen Cabrio nach Italien und was dann, wenn dort etwas passiert? Hast Du hierzu schon einmal etwas gehört?

Dr Hörmi maint:

Ja klar! In der Fachpresse sind Artikel hierzu publiziert worden. Nebst anderen Punkten (Verantwortlichkeit, Steuern etc.) entscheidet die Haltereigenschaft auch darüber, ob der Motorfahrzeug-Haftpflichtversicherer bei Verletzungen oder Tod eines Insassen leistungspflichtig ist.

Nach dem Strassenverkehrsgesetz ist Halter, auf dessen Rechnung und Gefahr der Betrieb des Autos erfolgt, wer die tatsächliche, unmittelbare Verfügungsgewalt besitzt und den unmittelbaren Nutzen aus dem Betrieb hat. In aller Regel verneinen Gerichte die Haltereigenschaft im Zweifelsfalle, wenn eine solche dazu führen würde, dass eine geschädigte Person keinen Anspruch gegen die Motorfahrzeug-Haftpflichtversicherung hätte.

Auch bei Firmenautos ist, laut Bundesgericht, zu sehen, ob der Arbeitgeber oder der Arbeitnehmer die unmittelbare Nutzung und freie Verfügung über das Fahrzeug hat. Für Mietfahrzeuge ist der Einzelfall zu beurteilen: Das Bundesgericht habe einmal für die Haltereigenschaft des Autovermieters entschieden, weil dieser damit Geld verdiene, aber bei langfristiger Miete (bis zu 30 Tagen) könne es schon einmal zu einem Halterwechsel kommen.

Bei Leasingfahrzeugen gilt bis anhin der Leasingnehmer als Halter. Kleines Beispiel: Der Motorfahrzeug-Haftpflichtversicherer verweigerte einer bei einem Selbstunfall mit dem Auto ihres Mannes schwer verletzten Frau Leistungen. Begründung:

Sie sei Mithalterin des Fahrzeuges, dieses werde von der ganzen Familie genutzt. Das Bundesgericht schützte diese Argumentation nicht. Der Ehemann setzte das Fahrzeug regelmässig für seine Arbeitswegfahrten und für seinen Pikettdienst bei der Feuerwehr ein, die Ehefrau konnte das Fahrzeug nur gebrauchen, wenn es nicht vom Mann benötigt wurde.

Und noch ein paar spezielle Anmerkungen zu den Auslandsfahrten: Schaut, dass am Auto ein «CH-Kleber» ist. Nach internationalem Recht (Wiener Abkommen) müssen im Ausland verkehrende Autos ein Landeskennzeichen haben. Erkundigt Euch, ob Vorschriften betreffend Tagfahrlicht bestehen – in Italien beispielsweise immer ausserorts und auf Autobahnen etc. und beachtet die Tempolimiten und Promillegrenzen!

Und für Italien ganz neu und speziell: Es besteht vom 15. Mai bis 14. Oktober ein Winterreifenverbot, welches auch Ganzjahresreifen (M+S) betrifft. Prüft das Auto bei Übernahme, es drohen ansonsten empfindliche Bussen, bis knapp € 1700, oder gar die Beschlagnahme des Fahrzeuges. Schöne Ferien!

Und wo leen Si versichere?

Jo dängg iber d'CBA!

CBA Partner Versicherungsbroker AG

Dornacherstrasse 230

4018 Basel

Telefon 061 337 17 17

gastro@cba-broker.ch

www.cba-broker.ch

© 2014 CBA Partner Versicherungsbroker AG

Disclaimer: Es handelt sich beim vorstehenden Text um eine freie Meinung, woraus keine rechtlichen Ansprüche abgeleitet werden können. Alleinig verbindlich sind die jeweiligen Versicherungsverträge und Bedingungen, Angaben in den Anträgen und so weiter.

Mehr Infos zu diesen Angeboten finden Sie auch unter:
www.baizer.ch/versicherungen

**Krankentaggeld- und Unfallversicherungen:
Sparen Sie jetzt ab sofort Tausende von Franken!**

**Fordern Sie einen unverbindlichen Prämienvergleich an.
Kurzes Mail an gastro@cba-broker.ch genügt.**

CBA PARTNER

Versicherungsbroker AG

Offizieller Versicherungspartner des Wirtverbandes Basel-Stadt

Mehr Informationen:

www.baizer.ch/versicherungen

CBA Partner Versicherungsbroker AG
Dornacherstrasse 230
CH-4018 Basel

Telefon 061 337 17 17 • Fax 061 337 17 18
gastro@cba-broker.ch
www.cba-broker.ch



Mit einem **JA** zur Volksinitiative sorgen Sie dafür, dass

- ✓ das Gastgewerbe als viertgrösster Wirtschaftszweig unseres Landes mit **210 000 Arbeitsplätzen** und über **9000 Lehrlingen** pro Jahr gestärkt wird;
- ✓ unser Steuersystem einfacher wird und damit **weniger Bürokratie** und Kosten entstehen;
- ✓ die Diskriminierung des Gastgewerbes und der täglich **2,5 Millionen Gäste** des Gastgewerbes beendet wird.

Mehr Infos unter www.schluss-mwst-diskriminierung.ch

Machen Sie bei unserem grossen Gastro-Gewinnspiel mit!

Jede Woche werden fünf Restaurantgutscheine im Wert von je 100 Franken verlost. Als Hauptgewinn winkt ein Wellnesswochenende im Wert von 2500 Franken. Jetzt mitmachen auf

www.dankegastro.ch

So beenden Sie am **28. September** die **Bratwurst-Diskriminierung** in der Schweiz:



www.schluss-mwst-diskriminierung.ch



Bratwurst-Diskriminierung stoppen!

Am 28. September:

JA

zur Volksinitiative «Schluss mit der Mehrwertsteuer-Diskriminierung des Gastgewerbes!»

Finden Sie das auch ungerecht?

Seit 1995 muss der Gast hierzulande auf alle Speisen und alkoholfreien Getränke, die er im Gastgewerbe konsumiert, 8% Mehrwertsteuer (MwSt) zahlen.

Auf Speisen und Lebensmittel in Take-Away-Betrieben oder im Detailhandel jedoch nur 2,5% MwSt. Also dreimal weniger.

Die Folgen dieser Ungerechtigkeit:

- ▶ Eine Bratwurst wird an einem Ort mit 2,5%, an einem anderen mit 8% besteuert.
- ▶ Für ein Kaviarbrötchen in St. Moritz muss am «Cüpli-Stand» nur 2,5% MwSt bezahlt werden, für das Mittagsmenü eines Arbeiters jedoch 8% MwSt!
- ▶ Ein Mittagsteller (ohne Getränk) kostet im Durchschnitt 20 Franken. Ein Arbeiter oder Angestellter muss somit im Restaurant 1.50 Franken MwSt bezahlen. Bei fünf Arbeitstagen die Woche macht das 7.50 Franken MwSt. Im Monat sind das bereits 30 Franken! Der Take-Away-Kunde zahlt hingegen nur 10 Franken.
- ▶ Unter dieser Ungerechtigkeit leiden täglich rund 2,5 Millionen Gäste, die sich im Gastgewerbe verpflegen!



Behauptet wird ... Richtig ist ...

... bei einem JA zur Volksinitiative würde der Bund Steuerausfälle von bis zu 700 Millionen Franken erleiden!

... die Volksinitiative will einzig und allein die Diskriminierung bei der Mehrwertsteuer beseitigen. Der Bund legt den neuen, einheitlichen Steuersatz fest. Er kann dies so tun, dass für die Bundeskasse keine Steuerausfälle entstehen!

... bei der Volksinitiative handle es sich um eine Sonderlösung für das Gastgewerbe!

... nirgendwo sonst werden gleiche Produkte unterschiedlich besteuert. Es kommt ja auch niemand auf die Idee, den Kauf von Kleidern im Internet anders zu besteuern als den Kauf von Kleidern im bedienten Geschäft!

... die Volksinitiative nutze nur den Wirten!

... unter der Mehrwertsteuer-Diskriminierung leiden alle 2,5 Millionen Gäste, die sich täglich im Gastgewerbe verpflegen, denn sie müssen mehr Mehrwertsteuer als in Take-Away-Betrieben zahlen!

... es sei richtig, dass im Gastgewerbe mehr MwSt bezahlt werden muss. Es werde ja auch mehr geboten als im Take-Away!

... das Gastgewerbe bildet im Jahr über 9000 Lehrlinge aus, ist für viele Menschen ein sozialer Anlaufpunkt und ist eine der besten Visitenkarten für den Tourismusstandort Schweiz – im Gegensatz zu Take-Away-Betrieben. Und dafür sollen das Gastgewerbe und seine Gäste mit einer höheren MwSt bestraft werden?

Darum am 28. September: **JA** zur Volksinitiative
«Schluss mit der Mehrwertsteuer-Diskriminierung des Gastgewerbes»



**Schluss mit der gastronomie-
feindlichen 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