



## Jahresbericht 2012



Eine Kantonalsektion von

**GASTRO**  **SUISSE**

Gedanken des Präsidenten	3
Portrait	4
Adressen	5
Unsere Dienstleistungen	6
Öffentlichkeitsarbeit	7
Internet	8
Finanzen	9
Stiftung Sterbekasse	11
Revisionsberichte	12
Verband	13
Ombudsstelle	14
Familienausgleichskasse	15
Ausgleichskasse GastroSocial	16
Berufliche Vorsorge GastroSocial	17
Sozialversicherungen auf einen Blick	18
Landes-Gesamtarbeitsvertrag	19
Berufsbildung	20
Weiterbildung	22
Lärmschutz	23
Verkehrspolitik	24
Stadtentwicklung	25
Nichtraucherschutz	26
Lebensmittelrecht / Alkoholgesetz	28
Mehrwertsteuer	29
Agrarpolitik	30
Kartelle	31
Das Schweizer Gastgewerbe	35
Das Basler Gastgewerbe	36
Hotellerie	38
Tourismus	40
Schlussbemerkungen	43

## Impressum

### Herausgeber

Wirtverband Basel-Stadt  
www.baizer.ch

### Gestaltung

Grafik Alex Walder  
www.g-a-w.ch

### Redaktion

Maurus Ebnetter • ebnetter@baizer.ch  
Dr. Alex Hediger • info@baizer.ch

### Druck

Kurt Fankhauser AG  
www.fankhauserdruck.ch

Liebe Mitglieder  
Liebe Kolleginnen und Kollegen  
Liebe Leser

**B**etreiber von gastgewerblichen Betrieben müssen – wie andere Unternehmer auch – ihre Hausaufgaben erledigen, um auf den regionalen und internationalen Märkten wettbewerbsfähig zu bleiben. Verhängnisvoll ist es, dass uns das aus eigener Kraft oft kaum mehr gelingt. Die einzelnen Wirte sind gefordert, aber auch unser Verband!

Wir verlangen keine Subventionen. Nichts liegt uns ferner, als am Tropf der öffentlichen Haushalte zu hängen. Um wirtschaftlich erfolgreich zu sein, brauchen wir einzig KMU-freundliche Rahmenbedingungen und einen fairen Markt. Es braucht die Schleifung der Hochpreisinsel und eine Öffnung der Agrarmärkte – sonst haben wir im internationalen Wettbewerb einen schweren Stand.

**«Wir brauchen die Freiheit, dort einzukaufen, wo es für uns wirtschaftlich Sinn ergibt.»**

Es ist in Ordnung, dass unsere Bauern unterstützt werden, doch auch sie haben sich am Markt zu orientieren, und die Subventionierung hat transparent zu erfolgen. Es geht nicht an, dass die Konsumenten und das Gastgewerbe die Landwirtschaft jährlich mit Milliardenbeträgen verdeckt subventionieren.

Für Produkte, die nicht durch Schutzzölle verteuert werden, aber dennoch oft doppelt so viel kosten wie in Deutschland oder Frankreich, brauchen wir ebenfalls die Freiheit, dort einzukaufen, wo es für uns wirtschaftlich Sinn ergibt. Natürlich berücksichtigen wir gerne Schweizer Lieferanten, aber nur dann, wenn hier Wettbewerbspreise zustande kommen. Solange Oligopole und Kartelle fette Renten abschöpfen, braucht es mehr Parallelimporte. Nur dann bricht der Markt endlich auf!

Unsere Kantonalsektion engagiert sich mit viel Engagement auch für Anliegen, die eher auf Bundesebene angesiedelt sind. Selbstverständlich tun wir dies in enger Zusammenarbeit mit dem Dachverband GastroSuisse, dessen Vorstand ich neuerdings angehöre. Durch unsere Aktivitäten sind wir Basler innerhalb der Verbandsfamilie so etwas wie das Kompetenzzentrum für den Getränkemarkt geworden. Auch zu anderen Themen bringen wir uns beim nationalen Verband ein: So gingen die Schaffung des Politfonds und die eidgenössische Volksinitiative «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes!» auf Vorschläge unserer Sektion zurück.

Die Entwicklungen in Basel halten uns ebenfalls auf Trab. Unser Jahresbericht zeigt einen Querschnitt der vielfältigen Themen, die uns beschäftigen – von der Stadtentwicklung über die Verkehrspolitik bis zum Lärmschutz und zum Rauchverbot. Trotz aller politischen Herausforderungen vergessen wir unser zweites Kerngeschäft nicht: die Berufs- und Weiterbildung. Hier leisten wir in Zusammenarbeit mit anderen Verbänden einen grossen Beitrag, den Berufsnachwuchs sicherzustellen.



Josef Schüpfer  
Präsident Wirtverband Basel-Stadt

**D**er Wirtverband Basel-Stadt wurde 1881 gegründet und ist mit über 500 Mitgliedern die grösste einzelne Arbeitgeberorganisation des Kantons. Wir verteidigen und fördern die ideellen und wirtschaftlichen Interessen unseres Berufsstands.

Wir sind eine Kantonalsektion von GastroSuisse, der führenden nationalen Organisation für Restauration und Hotellerie mit 20'000 Mitgliedern.



**Josef Schüpfer**  
Präsident  
gewählt bis 2015



**Raphael Wyniger**  
Beisitzer  
gewählt bis 2014



**André Zimmerli**  
Vizepräsident  
gewählt bis 2015



**Dr. Alex Hediger**  
Geschäftsführer



**Maurus Ebnetter**  
Delegierter des Vorstands  
gewählt bis 2014



**Guido Schmidt**  
Finanzen  
gewählt bis 2013



**Hans-Peter Fontana**  
Beisitzer  
gewählt bis 2014

## **Geschäftsstelle**

Dr. Alex Hediger  
Freie Strasse 82  
4010 Basel  
Telefon 061 271 30 10  
Fax 061 278 94 90  
info@baizer.ch

## **Präsident**

Josef Schüpfer  
Hotel Restaurant Stadthof  
Gerbergasse 84  
4001 Basel  
Telefon 061 261 87 11  
Fax 061 261 25 84  
praesident@baizer.ch

## **Delegierter des Vorstands**

Maurus Ebner  
Hasenrain 96  
4102 Binningen  
Telefon 061 421 34 93  
Fax 061 423 85 14  
ebner@baizer.ch

## **Dachverband**

GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20  
8046 Zürich  
Telefon 0848 377 111  
Fax 0848 377 112  
info@gastrosuisse.ch

## **Ausgleichskasse / Berufliche Vorsorge**

GastroSocial  
Postfach  
5001 Aarau  
Telefon 062 837 71 71  
Fax 062 837 72 97  
info@gastrosocial.ch

## **Sozialberatung für Mitarbeiter Leistungsabklärungen**

ABS Betreuungsservice AG  
Petra Espenschied  
Hertnerstrasse 1  
4133 Pratteln 1  
Telefon 062 297 12 33  
Fax 062 297 12 37  
espenschied@betreuungsservice.ch

## **Kostenloser Rechtsdienst für Mitglieder**

Fragen betreffend Mietrecht, Arbeitsrecht und LGAV

Montag bis Donnerstag  
9.30 bis 11.30 Uhr / 14 bis 16 Uhr  
Nur mündliche Auskünfte,  
maximal 15 Minuten.  
Geben Sie Ihre Mitgliedernummer und  
Ihre eigene Telefonnummer an.

Rechtsdienst GastroSuisse  
Blumenfeldstrasse 20  
8046 Zürich  
Telefon 0848 377 111  
rechtsdienst@gastrosuisse.ch  
oder Dr. Alex Hediger (siehe oben)

## Interessensvertretung

---

- Regelmässiger Kontakt mit Regierungsstellen und Behörden
- Information von Entscheidungsträgern
- Einsitz in diversen Gremien

## Öffentlichkeitsarbeit

---

- Systematische Beziehungspflege und Medienarbeit
- Infomagazin für Mitglieder und Meinungsbildner
- Ombudsstelle (Vermittlung zwischen Gast und Gastgeber)
- Umfangreiche Internet-Präsenz
- Elektronischer Newsletter

## Auskunftsdienst

---

- Aktuelle Brancheninformationen aus erster Hand
- Studien und Statistiken
- Kostenlose Rechtsauskünfte

## Versicherungen (www.baizer.ch/versicherungen)

---

- Krankentaggeld- und Unfallversicherungen: Einsparungen dank Rahmenvertrag
- Sozialversicherungen GastroSocial: Finanzielle Vorteile und minimale Administration
- BAV Gastrosocial – für die Branche massgeschneidert
- Familienausgleichskasse mit günstigen Konditionen

## Vergünstigungen

---

- Günstige Getränke ([www.baizer.ch/import](http://www.baizer.ch/import))
- Gratis GastroProfessional im Wert CHF 300
- Gratis-Abo der Wochenzeitung GastroJournal
- 10% Anzeigenrabatt im GastroJournal
- Rabatt auf Produkten unseres Fachverlags
- 10% Ermässigung der Suisa-Gebühren
- Bis zu 30% auf Bildungsangeboten
- Ermässigte Tarife in den GastroSuisse-Fachschulen
- Tiefere Kreditkartenkommissionen
- Vergünstigte Kreditkartenterminals
- Ermässigung beim Kauf von Peugeot-Neuwagen
- Günstiger tanken und Heizöl einkaufen
- Rabatte auf Tankrevisionen und Büromaterial

## Sozialdienst / Leistungsabklärungen

---

- Sozialdienst für Mitarbeiter
- Abklärungen bei Verdacht auf missbräuchlichen Bezug von Versicherungsleistungen
- mehr Informationen auf [www.betreuungsservice.ch](http://www.betreuungsservice.ch)



Mit allen Gruppen, die für uns von Belang sind, kommunizieren wir regelmässig und oft mit massgeschneiderten Botschaften. Die Kommunikation, auch diejenigen nach innen, geniesst bei uns hohe Priorität.

## Medienarbeit

Im Jahr 2012 bearbeiteten wir 160 Medienanfragen (Vorjahr 151). Die Regelmässigkeit der Anfragen beweist, dass wir nicht nur in der Öffentlichkeit, sondern auch bei den Medien als Branchenvertreter und politische Kraft wahrgenommen werden.

## Auskunftsdienst

Wir beantworten regelmässig Anfragen von Studenten und Schülern, die Arbeiten über gastgewerbliche Themen durchführen. Auch kommt es immer wieder zu Anfragen von Gästen, welche wir in der Regel in allgemeiner Form beantworten.

## Lobbying

Der Zugang zu Meinungsbildnern und Entscheidungsträgern ist gut. 2012 fanden sehr viele formelle und informelle Kontakte statt, vor allem mit Grossräten, Chefbeamten und eidgenössischen Parlamentariern. Wir unterstützten fünf Kantonalparteien beim Wahlkampf.

## Sponsoring

Wir unterstützten wiederum das Fasnachts-Comité und die Veranstaltung «offizielles Prysdrumme und Pryspipe». Weiter wurde auch ein Inserat im offiziellen Fasnachtsführer «Rädäbäng» geschaltet.

## Verbandsmagazin

Im Berichtsjahr erschienen sechs Normalausgaben des Verbandsmagazins «à la bâloise». Die Zeitschrift hat eine Auflage von 1700 und wird nicht nur den Mitgliedern, sondern auch Meinungsbildnern aus Medien, Politik, Verwaltung und Verbänden zugestellt. Die Resonanz, die wir auf unser Magazin erhalten, ist erfreulich.

Das Magazin wird ergänzt durch unsere umfangreiche Webpräsenz (siehe folgende Seite), durch den RSS-Feed auf baizer.ch und durch einen elektronischen Newsletter, der fast wöchentlich an über 750 Empfänger geht.



## www.baizer.ch

Unsere Verbands-Website ist auch ein Online-Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus. Im Archiv befinden sich über 3000 Artikel. Allein 2012 sind 626 Beiträge (Vorjahr 574) hinzugekommen. Die Zahl der Seitenaufrufe konnte erneut gesteigert werden. Google News wertet baizer.ch als eine von 800 Nachrichtenquellen im deutschsprachigen Raum aus. Fast wöchentlich sorgt ein elektronischer Newsletter dafür, dass das Interesse an unserer Internet-Präsenz hoch bleibt.

## www.basel-restaurants.ch

Das Gastronomieverzeichnis basel-restaurants.ch verzeichnete etwas weniger Besucher als im Vorjahr. Deutsche und englische Detailinträge von rund 750 Betrieben können nach geographischen Zonen, nach Suchkategorien, nach Ortschaft, mit freien Suchbegriffen und mit einer Spezialsuche gefunden werden. Mit unseren Daten beliefern wir zudem die Portale mybasel.ch und biovalley.ch sowie die Stadtkarten-Applikation des Vermessungsamts.

## www.gastro-express.ch

Unser Online-Marktplatz konnte seine Marktstellung festigen. Auf keiner anderen Plattform finden sich so viele aktuelle Stellenangebote für das Hotel- und Gastgewerbe in der Schweiz. Im Frühling 2012 führten wir eine kleine Gebühr für Stellenangebote ein. Anzeigen für gastgewerbliche Immobilien und Gebrauchsgüter sowie Stellengesuche sind nach wie vor kostenfrei.

Die Site hat mehrere Tausend registrierte Members und verzeichnet pro Tag über 4000 Besucher. Je nach Jahreszeit sind 700 bis 1000 aktuelle Stellen ausgeschrieben. Seit letztem Sommer ist GastroJournal, die führende Branchen-

zeitung, offizieller Partner unserer Online-Jobbörse. Die aktuellen Stellenangebote werden auch auf gastrojournal.ch eingeblendet. Durch diese Zusammenarbeit entstand der umfangreichste und gleichzeitig günstigste Kleinanzeigen-Verband für das schweizerische Hotel- und Gastgewerbe.

## Weitere Aktivitäten

Neben unseren Hauptportalen baizer.ch, basel-restaurants.ch und gastro-express.ch betreiben wir unter baslerkueche.ch eine kürzlich überarbeitete Website für die regionale Küche, ihre Geschichte und Rezepte. Die Site restaurant-express.ch hat eher Zubringerfunktion. Sie stellt eine Art nationales Dach über unserem regionalen Gastronomieverzeichnis dar. Unter ab-rampe.ch weisen wir auf Verkäufe von parallel importierten Getränken hin.

## Nützliche Links

Knowhow-Plattform für die Mitglieder  
[www.gastroprofessional.ch](http://www.gastroprofessional.ch)

GastroSuisse  
[www.gastrosuisse.ch](http://www.gastrosuisse.ch)

GastroSocial  
[www.gastrosocial.ch](http://www.gastrosocial.ch)

Gastroconsult AG  
[www.gastroconsult.ch](http://www.gastroconsult.ch)

Schweiz Direkt  
[www.schweizdirekt.ch](http://www.schweizdirekt.ch)

Hotel & Gastro formation Basel-Stadt  
[www.hotelgastro-basel.ch](http://www.hotelgastro-basel.ch)

### Besucher pro Tag

Site	2010	2011	2012	Seiten pro Tag 2012
baizer.ch	685	701	709	3300
basel-restaurants.ch	661	595	558	2788
gastro-express.ch	3089	3827	4101	34'823
<b>Total</b>	<b>4435</b>	<b>5123</b>	<b>5638</b>	<b>41'159</b>

Erfolgsrechnung in CHF	2011	Budget 2012	2012	Budget 2013
<b>Einnahmen</b>				
Mitgliederbeiträge	118'316.10	110'000	121'155.80	115'000
Dienstleistungserträge <sup>1</sup>	682'549.50	640'000	655'720.54	640'000
Diverse Vereinseinnahmen	363'934.05	170'000	221'936.90	185'000
<b>Total Einnahmen</b>	<b>1'164'799.65</b>	<b>920'000</b>	<b>998'813.24</b>	<b>940'000</b>
<b>Aufwand</b>				
Vereinsausgaben	494'978.75	250'000	197'757.15	220'000
Dienstleistungsaufwand <sup>1</sup>	377'046.90	390'000	402'123.15	400'000
Personalaufwand	103'620.00	110'000	103'620.00	110'000
Sachversicherungen und Gebühren	294.00	1'000	294.00	1'000
Verwaltung und Informatik	79'780.12	75'000	74'099.49	80'000
Werbung	43'627.35	50'000	82'562.50	80'000
Übriger Betriebsaufwand	0.00	10'000	0.00	9'000
Finanzerfolg	49'934.15	0	-84'926.41	0
<b>Total Aufwand</b>	<b>1'149'281.27</b>	<b>886'000</b>	<b>775'529.88</b>	<b>900'000</b>
<b>Gewinn vor Steuern / ao. Aufwand</b>	<b>15'518.38</b>	<b>34'000</b>	<b>223'283.36</b>	<b>40'000</b>
Ausserordentlicher Aufwand	0.00	0	0.00	0
Steuern	10'000.00	12'000	36'217.10	15'000
<b>Reingewinn</b>	<b>5'518.38</b>	<b>26'000</b>	<b>187'066.26</b>	<b>25'000</b>

<sup>1</sup> Aus- und Weiterbildung, Internet, Medien

Bilanz in CHF	31. Dezember 2011	31. Dezember 2012
<b>Aktiven</b>		
Kasse	710.35	47.85
Bank- und Postkonten	846'992.57	617'337.61
Festgelder	0.00	0.00
Debitoren	3'073.63	5'103.98
Kontokorrent Sterbekasse	40'506.60	42'442.85
Aktive Rechnungsabgrenzungen	0.00	30'000.00
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>891'283.15</b>	<b>694'932.29</b>
Aktien, Anteilscheine, Fondsanteile	788'070.52	1'039'241.92
Obligationen	642'624.21	662'158.83
Wertberichtigung Finanzanlagen	-40'000.00	0.00
Mobile Sachanlagen	1.00	1.00
<b>Anlagevermögen</b>	<b>1'390'695.73</b>	<b>1'701'401.75</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>2'281'978.88</b>	<b>2'396'334.04</b>
<b>Passiven</b>		
Kreditoren	144'932.80	68'222.20
Passive Rechnungsabgrenzungen	62'500.50	66'500.00
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>207'433.30</b>	<b>134'722.20</b>
Rückstellungen Wahlen / Veranstaltungen	70'000.00	70'000.00
Rückstellung Hilfsfonds	5'000.00	5'000.00
Rückstellung Sonderaufwand	50'000.00	50'000.00
Rückstellung Anlagefonds	125'000.00	125'000.00
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>250'000.00</b>	<b>250'000.00</b>
Vereinskapital	1'819'027.20	1'824'545.58
Gewinn	5'518.38	187'066'26
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>1'824'545.58</b>	<b>2'011'611.84</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>2'281'978.88</b>	<b>2'396'334.04</b>

Bilanz in CHF	31. Dezember 2011	31. Dezember 2012
<b>Aktiven</b>		
Flüssige Mittel	28'083.43	29'324.71
Forderungen	0.00	0.00
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>28'083.43</b>	<b>29'324.71</b>
Finanzanlagen	145'866.00	145'866.00
<b>Anlagevermögen</b>	<b>145'866.00</b>	<b>145'866.00</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>173'949.43</b>	<b>175'190.71</b>
<b>Passiven</b>		
KK Wirtverband Basel-Stadt	40'506.60	42'442.85
Passive Rechnungsabgrenzungen	1'000.00	1'000.00
<b>Fremdkapital</b>	<b>41'506.60</b>	<b>43'442.85</b>
Stiftungskapital	131'762.26	132'442.83
Erfolg	680.57	-694.97
<b>Eigenkapital</b>	<b>132.442.83</b>	<b>131'747.86</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>173'949.43</b>	<b>175'190.71</b>

Erfolgsrechnung in CHF	2011	2012
Mitgliederbeiträge	950.00	943.75
Diverse Erträge	0.00	0.00
<b>Total Einnahmen</b>	<b>950.00</b>	<b>943.75</b>
Sterbegelder	00.00	1'800.00
Diverse Unkosten	1'210.00	1'080.00
Finanzerfolg	-940.57	-1241.28
<b>Total Aufwand</b>	<b>269.43</b>	<b>1'638.72</b>
<b>Jahreserfolg</b>	<b>680.57</b>	<b>-694.97</b>

## **Bericht der Revisionsstelle zuhanden der Generalversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt**

---

**A**ls Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Wirtverbandes Basel-Stadt für das am 31. Dezember 2012 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist die Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Stans, 28. März 2013  
Contesta Revisions AG  
Siegfried Zettel  
Leitender Revisor  
Zugelassener Revisionsexperte

## **Bericht der Revisionsstelle an den Stiftungsrat der Sterbekasse des Wirtverbandes Basel-Stadt**

---

**A**ls Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Sterbekasse des Kantonalen Wirtverbandes Basel-Stadt für das am 31. Dezember 2012 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Stiftungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist die Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Stans, 22. März 2013  
Contesta Revisions AG  
Siegfried Zettel  
Leitender Revisor  
Zugelassener Revisionsexperte

## Mitgliederbewegungen

### Entwicklung des Mitgliederbestands (jeweils Ende November)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
486	479	477	481	494	506	518

In Basel-Stadt gibt es gut 900 gastgewerbliche Betriebsstätten. Über die Fluktuation gibt es keine verlässlichen Zahlen. Zwei von fünf Betreibern geben schon in den ersten Jahren auf. Ein Unternehmer bleibt durchschnittlich rund viereinhalb Jahre auf dem gleichen Betrieb.

## Ehrenmitglieder

Max König, Thomas Mosberger, Karl Schnyder, Kurt Sinsel, Hans-Heiny Spillmann, Edi Stücheli, Alex Stürchler

## Veteranen

Otto Furer, 50 Jahre, Eintritt 1962

Maurus Ebnetter, 25 Jahre, Eintritt 1988

## Totentafel

Elsbeth Vallazza

## Generalversammlung

Die 131. ordentliche Generalversammlung fand am 15. Mai 2012 im Restaurant Safran-Zunft statt.

## Befreundete Organisationen

Im Berichtsjahr fanden zahlreiche Kontakte zu Schwestersektionen und befreundeten Organisationen statt.

## GastroSuisse

Die Delegiertenversammlung von GastroSuisse fand am 22. Mai 2012 in Pfäffikon statt. Der Vorstand umfasst neu neun Mitglieder. Neben den Bisherigen (Präsident Klaus Künzli, Vizepräsident Ernst Bachmann, Tresorier Tobias Zbinden, Frédéric Haenni und Barbara Schneider) sind dies die neugewählten François Gessler, Walter Höhener, Casimir Platzer und Josef Schüpfer. Die Delegierten stimmten zudem einem Antrag des Wirtverbandes Basel-Stadt zu, die Beiträge in den Politfonds zu erhöhen. Mit den zusätzlichen Mitteln werden das Lobbying auf Bundesebene und die politische Arbeit gestärkt.

Am 26. April 2012 hat GastroSuisse an einer ausserordentlichen Delegiertenversammlung die Statuten total revidiert. Vergeblich haben wir uns gegen eine Aufweichung der Alterslimite für Vorstandsmitglieder gewehrt. Unsere Forderungen nach einer flexibleren Zusammensetzung des AHV-Kassenvorstands und einer Stärkung der Geschäftsprüfungskommission fanden ebenfalls keine Mehrheit.

## Gremien

### Vorstand Wirtverband Basel-Stadt

Josef Schüpfer, Präsident

André Zimmerli, Vizepräsident

Maurus Ebnetter, Delegierter des Vorstands

Guido Schmidt, Finanzen

Hans-Peter Fontana, Beisitzer

Raphael Wyniger, Beisitzer

Dr. Alex Hediger, Geschäftsführer

### Familienausgleichskasse

#### des Wirtverbandes Basel-Stadt

Josef Schüpfer, Präsident

Maurus Ebnetter, Vorstandsmitglied

Guido Schmidt, Vorstandsmitglied

Mario Nanni, Vorstandsmitglied

Dr. Alex Hediger, mit beratender Stimme

### Stiftungsräte der Sterbekasse

Josef Schüpfer, Dr. Alex Hediger

### Archivar

Mario Nanni

## Vertretungen

### GastroSocial

Im Stiftungsrat und im Anlageausschuss der Pensionskasse sowie im Kassenvorstand der Ausgleichskasse: Josef Schüpfer

### GastroSuisse

Vorstandsmitglied, Vizepräsident der Kommission Politfonds und Mitglied des Initiativkomitees «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes»: Josef Schüpfer  
Mitglied der Präsidentenkonferenz, Mitglied der Kommission für Arbeitsrecht und Sozialfragen, Mitglied der Verhandlungsdelegation des L-GAV, Mitglied der Arbeitsgruppe Agrarpolitik: Maurus Ebnetter

### Hotel & Gastro formation Basel-Stadt

Präsident: Maurus Ebnetter

### Gewerbeverband Basel-Stadt

Vorstandsmitglied: Josef Schüpfer

Delegierte: Maurus Ebnetter, Guido Schmidt

### Basel Tourismus

Vorstandsmitglied: Maurus Ebnetter

### Pro Innerstadt

Vorstandsmitglied: Maurus Ebnetter

### Verein Integratio

Vorstandsmitglied: Maurus Ebnetter

**W**enn der Ombudsmann nicht weiss, worüber er im Jahresbericht berichten soll, stellt dies in erster Linie eine gute Nachricht dar! Der Trend, der sich bereits in den letzten Jahren gezeigt hat und darauf hinaus läuft, dass der Ombudsmann immer weniger mit Anfragen konfrontiert wird, hat sich nämlich bestätigt und fortgesetzt.

Neben den üblichen Fragen zur Preiskalkulation, welche ganz offensichtlich ein Dauerthema darstellen und immer wieder zu Anfragen führen, gab es im vergangenen Jahr einige wenige Anfragen zum Thema «Reservation». Offensichtlich kommt es nicht nur vor, dass Gäste im Restaurant einen Tisch reservieren und ohne Abmeldung nicht erscheinen, was – vor allem an Spitzentagen – für den jeweiligen Restaurateur natürlich sehr ärgerlich ist. Auf der anderen Seite kommt es offensichtlich hin und wieder auch zur umgekehrten Problematik, indem ein Gast in einem Restaurant einen Tisch reserviert und – wenn er mit seiner Entourage aufkreuzt – feststellen muss, dass es mit der Reservation nicht geklappt hat und das Restaurant besetzt ist.

Zweifellos ist auch diese Situation für den Gast, aber auch für den betroffenen Restaurateur, unbefriedigend und schwierig zu lösen. Wichtig ist es wohl, das Personal dahingehend zu schulen, dass Reservationen mit der notwendigen Aufmerksamkeit und Sorgfalt behandelt werden und nochmals nachgefragt wird, wenn allenfalls Name oder Anzahl Personen, bzw. Reservationszeit etc. nicht ganz klar herüberkommen. Auf diese Weise lässt sich das Risiko jedenfalls für den zweiten Fall entsprechend minimieren.

Den Gästen, die einen Tisch reservieren und aus welchen Gründen auch immer kurzfristig dann doch nicht die Reservation wahr nehmen können, sei indessen ans Herz gelegt, sich mit dem entsprechenden Restaurant rechtzeitig in Verbindung zu setzen und sich zu entschuldigen. Dies ist nicht nur eine Frage des Anstandes, sondern gibt auch dem betroffenen Restaurateur die Möglichkeit, den Tisch anderweitig zu verkaufen. Nichts ist wohl ärgerlicher als potentiellen Gästen mitteilen zu müssen, man sei ausgebucht um letztlich dann aber doch leere Tische im Lokal vorzufinden!

Mein Dank geht aber auch dieses Jahr abschliessend an alle Verbandsmitglieder, welche durch ihr tägliches Engagement dazu beitragen, dass die Stadt Basel nach wie vor über ein äusserst attraktives, vielseitiges und insgesamt qualitativ hervorragendes Gastronomieangebot verfügt.

Ombudsstelle Wirtverband Basel-Stadt  
Der Ombudsmann  
Dr. Alex Hediger

Basel, im März 2013



**Dr. Alex Hediger**

Freie Strasse 82  
4010 Basel

Fax 061 278 94 90

ombudsstelle@baizer.ch

## Allgemeine Entwicklung

Seit der Einführung des Bundesgesetzes über die Familienzulagen im Jahr 2009 blieben die Mindestzulagen pro Kind und Monat unverändert und betragen:

- Kinderzulage: CHF 200 für Kinder bis zum 16. Geburtstag; für erwerbsunfähige Kinder werden die Leistungen bis zum 20. Geburtstag erbracht.
- Ausbildungszulage: CHF 250 für Kinder ab dem 16. Geburtstag bis zum Abschluss der Ausbildung, längstens aber bis zum 25. Geburtstag.

Die massiven Kostenerhöhungen, hervorgerufen durch die neue Anspruchskonkurrenz des neuen Familienzulagengesetzes, haben in verschiedenen Kantonen zu einem massiven Abbau der Schwankungsreserven geführt. Um den Leistungsbedarf decken zu können, müssen viele Familienausgleichskassen der Kantonalverbände ihren Beitragssatz massiv erhöhen, was unweigerlich zu einer Mehrbelastung der Arbeitgeber führt. Als Gegenmassnahme haben einige Kantonalverbände die Durchführung der Familienausgleichskassen eingestellt und sie an GastroSocial als Abrechnungsstelle der kantonalen Familienausgleichskasse übertragen. Rund die Hälfte aller Kantone verlangt bei der Finanzierung der Familienzulagen einen Lastenausgleich unter den Familienausgleichskassen.

Seit zwei Jahren werden alle Zulagenansprüche in einem eidgenössischen Familienzulagenregister erfasst. Dadurch können mehrfache Bezüge von Zulagen festgestellt und verhindert werden.

Seit 1. Januar 2013 sind die Selbstständigerwerbenden dem Bundesgesetz über die Familienzulagen unterstellt und haben obligatorisch Beiträge an die Familienausgleichskassen zu entrichten. Die Organisation und die Finanzierung der Familienzulagen liegen in der Kompetenz der Kantone. Das Bundesgesetz enthält aber zwingende Bestimmungen:

- Für die Selbstständigerwerbenden gelten die gleichen Regeln für die Kassenzugehörigkeit wie für die Arbeitgeber.
- Eine Familienausgleichskasse nur für Selbstständiger-

werbende, welcher sich alle anschliessen müssen, ist nicht zulässig.

- Die Selbstständigerwerbenden entrichten Beiträge, die in Prozent des AHV-pflichtigen Einkommens bemessen werden. Das Einkommen wird auf den Höchstbetrag des versicherten Verdienstes in der obligatorischen Unfallversicherung plafoniert (zurzeit CHF 126'000).
- Die Kantone können bestimmen, ob innerhalb einer Familienausgleichskasse der gleiche Beitragssatz für Arbeitgeber und Selbstständigerwerbende erhoben werden muss.
- Weitere Regelungen zur Finanzierung (z.B. Höchstbeitragssatz) oder zur Ausgestaltung eines Lastenausgleichs sind ebenfalls in der Kompetenz der Kantone.
- Die Leistungen entsprechen jenen der Arbeitnehmer und unterliegen keiner Einkommensgrenze.

In Basel-Stadt hat das Einführungsgesetz zum Bundesgesetz über die Familienzulagen (BS-G) in Bezug auf das Rechnungsjahr 2011 keine Änderung erfahren. Die Selbstständigerwerbenden sind seit 1. Januar 2009 bereits obligatorisch versichert.

## Geschäftsjahr 2012

Das Jahr 2012 ist das 56. Geschäftsjahr der Kasse. An der Vorstandssitzung vom 11. April 2012 im Sekretariat des Wirtverbandes Basel-Stadt nahm der Vorstand Kenntnis vom Jahresbericht und der Jahresrechnung 2011. An der Delegiertenversammlung vom 11. April 2012 wurden der Jahresbericht und die Jahresrechnung 2011 sowie das Budget 2012 einstimmig genehmigt. Der Revisionsbericht der Kontrollstelle PricewaterhouseCoopers AG wurde durch die Anwesenden zur Kenntnis genommen. Dem Vorstand und der Geschäftsführung wurde Décharge erteilt. Der Vorstand wurde durch die Versammlung einstimmig im Amt bestätigt. Als Ersatz für Beat Emmenegger wurde Guido Schmidt in den Vorstand gewählt. Aufgrund der Hochrechnung und des Budgets 2013 beschloss der Vorstand, den Beitragssatz 2013 um 0.1% auf brutto 1.6% zu senken.

Wichtigste Kriterien	2011/CHF	2012/CHF	Abweichung
Anzahl Betriebe, Ende Jahr	536	541	+0.93%
Durchschnittliche Kinderzahl	1200	1234	+2.86%
Zulagensatz Kinderzulagen	200	200	unverändert
Zulagensatz Ausbildungszulagen	250	250	unverändert
Lohnsumme	18'372'000	19'603'000	+6.63%
Gesamtbeitragssatz	1.80%	1.70	-5.56%
FAK-Beiträge netto	3'184'800	3'211'600	+0.84%
Familienzulagen	3'001'400	3'088'300	+2.90%
Jahresergebnis	124'800	49'100	-60.66%
Schwankungsreserven	3'365'100	3'414'200	+1.46%
in % eines Jahresaufwandes 108.11%	108.11%	106.71%	-1.40 Punkte

## Geschäftsgang

Das Beitragsvolumen der Ausgleichskasse nahm wiederum zu. Es stieg um 2.6% auf 988 Millionen Franken. Ein Überschuss von rund 78 Millionen Franken wurde dem Schweizerischen Ausgleichsfonds überwiesen. Das waren 10 Millionen Franken mehr als im Vorjahr. Die Anzahl der an die Ausgleichskasse angeschlossenen Betriebe war leicht rückläufig. Viele kleinere Betriebe fanden aus wirtschaftlichen Gründen keinen Nachfolger. Hingegen konnte bei den grösseren Betrieben dank erfolgreicher Akquisition ein Wachstum verzeichnet werden.

Die Anzahl der versicherten Personen war mit 164'000 auf dem Niveau des Vorjahres. Die Altersrenten stiegen um 3.33% auf 21'029. Die Invalidenrenten sanken um 4.24% auf einen Bestand von 5'281.

Die Krankenversicherungsverträge nahmen geringfügig auf 8'977 ab. Das Beitragsvolumen jedoch stieg. Bei der Unfallversicherung erfolgte ebenfalls ein minimaler Rückgang auf 7'816 Verträge bei gestiegenem Beitragsvolumen.

Im Beitragsbezug über alle Sozialversicherungszweige war ein leichter Zuwachs an Betreibungen zu verzeichnen. Die Beitragsverluste gingen aber von 1.26% auf 1.02% zurück.

Die Betriebsrechnung schliesst mit einem Überschuss von 571'600 Franken. Die Kosten konnten tiefer und die Erträge höher als geplant gehalten sowie erhebliche Rückstellungen für die Sitzzusammenlegung vorgenommen werden. Unter diesem Aspekt ist es das beste Ergebnis seit Bestehen der Kasse.

Im September wurde das Qualitätsmanagement nach der Norm ISO 9001:2008 und dem Datenschutzgütesiegel GoodPriv@cy geprüft und ausgezeichnet. Die Umfrage über die Kundenzufriedenheit bestätigte das ausgezeichnete Resultat des Vorjahres.

Die Internet-Dienstleistungsplattform GastroSocial@net, insbesondere die darauf verfügbare Lohnbuchhaltung, erfreute sich einer grossen Beliebtheit und Kundenzufriedenheit. Die Anzahl Nutzer wuchs weiterhin rasant.

## Entwicklung bei den Sozialwerken

Der auf den 1. Januar 2012 in Kraft getretene erste Teil der 6. IV-Revision führte zu einer Überprüfung der Renten aufgrund nicht organisch erklärbarer Krankheiten und zu einer härteren Beurteilung von Missbräuchen. Zudem gibt es nun zusätzliche Möglichkeiten für die Wiedereingliederung und mehr Behinderte können ihre Pflege und Betreuung von zu Hause aus organisieren.

**«Immer weniger Erwerbstätige haben für immer mehr Rentner zu sorgen.»**

In diesem Punkt sind sich die Politiker einig: Die AHV ist ein Sanierungsfall. Das Kernproblem ist die demographische Alterung der Bevölkerung. Immer weniger Erwerbstätige haben für immer mehr Rentner zu sorgen. Zudem drückt die Schuldenlast der IV. Die Politik sucht vehement nach Lösungen zur finanziellen Sicherung der AHV. Während aus Wirtschafts- und Gewerkekreisen einer Schuldenbremse und Erhöhung des Rücktrittsalters der Vorzug gegeben wird, setzt der Bundesrat auf Erhöhung der Mehrwertsteuer und Lohnbeiträge. Die politische Linke und Gewerkschaften möchten weiterhin einen fundamentalen Systemwechsel, was einen Ausbau der AHV-Leistungen und eine Einschränkung der beruflichen Vorsorge, verbunden mit neuen Steuerbelastungen, bedeuten würde.

GastroSocial Ausgleichskasse  
Heinerich Wirri-Strasse 3, 5001 Aarau  
Telefon 062 837 71 71, Fax 062 837 72 97  
[www.gastrosocial.ch](http://www.gastrosocial.ch)

## Schuldenbremse

In Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut I gfs Bern veröffentlichte Economiesuisse die Ergebnisse der jährlichen Umfrage zur Finanz- und Steuerpolitik der Schweiz. Mit 63 Prozent befürwortet erstmals eine Mehrheit der Stimmberechtigten die Einführung einer Schuldenbremse bei den Sozialversicherungen. Der heutige Schuldenberg bei der IV zeigt, was passieren kann, wenn ein Mechanismus zur Verhinderung einer finanziellen Schieflage fehlt. Die Wiederholung eines solchen Fiaskos muss verhindert werden. Deshalb braucht insbesondere auch die AHV, die grösste und wichtigste Sozialversicherung des Bundes, eine Schuldenbremse.

## Geschäftsgang

Die Vermögensanlage profitierte im Jahr 2012 entgegen allen Erwartungen von einer Aktienhaussse. Die Schweizer Aktien stiegen um 17.7%, die Aktien in der EU durchschnittlich um 13.8% und in den USA um 7.3%. Die wichtigen Währungen blieben konstant. Die Zinsen reduzierten sich nochmals auf ein Mindestrekordniveau. Die Schuldenkrise der EU beschäftigte die Anleger und sorgte weiterhin für Unsicherheit. Die Jahresperformance für das Jahr 2012 beträgt 8.37% - ein Spitzenwert. Sie ist um über 1.5% besser als die eigene Benchmark und der Durchschnitt grösserer Pensionskassen. Der Deckungsgrad betrug per Ende Jahr 106.8%. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Reserven zusätzlich verstärkt und der technische Zinssatz reduziert wurden. Das Anlagevermögen ist um 11.7% auf rund 4.6 Milliarden Franken angestiegen.

Die Anzahl der an die Pensionskasse angeschlossenen Betriebe stieg um 0.6% auf 20'325 an. Die hohe Dienstleistung und Konkurrenzfähigkeit unterstützen eine erfolgreiche Akquisitionstätigkeit. Damit wurde die branchenbedingt hohe Anzahl von Abgängen nicht nur zahlenmässig, sondern auch mit grösseren Betrieben kompensiert. Vor allem schätzen viele grosse Hotelbetriebe die Vorzüge der Pensionskasse GastroSocial. Das Beitragsvolumen konnte somit um 3.6% auf 318.7 Millionen Franken gesteigert werden. Die Anzahl der versicherten Personen stieg um 0.4% auf 144'740.

Der Beitragssatz für die obligatorische Versicherung blieb bei 14%. Dies entspricht immer noch dem tiefstmöglichen Mindestsatz nach Landes-Gesamtarbeitsvertrag. Die Alterskonti wurden auch im überobligatorischen Bereich zum BVG-Zinsfuss von 1.5% verzinst.

Die Zahl der Altersrentner stieg um 11.4% auf 4'416. Der Bestand an IV-Rentnern ist mit 3'060 konstant geblieben. Die Rentenzahlungen haben gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 9% auf 59 Millionen Franken zugenommen. Die Austrittsleistungen sind um 9.4% auf 190.2 Millionen Franken angestiegen. Die Eintrittszahlungen haben sich um 17% auf 132.9 Millionen Franken reduziert.

Die Verwaltungskosten betragen pro versicherte Person rund 62 Franken. Es ist der gesamtschweizerisch günstigste Satz unter den Pensionskassen. Der Durchschnitt liegt bei über 390 Franken. Der günstige Satz kann von GastroSocial trotz schwieriger Strukturen wie den vielen Mutationen, dem hohen Ausländeranteil, den gastgewerblichen Betriebsstrukturen und der Zahlungsmoral gehalten werden. Als eine der wenigen Vorsorgeeinrichtungen erfüllt GastroSocial zudem die Qualitätsnormen nach ISO 9001:2008 und GoodPriv@cy.

## Gesetzgebung

Ab 1. Januar 2012 wurden aufgrund der Strukturreform die Aufsichtsbehörden regionalisiert und mit einer Oberaufsichtsbehörde verstärkt. Zudem gelten strengere Vorschriften in der Rechnungslegung und Transparenz in der Vermögensanlage. Das Anlageregulativ wurde entsprechend angepasst.

Mit der 6. IV-Revision wurden IV-Renten aufgrund nichtorganischer Krankheiten mit strengeren Bewertungskriterien neu überprüft, was sich auch auf die Renten der beruflichen Vorsorge auswirkte.

Der Mindestzinssatz für das Jahr 2013 bleibt unverändert bei 1.5%. Die Grenzbeträge werden minimal angehoben. So erhöht sich der BVG-Koordinationsabzug um 210 auf 24'570 Franken.

GastroSocial Pensionskasse  
Bahnhofstrasse 86, 5001 Aarau  
Telefon 062 837 71 71, Fax 062 837 73 97  
[www.gastrosocial.ch](http://www.gastrosocial.ch)



GastroSocial hat die tiefsten Verwaltungskosten und einen Deckungsgrad von 106.8 Prozent. Die Pensionskasse verwaltet 4.6 Milliarden Franken und zählt erneut mehr angeschlossene Betriebe.



**D**er L-GAV des Gastgewerbes ist der grösste allgemeinverbindlich erklärte Gesamtarbeitsvertrag der Schweiz. Ihm unterstehen rund 220'000 Mitarbeiter in 30'000 Betrieben. Der aktuelle L-GAV ist seit 2010 wirksam. Seit 2012 muss nach Bestehen der Probezeit der volle 13. Monatslohn rückwirkend ab dem ersten Arbeitstag bezahlt werden. 2013 gelten die gleichen Mindestlöhne wie 2012.

Kategorie	Qualifikation	2013
Stufe Ia	ohne Berufslehre	CHF 3400
Stufe Ib	Progresso-Ausbildung	CHF 3600
Stufe II	EBA Berufsattest	CHF 3700
Stufe IIIa	EFZ Fähigkeitszeugnis	CHF 4100
Stufe IIIb	EFZ / Weiterbildung	CHF 4200
Stufe IV	Berufsprüfung BBG	CHF 4800
Praktikanten	gemäss Art. 11 L-GAV	CHF 2168

Von den Mindestlöhnen der Stufen I bis IV sind Mitarbeiter, die das 18. Altersjahr noch nicht vollendet haben, ausgenommen. Ausgenommen sind auch über 18-jährige Mitarbeiter, die an einer schweizerischen Bildungseinrichtung immatrikuliert sind und eine Vollzeitausbildung absolvieren sowie vermindert leistungsfähige Mitarbeiter aus staatlichen oder staatlich bewilligten Wiedereingliederungs- oder Förderungsprogrammen.

Mit Mitarbeitern, deren monatlicher Bruttolohn ohne 13. Monatslohn mindestens CHF 6750 beträgt, kann in einem schriftlichen Arbeitsvertrag die Überstundenentschädigung im Rahmen des Gesetzes frei vereinbart werden.

Mit Mitarbeitern, deren monatlicher Bruttolohn ohne 13. Monatslohn mindestens CHF 6750 beträgt, kann in einem schriftlichen Arbeitsvertrag die Überstundenentschädigung im Rahmen des Gesetzes frei vereinbart werden. Jedem gastgewerblichen Unternehmen wird empfohlen, zu überprüfen, ob es als Saisonbetrieb gilt, da dort die durch-

schnittliche wöchentliche Arbeitszeit 43.5 und nicht nur 42 Stunden beträgt. Auf l-gav.ch gibt es einen «Saisonrechner». Wer die Voraussetzungen erfüllt, kann bei der Kontrollstelle für den L-GAV ein Gesuch um Zulassung als Saisonbetrieb stellen.

## Sozialpartner einigen sich

Die Gespräche zwischen den Sozialpartnern im Gastgewerbe standen im Zeichen der angespannten wirtschaftlichen Situation der Branche, welche massgeblich durch den überbewerteten Franken, die Schuldenkrise im Euro-Raum und das allgemein schwierige ökonomische Umfeld geprägt ist.

Die Arbeitnehmerverbände Hotel & Gastro Union, Unia und Syna sowie die Arbeitgebervertreter GastroSuisse, HotellerieSuisse und Swiss Catering Association haben sich darauf geeinigt, dass in Anbetracht der Einführung des vollen 13. Monatslohnes auf den 1. Januar 2012 die Mindestlöhne per 2013 nicht angehoben werden. Demgegenüber wird die bisher nicht angepasste kumulierte durchschnittliche Teuerung der Jahre 2009 bis und mit 2012 per 2014 ausgeglichen. Per 2015 werden die Mindestlöhne um die durchschnittliche Teuerung der Jahre 2013 und 2014 angepasst.

Die Vertragslaufzeit wird bis Ende 2015 verlängert. Falls eine ausserordentliche wirtschaftliche Notsituation eintritt, stehen drei vordefinierte Verhandlungsfenster zur Verfügung, welchen im Falle einer Nichteinigung ausserordentliche Kündigungsmöglichkeiten mit einer Frist von 12 Monaten folgen.

## 50 Stunden arbeiten für 450 Euro

**E**ine Beschäftigtenstunde kostet bei uns durchschnittlich doppelt so viel wie in Deutschland. Bei ungelerten Mitarbeitern ist der Unterschied noch grösser. In Deutschland werden Hilfskräfte in «Mini-Jobs» weitgehend sozialversicherungsbefreit beschäftigt. Sie arbeiten 50 bis 90 Stunden für einen Lohn von 450 Euro pro Monat. Die gleiche Arbeitsleistung kostet bei uns inklusive Sozialleistungen und obligatorischem Dreizehnten 1700 bis 2700 Franken!

In der Bauwirtschaft schreibt man den ausländischen Unternehmen vor, sich an die in der Schweiz üblichen Arbeitsbedingungen zu halten. Einer Gaststätte im Badi-schen kann niemand vorschreiben, Schweizer Löhne zu bezahlen, nur weil 70% der Gäste aus der Schweiz kommen.

## Hotel & Gastro formation Basel-Stadt

Die Hotel & Gastro formation Basel-Stadt, zu deren Trägerschaft wir gehören, steht unter dem Vorsitz von Maurus Ebnetter. Sie kümmert sich sozialpartnerschaftlich um Fragen der gastgewerblichen Berufsbildung und ist unter anderem verantwortlich für die überbetrieblichen Kurse (üK) und das Nachwuchsmarketing in Basel.

## Qualitätsentwicklung

Die bikantonalen Erfa-Gruppen, in welchen Vertreter der HGF Basel-Stadt mitwirken, haben festgestellt, dass manche Betriebe seit der Einführung des Berufsbilds «Koch 2010» Defizite in der Umsetzung der Bildungsverordnungen haben. Das gefährdet die quantitativen und qualitativen Ziele der Ausbildung. Die Betriebe sollen deshalb mehr Unterstützung in der Umsetzung erhalten. Entsprechende Projekte wurden in Zusammenarbeit mit dem kantonalen Berufsbildungsamt lanciert.

## Nachwuchsmarketing

Die Hotel & Gastro formation Basel-Stadt unterstützte erneut die Aktion «Beruf des Monats» des Gewerbeverbands. An der 4. Basler Berufs- und Bildungsmesse im Jahr 2012 war das Gastgewerbe mit einem Stand vertreten. Das Gastgewerbe beteiligt sich auch am Projekt «Beruf des Monats» des Gewerbeverbands Basel-Stadt. In zwei Jahren werden wir uns vermutlich am Projekt «please disturb» beteiligen, das nach einem Konzept der Zürcher Hoteliers nun landesweit aufgezogen wird.



Der Stand des Gastgewerbes an der Basler Berufs- und Bildungsmesse war stets sehr gut besucht.

## Entwicklung der Lernendenzahlen

Die Zahl der gastgewerblichen Lehrverhältnisse in der Schweiz ging zwischen 1999 und 2009 von 9520 auf 9164 zurück. Die Städte haben sich in diesem Zeitraum besser gehalten als ländliche Gegenden. Die Zahl der Schulabgänger in der Schweiz lag im Rekordjahr 2007 bei 84'600. Das Bundesamt für Statistik rechnet bis 2018 mit einem Rückgang auf 74'000 Schulabgänger. Für die nächsten Jahre zeichnet sich also ein Rückgang der Lernenden ab. Der Kampf um die guten Schulabgänger wird härter.

Die Lernendenzahlen in Basel-Stadt haben sich nach dem Einbruch von 2011 wieder deutlich erholt. Für eine Entwarnung ist es aber zu früh. Die demographische Entwicklung, die Rahmenbedingungen in der Berufsbildung, die zuneh-

mende Konkurrenz durch den gymnasialen Weg und die wirtschaftlichen Schwierigkeiten vieler Betriebe stellen uns vor grosse Herausforderungen.

Nachdem es jahrzehntelang darum ging, für die geburtenstarken Jahrgänge genügend Lehrstellen zu haben, findet nun zunehmend ein Kampf um Talente statt. Rückmeldungen der Berufsbildner zeigen, dass nicht in erster Linie die Menge, sondern vor allem die Qualität der Bewerber ein Problem ist. Viele Lernende haben persönliche oder familiäre Probleme, die ihre Leistung im Betrieb überschatten. Vorschriften und administrative Anforderungen nehmen zu. Die eigentliche Ausbildungszeit wird knapper – neuerdings müssen die Kochlernenden auch noch einen Monat in den Service.

Neue Lehrverhältnisse in Basel-Stadt	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Köche EFZ	62	67	59	67	66	39	63
Küchenangestellte EBA	8	18	15	19	18	22	29
Restaurationsfachleute EFZ	11	16	15	16	13	19	19
Restaurationsangestellte EBA	4	2	3	5	5	5	4
Hotelfachleute EFZ	13	16	12	18	13	14	14
Hotellerieangestellte EBA	2	3	1	1	1	4	3
Kaufleute HGT EFZ	11	9	10	10	9	12	7
<b>Total gastgewerbliche Berufe</b>	<b>111</b>	<b>131</b>	<b>115</b>	<b>136</b>	<b>125</b>	<b>115</b>	<b>139</b>

## Neue Lehre für Systemgastronomie

Die Gastronomie hat sich wesentlich verändert. Die Ursachen dafür liegen bei Veränderungen in der Gesellschaft und den damit verbundene Änderungen der Konsum- und Essgewohnheiten. Grossunternehmungen haben vor allem in den Städten einen erheblichen Marktanteil erobert. Es sind eigenständige Gastronomieformen entstanden, die andere Begegnungsarten zwischen Gast und Anbieter ermöglichen. Eine Interessengruppe von grossen Anbietern hat zusammen mit GastroSuisse eine neue Grundbildung gemäss den Bedürfnissen der Systemgastronomie entwickelt.

Der Fokus liegt auf der Umsetzung und auch der Mitgestaltung des Gastronomiekonzeptes. Fachleute für Systemgastronomie organisieren alle Bereiche eines Restaurants nach einem zentral festgelegten Konzept und achten auf die Einhaltung der vorgegebenen Standards. Die Grundbildung «Fachfrau/Fachmann Systemgastronomie» wird nächstes Jahr lanciert. Landesweit werden dann schätzungsweise 100 Lernende die dreijährige Ausbildung erstmals in Angriff nehmen. Das Potential liegt wohl noch einiges höher. Alleine in der Region Basel könnten mittelfristig zwei oder drei Dutzend neue Lehrstellen entstehen.



Die Systemgastronomie übernimmt Verantwortung in der Berufsbildung. In der Region Basel werden zahlreiche neue Lehrstellen entstehen.

## Wirkurse

Die Nachfrage nach den Vorbereitungskursen für die Wirteschprüfung war auch 2012 sehr hoch. Die Kurse fanden erstmals im Tagungszentrum Oekolampad am Allschwilerplatz statt. Für 2013 gehen wir von einer stabilen bis leicht sinkenden Nachfrage aus.

Weitere Informationen: [www.baizer.ch/wirkurs](http://www.baizer.ch/wirkurs)

## Wirteschprüfungen

Wir führen im Auftrag des Staats und unter Aufsicht der staatlichen Delegierten Miranda Bettler die kantonalen Wirteschprüfungen durch. Prüfungsleiter ist Maurus Ebner. Im Jahr 2012 nahmen an vier schriftlichen Prüfungen (jeweils drei Mal zwei Stunden) 149 Personen teil. Im Vorjahr waren es 168. Von 141 Erstgeprüften bestanden 129, von den acht Wiederholungsprüflingen bestanden drei. Die Durchschnittsnote der Erstgeprüften beträgt 5.27, deren Erfolgsquote ist 91.5 Prozent.

43.3 Prozent der Erstgeprüften sind Frauen. Gegenüber den Vorjahren hat der Frauenanteil wieder abgenommen. Das Alter der Teilnehmer liegt zwischen 19 und 67. Im Durchschnitt sind die Teilnehmer 35 Jahre alt. 10.6 Prozent sind älter als fünfzig Jahre, 31.2 Prozent jünger als 30 Jahre. 58.2 Prozent wohnen in Basel-Stadt, 22.7 Prozent in Basel-Land, 4.9 Prozent in der übrigen Nordwestschweiz, 5.7 Prozent in

anderen Kantonen, 3.5 Prozent in Deutschland und 5 Prozent in Frankreich.

57.5 Prozent der Erstgeprüften sind Schweizer (etwa ein Drittel davon mit Migrationshintergrund). Die grösste Ausländergruppe an den Wirteschprüfungen sind mit 12.1 Prozent die Deutschen. 4.3 Prozent Franzosen und 2.1 Prozent Italiener. 4.2 Prozent stammen aus anderen westeuropäischen Ländern, 5.6 Prozent aus dem ehemaligen Ostblock. 7.8 Prozent der Teilnehmer sind türkischer Nationalität. 6.4 Prozent stammen aus anderen Kontinenten.

In Basel-Stadt wurden 2012 gesamthaft 144 Fähigkeitsausweise für Restaurateure ausgestellt. Im Vorjahr waren es 143. Landesweit werden pro Jahr rund 1500 vergleichbare Zertifikate ausgestellt. Hinzu kommen einige Hundert höhere Abschlüsse, z.B. an Hotelfachschulen. Allerdings betreiben lange nicht alle Absolventen eigene Betriebe. Viele Prüflinge haben nur vage oder gar keine Absichten, sich selbständig zu machen.

## Arbeitssicherheit

Die so genannten Kopas-Schulungen finden nach wie vor statt. Die Branchenlösung für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Betrieb wird auch im Wirkurs vermittelt.

Weitere Informationen: [www.baizer.ch/kopas](http://www.baizer.ch/kopas)



In Basel-Stadt wurden 2012 gesamthaft 144 Fähigkeitsausweise ausgestellt.

**A**m 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, 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, das Verfahrensrecht missachtet oder unangemessen beurteilt wird.

**«Der Vollzug wird in Basel sehr restriktiv gehandhabt.»**

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

Es wird 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



Bei einer Gartenwirtschaft ist zu berücksichtigen, dass sich dort das Leben naturgemäss auch am Abend abspielt.

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 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 wieder 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. Möglicherweise könnte eine Änderung des kantonalen Umweltschutzgesetzes die Situation verbessern. Dabei ist allerdings zu beachten, dass der Kanton keine eigenen Belastungsgrenzwerte festlegen darf.

## Übertriebener Schutz der Abendruhe

**E**tliche Basler Restaurants müssen ihren Betrieb im Hinterhof bereits um 20 Uhr einstellen. Die entsprechende Auflage in den Bau- und Betriebsbewilligungen aus den letzten Jahren stützen sich vor allem auf einen Entscheid der Baurekurskommission aus dem Jahr 2004.

Wir haben kein Verständnis für die Praxis der Behörden, bei Innenhöfen automatisch eine Beschränkung der Öffnungszeiten auf 20 Uhr zu verfügen. Deshalb forderten wir die Regierung auf, diese Praxis zu ändern. Es geht nicht um einen Freipass für Gastronomielärm, doch ist es absurd und weltfremd, einen Terrassenbetrieb um 20 Uhr zu schliessen. Wir haben nichts gegen sinnvolle Schutzmassnahmen, solange das «normale Leben» nicht verunmöglicht wird.

Beim Lärmschutz wird in Basel das Gleichbehandlungsprinzip krass verletzt. Im Gastgewerbe setzt die Verwaltung die Abendruhe radikal um, sobald nur eine Person reklamiert. Bei Events, Gelegenheitswirtschaften und Demonstrationen wird Lärm hingegen toleriert. Wer Wertschöpfung generiert und Arbeitsplätze schafft, wird in Basel schikaniert. Wer nur profitiert, konsumiert und womöglich noch randaliert, der wird geduldet.

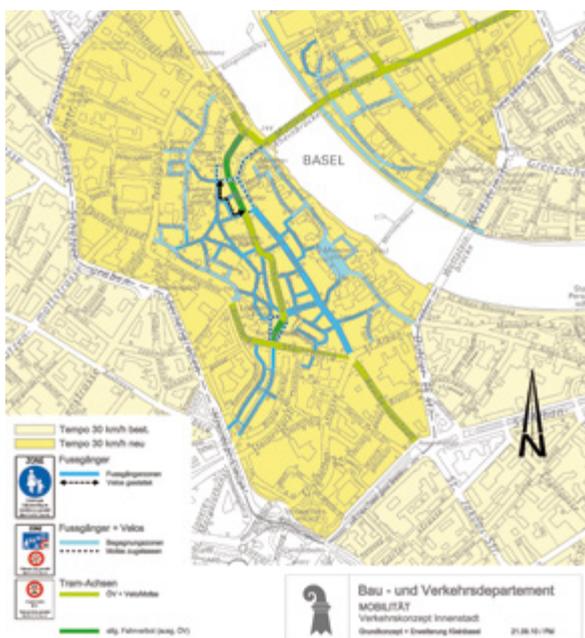
## Innenstadt wird abgeschottet

Das Bau- und Verkehrsdepartement will die Basler Innenstadt beidseits des Rheins «mit gestalterischen und verkehrsberuhigenden Massnahmen» attraktiver machen. Neu wird generell Tempo 30 innerhalb des City-Rings gelten. Und die Kernzone wird zum motorfahrzeugfreien Fussgängerbereich. Die entsprechende Verordnung der Regierung liess viele Fragen unbeantwortet. Ausführungsbestimmungen werden nun dringliche Anlieferungen ausserhalb der festgelegten Zeiten regeln. Es bleibt zu hoffen, dass die Bewilligungsverfahren unbürokratisch bleiben.

Die Stadt hat es bisher versäumt, ein ganzheitliches Verkehrskonzept zu schaffen, das auch Überlegungen zum ruhenden Verkehr anstellt. Schlag auf Schlag werden jetzt Ideen verwirklicht, die auf einer autofeindlichen Ideologie beruhen, nicht aber aus seriös erhobenen Daten. Bevor Fussgängerzonen vergrössert werden, müsste mindestens ein zusätzliches Parkhaus am Rande der City eröffnen. Die Konsumenten werden mit den Füssen abstimmen...

## Parkplatz = Umsatz = Arbeitsplatz

Häufigkeit und Distanz von Tagesreisen nehmen mit steigendem Haushaltseinkommen stark zu. Hinter der Mehrzahl der Tagesreisen mit Zielen in der Schweiz stehen Freizeitwecke (83%). Knapp zwei Drittel der Tagesreisen (65%) entfallen auf den motorisierten Individualverkehr. Fehlt ein gut ausgebautes Parkplatzangebot, wählen viele Konsumenten ein anderes Ziel für ihren nächsten Tagesausflug.



Für das Hotel- und Gastgewerbe ist eine gut erschlossene Innenstadt von enormer Bedeutung.

Studien belegen, dass Parkplätze direkte Umsatzbringer sind: Ein Innenstadt-Parkplatz generiert einen jährlichen Umsatz zwischen CHF 96'000 und 683'000 CHF. Den Kunden müssen genügend günstige Parkplätze in akzeptabler Gehdistanz zur Verfügung stehen. Durch die ständige Aufhebung von Parkplätzen auf Allmend und das neue restriktive Verkehrsregime passiert leider genau das Gegenteil. Wir setzen uns dafür ein, dass die Innenstadt mit allen Verkehrsmitteln gut erreichbar ist.

## Herzstück der Regio-S-Bahn

Mit dem Herzstück der Regio-S-Bahn, das die nationalen Netze zu einem leistungsfähigen trinationalen S-Bahn-System verbindet, würde ein volkswirtschaftlicher Gesamtnutzen von jährlich rund 160 Millionen Franken erzielt. Dies belegt eine Studie, in der mittels Agglomerations-effekten das wirtschaftliche Potenzial eines Systems mit raschen Durchmesserlinien für die Agglomeration Basel berechnet wurde. Die Studie zeigt mit Zeithorizont 2030 auf, was für Auswirkungen direkte, schnelle Verbindungen für die Agglomeration hätten. Zentrales Element wäre das fehlende Verbindungsstück, das für durchgängige regionale Verbindungen sorgen soll. Damit das Projekt möglichst bald Schwung erhält, braucht es eine schlagkräftige Projektleitung, die über die nötigen Ressourcen und Kompetenzen verfügt.

## Städteinitiative kaum umsetzbar

Im November 2010 nahm die Basler Stimmbevölkerung den Gegenvorschlag zur Städte-Initiative knapp an. Seither wird gerätselt, wie das gesetzlich vorgeschriebene Reduktionsziel von 10 Prozent motorisiertem Individualverkehr überhaupt erreicht werden kann.

Gemäss Schätzungen ist bis 2020 mit einer Zunahme des motorisierten Individualverkehrs von 6 bis 15 Prozent zu rechnen. Die ohnehin geplanten oder bereits beschlossenen Massnahmen zur Förderung des öffentlichen Verkehrs und des Langsamverkehrs sowie die Parkraumbewirtschaftung werden daher nicht genügen, um das Reduktionsziel zu erreichen. Entsprechend prüft die Verwaltung zusätzliche Massnahmen zur Reduktion des Autoverkehrs.

Aus Sicht des Gewerbes klar kritisch zu beurteilen sind sogenannte Push-Massnahmen. Hierunter versteht man Ansätze, welche das Ziel verfolgen, den motorisierten Individualverkehr gezielt unattraktiver werden zu lassen, z.B. durch Kapazitätsreduktion im Strassennetz, Lenkungsabgaben oder Verbote.

## NörG – zurück an den Absender!

Grundsätzlich teilen wir die Einschätzung des Regierungsrates, dass Handlungsbedarf besteht, die Nutzung des öffentlichen Raumes auf eine neue gesetzliche Grundlage zu stellen. Das 1927 eingeführte und heute geltende Allmendgesetz wird der heutigen intensiven Nutzung

**«Orte mit hoher Treffpunktqualität sollen über genügend WC-Anlagen verfügen.»**

des öffentlichen Raumes nicht mehr gerecht. Die Nutzung führt zu Interessenskonflikten zwischen Anwohnern und dem steigenden Bedürfnis der Allgemeinheit, den öffentlichen Raum verschiedensten Freizeitnutzungen zuzuführen.

In unserer Vernehmlassung haben wir das Gesetz zur Nutzung des öffentlichen Raums (NÖRG) dennoch zurückgewiesen und gefordert, dass es zusammen mit der ausführenden Verordnung nochmals vorgelegt wird. Die Vorlage war zu vage formuliert, sie enthielt viele «kann»-Formulierungen und delegierte viel Kompetenz an eine noch nicht existierende Verordnung und die ausführende Verwaltung.

## Eventstandort Basel

Basel soll als Eventstandort wettbewerbsfähiger werden. Die Regierung hat eine Kosten- und Gebührenerlassregelung verabschiedet, die per 1. Januar 2013 in Kraft getreten ist. Mit der neuen Regelung werden künftig grosse standortrelevante Grossanlässe mit überregionaler Ausstrahlung massgeblich von staatlichen Kosten und Gebühren entlastet. Zudem kann der Kanton durch die vereinfachte Rabattierung bereits in einer frühen Phase Auskunft über anfallende Gebühren erteilen. Was Basel noch fehlt, ist eine ausgeklügelte und qualitätsorientierte Eventstrategie.

## Längere Ladenöffnungszeiten

Die Grosse Rat hatte beschlossen, dass die Läden in Basel samstags zwei Stunden länger offen sein dürfen (bis 20 statt bis 18 Uhr). Leider haben linke Kreise das Referendum ergriffen, das vom Stimmvolk mit 59.7% angenommen wurde. Der heimische Detailhandel wird künftig noch mehr Terrain einbüßen und der schleichende Abbau von Arbeitsplätzen wird weitergehen. Die sinn- und massvolle Verlängerung der Öffnungszeiten wäre eine einfache und rasch wirkende Massnahme in einem wirtschaftlich schwierigen Marktumfeld gewesen.

## Central Park Basel

Im Februar 2012 ist die kantonale Volksinitiative «Central Park Basel» mit 3252 gültigen Unterschriften zustande gekommen, die fordert, über dem Gleisfeldareal zwischen der Passerelle und der Margarethenbrücke sei ein öffentlicher Park zu erstellen. Damit soll unter anderem eine bessere Anbindung des Gundeldingerquartiers geschaffen werden. Der Grosse Rat hat die unformulierte Initiative für rechtlich zulässig erklärt und dem Regierungsrat zur Berichterstattung überwiesen.



*Eine Machbarkeitsstudie soll Klarheit über die rechtlichen, technischen und finanziellen Aspekte der Idee «Central Park Basel» schaffen. Möglicherweise werden sonst beim Stimmvolk falsche Erwartungen geweckt.*

## Pissoirs gegen wildes Urinieren

Das Tiefbauamt Basel-Stadt versuchte letzten Sommer, das wilde Urinieren durch zusätzliche mobile Pissoirs einzudämmen. Die leidige Unsitte des Urinierens in dunkle Ecken des öffentlichen Raums wird in Basel in zunehmendem Masse zu einem Problem. Klagen von Anwohnern, Hausbesitzern und Restaurants über das Wildurinieren in der Stadt häufen sich.

## Abfuhr für die Lungenliga

Die Schweizer Stimmbürger haben die Volksinitiative «Schutz vor Passivrauchen» mit einem Nein-Anteil von 66 Prozent abgelehnt. Damit wurde die seit 1. Mai 2010 bestehende Regelung bestätigt, welche es den Kantonen ermöglicht, Ausnahmen für Fumoirs und kleine Raucherbetriebe zu erlauben. Das Abstimmungsresultat liess an Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig.

Fast zwei von drei Stimmbürgern sprachen sich gegen eine Verschärfung des bestehenden Rauchverbots aus. Sie stellten damit nicht einen vernünftigen Schutz vor Passivrauchen in Frage, setzten aber ein wichtiges Signal für die individuelle Freiheit und gegen den überbordenden Verbotswahn.

Das Volk hat die Absichten der militanten Tabakgegner als das erkannt, was sie waren: Eine elende Zwängerei. Es ging nicht um den Passivrauchschutz, sondern um ein regelrechtes Rauchverbot. Entgegen der Beteuerungen der Initianten hätte eine Annahme auch in denjenigen Kantonen Konsequenzen gehabt, die strenge Regelungen haben.

Durch das angestrebte Rauchverbot an Einzelarbeitsplätzen wären selbst unbediente Fumoirs nicht mehr praktikabel gewesen, weil diese von Zeit zu Zeit abgeräumt oder überwacht werden müssen. Zudem ging es bei weitem nicht nur um das Gastgewerbe, sondern auch um Räume, die von den meisten als privat empfunden wurden.

Es ist zu hoffen, dass die Entscheidungsträger in Verwaltung und Politik nun auch andere Präventionsbereiche ganzheitlich betrachten. Die massive Übergewichtung von gesundheitspolitischen Argumenten wird vom Volk glücklicherweise durchschaut. Die Bürger haben eine klare Linie gezogen und der schleichenden Bevormundung durch missionarische Gesundheitsapostel eine Absage erteilt.

Die Schweiz ist ein liberales Land. Damit totalitäre Ideen auch in Zukunft keine Chance haben, dürfen wir uns nicht mit dem Etappensieg zufrieden geben. Es gilt, die Eigenverantwortung und die Freiheit bei jeder sich bietenden Gelegenheit zu verteidigen.

## Extrem-Initiative gegen Passivrauchen

Unbeeindruckt von der Schlappe der Lungenliga, hat eine Gruppe von Genfer Bürgern eine eidgenössische Volksinitiative gegen das Passivrauchen lanciert, die über alles Bisherige hinausgeht. Zum Teil soll das Rauchen sogar in Aussenbereichen verboten werden! Selbst unbediente Fumoirs sollen nach dem Willen der Initianten verboten werden.



## Rauchervereine am Ende?

**Das Bundesgericht hat mit einem Urteil faktisch das Aus von Rauchvereinen zum Betrieb von Rauchlokalen besiegelt. Laut Gericht dienen solche Vereine der Umgehung des Gesetzes und ändern nichts daran, dass Gaststätten öffentlich zugänglicher Raum sind.**

Die Polizei hatte 2010 eine Bar in Romanshorn kontrolliert und den Wirt angetroffen, wie er mit Gästen rauchte. Die Thurgauer Justiz sprach ihn wegen Widerhandlung gegen das Bundesgesetz zum Schutz vor dem Passivrauchen schuldig und verhängte 200 Franken Busse.

**«Das Gesetz will auch die Raucher selber vor den Gefahren des Passivrauchens schützen.»**

Zu seiner Verteidigung hatte der Wirt vergeblich argumentiert, dass nur das Rauchen in öffentlich zugänglichen Räumen verboten sei. In seine Bar würden aber einzig Mitglieder des von ihm mitgegründeten Rauchvereins eingelassen. Zudem würden die Vereinsangehörigen ausdrücklich auf den Schutz vor dem Passivrauchen verzichten.

Nun hat das Bundesgericht die Busse bestätigt und die Beschwerde des Wirts abgewiesen. Es hält fest, dass der Verein der Umgehung des Gesetzes diene. Eine Mitgliedschaft sei offenkundig nur Mittel zum Zweck, nämlich trotz dem gesetzlichen Verbot in Lokalen frei rauchen zu können. Dass die Interessenten vorgängig die Statuten lesen und einen Aufnahmeantrag stellen müssten, stelle keine besondere Hürde dar, welche die öffentliche Zugänglichkeit ausschliessen würde.

Auch die ausdrückliche Einwilligung der Mitglieder, auf den Schutz vor dem Passivrauchen zu verzichten, sei unerheblich und schliesse Bestrafung nicht aus. Der Zweck des Gesetzes, die Gesundheit zu schützen, stehe nicht zur Disposition des Einzelnen. Im Übrigen wolle das Gesetz auch die Raucher selber vor den Gefahren des Passivrauchens schützen.

## Fümoar

Noch hängig sind vor einer anderen Abteilung des Bundesgerichts die Beschwerden im Zusammenhang mit den Basler «Fümoar»-Betrieben. Das Problem mit der Umgehung des Gesetzes dürfte sich aber in gleicher Weise stellen. Der erste materielle Entscheid des Gerichts ist von Bedeutung, weil er die Grundsatzfrage betrifft, wann ein Lokal öffentlich ist.

Das für den Vollzug des basel-städtischen Gastgewerbegesetzes zuständige Baudepartement hat letzten Frühling damit begonnen, «Fümoar»-Betriebe zu verwarnen. Die Wirte erhalten zunächst drei kostenpflichtige Verwarnungen (zu 300, 600 und 1000 Franken) und die Androhung, die Betriebsbewilligung zu entziehen. Zurzeit laufen über hundert solche Verfahren.

Das kantonale Appellationsgericht hat Rekurse von zwei «Fümoar»-Betrieben wegen des Rauchverbots abgewiesen. Das strenge Basler Verbot sei zulässig und das Modell des «Fümoar»-Vereins eine Gesetzesumgehung. In Basel-Stadt gilt seit 2010 ein strenges Rauchverbot, das nur unbediente Fumoirs als Ausnahme zulässt. Dagegen wehren sich die rund 180 Beizen des Vereins «Fümoar», in denen Gäste nach Bezahlen eines Mitgliederbeitrags weiter rauchen können. Die «Fümoar»-Betriebe haben das Urteil ans Bundesgericht weitergezogen.



Bei Redaktionsschluss war noch unklar, ob und wie lange das System «Fümoar» noch funktioniert.

## Gastgewerbe setzt Zeichen für Qualität

Die gastgewerblichen Verbände haben einen Leitfaden zur Hygiene erarbeitet. Mit definierten Standards setzt die Branche ein starkes Zeichen für Qualität im Hygienebereich. Die Leitlinie «Gute Verfahrenspraxis im Gastgewerbe» fasst die relevanten Inhalte aus drei Gesetzen und über 30 Verordnungen zusammen. Die Umsetzungskonzepte sind auf die Bedürfnisse verschiedener Betriebstypen abgestimmt. Damit wird gewährleistet, dass die Pflege der Hygiene nicht an übertriebener Bürokratie scheitert. Insbesondere für Kleinbetriebe wird der administrative Aufwand reduziert.

## Mehr Deklarationsvorschriften?

Das Lebensmittelrecht wird revidiert. Stossend ist, dass viele wichtige Bestimmungen nicht im Gesetz, sondern auf Verordnungsstufe geregelt werden sollen. Zu diesen Verordnungen hat das Parlament dann nichts mehr zu sagen – zuständig wäre der Bundesrat. In der Praxis würden also ideologisch verbrämte Beamte des Bundesamts für Gesundheitswesen das meiste regeln. Den Unternehmen drohen zusätzliche Einschränkungen und Kontrollen. So ist eine noch weiter gehende Deklaration von Lebensmitteln geplant. Dabei besteht schon heute ein Deklarationsstandard, der es dem Gast erlaubt, sich in sinnvoller Weise über die wesentlichen Eigenschaften der abgegebenen Speisen und Getränke zu informieren.

## Präventionsgesetz gescheitert

Die Vorlage zur Schaffung eines neuen Präventionsgesetzes ist vom Tisch. Damit werden die Wirtschaft und die Bevölkerung vor einem neuen überflüssigen Gesetz verschont. Die Vorlage war über weite Teile so offen formuliert, dass deren Folgen kaum abschätzbar gewesen wären. Die bestehenden gesetzlichen Grundlagen lassen bereits eine wirkungsvolle und zielführende Prävention zu. Wir fühlen uns der Prävention und Gesundheitsförderung von Mitarbeitenden und Gästen verpflichtet. Prävention ist aber dann nicht mehr massvoll und vernünftig, wenn sie zur Aushebelung des liberalen Rechtsstaates mit eigenverantwortlichen Individuen führt.

## Legalisierung von Testkäufen?

Das Alkoholgesetz befindet sich in Totalrevision. Zum Glück wurden der Vorlage bereits einige Giftzähne gezogen. Positiv zu vermerken ist insbesondere die Tatsache, dass auf Lenkungsabgaben und Massnahmen im Bereich der Preisbildung verzichtet wird sowie verschiedene Monopole aufgehoben werden. Die vom Bundesrat beabsichtigte Legalisierung von Testkäufen sowie die Einführung eines Weitergabeverbotes von alkoholischen Getränken an Minderjährige halten wir für nicht umsetzbar.

## Kreuzzug gegen den Alkohol

**Alkoholische Getränke sind im Fokus von Politik und Verwaltung. Dabei sprechen die Fakten eine ganz andere Sprache: Der Konsum von Alkohol geht seit Jahrzehnten zurück.**

Die WHO macht in ihrem «Framework for Alcohol Policy» (2007) den Alkohol für praktisch alle sozialen und gesundheitlichen Probleme der Welt verantwortlich. Ein «Expertenkomitee», das nicht zwischen normalem und missbräuchlichem Konsum unterscheidet, hatte im Jahr zuvor das Terrain vorbereitet. Die Mitgliedsländer der UNO werden aufgefordert, ein riesiges Repertoire unverhältnismässiger Massnahmen zu ergreifen. Der Ideenkatalog reicht von Warnbildern über zeitliche und örtliche Verkaufsrestriktionen bis zu höheren Mindestaltern, Mindestpreisen,

Werbeverboten und höherer Besteuerung. Der Bundesrat liess es sich nicht nehmen, verschiedene Forderungen in sein «Nationales Programm Alkohol» aufzunehmen.

Allerorten wird der Eindruck vermittelt, die Probleme mit dem Alkohol nähmen laufend zu. Dabei zeigen offizielle Zahlen etwas ganz anderes. Der Alkoholkonsum pro Kopf hat stark abgenommen. Der Konsum betrug im Jahr 1990 pro Kopf total 128 Liter, heute noch knapp 100 Liter. Gleichzeitig ist auch der Alkoholmissbrauch rückläufig. Der Anteil der Bevölkerung mit exzessivem Alkoholkonsum ging zwischen 1997 und 2007 von 6% auf 5.1% zurück. Flächendeckende, alle Konsumenten betreffende Massnahmen sind verfehlt.

## Bundesrat lehnt MwSt-Initiative ab

**Im September 2011 hat GastroSuisse 119'191 bescheinigte Unterschriften für die Volksinitiative «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes!» eingereicht. Einige Wochen später verfügte die Bundeskanzlei das gültige Zustandekommen der Volksinitiative mit insgesamt 118'802 Unterschriften.**

Der Bundesrat hatte nach der Einreichung ein Jahr Zeit, um eine Botschaft und einen Entwurf des Bundesbeschlusses zuhanden der Bundesversammlung zu verfassen. Dieser Pflicht ist er am 14. September 2012 nachgekommen. Leider empfiehlt er Volk und Ständen, die Volksinitiative zur Ablehnung.

**«Die Wettbewerbsverzerrung ist augenfällig.»**

Begründet wird diese Haltung vor allem damit, dass zwischen dem klassischen Gastgewerbe und Take-Away-Anbietern keine Konkurrenzsituation bestehen soll. Damit verkennt die Regierung allerdings die Realität. Vor allem am Mittag konkurrieren sich Take-Aways und Restaurants enorm. Die Wettbewerbsverzerrung bei gleichwertigen Leistungen ist augenfällig.

Wir hoffen, dass das Parlament sowie die Stimmbürger zugunsten des Gastgewerbes entscheiden und die Diskriminierung der Branche bei der Mehrwertsteuer aufheben.

Entscheidet sich das Parlament im Zuge der Mehrwertsteuerrevision für das Zweisatzsystem, unterläge das Gastgewerbe nach heutigem Stand dem reduzierten Satz. Dies würde die Forderung der Volksinitiative von GastroSuisse erfüllen.

Seit Einführung der Mehrwertsteuer in der Schweiz wird die Restauration dreimal so hoch besteuert wie die Konkurrenz im Take-Away-Bereich. Für eine Bratwurst im Restaurant sind acht Prozent Mehrwertsteuer fällig, beim Take-Away-Anbieter für die genau gleiche Bratwurst hingegen nur 2.5 Prozent. Das Abstimmungsdatum ist noch nicht bekannt.

[www.schluss-mwst-diskriminierung.ch](http://www.schluss-mwst-diskriminierung.ch)

## MwSt-Reform Teil B

Die MwSt-Reform Teil B unter Berücksichtigung des Rückweisungsantrages des Nationalrates verfolgt inhaltlich das gleiche Ziel wie die MwSt-Initiative von GastroSuisse und wäre dementsprechend als indirekter Gegenvorschlag geeignet. Würden gastgewerbliche Leistungen gemäss Willen des Nationalrates vom Dezember 2010 dem reduzierten Satz unterstellt und damit dem Take-Away gleichgestellt, so wäre die Diskriminierung des Gastgewerbes beseitigt. GastroSuisse würde dann dem Initiativkomitee Antrag auf bedingten Rückzug stellen.



Take-Away-Betriebe haben einen staatlich verordneten Preisvorteil von 5.5 Prozent.

## Erheblicher Preissenkungsspielraum

**D**ie Konkurrenzfähigkeit des Schweizer Hotel- und Gastgewerbes befindet sich derzeit auf dem Prüfstand. Einer der Gründe für die Wettbewerbsnachteile der Branche liegt in den höheren Kosten bei der Beschaffung von Nahrungsmitteln. Eine Studie von BAK Basel Economics zeigt auf, dass die Kosten und damit auch die Preise durch eine Marktöffnung im Agrar- und Lebensmittelbereich gegenüber den umliegenden Ländern spürbar gesenkt werden könnten.

Der starke Franken beschert dem Gastgewerbe Probleme. Ob ein Preis angemessen ist, entscheidet allein der Konsument. Wirte und Hoteliers dagegen haben insbesondere aufgrund der überbewerteten Lebensmittel keinen Hand-

**«Wirte und Hoteliers haben hohe Schweizer Kosten und müssen gleichzeitig zu Weltmarktpreisen konkurrenzfähig sein.»**

lungsspielraum. Sie haben hohe Schweizer Kosten und müssen gleichzeitig zu Weltmarktpreisen konkurrenzfähig sein.

Die Preise in der Beherbergung und Gastronomie der umliegenden Länder Deutschland, Frankreich, Österreich und Italien lagen 2010 um durchschnittlich 22 Prozent unter denjenigen der Schweiz. Ein Grund für diesen Wettbewerbsnachteil des Schweizer Gastgewerbes gegenüber dem Ausland liegt in den deutlich höheren Warenbeschaffungskosten. Dies trifft insbesondere auf den Nahrungsmittelbereich zu. Könnte das hiesige Gastgewerbe seine Vorleistungen im Agrar- und Nahrungsmittelbereich zu gleichen Preisen einkaufen wie beispielsweise die österreichischen Kollegen, hätte dies eine Ersparnis von 1.1 Milliarden Franken zur Folge!

Um die Auswirkungen eines liberalisierten Aussenhandels im Agrar- und Lebensmittelbereich mit der EU abzuschät-

zen, wurden verschiedene Szenarios gerechnet. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Kostennachteile beim Vorleistungsbezug erheblich reduzieren liessen. So wären die Vorleistungskosten im Schweizer Gastgewerbe bei freiem Zugang zu den Beschaffungsmärkten Europas um bis zu 11.5 Prozent gesunken. Die Berechnungen ergaben zudem, dass dadurch eine Verringerung der Preisdifferenz zwischen dem Schweizer Gastgewerbe und jenem der Nachbarländer um bis zu 21 Prozent möglich gewesen wäre.

Um die Vorteile eines Freihandels aus Gästesicht aufzuzeigen, wurde ein Mustermenu kalkuliert. Aufgrund der tieferen Einkaufspreise für Nahrungsmittel könnte das Schweizer Gastgewerbe die Preise spürbar senken: Je nach Szenario resultiert ein Preissenkungsspielraum von 3 bis 7 Prozent. Das bedeutet, dass ein ursprünglich kalkulierter Preis für das Abendessen einer vierköpfigen Familie um rund 15 Franken reduziert werden könnte. Am deutlichsten ist der Spielraum für Preissenkungen bei den Fleischgerichten.

Bei den Vorleistungen im Nahrungsmittelbereich besteht grosser Kostensenkungsspielraum. Die Resultate der BAK-Studie bestätigen, dass ein Freihandelsabkommen mit der EU im Agrar- und Lebensmittelbereich für das Hotel- und Gastgewerbe erhebliche Erleichterung an der Kostenfront mit sich bringen würde.

Leider zog das Parlament in Sachen Agrarfreihandel die Bremse. Es verbot dem Bundesrat, die Verhandlungen mit der EU über ein Agrarfreihandelsabkommen weiterzuführen. Eine Mehrheit der Parlamentarier befürchtet, dass eine Öffnung des Agrarmarkts für die Schweizer Bauern katastrophale Folgen hätte. Leider wird die Sistierung der Verhandlungen bloss zum Stillstand führen und die Probleme der Landwirtschaft keineswegs lösen.

Eine Abschottung des Marktes ist kein Garant für die Rettung der Landwirtschaft. Obwohl die Schweiz nicht dem EWR beigetreten ist, hat die Zahl Landwirtschaftsbetriebe seit 1990 um 37 Prozent auf noch 59'000 abgenommen. Die schrittweise Einführung des Agrarfreihandels würde die Bauern stärken und Exportchancen eröffnen, wie die Beispiele Wein und Käse zeigen.



Die Fleischpreise werden in der Schweiz durch hohe Schutzzölle künstlich hochgehalten.

## Bundesrat will Wettbewerb stärken

**D**er Bundesrat hat die Botschaft zur Revision des Kartellgesetzes (KG) verabschiedet und dem Parlament zur Genehmigung unterbreitet. Durch diese Revision sollen die Wettbewerbsentscheide rechtsstaatlich besser verankert und besonders schädliche Formen von Kartellabreden verboten werden. Ziel der KG-Revision ist es unter anderem, den Wettbewerb in der Schweiz zu intensivieren und den Wirtschaftsstandort zu stärken.

Der Bundesrat möchte für eine grössere Unabhängigkeit der Wettbewerbsbehörden sorgen. Er will das Sekretariat der Wettbewerbskommission (Weko) zur rechtlich selbständigen Wettbewerbsbehörde innerhalb der Verwaltung machen. Die Weko würde zu einem Wettbewerbsgericht und damit zur ersten Beschwerdeinstanz.

Aus unserer Sicht wäre es wichtig, endlich gegen unzulässi-

**«Im Kampf gegen die unfaire Preispolitik der Konzerne legten wir einen Zacken zu.»**

ge Preisdifferenzierungen vorzugehen. Unternehmen verhalten sich unzulässig, wenn sie Markenprodukte im Ausland billiger vertreiben als in der Schweiz und gleichzeitig verhindern, dass Produkte zu im Ausland geltenden Bedingungen und Preisen an Schweizer Unternehmen und Konsumenten gelangen. Es bleibt zu hoffen, dass die eidgenössischen Räte hier einen Weg finden.

## Direktimporte laufen gut

**W**ir liegen schon lange im Clinch mit den grossen Getränkekonzernen, deren gastronomiefeindliche Preispolitik wir heftig kritisieren. Um Druck aufzubauen, importieren wir verschiedene Produkte aus dem EU-Raum, um sie günstig an Schweizer Wirte verteilen zu lassen.

Bereits seit 2006 importieren wir das bayerische Fassbier «Maximilians», welches wir über die Theo Rietschi AG in Arlesheim verteilen lassen. Das Qualitätsbier aus Bayern kostet CHF 1.79 pro Liter. Der Preis liegt 46 Prozent unter dem Listenpreis des Lagerbiers von Feldschlösschen und 49 Prozent unter demjenigen der Hopfenperle. Es ist nicht unser vorrangiges Ziel, Marktanteile zu erobern. Vielmehr geht es darum, dass es in der Schweiz überhaupt eine preisgünstige, qualitativ überzeugende Alternative zu den überbeuerten Fassbieren gibt.

Trotz des ausgesprochen guten Preis-Leistungs-Verhältnisses von Maximilians war es zunächst schwierig, vernünftige Mengen zu erreichen. Dank eines Grossabnehmers im Raum Zürich konnte jedoch alle zwei Monate ein Lastwagen aus Bayern in die Schweiz fahren und so die Frische des Biers sicherstellen. In letzter Zeit hat die Nachfrage nach Maximilians angezogen: Momentan beziehen sieben Betriebe in vier Kantonen das Bier regelmässig; daneben gibt es rund dreissig Kunden, die gelegentlich bestellen. Zudem laufen Versuche in Abholmärkten.

Noch besser entwickeln sich die Direktimporte von Coca-Cola und Schweppes. Die kleinen Mehrwegflaschen aus Deutschland werden im Auftrag des Wirteverbands von der Firma Ausländische Biere AG in der Nordwestschweiz vertrieben. In der Zwischenzeit beziehen rund zweihundert Betriebe in der Region Basel direkt importiertes Coca-Cola und Schweppes. Aufgrund von Nachfragen haben wir entschieden, neu auch 20cl-Mehrwegflaschen von Coca-Cola anzubieten.

## Rampenverkäufe für Gastronomen

**I**m vergangenen Jahr legten wir im Kampf gegen die unfaire Preispolitik der multinationalen Getränkekonzerne einen Zacken zu. Ende Mai fand erstmals ein Rampenverkauf für Gastronomen statt. Wir importierten containerweise Markengetränke und verkauften diese 51 bis 57 Prozent unter dem schweizerischen Listenpreis. Wir haben uns entschieden, ab Rampe zu verkaufen, weil uns die normalen Kanäle nicht offen stehen. Die Verkäufe werden 2013 fortgeführt. Im Fokus stehen PET-Gebinde und Dosenbiere.

[www.ab-rampe.ch](http://www.ab-rampe.ch)



Die Rampenverkäufe haben uns viel Publizität eingetragen. Die Resultate am Markt sind aber noch bescheiden.

## Oligopolistische Zustände auf dem Schweizer Biermarkt

**Pro Jahr werden in der Schweiz 4.6 Millionen Hektoliter Bier getrunken. Davon stammen 76 Prozent aus inländischer Produktion. Feldschlösschen und Heineken beherrschen drei Viertel des Marktes. Die anderen Bierhersteller sorgen für eine erfreuliche Vielfalt, erreichen aber nur selten überregionale Ausstrahlung.**

Von der inländischen Bierproduktion (exklusive Export) entfallen 48% auf den Branchenleader Feldschlösschen und 26% auf Heineken Switzerland. Die beiden Grossen haben zusammen einen Marktanteil von rund 74%. In vielen Regionen dürften es mehr als 80% sein. Von den konzernunabhängigen Herstellern können es lediglich Schützengarten (5%) und Locher (4%) mit Carlsberg-Feldschlösschen und Heineken einigermaßen aufnehmen. Ramseier (6%) produziert Eigenmarken für den Schweizer Detailhandel und liefert kein Fassbier in die Gastronomie.

**«Die Preiserhöhungen sind nur möglich, weil Carlsberg und Heineken so marktbeherrschend sind.»**

Zwölf gewerbliche Regionalbrauereien mit einem Jahresausstoss von 9000 bis 43'000 Hektolitern bringen es zusammen auf 8% Anteil am Inlandausstoss. Dahinter liegen 13 Kleinbrauereien mit einem Ausstoss von 2000 bis 6000 Hektoliter pro Jahr. Schliesslich gibt es noch 400 Kleinstproduzenten mit einem Anteil am Inlandausstoss von nicht einmal 2%. Etwa die Hälfte davon sind Gasthaus- und Mikro-Brauereien. Bei 200 Herstellern handelt es sich um steuerpflichtige «Hobby-Brauer». Die Grenzen sind fließend.

23.6 Prozent des in der Schweiz konsumierten Bieres stammt aus Importen. Für den Horeca-Bereich sind auch hier Feldschlösschen-Carlsberg und Heineken tonangebend. Diese Dominanz führt dazu, dass die Getränkehändler nicht um die grossen Braugruppen herumkommen. Ein unabhängiger Grossist bekommt auf den Listenpreis eine Marge von rund 18 Prozent. Feldschlösschen und Heineken selber gewähren den «guten» Endkunden der Gastronomie oft schon 15%, teilweise auch über 30%. Gastronomen bezahlen also schliesslich bei den Brauereien weniger für das fassweise eingekaufte und in den Keller gelieferte Bier als der Getränkegrossist, der es auf Paletten «lastenzugsweise» auf die Rampe geliefert bekommt!

Brauerei-unabhängige Getränkehändler können bei diesen Preisstrukturen nie wettbewerbsfähig bleiben. Sie werden von den Konzernen zunehmend an die Wand gedrückt. Die Preiserhöhungen von Carlsberg und Heineken sind nur möglich, weil die beiden Konzerne so marktbeherrschend sind. Um einen wirksamen Wettbewerb sicherzustellen, sind die vertikalen Strukturen zu beseitigen.

## Verhaltensregeln für Lieferverträge

**2004 hat die Wettbewerbskommission Richtlinien für Lieferverträge der Brauereien mit ihren Abnehmern in der Gastronomie erlassen. Die Kriterien waren schon damals zu schwach, um einen wirklichen Wettbewerb sicherzustellen. Deshalb forderten wir die Brauereien dazu auf, mit den gastgewerblichen Verbänden einen Verhaltenskodex auszuarbeiten.**

Feldschlösschen und Heineken halten sich noch so gerne an die von der Weko gebilligten Vertragsformulierungen, denn sie sind für die Brauereien sehr vorteilhaft. Eine fünfjährige sichere Kundenbindung ohne Ausstiegsklauseln und mit unbezahlbaren Strafgeldern! Und dies oft ohne grössere Leistungen oder mit uralten Buffetanlagen, die längst abgeschrieben sind, bei einem Wirtewechsel aber in die Verträge «eingepflegt» werden. Es kann doch nicht sein, dass in einem fünfjährigen Vertrag der Lieferant das Recht hat, mit den Preisen aufzuschlagen, ohne dass es wenigstens ein Ausstiegsrecht des Wirtes gibt!

Heineken übernahm 2006 Ziegelhof und 2008 Eichhof, den damals drittgrössten Bieranbieter der Schweiz. Im gleichen Jahr kam Carlsberg in den Besitz der Brauerei Kronenbourg, die zuvor als nicht unbedeutender, eigenständiger Player auch auf dem Schweizer Markt aktiv war. Und schliesslich haben Anheuser-Busch InBev als weltgrösster Bierkonzern und die Grupo Modelo einen grossen Teil ihrer Marken 2010 zum Schweizer Generalvertrieb an Feldschlösschen übergeben. Darunter befinden sich wichtige Marken wie Bud, Stella Artois, Franziskaner und Corona. Es gibt also Gründe genug, die Kriterien von 2004 zu überdenken.

Wir haben einen gastronomie- und wettbewerbsfreundlichen Muster-Liefervertrag entwickelt, den wir den relevanten Verbänden und Lieferanten zukommen liessen. In einem Schreiben forderten wir die gemeinsame Ausarbeitung von Verhaltensregeln für Bierlieferverträge. Wir forderten unter anderem die Abschaffung der Exklusivklauseln, ein Ausstiegsrecht bei Preisaufschlägen, die Möglichkeit der vorzeitigen Darlehensrückzahlung und das Recht für den Wirt, Gebrauchsleihen zum Zeitwert zu übernehmen.

## Barometrische Preisführerschaft

Laut Wikipedia ist Preisführerschaft eine Marktsituation, in der die Preisbewegungen weitgehend von einem einzelnen Anbieter bestimmt werden, an dessen Preispolitik sich die anderen Anbieter anpassen. Preisführerschaft tritt nur auf oligopolistischen Märkten auf, denn ein Anbieter muss entsprechende Marktmacht besitzen, um sie zu eringen.

In einem Oligopol kann dasjenige Unternehmen die Rolle eines Preisführers spielen, das aufgrund von Marktanteil, Kostenstruktur und finanziellen Reserven die besten Chancen hätte, einen Preiskrieg zu überstehen. Die kleineren Unternehmen orientieren sich bei ihren Preisentscheidungen am dominierenden Unternehmen. Sie vermeiden es, den Preis des Marktführers deutlich zu unterbieten, da es sonst zu einem Preiskrieg käme, den sie wahrscheinlich verlieren würden.

Typisch sind nahezu synchrone Preisänderungen: Vollzieht das führende Unternehmen eine Preisänderung, ziehen die Mitbewerber bald darauf mit. Eine Preisführerschaft beruht auf impliziter Abstimmung und nicht auf Abmachung. Das unterscheidet sie von Kartellen, in denen Absprachen explizit getroffen werden.

Bei der «barometrischen» Preisführerschaft übernimmt ein bestimmtes Unternehmen durch Tradition, Vertrauen oder stille Übereinkunft die Aufgabe des Preisführers. Die Preisführerschaft kann aber auch zwischen den Unternehmen rotieren, wobei dies ein Verhalten zur Täuschung der Kartellbehörden sein kann. Gemeinsam ist allen Beteiligten, dass sie durch das Vermeiden von Preiskämpfen auskömmliche Gewinne erzielen wollen.

Wie kann man ein solches Marktsystem zu Fall bringen? Wirtschaftswissenschaftler sind sich einig: Eine stärkere Öffnung von Märkten für Neugründungen und ausländi-

sche Anbieter erschweren die barometrische Preisführerschaft und bringen den Verbrauchern niedrigere Preise.

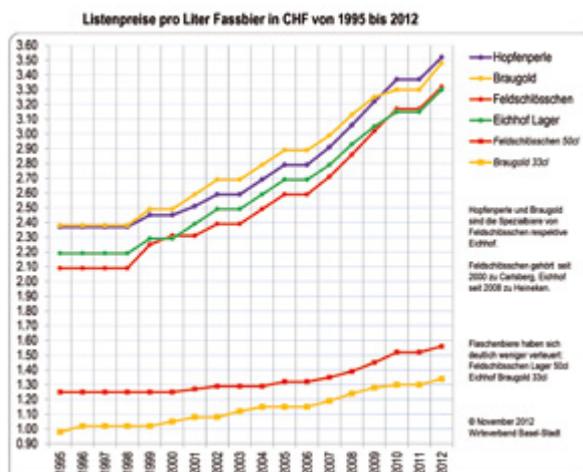
Die untenstehende Grafik zeigt, wie sich die Listenpreise der offenen Spezial- und Lagerbiere von Feldschlösschen und Eichhof fast synchron entwickeln. Sie belegt auch, dass sich die Fassbiere weit stärker verteuert haben als der Preis der gleichen Bier in Flaschen. Gleiche Branche, gleiche Schweizer Produktion, gleiche Kosten, gleiche Marktinvestition. Alles wird «gleich» beherrscht – schön abgesichert mit unkündbaren Lieferverträgen, Exklusiv- und Penaltyklauseln.

## Schwierige Parallelimporte

Eigentlich wäre es ja ganz einfach: Das Cassis-de-Dijon-Prinzip besagt, dass ein Produkt, das in einem EU-Land verkehrsfähig ist, auch in der Schweiz in Verkehr gesetzt werden darf. Einschränkungen sind nur aus übergeordneten öffentlichen Interessen zulässig. Wer jetzt meint, Getränke könnten ohne weiteres von der EU in die Schweiz eingeführt werden, täuscht sich aber gewaltig. In manchen Fällen sind die schweizerischen Auszeichnungsvorschriften ein grosses Problem, in anderen Fällen die Herstellerbescheinigung «EUR1». Fehlt diese, bezahlt man in der Schweiz «Strafzölle».

## Das günstigste Fassbier der Schweiz

Das günstigste Fassbier auf dem Schweizer Markt, das auf Initiative des Wirtverbandes Basel-Stadt seit 2006 importierte Maximilians aus Bayern, verzeichnet auch die beste Preisentwicklung. Der aktuelle Einkaufspreis von CHF 1.79 pro Liter liegt 0.6 Prozent unter dem Einführungspreis von 2006. Maximilian's ist erhältlich bei Theo Rietschi AG in Arlesheim.



## Carlsberg missbraucht Marktmacht

**Wir sind zum Schluss gekommen, dass die zum Carlsberg-Konzern gehörende Feldschlösschen Getränke AG ihre Marktmacht missbraucht. Deshalb haben wir beim Preisüberwacher und bei der Wettbewerbskommission Anzeige erstattet.**

Natürlich steht es aber jedem Unternehmen frei, seine Preispolitik zu bestimmen, solange es auch bereit ist, die Konsequenzen zu tragen – und solange kein Missbrauch der Marktmacht vorliegt. Störend ist, dass von Feldschlösschen gebrauchte Billigbiere wie «Anker» im Einzelhandel verschertelt werden, man typische Gastronomiegebilde in dieser Preisklasse aber vergeblich sucht.

Wir brauchen in der Schweiz mehr Wettbewerb im Getränkemarkt. Beim Offener gibt es ein stillschweigendes Preiskartell und alle Anbieter haben ein Interesse am hohen Preisniveau. Die Unterschiede sind aber nicht nur im internationalen Vergleich enorm gross, sondern auch zwischen den Absatzkanälen Detailhandel und Gastronomie.

Wir fordern, dass Feldschlösschen den Grossteil der konzern-eigenen Handelsfirmen verkauft und Exklusiv-Vertretungen von Marken aufgibt, die nicht zum Carlsberg-Konzern gehören. Zudem sollen Carlsberg und die Importmarken der Gruppe endlich zu Preisen verkauft werden, die einigermaßen dem internationalen Niveau entsprechen.

## Coca-Cola schöpft Kartellrenten ab

**Im November 2012 haben wir die Wettbewerbskommission gebeten, eine Untersuchung gegen die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG und allenfalls gegen andere Unternehmen des Coca-Cola-Systems zu veranlassen.**

Was Coca-Cola beispielsweise von Mineralwasser unterscheidet, ist die Tatsache, dass es für konventionelle Gastronomen keine vollwertigen Ausweichmöglichkeiten gibt, weshalb die Verhandlungsmacht der Wirte gering ist. Zwar gibt es Produkte wie Sinalco-Cola oder Pepsi, die in einigen Betrieben als Alternative dienen, doch die Schweizer Konsumenten wünschen eben mehrheitlich Coca-Cola.

Es ist in Ordnung, dass eine starke Marke teurer verkauft wird als billige Nachahmer- oder Konkurrenzprodukte, aber diesbezügliche Preisdifferenzen bestehen bereits auf dem deutschen Markt. Es ist auch legitim, dass Coca-Cola wegen der hohen Kosten in der Schweiz etwas teurer ist als im benachbarten Ausland. Die Unterschiede sind allerdings so gross, dass man sie nicht mehr alleine mit der hiesigen

Kostensituation begründen kann. Wir halten es für erwiesen, dass hier ein internationaler Konzern die Preise willkürlich festlegt, um von der hohen Kaufkraft in unserem Land zu profitieren.

**«Die Unterschiede sind so gross, dass man sie nicht alleine mit der hiesigen Kostensituation begründen kann.»**

Seit 2011 lassen wir, sofern wir Ware bekommen, von einer Partnerfirma verschiedene Mehrwegprodukte parallel importieren und in der Nordwestschweiz an mittlerweile 200 Restaurants verteilen. Wir sind mit unserer Partnerfirma in der Lage, Coca-Cola aus dem Ausland zum einem Preis von 79 Rappen statt zu 95 Rappen bis CHF 1.13 in Schweizer Keller zu liefern. Unsere Einkaufsorganisation ist also effizienter als der von Coca-Cola autorisierte Vertriebskanal in der Schweiz. Das beweist, dass massiv «Kartellrenten» abgeschöpft werden und dass der autorisierte Vertriebskanal nur überlebt, weil der Wettbewerb beschränkt ist.

Weil in unsere Direktimporte ein Grosshändler in Baden-Württemberg involviert ist, entstehen unnötige Kosten. Um diese zu vermeiden, haben wir den sogenannten «Bottler» in Baden-Württemberg, die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG, angefragt, ob wir auf Grosshandels-Niveau direkt beziehen können. Wir haben angeboten, alle zwei Wochen 28 Paletten im Voraus zu bezahlen und diese volle Truckladung jeweils von einem Spediteur abholen und selber am Zoll abfertigen zu lassen.

Würde uns Coca-Cola die Getränke direkt verkaufen, so wären wir in der Lage, die Mehrwegflaschen in der Schweiz nochmals schätzungsweise 6 Rappen günstiger anzubieten. Mit einem Preis von 73 Rappen für den Wirt lägen wir dann 40 Rappen resp. 35.4 Prozent unter dem schweizerischen Listenpreis. Das würde wiederum den Druck auf den Lizenznehmer in der Schweiz erhöhen, seine künstlich hochgehaltenen Preise zu senken.

Die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG war erst nach einer Intervention der Weko überhaupt bereit, eine Offerte abzugeben, die allerdings alles andere als attraktiv war. Zunächst war sogar von einem «Gentlemen's Agreement» zwischen den Ländergesellschaften die Rede, Kunden nicht grenzüberschreitend zu bedienen. Solche Lieferungen seien durch die Konzession nicht abgedeckt. Wir haben die Weko ersucht, eine Beseitigung der Wettbewerbsbehinderung zu erwirken oder eine Untersuchung gegen das Coca-Cola-System zu veranlassen.

## Volkswirtschaftliche Bedeutung

Das Schweizer Hotel- und Gastgewerbe ist ein bedeutender Wirtschaftszweig. Die Branche hat 217'282 Beschäftigte, davon sind gut 10'000 Lernende. Mit etwa 5% der Beschäftigten ist sie der sechstgrösste Arbeitgeber der Schweiz. Das Gastgewerbe umfasst rund 35'000 Profit Center in 27'000 Betrieben, die zusammen CHF 27.7 Milliarden Jahresumsatz erzielen (davon CHF 10.3 Milliarden in der Beherbergung).

2011 lieferte das Gastgewerbe über eine Milliarde Franken Mehrwertsteuer und somit mehr als einen Zehntel der im Inland erhobenen Netto-Steuerforderungen ab. Zudem ist die Branche ein bedeutender Abnehmer von inländischen Produkten (Landwirtschaft, Gewerbe) und ein wichtiger Auftraggeber für die Banken, die Bauwirtschaft, den Fachhandel und weitere Branchen.

## Branchenstruktur

Im Gastgewerbe dominieren kleine Betriebe. Nicht einmal jeder sechste Betrieb erzielt mehr als CHF 1.5 Millionen Jahresumsatz, während mehr als die Hälfte der Lokale weniger als CHF 550'000 erzielt. Fast ein Drittel aller Betriebe haben, wenn man den Inhaber nicht mitrechnet, weniger als vier Beschäftigte.

## Ertragslage

Der durchschnittliche mittelfristige Liquiditätsgrad beträgt 56.7% (der «Acid Test» fordert 100%). Der durchschnittliche langfristige Liquiditätsgrad beträgt 110.5% (die «Banker's Rule» sieht 200% vor). Die Verweildauer auf einem Betrieb beträgt durchschnittlich fünf Jahre. Rund 20 Prozent der Betreiber überleben die ersten drei Jahre nicht. Bei korrekter Verbuchung eines Eigenlohns und der Eigenkapitalzinsen müssten 59% der Gastbetriebe rote Zahlen ausweisen.

## Kostenstruktur

Auf der Kostenseite sind die Mitarbeiter und der Wareneinkauf entscheidend. Grosse Betriebe haben prozentual höhere Personalkosten, aber tiefere Waren- und Betriebskosten, so dass durchschnittlich höhere Gewinne möglich sind. Das durchschnittliche Unternehmereinkommen beträgt 5.4% des Umsatzes und setzt sich zusammen aus einem Unternehmerlohn von 9.2%, einer Eigenkapitalverzinsung von 1.5% und einem Verlust von 5.3%.

### Anzahl Mitarbeitende (ohne Betriebsinhaber)

Keine Mitarbeiter	6.4%
1 Mitarbeiter	6.9%
2 bis 3 Mitarbeiter	19.7%
4 bis 5 Mitarbeiter	16.2%
6 bis 9 Mitarbeiter	20.8%
10 bis 19 Mitarbeiter	18.4%
20 bis 49 Mitarbeiter	9.2%
50 und mehr Mitarbeiter	2.4%

### Jahresumsatz in Franken

bis 150'000	12.0%
150'001 bis 250'000	10.9%
250'001 bis 350'000	11.2%
350'001 bis 550'000	18.0%
550'001 bis 850'000	16.1%
850'001 bis 1'100'000	9.5%
1'100'001 bis 1'500'000	7.1%
1'500'001 bis 2'000'000	4.9%
2'000'001 bis 5'000'000	8.1%
über 5'000'000	2.4%

### Kosten im Gastgewerbe

Personalkosten inkl. Unternehmerlohn	48.0%
Warenkosten	26.9%
Finanz- und Anlagekosten	18.8%
Allgemeine Betriebskosten	11.6%
Erfolg	-5.3%

Die Daten stammen aus dem Branchenspiegel von GastroSuisse. Das Dokument ist für CHF 28 auf [gastrouisse.ch](http://gastrouisse.ch) erhältlich.

**I**m November 2012 gab es in Basel-Stadt 900 gastgewerbliche Betriebsstätten mit insgesamt 981 Profit Centers. Zwar wird der Gastronomiemarkt von kleinen Einheiten geprägt, doch der Anteil der Ketten, Systeme und Gruppen ist hoch.

Nur 19.2% der Basler Gastbetriebe verfügen über mehr als einen regelmässig geöffneten Gastraum. 32.5% der Betriebe verfügen über weniger als 41 Innenplätze und 12% der Betriebe haben mehr als 100 Plätze.

**«Der Marktanteil der Individualgastronomie beträgt nur noch 50 Prozent.»**

Die Gaststätten in Basel-Stadt verfügen über 1094 regelmässig geöffnete Räume mit 60'459 Innenplätzen. Mit Aussenbereichen und Plätzen in unregelmässig geöffneten Räumen dürfte die Kapazität des Basler Gastgewerbes bei über 100'000 Personen liegen.

200 Betriebe (22.2%) gehören zu einer Kette, einem System oder einem Unternehmen mit mehr als einer Betriebsstätte. Die Gruppenbetriebe verfügen zusammen über 287 regelmässig geöffnete Innenräume (26.2%) mit 21'200 Innenplätzen (35%).

Wegen der höheren Produktivität der Grossgastronomen ist davon auszugehen, dass der Marktanteil der Individualgastronomie nur noch 50 Prozent beträgt. Allerdings gehören von den erwähnten 200 Gruppenbetrieben nur 86 zur Markengastronomie im engeren Sinne – und selbst diese Betriebe werden oft von KMU betrieben, z.B. mit Franchisingverträgen.

Die häufigste Rechtsform im Basler Gastgewerbe ist nach wie vor die Einzelirma (37.9%), gefolgt von der GmbH (29.7%) und der Aktiengesellschaft (23.5%). 3.3% der Betriebe werden von einer Genossenschaft geführt, 2.3% von einem Verein, 1.7% von einer Stiftung und 1.6% von einer Kollektivgesellschaft.

Das Hotel- und Gastgewerbe in Basel-Stadt beschäftigt 8300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon etwa 4600 im Vollzeit- und 3700 im Teilzeitpensum. Die Lohnsumme beläuft sich auf rund 380 Millionen Franken pro Jahr. Der Jahresumsatz beträgt circa 800 Millionen Franken; davon entfallen 180 Millionen auf die Beherbergung und 620 Millionen auf die Restauration.

In obigen Zahlen nicht enthalten sind die 270 Vereins- und Klubwirtschaften im Kanton, die rund 500 Gelegenheitswirtschaften pro Jahr sowie mehrere Hundert Detailhandels-, Take-Away- und Cateringbetriebe, die ebenfalls verzehrfertige Speisen und Getränke anbieten.

1995 gab es in Basel-Stadt rund 480 gastgewerbliche Betriebsstätten. 2009 waren bereits 868 – pro Jahr kamen also fast 28 Betriebe dazu. Die stürmische Phase war um die Jahrtausendwende. Zwar hat sich das Wachstum in den letzten drei Jahren auf durchschnittlich zehn Betriebe verlangsamt, doch unter den aktuellen Umständen ist das erstaunlich, denn der Gesamtumsatz dürfte eher abgenommen haben.

Das stärkste Wachstum in den letzten Jahren wiesen kleine Treffpunktlokale (insbesondere Café-Bars) und Imbisslokale auf, während die Zahl der bedienten Speiserestaurants und anderer Betriebstypen sich nur leicht veränderte.



Bei den Verpflegungsbetrieben dominieren traditionelle Kochstile. Von den 306 bedienten Speiserestaurants haben sich 58 auf italienische und 46 auf asiatische Küchen spezialisiert.

<b>Profit Centers nach Betriebsart</b>			
Europäische Küchen	231		23.6%
Asiatische Küchen	46		4.7%
Diverse Küchen	16		1.6%
Cafés mit hohem Küchenanteil	13		1.3%
<b>Full Service</b>		<b>306</b>	<b>31.2%</b>
<b>Quick Service</b>		<b>123</b>	<b>12.5%</b>
<b>Betriebs- und Schulverpflegung</b>		<b>51</b>	<b>5.2%</b>
<b>Total Verpflegungsgastronomie</b>		<b>480</b>	<b>48.9%</b>
Cafés mit geringem Küchenanteil	55		5.6%
Café-Bars	124		12.6%
Bars / Pubs	87		8.9%
Eher getränkebetonte Wirtschaften	32		3.3%
Getränkebetonte Wirtschaften	91		9.3%
<b>Treffpunktlokale</b>		<b>389</b>	<b>39.7%</b>
Tanzlokale	26		2.7%
Cabarets	7		0.7%
Kontaktbars	17		1.7%
Diverse Unterhaltungslokale	5		0.5%
<b>Unterhaltungsbetriebe</b>		<b>55</b>	<b>5.6%</b>
<b>Total Kommunikationsgastronomie</b>		<b>444</b>	<b>45.3%</b>
Hotels mit weniger als 50 Zimmern	30		3.1%
Hotels mit 50 bis 99 Zimmern	15		1.5%
Hotels mit 100 und mehr Zimmern	12		1.2%
<b>Beherbergungsbetriebe</b>		<b>57</b>	<b>5.8%</b>
<b>Profit Centers in Basel-Stadt</b>		<b>981</b>	<b>100.0%</b>

<b>Innenplätze</b>	<b>Betriebe</b>	<b>in %</b>
0	32	3.6%
1 bis 30	131	14.5%
31 bis 40	130	14.4%
41 bis 60	321	35.7%
61 bis 100	178	19.8%
101 bis 200	82	9.1%
über 200	26	2.9%
<b>Total</b>	<b>900</b>	<b>100.0%</b>

<b>Gasträume</b>	<b>Betriebe</b>	<b>in %</b>
0	32	3.6%
1	695	77.2%
2	135	15.0%
3 und mehr	38	4.2%
<b>Total</b>	<b>900</b>	<b>100.0%</b>

Ohne Räume, die lediglich für Hotelfrühstück, Tagungen oder Bankette gebraucht werden.  
© Wirtverband Basel-Stadt, November 2012

## Die Macht der Buchungsportale

**Die Online-Distribution gewinnt für die Hotellerie zunehmend an Bedeutung. Durchschnittlich werden heute bereits 27 Prozent der Buchungen elektronisch in Echtzeit generiert. Die Buchungsportale nehmen mit 16 Prozent den grössten Anteil bei den elektronischen Buchungen ein.**

Der Trend zu Online-Buchungen ist seit Jahren ungebrochen, während sowohl der klassische Direktvertrieb als auch der Verkauf über touristische Partner (zum Beispiel Reisebüros, Tourismusorganisationen) rückläufig ist. HRS, Hotel.de und Booking.com sind die am weitesten verbreiteten Online-Buchungsportale in den deutschsprachigen Ländern. Dabei hat Booking.com bei uns mit 52 Prozent eine dominante Stellung, wie das Institut für Tourismus der Fachhochschule Wallis in Siders erhob.

**«Die Online-Distribution ist von grösster Bedeutung für die Hotellerie.»**

Fast alle Hotels in der Schweiz verfügen über eine eigene Website. Über ein Echtzeitbuchungssystem verfügen allerdings nur 51 Prozent. Knapp ein Drittel der Betriebe ist zudem im Bereich der mobilen Vertriebsformen aktiv, häufiger in Form einer für mobile Endgeräte angepassten Website und eher selten mit einer spezifischen App. So genannte Deal-Angebote werden von circa 20 Prozent der Hotels genutzt.

## Benchmarks für faire Praktiken

Im April 2012 verabschiedete der europäische Dachverband der Hotels, Restaurants und Cafés (Hotrec) einstimmig eine Aktualisierung seiner «Benchmarks fairer Praktiken in der Online-Distribution». Die Hotellerie lud darauf

hin über Hotrec ihre Online-Vertriebspartner ein, detailliert Auskunft zu den angemahnten Praktiken eines fairen Miteinanders zu geben. Die Mehrzahl der antwortenden Distributionspartner reagierte positiv auf die 19 Benchmarks, die Einzelaspekte der Vertriebspraktiken von Buchungsportalen, deren Affiliate-Partnern, Suchmaschinen bis hin zu Hotelbewertungssystemen betrachten.

Die Online-Distribution ist von grösster Bedeutung für die Hotellerie, zugleich ist die Branche aber auch abhängig von einigen wenigen Anbietern. Der mittelständisch geprägte Hotelmarkt sieht sich bedauerlicherweise mit unfairen Praktiken konfrontiert. Die Preis-, Vertriebs- und Produkttheorie muss beim Hotel bleiben! In vielen Fällen wird dieses Marktprinzip aufgrund des steigenden Druckes durch Vertriebspartner verletzt.

## Preisnachlässe sind keine gute Strategie

Eine Studie des Cornell Center for Hospitality Research untersuchte die Frage, welche Preisstrategie am meisten Erfolg hat. Es zeigte sich, dass Hotels mit stabilen Preisen besser fahren als solche, die überstürzt die Preise senken. Zu den besten Resultaten führt die Strategie, die Preise gegenüber der vergleichbaren Konkurrenz anzuheben. Tiefpreis-Strategien führen zu einem geringeren RevPAR führt, weil die Zahl der Übernachtungen nicht so stark gesteigert werden kann, dass es sich lohnen würde. Diese Erkenntnis spricht aber nicht gegen gezielte Preis-Promotionen.

## Sterneklassifikation von GastroSuisse

Die Hotelklassifikation von GastroSuisse hat sich am Markt etabliert. Bereits hat jeder fünfte in der Schweiz klassifizierte Hotelbetrieb seine Sterne von GastroSuisse! Der Verband leistet einen wichtigen Beitrag zur Qualitätsförderung der Schweizer Hotellerie. Die Gebühren sind tief gehalten. Die Klassifikation ist international abgestimmt und erfüllt die Standards des europäischen Hotel- und Restaurantverbandes Hotrec.



## Verdrängungskampf

**D**er Schweizer Hotellandschaft stehen wegweisende Entwicklungen bevor. Zahlreiche Projekte werden bestehende Betriebe durchrütteln – und dies in einer Phase mit starkem Franken und ungewissen Wirtschaftsaussichten.

Bei den Projekten handelt es sich oft um moderne Hotels mit mehr als 100 Zimmern, die sich entweder an Toplagen durch möglichst hohen Komfort und Luxus oder aber an nicht ganz so zentralen Standorten durch ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis auszeichnen. Bereits ansässige Hotels versuchen konkurrenzfähig zu bleiben und erneuern ihre Immobilien, teilweise sogar auf Kosten einer reduzierten Zimmerzahl. Kleinbetriebe werden es zukünftig noch schwerer haben.

**«Kleinbetriebe werden es zukünftig noch schwerer haben.»**

Im Basler Hotelmarkt kann man von einem Verdrängungskampf sprechen. Das Hotel Europe wird bis Anfang 2014 komfortabel umgebaut, dadurch reduziert sich die Zimmerzahl von 158 auf 141 Einheiten. Aus demselben Grund wird sich beim Hotel St. Gotthard am Bahnhof die Zimmerzahl von 95 auf 87 verringern. Die 4-Sterne-Hotels Euler und Radisson haben ihre Erneuerungen bereits hinter sich.

Damit rüsten sich die Basler Hoteliers gegen die neue Konkurrenz im Gebiet Grosspeter. Dort sind ein 4-Sterne Novotel mit 145 Zimmern, ein 2-Sterne Ibis Budget mit 194 Zimmern sowie ein 3-Sterne-Hotel mit 150 Zimmern im Hochhaus der PSP Swiss Property geplant. Schon bald werden rund 500 zusätzliche Zimmer und 1000 Hotelbetten auf den Basler Markt gelangen.

## Zweitwohnungsverordnung

**M**it der Annahme der Zweitwohnungsinitiative hat sich das Schweizer Volk für eine Beschränkung des Zweitwohnungsbaus ausgesprochen. Das bedingt verschiedene rechtliche Anpassungen. Um die drängendsten Fragen zu klären, hat der Bundesrat eine Verordnung verabschiedet, die den Bau neuer Zweitwohnungen regelt.

Die neuen Vorgaben gelten, bis das Ausführungsgesetz zur neuen Verfassungsbestimmung vorliegen wird. Die Verordnung gilt für den Bau neuer Zweitwohnungen in Gemeinden, die einen Zweitwohnungsanteil von mehr als zwanzig Prozent erreicht haben. Solche Gemeinden dürfen keine Zweit-

wohnungen mehr bewilligen, es sei denn, sie knüpfen die Baubewilligung an eine Bedingung, die sicherstellt, dass mit dem Bau «warme Betten» entstehen.

Voraussetzung soll sein, dass die Wohnungen nicht individuell ausgestaltet sind sowie dauerhaft und ausschliesslich zur kurzfristigen Nutzung durch Gäste zu marktüblichen Bedingungen angeboten werden. Solche Vermietungen sollen im Rahmen strukturierter Beherbergungsformen oder durch Eigentümer erfolgen, die in demselben Haus wohnen.

Bestehende Hotelimmobilien dürfen in Ausnahmefällen und unter restriktiven Voraussetzungen zu nicht touristisch bewirtschafteten Zweitwohnungen umgenutzt werden. Die Immobilie muss als Hotelbetrieb gebaut und während mindestens 25 Jahren als Hotel geführt worden sein. Zudem hat ein unabhängiges Gutachten aufzuzeigen, dass der Hotelbetrieb nicht mehr rentabel weitergeführt werden kann.

Die Umnutzbarkeit alter Hotelbetriebe ist tourismus- und wirtschaftspolitisch wichtig. So kann sichergestellt werden, dass in der Hotellerie weiterhin ein sinnvoller Strukturwandel stattfinden kann. Die Möglichkeit zum Bau von warmen Betten ist ein Akt der Vernunft. Unverständlich ist es jedoch, dass Hotels bewirtschaftete Wohnungen nur dann bauen dürfen, wenn sie eine gewisse Grösse aufweisen. Das diskriminiert kleine und mittlere Betriebe, die eine wichtige Säule des Schweizer Tourismus sind.



Der 78 Meter hohe «Grosspeter Tower» wird ein Drei-Sterne-Hotel enthalten und voraussichtlich 2016 eröffnen.

## Entwicklung

Die Entwicklung der touristischen Nachfrage in Basel verlief 2012 leicht positiv. Der stabile Geschäftstourismus, der weniger sensibel auf die Währungsentwicklung reagiert, leistete dabei einen wesentlichen Beitrag. Trotz Marktanteilsverlusten bleibt Europa weiterhin der wichtigste Markt für den Basler Tourismus.

Die Gefahr einer weiteren Ausweitung der Euro-Krise scheint zwar aktuell etwas geringer, eine nachhaltige Entspannung des Wechselkursverhältnisses ist aber nicht so bald zu erwarten. Sollte der Franken im Jahr 2013 stark bleiben, wird die Nachfrage aus der Euro-Zone wohl weiter zurückgehen. Andererseits profitiert Basel neben einer stabilen Binnennachfrage zunehmend von den diversifizierten Marketingaktivitäten in den Märkten USA, Indien, Golf-Staaten und Russland, die zwar den Verlust aus dem Euroraum noch nicht kompensieren, aber doch vermindern können.

**«In Basel hängen über 10'000 Arbeitsplätze direkt oder indirekt vom Tourismus ab.»**

Basel hat sich mit dem Claim «Culture Unlimited» erfolgreich als Freizeitdestination positioniert und spielt seine Stärke als «Kongressstandort der kurzen Wege» aus. Beim Messtourismus ist aufgrund der hohen Auslastung kaum zusätzliches Wachstum möglich. Hingegen konnte mit attraktiven Weekend-Pauschalen der Kulturtourismus stimuliert werden. Zudem ist es gelungen, Basel in einigen asiatischen Ländern als Etappenziel auf Europareisen bekannt zu machen.

## Tagestourismus

Die durch Tagestouristen generierte Wertschöpfung wird unterschätzt. Zwar gibt ein Tagesbesucher durchschnittlich weniger aus als ein übernachtender Gast. Weil aber die Frequenzen sehr hoch sind, dürfte die in Basel anfallende Wertschöpfung des Tagestourismus höher liegen als diejenige des Übernachtungstourismus. Genaue Zahlen gibt es nicht. Konservative Schätzungen gehen von sechs Millionen Tagestouristen aus. Je nach Distanz und Besuchshäufigkeit, die man der Definition zugrunde legt, könnten es aber auch zwölf Millionen sein. Regelmässige Stadtbesucher aus der Agglomeration sind hier nicht eingerechnet.

## Job-Motor

Im Kanton Basel-Stadt hängen über 10'000 Arbeitsplätze direkt oder indirekt vom Incoming-Tourismus ab. Neben dem Hotel- und Gastgewerbe profitieren auch Detailhändler, Transportunternehmen, Banken, Freizeit- und Kulturbetriebe stark vom Fremdenverkehr. Hinzu kommt eine erhebliche indirekte Wertschöpfung. Zudem ist der Tourismus ein wichtiger Standortfaktor, weil er massgeblich zur hohen Lebensqualität in Basel beiträgt.



Bild: Basel Tourismus

Der Tourismus trägt zur hohen Lebensqualität in Basel bei.

## Basel Tourismus

**B**asel Tourismus hat seine Website basel.com neu lanciert. Das Hauptaugenmerk wurde auf die Kundenlenkung und den Buchungsbereich gelegt. Die verschiedenen Zielgruppen werden neu über eigene Rubriken angesprochen. Freizeitreisende, Meeting Planer, Gruppenreiseveranstalter und Gruppenreisende sowie Medien finden massgeschneiderte Informationen und Angebote. Auch die Informationen für Mitglieder und Partner können separat abgerufen werden.

Ebenfalls einer umfassenden Überarbeitung unterzogen wurde die Imagebroschüre. Diesem Prozess vorangegangen ist eine Analyse der bisherigen Verwendung, aufgrund deren Ergebnisse sich Basel Tourismus dazu entschieden hat, die Publikation als handlichen Reiseführer mit praktischen Tipps und stimmungsvollen Bildern zu gestalten. Die Broschüre ist in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch erhältlich.

Ein regelmässiger Kontakt mit Basel Tourismus ist durch die Einsitznahme von Maurus Ebnetter im Vorstand sichergestellt. Die Organisation verfügt über ein engagiertes Team und eine motivierte Geschäftsführung. Das Jahresbudget beträgt rund neun Millionen Franken, wovon 43 Prozent ins Marketing fliessen. Gemessen an Hotelübernachtungen, ist Basel hinter Zürich, Genf und Zermatt die viertgrösste Tourismusdestination der Schweiz. Nach «Roomnights» ist unsere Stadt sogar der dritt wichtigste Hotelstandort des Landes.

Die Marketingstrategie von Basel Tourismus für die Jahre 2013 bis 2016 sieht vor, für den Leisure-Bereich neue Märkte mit hohem Wachstumspotenzial zu erschliessen. Basel wird weiterhin als Kulturstadt positioniert. Bei den Meetings werden die Kräfte noch stärker auf die Akquisition von wertschöpfungsintensiven Verbandskongressen fokussiert.

## Vorereitung auf chinesische Gäste

**A**nfangs Juni führte das Projekt «Upper Rhine Valley» einen sogenannten «Info-Stammtisch» in Basel durch. Referenten und Teilnehmer gingen der Frage nach, wie man chinesische Touristen gewinnt und betreut. Die teilnehmenden Hoteliers und Gastronomen erfuhren, weshalb Chinesen einen Wasserkocher auf dem Zimmer erwarten und dass sie bereits zum Frühstück gern warm essen.

Die Referenten brachten den Teilnehmern die kulturellen Besonderheiten chinesischer Gäste näher. Sie stellten die Entwicklungen auf dem chinesischen Reisemarkt vor und vermittelten hilfreiche Informationen, die helfen, Missverständnisse zu vermeiden. Den Kursbesuchern wurden da-

über hinaus konkrete Ansätze geliefert, wie sie auf dem chinesischen Markt für sich werben können. China ist eine aufstrebende Wirtschaftsnation und stellt mit seinen rund 1.3 Milliarden Einwohnern ein riesiges Potential für künftige Auslandsreisen nach Europa dar. Schon jetzt ist eine wachsende Zahl chinesischer Gäste zu beobachten.

## Bund konkretisiert Wachstumsstrategie

**D**er Bundesrat hat 2010 den Bericht «Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz» gutgeheissen, der die langfristigen strategischen Stossrichtungen für die neue Tourismuspolitik vorgibt. Die Umsetzung der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz erfolgt auf der Basis von vierjährigen Umsetzungsprogrammen, die vom Seco erarbeitet werden.

Das erste Umsetzungsprogramm 2012–2015 verfolgt drei Ziele: Die Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort wird konkretisiert und implementiert, die Schwerpunkte beim Vollzug der neuen Tourismuspolitik des Bundes sind gesetzt und für die 2014 vorgesehene Standortbestimmung durch den Bundesrat gibt es eine Grundlage. Das Programm umfasst 30 Kernprojekte zu verschiedenen thematischen Schwerpunkten. Davon entfallen zwei Drittel auf die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismusunternehmen und ein Drittel auf die Standortförderung.



Basler Hoteliers und Gastronomen bereiteten sich an einem kostenlosen Kurzseminar auf chinesische Gäste vor.

## Schweizer Städte verlieren Anteile

**D**eutsche, österreichische und skandinavische Städte vermeiden touristische Spitzenresultate. Die Hotellerie in den grossen Schweizer Städten vermochte sich zwar trotz Frankenstärke, Finanz- und Wirtschaftskrise zu halten – eine genaue Betrachtung zeigt allerdings, dass die Wachstumsdynamik weit geringer ist als bei den meisten Konkurrenzdestinationen.

Nach wie vor stehen die Zeichen im Städtetourismus auf Wachstum. Die Expansion von Billig-Fluglinien und bessere Verkehrsverbindungen spielen hier eine Rolle, ebenso die Zunahme von Geschäfts-, Kurz- und Erlebnisreisen. Eine steigende Zahl von kinderlosen Haushalten, die Flexibilisierung der Arbeitszeiten und die Globalisierung unterfüttern diese Trends.

**«Verschiedene Faktoren bremsen die Entwicklung in der Schweiz.»**

In vielen Städten kam es zu einem Anstieg der Beherbergungskapazitäten und damit zu mehr Logiernächten in Spitzenzeiten. Zudem sorgt die Internationalisierung der Gästestruktur dafür, dass die Frequenzen steigen: Immer mehr Touristen aus Osteuropa, Asien und Amerika entdecken die Attraktivität hiesiger Städte. Der Tourismus in den Schweizer Städten ist schon lange sehr international.

Es kann sein, dass ein Nachholbedarf bei der Internationalisierung nun deutschen und österreichischen Städten zusätzliches Wachstum ermöglicht. Die Nähe zu aufstrebenden Quellmärkten wie Polen oder Tschechien spielt wohl ebenfalls eine Rolle. Die riesigen Unterschiede bei der Dynamik lassen sich so aber nicht erklären. Es ist deshalb wahrscheinlich, dass der starke Franken, das hohe Preisniveau (verursacht durch exorbitante Produktionskosten) sowie andere Faktoren die Entwicklung in den Schweizer Städten bremsen.

Von den grossen Schweizer Städten vermochte nur Basel zwischen 2007 und 2011 zweistellig zu wachsen. Die Hotelübernachtungen am Rheinknie legten in diesem Zeitraum um 14.6 Prozent zu. Mit dieser Zuwachsrate schlägt Basel aber von den 13 grössten deutschen Städten nur gerade Köln und Bremen. Die Frequenzen in Städten wie Düsseldorf (+26.3%), Hannover (+29%) oder Freiburg (+22.1%) entwickelten sich weit besser.

Während das Hotelgewerbe in Metropolen wie Berlin, München und Hamburg ein Rekordjahr nach dem anderen verzeichnet und 2011 im Vergleich zu 2007 um 23 bis 29 Prozent zulegen konnte, dümpeln die Zahlen fast aller Schwei-

zer Städte vor sich hin. Genf hatte 2011 gar vier Prozent weniger Logiernächte als 2007, Zürich lediglich ein Wachstum von gut zwei Prozent. In Luzern, Lausanne und Bern betrug der Zuwachs rund vier Prozent.

Auch die österreichischen Städte entwickeln sich besser. Abgesehen vom etwas gesättigten Markt in Salzburg ist das Wachstum sehr dynamisch. Wien verzeichnete im vergangenen Jahr fast 18 Prozent mehr Nächtigungen als vier Jahre zuvor. In Innsbruck und Linz sind es rund zehn Prozent, in Graz gar 23 Prozent.

Besonders gut entwickeln sich auch Städte in Skandinavien, wie das Beispiel Stockholm eindrücklich zeigt. Die Hotellerie der schwedischen Hauptstadt wuchs bereits in den ersten sieben Jahren des Jahrtausends um eindruckliche 36 Prozent und vermochte weiter zuzulegen – selbst während der Finanzkrise. 2011 lagen die Übernachtungszahlen 26 Prozent über dem Wert von 2007.

Natürlich hängen Einzelresultate stets davon ab, wie die regionale Konjunktur sich entwickelte, ob Grossveranstaltungen oder erfolgreiche Ausstellungen stattfanden, ob Verkehrsverbindungen, wichtige Bauwerke oder Zimmerkapazitäten entstanden. Zudem müsste die Entwicklung in den Aussengemeinden berücksichtigt werden, weil beispielsweise Flughafen- oder Kongresshotels oft dort liegen.

Ein grosses Bild ergibt sich aber, wenn wir die Entwicklung der sechs bedeutsamsten Schweizer Städtedestinationen mit derjenigen der wichtigsten deutschen und österreichischen vergleichen. Während die Übernachtungszahl der Top 6 in der Schweiz von 2007 bis 2011 um 2.6 Prozent stieg, legten die grössten deutschen um 25.4 und die österreichischen um 15.4 Prozent zu.

Bereits den Schock der Finanzkrise von Ende 2008 haben deutsche Städte besser verdaut. Nur einige Wirtschaftszentren wie Frankfurt, Stuttgart oder Düsseldorf verzeichneten kurzfristige Rückgänge. In Österreich hingegen vermochte 2009 einzig Linz die Nächtigungen des Vorjahres (inkl. Euro 2008) zu steigern, was auf die «Kulturhauptstadt Europas» zurück zu führen ist. In der Schweiz war 2009 nur Basel und Bern ein geringes Wachstum vergönnt.

Man ist versucht, die aktuelle Wachstumsschwäche der Schweizer Städte mit einem generellen Nachholbedarf ausländischer Destinationen zu erklären. Betrachtet man allerdings die Zuwachsraten zwischen 2000 und 2007, so fällt dieses Argument in sich zusammen: Berlin 51%, Köln 46%, Hannover 45%, Dresden 38%, Stockholm 36%, Frankfurt 27%, Düsseldorf und Wien 25%, München 23%. Oder Stuttgart: Dort führten jährliche Steigerungsraten seit 1996 zu einem Logiernächte-Zuwachs von 82%.

Liebe Mitglieder, sehr geehrte Damen und Herren

**Das Gastgewerbe ist ein Spiegelbild unserer heterogenen Gesellschaft. Deshalb gibt es Imbissbetriebe und Gourmettempel, gemütliche Quartierbeizen und trendige Bars, Kaffeehäuser und Nachtlokale, Budget-Hotels und Luxusherbergen, kleine Familienbetriebe und grosse Gastronomiekonzerne. Und noch vieles mehr. Es braucht diese Angebots- und Betreibervielfalt, damit unser Wirtschaftszweig sein volles Potenzial erschliessen kann. Wir sind stolz darauf, die Interessen einer vielseitigen, pulsierenden Branche vertreten zu dürfen.**

Auch wenn in den Städten fast jedes vierte Lokal zu einem Unternehmen mit mehr als einer Betriebsstätte gehört, so ist unsere Branche noch immer kleingewerblich strukturiert und meilenweit von angelsächsischen Verhältnissen entfernt. Ketten haben ihre Berechtigung und erfreulicherweise übernehmen sie nun mehr Verantwortung in der Berufsbildung (siehe Seite 21).

### «Die Kleinen sind die tragende Säule der Wirtshauskultur.»

Wie bei der Ernährung, bei welcher eine Riesenlücke zwischen Wunschvorstellungen und Wirklichkeit klafft, verhalten sich viele Konsumenten auch hier widersprüchlich: Zum einen beklagen sie gleichförmige Konzepte und austauschbare Angebote, zum anderen sorgen sie bei den Branchengrössten für viel Umsatz und steigende Marktanteile.

Es wäre falsch, die verschiedenen Gastronomieformen gegeneinander auszuspielen. Klar ist jedoch, dass wir den Kleinen im Gastgewerbe (und in der ganzen Wirtschaft) besonders Sorge tragen müssen. Sie erfüllen eine wichtige soziale und kulturelle Funktion als Treffpunkte und Veranstaltungsorte. Nicht selten bieten sie auch Leuten Arbeit, die in der «normalen» Wirtschaft nur schwer einen Job finden.

Völlig unverständlich ist für uns die Geringschätzung, die die Braukonzerne der Individualgastronomie entgegen bringen. Die Kleinen bezahlen die Zeche dafür, dass das Bier im Detailhandel und an grosse Gastronomiegruppen verscherbelt wird. Dabei sind sie es doch, die die Vielfalt des Angebots sicherstellen. Die Kleinen sind die tragende Säule unserer Wirtshauskultur und es sind meist sie, die dem Bier eine «Heimat» geben!

Doch nicht nur unsere Lieferanten müssen aufwachen. Auch die Stimmbürger, die Politik und die Verwaltung müssen endlich einsehen, dass etwas nicht mehr stimmt, wenn

Kleinstunternehmer 60 Stunden pro Monat im Büro verbringen müssen und am Schluss zu wenig Zeit für ihr Kerngeschäft haben. Dabei würden die «kleinen» Wirte doch nichts lieber tun, als sich voller Hingabe um ihre Gäste zu kümmern.



*Josef Schüpfer  
Präsident*



*Maurus Ebnetter  
Delegierter des Vorstands*



*Dr. Alex Hediger  
Geschäftsführer*



**Wirtverband Basel-Stadt**

Freie Strasse 82

CH-4010 Basel

Telefon +41 61 271 30 10

Fax +41 61 278 94 90

info@baizer.ch

www.baizer.ch