

### UNSERE THEMEN

Hotel-Sterne überschreiten magische Schwelle	2
Preisnachlässe sind keine gute Strategie	3
Impressionen von der GV	5
Bedeutung des Gastgewerbes systematisch unterschätzt	6
Südbaden: Das Geschäft brummt	7
Urbane Zonen zum Schutz des Nachtlebens?	8
Kabinenschiffahrt auf dem Rhein: Mehr Passagiere	10
Präventionsgesetz: Der Kampf geht weiter!	11
Läden am Samstag schon bald bis 20 Uhr offen?	13
Miserable Wintersaison	14
Trendgetränk Bubble Tea	15

### Impressum

Unser MitgliederMagazin erscheint sechsmal jährlich. Auflage dieser Ausgabe: 1700

#### Herausgeber

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

#### Redaktion

Maurus Ebnetter, Binningen  
ebnetter@baizer.ch

#### Gestaltung

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

#### Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel  
info@fankhauserdruck.ch

## Kampf gegen die Preispolitik der Getränkekonzerne

# Rampenverkäufe für Gastronomen

**Der Wirtverband Basel-Stadt legt im Kampf gegen die unfaire Preispolitik der multinationalen Getränkekonzerne einen Zacken zu. Am 30. Mai 2012 fand erstmals ein Rampenverkauf für Gastronomen statt. Der Verband importierte containerweise Markengetränke und verkaufte diese 51 bis 57 Prozent unter dem schweizerischen Listenpreis. Weitere Rampenverkäufe sind vorgesehen – auch in anderen Landesteilen.**

Der «Getränkewar» geht in die nächste Runde. Der Wirtverband Basel-Stadt hat rund 100'000 Flaschen Carlsberg und Coca-Cola importiert. Die Getränke wurden in einem Rampenverkauf an Gastronomen und Veranstalter verteilt – zu Preisen, wie man sie in der Schweiz noch nie gesehen hat.

### «Die Basler Wirte werden ihre Rampenverkäufe ausbauen.»

«Wir haben uns entschieden, ab Rampe zu verkaufen, weil uns die normalen Kanäle nicht offen stehen», erklärt Maurus Ebnetter, Vorstandsdelegierter des Basler Wirtverbands. Zwar würden

einzelne Grossisten parallel importieren, doch kämen die Einsparungen nicht bei den Wirten an. «Der Handel bessert damit einfach seine Marge auf», so Ebnetter.

Josef Schüpfer, Präsident des Wirtverbands Basel-Stadt, kritisiert die zahlreichen Handelshemmnisse: «Es ist nicht einzusehen, wieso englisches Carlsberg oder französisches Red Bull nicht in der Schweiz verkauft werden darf, nur weil die Kennzeichnungen etwas variieren. Hier besteht dringender Handlungsbedarf.»

Eine 33cl-Flasche Carlsberg 33cl war für 73 Rappen **weiter auf der nächsten Seite**



■ Weil die normalen Kanäle nicht offenstehen, gibt es Rampenverkäufe für parallel importierte Markengetränke. Piero Nachira von der Firma Budget Club AG in Muttenz, welche die Verkäufe abwickelt, mit Maurus Ebnetter vom Wirtverband Basel-Stadt.

**Fortsetzung von Seite 1** im Verkauf – dies bei einem schweizerischen Listenpreis von CHF 1.71. 50cl-PET-Flaschen Coca-Cola gab es für 65 Rappen, 33cl-Dosen für 45 Rappen. Kein Wunder, waren die Waren sehr begehrt!

Die Basler Wirte werden ihre Rampenverkäufe ausbauen. Auf der neuen Website [ab-rampe.ch](http://ab-rampe.ch) sucht der Verband sogar zusätzliche Standorte «in der Nähe von Grossstädten». Im Fokus stehen Einweg-Bierflaschen, aber auch PET-Gebinde und Dosen.

Der Wirtverband Basel-Stadt kritisiert die Preispolitik der Getränkekonzerne schon seit langem.

Seit 2006 importiert der Verband aus Protest das bayerische Fassbier «Maximilians». Seit letztem Jahr führt er Mehrwegflaschen von Coca-Cola und Schweppes in die Schweiz ein, um sie hier günstig an momentan rund 150 Wirte verteilen zu lassen. Im Februar hat der Verband bei der Wettbewerbskommission und beim Preisüberwacher Anzeige gegen Carlsberg-Feldschlösschen wegen «Missbrauch der Marktmacht» eingereicht.

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



Das Medieninteresse an den Rampenverkäufen war enorm.

## Hotel-Sterne von GastroSuisse: Magische Schwelle überschritten

**Seit einem knappen Jahr darf GastroSuisse Hotelsterne verleihen. Daniel C. Jung, beim Verband verantwortlich für Dienstleistungen, zieht eine positive Bilanz: «Wir haben die magische Schwelle von 500 Hotels erfolgreich überschritten.» Dies bedeutet einen Marktanteil an der Gesamtzahl der in der Schweiz klassifizierten Hotels von über 20 Prozent.**

Das Interesse an der Hotelklassifikation von GastroSuisse ist ausgesprochen gross. Wöchentlich gehen neue Anträge von Hoteliers ein. Durch GastroSuisse lassen sich Beherbergungs-

**«Das Interesse an der Hotelklassifikation von GastroSuisse ist ausgesprochen gross.»**

betriebe von einem Stern bis fünf Sterne klassifizieren. Der Schwerpunkt liegt auf den Dreisternen-Betrieben, was die gesamtschweizerische Struktur der Hotelbetriebe widerspiegelt.

Das Klassifikationssystem von GastroSuisse war das erste in der Schweiz, das sich auf die Empfehlungen des europäischen Verbandes Hotrec stützte. Dabei wurden die Anforderungen in den Ein- und Zweisternenkategorien um die Kernleistung «Schlafen und Duschen» gegenüber dem europäischen Standard verschärft.

Alle Hotels durchlaufen den strengen und vorgegebenen Prüfungsprozess von unabhängigen Klassifikationsexperten. Das zeigt sich darin, dass über 20 Prozent aller Hotels, die sich durch GastroSuisse klassifizieren lassen wollen, abgelehnt werden oder den Antrag zurückziehen. Entweder erfüllen sie die Minimalstandards nicht oder sie haben eine höhere Kategorie erwartet, als sie erreichen.

«Grossmehrheitlich sind es Hotels, die sich bei uns klassifizieren lassen wollen, welche bislang nicht offiziell klassifiziert waren», sagt Daniel Jung. Das Klassifikationsangebot von GastroSuisse ist preiswerter als dasjenige von Hotelleriesuisse. Das ermöglicht es auch kleineren und mittleren Hotels, sich klassifizieren zu lassen.

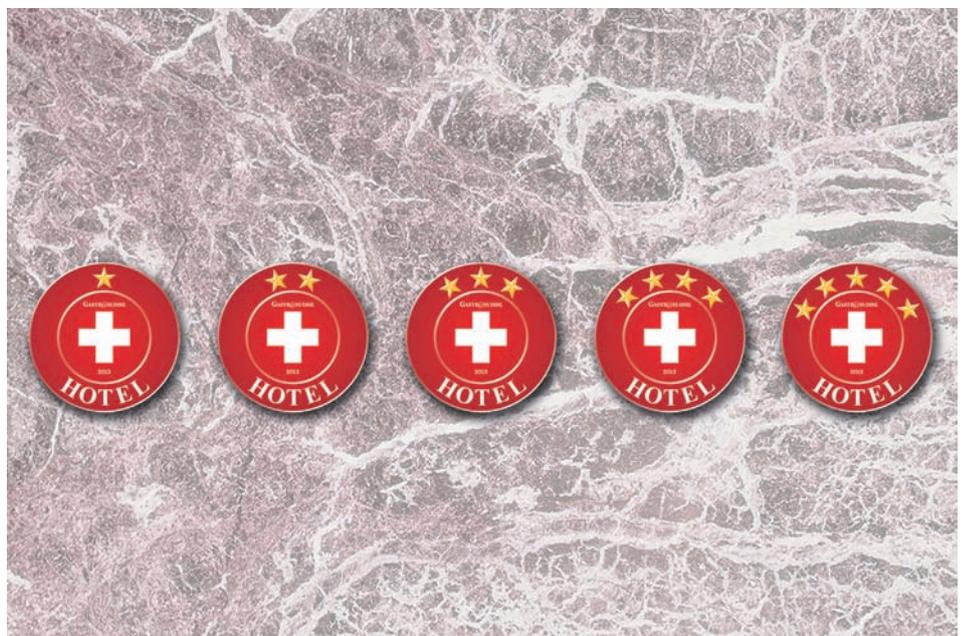
Ein kleines Hotel bis 15 Zimmer bezahlt bei GastroSuisse 150 Franken als einmalige Pauschale plus jährlich 150 Franken. Grössere Hotels ab 31 Zimmern bezahlen neben der einmaligen Pauschale von 150 Franken jährlich 220 Franken. Das Inkasso erfolgt für drei Jahre. Danach findet eine Wiedereinstufung statt. Bei Hotelleriesuisse, die bisher in der Monopolstellung war, kostet die Klassifikation ein Mehrfaches. Kein Wunder, nimmt das Interesse an der günstigeren (und absolut gleichwertigen) Klassifikation auch bei grösseren Hotels zu.

Hotelsterne sind Hotelsterne, ob sie von GastroSuisse oder Hotelleriesuisse verliehen werden, denn beide Systeme basieren auf demselben europä-

ischen Standard von Hotrec. Es kommt hinzu, dass es im Mutterland der Hotelsterne, in England, zwei Systeme, in Frankreich sogar drei gibt und in Italien hat gar jede Region ihre eigene Hotelklassifikation.

Die Schweizer Hotellerie steht in einem scharfen Wettbewerb zu nahen und fernen Destinationen. GastroSuisse leistet mit ihrem Engagement einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit. «Die Klassifikation ist immer auch eine Standortbestimmung für die Hotels und zeigt auf, ob sie die Erwartungen der avisierten Gäste-segmente heute und in Zukunft erfüllen oder nicht», so Jung.

[www.gastro-suisse.ch](http://www.gastro-suisse.ch)



Mehrheitlich lassen sich Hotels bei GastroSuisse klassifizieren, die bislang nicht offiziell klassifiziert waren.

## Basel Tattoo 2012 kann stattfinden

Die Baurekurskommission hat einem Rekurs gegen die Bewilligung für den Anlass die aufschiebende Wirkung abgesprochen. Gegen das Allmendnutzungsgesuch des «Basel Tattoo» hatte der Verein «Heb Sorg zum Glai-basel» Einsprache erhoben. Bei einem Ausfall der beliebten Veranstaltung wäre den Organisatoren ein Schaden von 20 bis 30 Millionen Franken entstanden. Streitpunkt ist vor allem die Belegung einer Mergelfläche und eines Grünstreifens auf der Kasernenwiese, auf welchem letztes Jahr WC-Container aufgestellt wurden.



# Preisnachlässe sind keine gute Strategie

**Eine Studie des «Cornell Center for Hospitality Research» untersuchte die Frage, welche Preisstrategie für Hotels am erfolgreichsten ist. Resultat: Es bringt nichts, die Preise auf breiter Front zu senken.**

«Wir haben uns über 7000 Preisdaten zwischen 2007 und 2009 angeschaut», sagt Cathy Enz, Pro-

**«Hotels mit stabilen Preisen  
fahren besser als solche,  
die überstürzt die Preise senken.»**

fessorin für Strategie in Cornell. Die gewählte Zeitspanne war eine schwierige Zeit für die Hotellerie, in welcher es nicht leicht war, an einer Preisstrategie festzuhalten.

Es zeigte sich, dass Hotels mit stabilen Preisen besser fahren als solche, die überstürzt die Preise senken. Zu den besten Resultaten führte allerdings die Strategie, die Preise gegenüber der vergleichbaren Konkurrenz anzuheben.

Mitautorin Linda Canina weist darauf hin, dass eine Tiefpreis-Strategie zu einem geringeren RevPAR führt, weil die Zahl der Übernachtungen nicht so stark gesteigert werden kann, dass es sich lohnen würde. Diese Erkenntnis spreche aber nicht gegen gezielte Preis-Promotionen.



Die Preise gegenüber der vergleichbaren Konkurrenz anzuheben, führt unter dem Strich zu besseren Resultaten.

## Die Basler Gastronomie auf einen Klick!



[www.baizer.ch](http://www.baizer.ch)

# [www.basel-restaurants.ch](http://www.basel-restaurants.ch)

## 131. ordentliche Generalversammlung

# Schüpfer und Zimmerli bestätigt

**Die Generalversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt hat Josef Schüpfer für eine weitere Amtsperiode zum Präsidenten gewählt. André Zimmerli wurde als Vizepräsident bestätigt.**

Josef Schüpfer, Präsident des Wirtverbandes Basel-Stadt, begrüßte rund sechzig Mitglieder und Gäste zur 131. ordentlichen Generalversammlung im Restaurant Safran-Zunft. Schüpfer forderte eine «Entlastung auf der Kostenseite». Selbstverständlich müsse das Schweizer Gastgewerbe seine Hausaufgaben machen, doch aus eigener Kraft werde es nicht wieder international wettbewerbsfähig.

**«Wann geben die Bierimporteure endlich ihre Währungsgewinne weiter?»**

«Besonders wichtig wäre die Öffnung des abgeschotteten Agrarmarktes», heisst es im Jahresbericht. Es könne doch nicht sein, dass Schweizer Gastronomen für Fleisch, Gemüse und andere Lebensmittel zwei bis vier Mal so viel bezahlen wie ihre Berufskollegen im benachbarten Ausland.

Schüpfer kritisierte die Mindestlohn-Initiative des Gewerkschaftsbundes. Ein gesetzlicher Mindestlohn von 4000 Franken gefährde den Landes-Gesamtarbeitsvertrag. «Man kann nicht ein einzelnes Element herausgreifen und auf gesetzlicher Ebene regeln», so Schüpfer.

Die Generalversammlung des Wirtverbandes Basel-Stadt hat den Präsidenten Josef Schüpfer und den Vizepräsidenten André Zimmerli für eine weitere dreijährige Amtsperiode bestätigt. Pierre Buess vom Landgasthof Riehen erklärte bereits vor der GV seinen Rücktritt. Beat Emmenegger stellte sich nicht mehr zur Wahl. Die beiden Sitze bleiben vakant. Dies ist möglich, weil die Statuten eine Vorstandsgrösse von fünf bis acht vorsehen.

Der Jahresbericht, die Jahresrechnung und das Budget wurden diskussionslos gut geheissen. Ernst Bachmann, Vizepräsident von GastroSuisse, überbrachte Grüsse des Dachverbands. Mike Keller, Geschäftsführer der Biopower Nordwestschweiz AG, hielt einen Vortrag zum Thema «BioGas».

Beim anschliessenden Apéro und beim Bankett stiessen zahlreiche Gäste dazu, unter anderem die Regierungsräte Dr. Carlo Conti (CVP) und Hanspeter Gass (FDP). Auch drei Regierungsratskandidaten wohnten dem gesellschaftlichen Teil bei: Baschi Dürr und Christophe Haller von der FDP sowie Lorenz Nägelin (SVP).



■ Präsident Josef Schüpfer und Vizepräsident André Zimmerli wurden für eine weitere Amtszeit von drei Jahren bestätigt.

**EDEKA C+C großmarkt**  
... aus Leidenschaft gut!

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

**Wir sind für Sie da: Telefon +49 7433 305 7377 oder per E-Mail: [info@union-sb.de](mailto:info@union-sb.de)**

# Impressionen von der GV



■ Vier Kantonalpräsidenten: Ernst Bachmann (Zürich), Josef Füglistaller (Aargau), Josef Schöpfer (Basel-Stadt) und Markus Thommen (Baselland).



■ Olivier Flota (Restaurant Gifhüttli) mit seiner frisch angetrauten Gattin Alice und seinen Schwiegereltern, Bambi und Felix Bigliel (Rio-Bar).



■ Die Grossräte Thomas Strahm (LDP), Toni Casagrande (SVP), Andreas Zappalà (FDP), Nationalrat Markus Lehmann (CVP), Roland Lindner (SVP) und Dieter Werthemann (GLP).



■ Guy und Laurent de Coulon sowie Antonio Moriello von der Weinfirma Buess AG.



■ In alter Frische: Der Wirtechor beider Basel bei seinem obligaten Auftritt.



■ Gut gelaunt: Daniel Spicher vom Hotel Bälegra mit Gattin.



■ Ehrenmitglied Kurt Sinsel und Mario Nanni, Präsident des Vereins Fümoar und Wirt im «Pinguin».



■ Hans Berchtold von der Stadiongastronomie mit seiner Cousine Beatrix Berchtold vom Restaurant Aeschensplatz.



■ Treue Besucher der Generalversammlung: Ina und Ruedi Spillmann vom Restaurant Weiherhof.



■ Josef Schöpfer ehrte Verena Donati (ehemals Osteria Donati) und Thomas Lampart (Comino) für die 25-jährige Mitgliedschaft.



■ SVP-Nationalrat Dr. Sebastian Frehner, SVP-Fraktionspräsident Lorenz Nägelin und FDP-Regierungsrat Hanspeter Gass, Vorsteher des Justiz- und Sicherheitsdepartements.



■ CVP-Regierungsrat Dr. Carlo Conti, Vorsteher der Gesundheitsdepartements, im Gespräch mit Dr. Hanspeter Weisshaupt, Präsident Basel Tourismus.



■ FDP-Grossrat Baschi Dürr mit Christina Campana (Geschäftsführerin Restaurant Jeannot im Museum Tinguely) und Beat Rubitschung (Restaurant Rubino).



■ Werner Schmid, Präsident des Basler Hotelier-Vereins, und Dr. Alex Hediger, Geschäftsführer Wirteverband Basel-Stadt.



■ Andreas Bernauer und Elena Banemann von der «Pianobar» am Riehenring mit Dr. Christoph Bosshardt, stellvertretender Direktor von Basel Tourismus.

# Wird die Bedeutung des Gastgewerbes systematisch unterschätzt?

**In der Schweiz gebe es weit mehr gastgewerbliche Betriebe als offiziell ausgewiesen. Dieser Ansicht ist Michael Hostmann vom «Kompetenz-Zentrum für das Gastgewerbe» in Kriens. In der Schweiz gebe es nicht nur 26'874 Gastbetriebe, wie von der Steuerverwaltung und vom Bundesamt für Statistik ausgewiesen, sondern 37'734. Welche Zahl stimmt nun? Stimmt überhaupt eine der beiden Zahlen annähernd? Das ist nicht einfach zu beantworten.**

«Das Gastgewerbe in der Schweiz hat nachweislich viel mehr Betriebe ... und realisiert viel mehr Umsatz, als dies ... GastroSuisse ... den Medien bekannt gegeben hat», schreibt Michael Hostmann von der Firma «Kompetenz-Zentrum für das Gastgewerbe und die Hotellerie AG».

## «Die Branchengrenzen zwischen der Gastronomie, dem Einzelhandel und der Freizeitindustrie vermischen sich immer mehr.»

Statt 26'800 gebe es aktuell 37'734 gastgewerbliche Betriebe in der Schweiz, behauptet Hostmann. Und dem entsprechend seien auch der Umsatz und die Beschäftigtenzahl höher als bisher angenommen. Er bezieht sich dabei auf Zahlen eines Adresshändlers, welche er anhand der Stadt Zug überprüft hat.

Die von GastroSuisse angegebenen 26'874 Betriebe sind die Zahlen der Eidgenössischen Steuerverwaltung, genauer aus der Mehrwertsteuerstatistik 2009. Diese Statistik basiert wiederum auf Zahlen des Bundesamtes für Statistik, welche nur für die ganze Schweiz erhältlich sind.

Die neu ins Spiel gebrachte Zahl von 37'734 stammt von der AZ Direct AG in Rotkreuz. Dort werde jede Adresse pro Betrieb nachgewiesen, schreibt Hostmann. Die Firma erhebe die Daten seit zwölf Jahren regelmässig, letztmals im März 2012.

Gibt es nun plötzlich 41 Prozent mehr gastgewerbliche Betriebe in der Schweiz? «Nein», räumt Hostmann ein. Die zusätzlichen Betriebe würden vom Bundesamt für Statistik einfach anders und zum Teil gar nicht erfasst. Grundlage für die Zuordnung der Betriebe ist der sogenannte Noga-Code. 55 steht beispielsweise für die Beherbergung, 56 für die Restauration.

«Sehr viele der gastgewerblichen Betriebe werden aber... einer anderen Noga-Nummer zugeordnet», schreibt Hostmann. Weil beispielsweise eine Bäckerei auch noch eine Café führe. Dann zähle der Betrieb statistisch nicht zum Gastgewerbe, sondern zum Detailhandel.

Das Gleiche gelte für viele gastgewerbliche Betriebe, die einem Verkaufsgeschäft angeschlossen sind (z.B. Migros, Coop, Manor, Tchibo, Tankstellen). Auch Personalrestaurants in Firmen, viele Cateringdienste und Take-Aways seien nicht richtig erfasst. Zudem führe die Mehrwertsteuerstatistik keine Betriebe, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind.

Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass die Statistik Noga 55 unvollständig ist. Und es scheint logisch, dass dann auch der Umsatz und die Beschäftigtenzahl Gastgewerbes grösser sind als bisher angenommen. Zwar macht es wenig Sinn, über genaue Zahlen zu streiten. Der Gedanke, dass die volkswirtschaftliche Bedeutung des Gastgewerbes systematisch unterschätzt wird, ist aber interessant.

Bevor man errechnet, wie viele Gastbetriebe es in der Schweiz gibt, müsste man allerdings zuerst definieren, was ein gastgewerblicher Betrieb überhaupt ist. Man wird dann relativ schnell zur Erkenntnis gelangen, dass man zumindest zwischen dem konventionellen Gastgewerbe und anderen Anbietern von gastgewerblichen Leistungen unterscheiden müsste.

Gastronomie findet heute jederzeit und überall statt! Die Branchengrenzen zwischen der Gastronomie, dem Einzelhandel und der Freizeitindustrie vermischen sich immer mehr. Ist ein Tankstellenshop mit Stehtischchen bereits ein Restaurant? Oder der Concession-Bereich eines Kinos, der neben Popcorn auch Hot Dogs, Nachos und Kaffee anbietet? Gastgewerbliche Betriebe sind das wohl kaum, aber gastronomische Absatzstellen durchaus.

Auch Kioske, Bäckereien und Metzgereien bieten verzehrfertige Speisen und Getränke an. Von den

«Heissen Theken» der Supermärkte, den Take-Aways, Catering- und Lieferdiensten wollen wir noch nicht einmal reden. Von den Besenbeizen, Waldhütten und Vereinswirtschaften auch nicht. Und schon gar nicht von Möbelgeschäften, Videotheken oder Coiffeuren, die nebenbei «gastronomisch» aktiv sind.

Das Ganze ist halt doch recht kompliziert! Ein gastgewerbliches Unternehmen kann mehrere Betriebe führen. Eine gastgewerbliche Betriebsstätte kann mehrere Profit Centers haben. Und nicht-gastgewerbliche Unternehmen bieten oft (mehr oder weniger geringfügige) gastgewerbliche oder zumindest gastronomie-ähnliche Leistungen an.

Die Zahlen von GastroSuisse mögen nicht die ganze Breite und Tiefe der Branche abbilden. Da sie aber Jahr für Jahr gleich erhoben werden, dokumentieren sie eine gewisse Entwicklung. Sie sind nicht «falsch» oder «richtig», sondern eine Betrachtungsweise.

Am Schluss bleibt die Erkenntnis, dass niemand genau sagen kann, wie viele gastgewerbliche Outlets es in der Schweiz gibt und wie hoch deren Umsatz ist. Die «Wahrheit», so es denn eine gibt, liegt vermutlich zwischen 30'000 und 40'000 Betriebsstätten mit – je nach Zählweise – bis zu 55'000 Absatzstellen. Der Jahresumsatz der Branche dürfte 25 bis 35 Milliarden Franken betragen.



■ Immer häufiger werden verzehrfertige Speisen und Getränke als Nebengeschäft abgegeben. Die Frage, wie viele Gastbetriebe in der Schweiz es gibt, ist deshalb nicht einfach zu beantworten.

## Boomender Einkaufstourismus

# In Südbaden brummt das Geschäft

**Das vergangene Jahr hat dem deutschen Einzelhandel in der Grenzregion deutliche Zuwächse beschert. Dafür sorgte nicht zuletzt die Schweizer Kundschaft.**

Im vergangenen Jahr stiegen die Umsätze im südbadischen Einzelhandel um durchschnittlich 4.2 Prozent auf insgesamt rund 17 Milliarden Euro. Am Hochrhein (+10.4%) und am Bodensee (+7.3%) sorgten dafür vor allem Kunden aus der Schweiz.

**«In Weil am Rhein machen Kunden aus der Schweiz 36 Prozent des Umsatzes.»**

«Die Zeichen stehen auf Wachstum», sagt Philipp Frese, Präsident des Handelsverbands Südbaden. Im ersten Quartal 2012 gingen die Umsätze noch einmal um fast fünf Prozent nach oben. Nur 13.6 Prozent der befragten Händler gehen für den Rest des Jahres von schlechteren Ergebnissen aus.

2011 stiegen die Ausgaben der Schweizer im südbadischen Einzelhandel um 300 Millionen auf über eine Milliarde Euro. Davon flossen rund 120 Millionen Euro nach Lörrach, 80 Millionen nach Weil, 45 Millionen nach Rheinfelden, 35 Millionen nach Säckingen, 115 Millionen nach Waldshut, 70 Millionen nach Singen und 200 Millionen nach Konstanz. Selbst in Freiburg im Breisgau, 70km von der Grenze, geben Schweizer nach Schätzungen des Handelsverbands 40 Millionen Euro aus.

In Waldshut-Tiengen machen Kunden aus der Schweiz 38 Prozent des Umsatzes, in Weil am Rhein sind es 36 Prozent, in Lörrach 27 Prozent und in Konstanz 33 Prozent. Einzelne Geschäfte entlang der Schweizer Grenze tätigen 60 Prozent ihres Umsatzes mit den Schweizer Nachbarn.

Laut einer Studie der Credit Suisse haben Schweizer Konsumenten insgesamt vier bis fünf Milliarden Franken im Ausland ausgegeben. Die Zunahme des Einkaufstourismus wird auch durch Zahlen des Hauptzollamtes Lörrach belegt: Die Zahl der Ausfuhrbescheinigungen schwoll um 31 Prozent an.



■ Herr und Frau Schweizer kaufen für fünf Milliarden Franken im Ausland ein. Die Zahl der Ausfuhrbescheinigungen an deutschen Zollämtern schwoll 2011 um 31 Prozent an.

## Bierkultur und Preispolitik: Ansichten rund ums Bier.

**Am Mittwoch, 27. Juni 2012, findet um 19.15 Uhr im Theatersaal des Restaurants Teufelhof ein spannendes Bierpreis-Podium statt.**

Diskutiert wird über die Preispolitik der grossen Bierkonzerne, die eine enorme Distributionsmacht haben. Der Wirtverband schaltete kürzlich die Wettbewerbskommission ein und geht dazu über, parallel zu importieren.

Debattiert wird auch über lokale Alternativen, die zwar durchaus ihren Preis haben, dafür aber ermöglichen, ein breites Sortiment mit regionalen Spezialitäten anzubieten, um sich so im heiss umkämpften Markt behaupten zu können.

**Emmanuel Ullmann**, Regierungsratskandidat **Grünliberale Basel-Stadt**,

diskutiert mit

**Luzius Bosshard**, Geschäftsführer **Unser Bier**,

**Maurus Ebnetter**, Delegierter des Vorstandes vom **Wirtverband Basel-Stadt**,

**Franz-Xaver Leonhardt**, Geschäftsleitung **Hotel Krafft**,

unter der **Leitung** von **Roger Thiriet**.

**Das Bier** ist während der Podiumsdiskussion **offeriert**.

Anschliessend besteht die Möglichkeit, das **Halbfinale der Euro 2012 via Leinwand** direkt im Garten zu verfolgen.



Anmeldungen nimmt [bs@grunliberale.ch](mailto:bs@grunliberale.ch) entgegen!

**grünliberale**  
bs.grunliberale.ch

# Carlsberg vermeldet Gewinneinbruch

**Der dänische Braukonzern Carlsberg kämpft mit einem schlechten Geschäftsgang in Russland. Weil zum Jahresbeginn die Biersteuern markant erhöht wurden, halten sich die Russen beim Konsum zurück.**

Der viergrösste Bierhersteller der Welt setzte bisher massiv auf den russischen Markt. Deshalb ist er von der dortigen Flaute stark betroffen. In Osteuropa sank der Absatz um 22 Prozent – vor allem wegen Russland. Hingegen entwickelten sich die Verkäufe in Nord- und Westeuropa positiv. Insgesamt ging der Bierabsatz im ersten Quartal von 27.4 Millionen auf 26.7 Millionen zurück.

Für das laufende Gesamtjahr rechnet Carlsberg mit einem stagnierenden operativen Gewinn. Im ersten Quartal fiel der Betriebsgewinn um gut 40 Prozent auf 574 Millionen dänische Kronen. Der Nettoertrag sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum gar um 83 Prozent auf 44 Millionen Kronen.



■ Kürzlich hat Carlsberg die Preise der in der Schweiz produzierten Biere um durchschnittlich 4.4 Prozent erhöht. Ein Schelm, wer Böses dabei denkt!

## Urbane Zonen zum Schutz des Nachtlebens gefordert

**Die Grünliberalen bringen die Idee von «urbanen Zonen» auf die politische Agenda. Sie orientieren sich dabei an einem Vorschlag des Vereins Nachtleben Bern, welcher Zonen fordert, in denen sich die Bewohner zu einer gewissen Toleranz bezüglich Lärm und Auswirkungen des Nachtlebens verpflichten.**

«Für urbane Räume ist es nicht mehr zeitgemäss, wie die Lärmschutzverordnungen aus dem nationalen Umweltschutzgesetz ausgelegt werden»,

**«Für urbane Räume ist es nicht mehr zeitgemäss, wie das Umweltschutzrecht ausgelegt wird.»**

sagte Nationalrätin Kathrin Bertschi (GLP/BE) der Berner Zeitung. «Bei der aktuellen Rechtslage genügt ein einziger Anwohner, der auf absoluter Stil-

le beharrt, damit auch langjährige Clubs schliessen müssen», so Bertschi.

Die Lärmschutzverordnung des Bundes lasse den Kantonen und Gemeinden kaum Spielraum. «Insbesondere während der Nachtzeit zwischen 22 und 7 Uhr schafft das Bundesrecht zurzeit für alle Wohnzonen einen Anspruch auf Stille», so die Nationalrätin, die mittels Motion erreichen will, dass der Bundesrat das Umweltschutzgesetz abändert. Die Kantone sollen künftig unterschiedliche Toleranzwerte bestimmen können.



■ Die bisherige Rechtsprechung gewichtet das Ruhebedürfnis der Anwohner sehr stark, das öffentliche Interesse an einer lebendigen Gastronomie aber kaum. Davon sind nicht nur Nachtbetriebe betroffen, sondern auch Gartenwirtschaften.

### Weniger Gäste

Gemäss den definitiven Jahresergebnissen des Bundesamtes für Statistik verzeichneten die 55 Jugendherbergen in der Schweiz im Jahr 2011 insgesamt 905'000 Logiernächte und damit 3.6 Prozent weniger als im Jahr 2010. Die 420 erfassten Campingplätze generierten 3.1 Millionen Logiernächte, was einem Rückgang von 6.8 Prozent entspricht. Bei beiden Beherbergungstypen machte die inländische Nachfrage über die Hälfte der Logiernächte aus.

### Schlechte Ertragslage

Das Jahr 2012 hat für das Gastgewerbe schlecht begonnen. Gegenüber dem Vorjahresquartal ist der Umsatz um 5.2% gesunken. Das zeigt der aktuelle KOF-Bericht über die Auswertungsmonate Januar bis März. Der Rückgang der Logiernächte widerspiegelt sich im Umsatz der Beherbergung, welcher gegenüber dem Vorjahr eine Einbusse von 5.7 Prozent erlebte. Ebenfalls rückläufig sind die Umsätze in der Gastronomie, welche mit einem Minus von 4.8 Prozent deutlich schlechter abschnitt als im Vorjahr. Die Konjunkturumfrage Gastgewerbe von KOF und GastroSuisse ist ein wichtiger Pulsmesser der Branche. 417 gastgewerbliche Betriebe mit 17'614 Beschäftigten haben an der aktuellen Erhebung teilgenommen.

### Lärmschutz lässt Wogen hochgehen

In Bellinzona tobt eine heftige Debatte. Die Stadt hat eine Lärmschutzverordnung erlassen, die höchstens einen Wert von 65 Dezibel erlaubt. Bars und Restaurants werden gezwungen, die musikalische Berieselung stark zu drosseln. Nun gehen die Wirte der Tessiner Kantonshauptstadt auf die Barrikaden. Das Städtchen fürchtet um seinen Ruf als Ausgangsziel. Man wolle nicht zum Altersheim werden, ereiferten sich Gastronomen. Sie drohen damit, künftig um 20 Uhr zu schliessen, falls die Verordnung nicht zurück genommen wird.

### Migros testet neue Formel

Die Migros experimentiert mit einem neuen Restaurantkonzept. Der Handelskonzern reagiert damit auf die steigende Nachfrage nach gesundem, schnellen und dennoch preiswerten Essen. Die neue Restaurantmarke heisst «Pouletc.», ausgesprochen «Poulets etcetera». Zwei Pilotbetriebe eröffnen diesen Herbst in der Ostschweiz. Poulet enthält wenig Cholesterin und gilt als fettarm. Im vergangenen Jahr wurde in der Schweiz erstmals mehr Geflügel- als Rindfleisch verspeist. Pro Kopf waren es 11.4 Kilogramm: Damit ist Geflügel die zweitbeliebteste Fleischsorte nach Schweinefleisch.

## Avec-Shop gilt als Restaurationsbetrieb

Der Avec-Shop in der Basler Steinenvorstadt ist doch ein Restaurationsbetrieb. Damit darf er freitags und samstags bis zwei Uhr früh offen haben, sonst bis ein Uhr. Das Appellationsgericht hat einen Rekurs der Avec-Betreiberin Valora gegen die Einstufung als Laden gutgeheissen.

## Schutzgelder im Kleinbasel

Ein 50-jähriger Türke muss sich zusammen mit sechs Mitangeklagten vor dem Basler Strafgericht verantworten. Ihm werden gewerbmässige Erpressung, eine schwere Form des Raubes mit einer Schusswaffe, mehrfache Drohungen und Nötigungen sowie weitere Delikte vorgeworfen. Dem Hauptangeklagten droht eine Freiheitsstrafe von 15 Jahren. Er soll im Kleinbasel mehrmals mit einer Pistole von Barbetreibern Geld verlangt haben. Unklar ist, wie systematisch die Angeklagten vorgegangen sind.

# Neulancierung

Basel Tourismus präsentiert seine beiden wichtigsten Kommunikationsmittel in überarbeiteter Form. Der umfassende Relaunch von basel.com wurde abgeschlossen. Zudem erschien auch die

beliebte Imagebroschüre mit neuem Inhalt und in frischem Design.

www.basel.com



Rampenverkäufe  
für das Gastgewerbe.

Original-Markengetränke  
bis 57% günstiger!

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

# Mehr Passagiere auf dem Rhein

**Die Kabinenschiffahrt auf dem Rhein boomt: Mit 108'684 in Basel anlegenden Passagieren sind im vergangenen Jahr 12.9 Prozent mehr gezählt worden als 2010. Seit 2006 ist die Zahl gar um 78 Prozent gestiegen, wie die Schweizer Rheinhäfen bekanntgaben.**

Die Rhein-Kreuzfahrtschiffe brachten 1984 fast 43'000 Passagiere nach Basel, 13 Jahre später waren es keine 23'000 mehr. Seither jedoch zieht

**«Bei gesetzteren amerikanischen Touristen ist diese komfortable Reiseart sehr beliebt.»**

die Nachfrage stark an. Speziell bei gesetzteren amerikanischen Touristen sei diese komfortable Reiseart sehr beliebt, hiess es an einer Medienkonferenz der Rheinhäfen.

Mit den Kabinen wachsen auch die Schiffe: Neuer Standard sind 135 statt 110 Meter Länge – das Limit setzen die Schleusen. Für solche Schiffe sind die Hauptanlege-Anlagen in Basel St. Johann aber zu klein. Nun sollen für 2.4 Millionen Franken einer der beiden Stege dort verlegt und neue Stromversorgungen gebaut werden.

In Basel wurden die 108'684 Passagiere 2011 bei insgesamt 444 Schiffs-Ankünften registriert. In ganz Europa sind derzeit 236 Flusskreuzfahrt-Schiffe unterwegs, davon 70 unter Schweizer Flagge.



Foto Juri Weiss

■ Es wird immer schwieriger, für Hotelschiffe Angestellte zu finden, die über ein halbes Jahr an Bord sein und in Doppelkabinen leben mögen. Bei den Gästen sind die Binnenschiffe aber sehr beliebt.

## Burger King will mehr Frauen

Der Anteil der weiblichen Gäste bei Burger King liegt deutlich unter 50 Prozent, obwohl Marktforschungsdaten zeigen, dass viele Frauen gerne Burger essen und den Geschmack von gegrilltem Fleisch mögen. Die Schnellverpflegungskette führt in Deutschland nun erstmals eine Kampagne, die sich explizit an Frauen richtet. Eine kleinere Ausgabe des Whoppers steht im Mittelpunkt der Werbeoffensive.

## Raucherkeipen in Hamburg

Nachdem das Bundesverfassungsgericht das Hamburger Rauchverbot kippte, hat die SPD-Fraktion des deutschen Bundeslandes einen neuen Gesetzesentwurf vorgestellt. Weil die SPD in Hamburg alleine regiert, dürfte dieser Vorschlag schon bald gesetzlich verankert sein.

## Pro Messer oder pro cm?

Eine Firma aus dem Elsass sucht Gastbetriebe in der Nordwestschweiz auf unterbreitet vermeintlich attraktive Angebote zum Schleifen von Messern. In der Regel macht die Firma ein Probestück und offeriert darauf einen Preis von zwei Franken pro Messer. Geht man auf das Angebot ein, so werden die Messer in verdächtig kurzer Zeit wieder zurück gebracht. Der Schock kommt mit der Rechnung: Nun wird plötzlich ein Preis von zwei Franken pro Zentimeter verlangt! Weigert sich der Wirt zu bezahlen, so wird ihm angedroht, die Messer nicht mehr auszuhändigen.

## Gastgeber der Region Basel bereiten sich vor

# Wie empfangen ich chinesische Gäste?

**Anfangs 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.**

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.

Zahlreiche Hoteliers und Gastronomen bereiten sich an einem kostenlosen Kurzseminar des Projekts «Upper Rhine Valley» auf chinesische Gäste vor. Dabei erfuhren sie, weshalb Chinesen einen Wasserkocher auf dem Zimmer erwarten und dass sie bereits zum Frühstück gern warm essen.

Die Referenten Prof. Dr. Wolfgang Georg Artl vom «China Outbound Tourism Research Institute» und Zhjyun Qu vom «Hongyang China Service» 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 darüber hinaus konkrete Ansätze geliefert, wie sie auf dem chinesischen Markt für sich werben können. Im Anschluss gab es die Gelegenheit, sich mit den Referenten

und Gästen bei chinesischem Fingerfood auszutauschen. [www.upperrhinevalley.com](http://www.upperrhinevalley.com)



■ Grosses Interesse: Rund 50 Teilnehmer besuchten den Informationsanlass zum chinesischen Markt.

# Präventionsgesetz: Der Kampf geht weiter!

**Der Ständerat hat es leider verpasst, das Präventionsgesetz definitiv zu begraben. Es besteht noch die Hoffnung, dass überflüssige Gesetz in der Schlussabstimmung scheitert. Wenn nicht, ist ein Referendum durch die Wirtschaftsverbände wahrscheinlich.**

Mit Stichtentscheid des (freisinnigen!) Präsidenten hat die Kleine Kammer beschlossen, auf das Präventionsgesetz einzutreten. Anschliessend hat sie das Gesetz im Detail beraten. Dabei wurde wenigstens auf die Schaffung eines Schweizerischen Instituts für Prävention und Gesundheitsförderung verzichtet.

Die Gesundheitsfolgeabschätzung wurde vom Ständerat vorerst aus der Vorlage gestrichen. Dies wäre ein neues Instrument des Bundes gewesen, um die Auswirkungen wichtiger Vorhaben auf die Gesundheit zu untersuchen.

Das Präventionsgesetz sieht auch eine Änderung des Krankenversicherungsgesetzes (KVG) vor, welche einen Zuschlag auf die jährliche Krankenversicherungsprämie für die Finanzierung des Präventionsfonds bestimmt. Der Zuschlag liegt nun bei 0.075 Prozent der durchschnittlichen Jahresprämie fest.

Da zwischen den Entscheiden der beiden Kammern weiterhin Differenzen bestehen, geht das Geschäft zurück an den Nationalrat. Der Schweizerische

Gewerbeverband und die Allianz der Wirtschaft für eine massvolle Präventionspolitik haben

das Referendum angekündigt, wenn dem Gesetz nicht sämtliche Giftzähne gezogen werden.

## Nein zum Präventionsgesetz!

1. Das Präventionsgesetz ist unnötig. Einerseits wird bereits national, kantonale und kommunale Prävention betrieben, andererseits ist und sollte Koordination auch ohne ein eigenes dafür bestimmtes Bundesgesetz möglich sein.
2. Das Präventionsgesetz ist zentralistisch. Dadurch wird eine sehr allgemeine gesetzliche Grundlage geschaffen, welche unter anderem die strategische Planung der Prävention neu auf Bundesebene ansiedelt. Dabei wird zu viel Raum für künftige Einschränkungen der regionalen, kantonalen oder kommunalen Zuständigkeiten gelassen.
3. Das Präventionsgesetz ist kostspielig. Jegliche neue Regelung, die umgesetzt werden muss, bewirkt ein Mehr an Bürokratie und an zusätz-

lichen Kosten. Ausserdem haben Nationale Programme erfahrungsgemäss immer neue Hürden für die Betriebe zur Folge, was vor allem die KMU belastet (z.B. Durchführung von Informationsveranstaltungen oder die Beantwortung von Umfragen für die Präventionsstatistik).

4. Das Präventionsgesetz schränkt die persönliche Freiheit ein. Seit Jahren ist eine Tendenz zur Regulierung aller Lebensbereiche feststellbar. Immer neue Gesetze schränken die persönliche Freiheit ein und untergraben die Selbstverantwortung. Ob sie jedoch wie im Falle des Präventionsgesetzes zu einer gesünderen Bevölkerung beitragen und die Kostenexplosion im Gesundheitswesen eindämmen, ist nicht erwiesen.

## Wo bleiben die weiteren Herzinfarkt Wunder?

**Vor etwas über zwei Jahren trat das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen in Kraft. Damit besteht jetzt die Möglichkeit, eine Bilanz auf Grund realer Daten und nicht nur auf Grund von Vorhersagen zu ziehen. Das Ergebnis ist ernüchternd: Es gibt keine Indizien dafür, dass das Gesetz die uns versprochenen Auswirkungen auf den Gesundheitszustand bewirkt hat.**

Von 23 Kantonen haben nur drei (Genf, Graubünden, Tessin) «Herzinfarkt Wunder» gemeldet. Dies ist insofern verwunderlich, als sowohl das Bundesamt für Gesundheitswesen als auch die Lungenliga grösstes Interesse daran haben, den Mythos des Passivrauchens aufrechtzuerhalten, um alte und neue Rauchverbote zu rechtfertigen.

Am Geld kann es nicht liegen, der Bund finanziert die Tabakprävention und die eigene Lobby-Organisation AT-Schweiz mit Millionen. Jedes Krankenhaus ist verpflichtet, Todesursachenstatistiken zu führen und selbst einem Sekundarschüler wäre es möglich, diese Statistiken in einer Grafik zusammenzustellen. Der Zeitaufwand liegt in der Grössenordnung von wenigen Stunden.

So könnte man beispielsweise erfahren, dass die Spitalaustritte von Patienten mit Kreislaufkrank-

kungen beider Basel von 2009 auf 2010 um 6% zugenommen haben. 2010 umschliesst 8 Monate Rauchverbot.

Oder man könnte zur Kenntnis nehmen, dass in der Schweiz bereits von 2000 bis 2009 die Todesfälle infolge ischämischer Herzerkrankungen jährlich um 9% abgenommen haben, das Rauchverbot in den meisten Kantonen aber erst 2010 eingeführt wurde. Daneben sehen die 7% aus der Genfer Studie wie ein Rückschritt aus.

Zudem könnte man erfahren, dass die Bundesstatistik Deutschland einen bis 2007 fast konstanten Abwärtstrend für ischämische Herzerkrankungen aufweist, der seit der Einführung der Rauchverbote zum Nulltrend wurde.

Die Studien aus den drei Kantonen Genf, Graubünden und Tessin kommen zwar zum Schluss,

dass die Herzinfarkttraten nach dem Rauchverbot abgenommen haben, aber sie erbringen nicht den leisesten Beweis dafür, dass ein kausaler Zusammenhang zum dem Rauchverbot besteht.

Ein Blick in die Statistiken lässt erkennen, dass in vorangegangenen Jahren ähnliche Schwankungen aufgetreten waren. In Genf zum Beispiel minus 15% (2004), minus 8% (2008) und plus 10% (2006), in Graubünden minus 40% (2001), minus 30% (2004), minus 20% (2007). Waren da dunkle Mächte am Werk?

Der logische Schluss aus den obigen Ausführungen ist, dass sowohl das Gesetz von 2010 als auch die Initiative der Lungenliga ihre Rechtfertigungen aus bewusster Desinformation beziehen.

Bernd Palmer,  
dipl. Ing. ETH, 1222 Vézenaz

# FRISCHER GEHT'S NICHT!



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

Mehr Infos und alle Standorte  
unter [www.cca-angehrn.ch](http://www.cca-angehrn.ch)

# Läden am Samstag schon bald bis 20 Uhr offen?

**Die Wirtschafts- und Abgabekommission des Basler Grossen Rates empfiehlt eine leichte Erweiterung der Ladenöffnungszeiten. Geschäfte, die dies wünschen, sollen am Samstag bis 20 Uhr statt nur bis 18 Uhr offen halten können.**

Der Verein Basler Detailhandel begrüsst diesen Entscheid. Der Änderungsantrag der WAK sei ein Schritt in die richtige Richtung, würden doch Erfahrungen in liberalisierten Kantonen zeigen, dass grosszügige Ladenöffnungszeiten in urbanen Zentren dem heutigen Kundenbedürfnis entsprechen.

**«Statt für die Arbeitsplatzsicherung einzustehen, treiben die Gewerkschaften durch Obstruktion den Verlust von noch mehr Stellen voran.»**

«Der in Basel ansässige Detailhandel steht aufgrund schlechterer Rahmenbedingungen mächtig unter Druck», heisst es in einem Communiqué. Das gesamte Umland profitiere schon von längeren Öffnungszeiten. Obwohl man gerne weiterhin vier verkaufsoffene Sonntage im Jahr gehabt hätte, sei der nun getroffene Kompromiss ein praktikabler Weg, der helfen werde, nicht noch mehr Arbeitsplätze in Basel zu verlieren.

«Die Erkenntnisse aus liberalisierten Kantonen zeigen, dass Verkaufsmitarbeitende nicht länger arbeiten müssen», schreibt der Verein Basler Detailhandel. Die Wochenarbeitszeiten seien bereits gesetzlich geregelt. Längere Öffnungszeiten änderten allenfalls die Einsatzzeiten. Diese wiederum würden für mehr Freiräume im privaten Bereich sorgen.

«Es mutet schon befremdlich an, wenn Organisationen, die vorgeben, sich für Arbeitnehmende einzusetzen, gegen Massnahmen sind, die verhindern, dass noch mehr Arbeitsplätze verloren gehen», heisst es in der Stellungnahme. Statt für die Arbeitsplatzsicherung einzustehen, trieben sie durch Obstruktion den Verlust von noch mehr Stellen voran.

In Anbetracht der sich abzeichnenden wirtschaftlichen Prognosen, wird sich der Detailhandel in Basel in absehbarer Zeit aufgrund der Grenz Nähe und in Konkurrenz zu den liberalisierten Kantonen im Umland noch mehr wirtschaftlichem Druck ausgesetzt sehen. Der von der WAK vorgeschlagene Weg ist weitsichtig, wird er doch mithelfen, in Basel wichtige Arbeitsplätze zu erhalten.



■ Die Innenstadt-Geschäfte sind auf eine liberale Regelung der Öffnungszeiten angewiesen.



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

**[www.baizer.ch/wirtekurs](http://www.baizer.ch/wirtekurs)**



## Die nächsten Kurse

- vom 3. bis 28. September 2012
- vom 5. bis 30. November 2012
- vom 14. Januar bis 8. Februar 2013
- Ausbildungszentrum UBS, Basel  
(nur zwei Gehminuten vom Bahnhof)

## Preis

- CHF 3500 (inkl. Lehrmittel)

## Zulassungsbedingungen

- Mindestalter 18
- guter Leumund
- gute Deutschkenntnisse

## Mehr Infos?

- Besuchen Sie unsere Website [www.baizer.ch](http://www.baizer.ch)!
- Oder verlangen Sie Unterlagen und Anmeldeformular bei unserem Sekretariat:



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

# Miserable Wintersaison

**Der Rückgang der Zahl der Logiernächte in der Schweiz ist ungebrochen. Wie die aktuelle Beherbergungsstatistik des Bundesamtes für Statistik zeigt, verzeichnete die schweizerische Hotellerie im April fünf Prozent weniger Logiernächte als im Vorjahresmonat. Auch die touristische Wintersaison 2011/2012 schneidet schlechter ab als ihre Vorgängerin. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ging die Zahl der Logiernächte um 3.7 Prozent zurück.**

Angesichts dieser Zahlen ruft GastroSuisse zum Handeln auf. «Die seit Juli 2011 negative Entwicklung der Logiernächte ist dramatisch und bedroht die Tourismuswirtschaft massiv. Dies hat auch Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt, über 10'000 Arbeitsplätze sind bereits verloren gegangen. Weitere werden folgen, wenn der Trend nicht gestoppt wird», konstatiert Dr. Bernhard Kuster, Direktor GastroSuisse.

## «Die Rahmenbedingungen für den Tourismus müssen dringend verbessert werden.»

«Die Rahmenbedingungen für den Tourismus müssen dringend verbessert werden», fordert er. Dazu gehört, den bis am 31. Dezember 2013 geltenden Mehrwertsteuersatz von 3.8 Prozent für die Beherbergung auch darüber hinaus beizubehalten. Ein mehrwertsteuerlicher Normalsatz von acht Prozent würde die Beherbergungsbetriebe im

Wettbewerb mit der internationalen Konkurrenz benachteiligen.

Weiterhin appelliert GastroSuisse an die Politik, die Revision des Mehrwertsteuergesetzes mit erster Priorität zu behandeln. Die rasche Umsetzung eines Zweisatz-Modells, bei dem die Restauration mit einem reduzierten Satz besteuert wird, trägt dazu bei, die Konkurrenzfähigkeit der Branche zu verbessern.

Dies kommt auch der Hotellerie zugute, da sie 50 Prozent des Umsatzes in der Restauration erzielt. Zudem wäre die Diskriminierung der Restauration gegenüber den Takeaway-Betrieben beseitigt, so wie es die Volksinitiative von GastroSuisse «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes!» fordert.

Der Verband ruft dazu auf, dem positiven Image der Schweiz auf allen Ebenen Rechnung zu tragen. Nicht nur Landschaft, Kultur und Kulinarik bestimm-

ten das Urlaubserlebnis, sondern auch die Stimmung im Umfeld. Gäste, die sich nicht wohl fühlen, kommen nicht. Auch gelte es, den Anfängen zu wehren und die an manchen Orten zunehmende Kriminalität einzudämmen.



Foto: swiss-image.ch/David Willen

■ Weniger Touristen: Die Schweizer Skipisten waren eindeutig weniger bevölkert als auch schon.

## Bergregionen kamen unter die Räder

Während der touristischen Wintersaison (November 2011 bis April 2012) wurden insgesamt 15.2 Millionen Logiernächte verzeichnet. Dies entspricht einem Rückgang von 591'000 Einheiten oder 3.7 Prozent gegenüber derselben Vorjahresperiode.

## «Neun der 13 Tourismusregionen wiesen einen Rückgang auf.»

Die Übernachtungszahlen der inländischen Gäste lagen bei 7.1 Millionen Einheiten. Dies entspricht einer leichten Zunahme um 0.1 Prozent – wohlverstanden bei einem Bevölkerungswachstum von über einem Prozent. Die ausländische Nachfrage

registrierte 8.2 Millionen Logiernächte und damit einen Rückgang von 6.9 Prozent.

Deutschland verbuchte ein Minus von 16%, das Vereinigte Königreich eine Abnahme von 10%, die Niederlande 19%, Belgien 12%, Italien 7.7% und Frankreich 3.9%. Demgegenüber verzeichnete Russland ein Plus von 7%. Der amerikanische Kontinent war stabil. Die Nachfrage aus Asien erhöhte sich um 14%.

Neun der 13 Tourismusregionen wiesen einen Rückgang auf. Graubünden verzeichnete mit einem Minus von 258'000 Logiernächten (-8.6%) den deutlichsten absoluten Rückgang gegenüber der vorangehenden Wintersaison. Das Wallis regis-

trierte eine Abnahme um 152'000 Logiernächte (-6.8%) und das Berner Oberland ein Minus von 92'000 Einheiten (-6.2%).

Das Tessin verbuchte 39'000 Logiernächte weniger (-6%) und die Region Luzern einen Rückgang von 33'000 Einheiten (-2.7%). Demgegenüber verzeichnete die Region Basel mit einem Plus von 21'000 Einheiten (+3.1%) das deutlichste absolute Wachstum. Es folgen die Region Jura / Drei-Seen-Land mit einer Zunahme von 20'000 Logiernächten (+7.2%) und die Region Fribourg mit einem Wachstum von 17'000 Einheiten (+11%).

www.statistik.admin.ch

**Gastro**  **Express**  
**www.gastro-express.ch**

Der führende Online-Marktplatz für die Schweizer Gastronomie und Hotellerie



Gastgewerbliche Liegenschaften



Occasionsgeräte



Stellenangebote und Stellengesuche

## Trendgetränk Bubble Tea

# Vom Teenager-Hype zum Massenartikel

**In vielen deutschen Grossstädten eröffnet ein Bubble-Tea-Shop nach dem anderen. Gleichzeitig ist das Trendgetränk mit den bunten Perlen zum Ziel diverser Warnhinweise geworden.**

**E**rnährungsexperten bemängeln den hohen Kaloriengehalt und eventuelle Zusatzstoffe. Manche Verbraucherschützer kritisieren die unzureichende Produktkennzeichnung. Kinderärzte warnen, dass sich Kleinkinder an den Perlen verschlucken könnten.

Ob diese «Warnungen» vor einem neuen Lebensmittel sinnvoll sind, ist immer eine Frage der Perspektive. Natürlich sollte man kleineren Kindern einen Becher Bubble Tea mit Strohhalm nicht einfach in die Hand drücken, aber allein der gesunde Menschenverstand sollte einem sagen, dass es sich bei Bubble Tea nicht zwingend um ein ernährungsphysiologisch wertvolles Getränk handelt.

Erstmals stehen jetzt auch Zahlen über das Trendgetränk zur Verfügung. Marktforscher beobachten einen Run auf den Bubble Tea. Der Informationsdienst aid hat bei der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) nachgefragt. Das Marktforschungsunternehmen untersucht regelmässig den privaten Ausserhaus-Konsum von Personen im Alter von 16 bis 49 Jahren. Seit diesem Jahr wird auch Bubble Tea datenmässig erfasst.

«Bubble Tea erzielte von Januar bis April 2012 einen Umsatz von ca. 4 Millionen Euro. Damit liegt dieses Getränk umsatzmässig in etwa gleichauf mit

Kaffeegetränken in der Dose und Slush-Eisgetränken», berichtet Simone Peiker, Konsumforscherin bei der GfK. Sie findet: «Das ist ein stolzer Wert, wenn man bedenkt, dass das Getränk noch nicht lange auf dem deutschen Markt ist und bisher fast nur in Bubble-Tea-Shops in grösseren Städten erhältlich ist.»

Etwa 80 Prozent des Umsatzes geht laut GfK auf die Gruppe der 16- bis 29-Jährigen zurück. Ein klares Indiz dafür, dass Bubble Tea hierzulande vor allem bei jüngeren Menschen hoch im Kurs ist. Rund 4 Prozent der 16- bis 29-Jährigen haben in den ersten vier Monaten dieses Jahres mindestens einmal Bubble-Tea getrunken. «In Asien sieht das etwas anders aus. Dort ist Bubble Tea auch bei älteren Personen beliebt, z.B. als energiehaltiger Mittagssnack», meint Peiker.

Ob der Hype auf Bubble Tea langfristig anhalten wird und ob auch «ältere Erwachsene» Geschmack an diesem Getränk finden werden, kann die GfK zurzeit noch nicht beurteilen. Die Verbreitung von Bubble Tea geht aber zumindest erst mal weiter: Seit Juni 2012 sind die bunten Getränke bundesweit auch in 780 Café-Filialen eines grossen Fast-food-Unternehmens zu kaufen.



Hedda Thielking, Britta Klein / aid



## Schluss mit der gastronomiefeindlichen Preispolitik der multinationalen Getränkekonzerne!

### Original-Markengetränke aus EU-Direktimport

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

Schweppes Tonic  
Schweppes Bitter Lemon  
20cl MW für 85 Rappen



27 bis 30% günstiger

### Qualitäts-Fassbier aus Bayern



Dauer-Tiefpreis  
CHF 1,79 pro Liter  
exkl. MwSt



**Mehr Infos und weitere Angebote: [www.baizer.ch/import](http://www.baizer.ch/import)**



# Maximilians Bräu

Original Max, bayerisch hell  
Alkoholgehalt 4.8 Vol-%  
Kegfässer à 30 Liter  
Fasspfand CHF 50

Aus edlen Rohstoffen und  
kristallklarem, weichem Gebirgswasser.  
Gebraut nach dem bayerischen  
Reinheitsgebot von 1516.

Dauer-Tiefpreis  
**CHF 1.79 pro Liter**  
exkl. MwSt



**Theo Rietschi AG**  
Getränke en gros

## Theo Rietschi AG

Getränke en gros  
Talstrasse 84  
4144 Arlesheim BL  
Telefon 061 706 55 33  
Fax 061 706 55 06  
post@rietschi-getraenke.ch  
www.rietschi-getraenke.ch

Der Einkauf von Fassbier hat sich in den letzten zwanzig Jahren stark verteuert, während Dosen- und Flaschenbiere im Detailhandel immer günstiger angeboten werden. Das Gastgewerbe bezahlt die Zeche dieser ungerechten Preispolitik der Brauereien!

Maximilians ist eine günstige, qualitativ hochstehende Alternative zu den überteuerten Vertragsbieren!



Mehr Infos:  
[www.baizer.ch/import](http://www.baizer.ch/import)