



# baizer.ch

Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

## UNSERE THEMEN

Kulinarischer Neustart für den EuroAirport	2
Süssmachern auf die Schliche kommen	3
Bewertungsportale immer wichtiger	4
Tabaksteuer fördert Einkaufstourismus und Schmuggel	5
Verstösse gegen L-GAV nehmen weiter ab	5
Fr. 1.80 für einen Liter Heineken	6
Konsumentenfrühling: Neues Essbewusstsein	7
Hygiene-Weiterbildung	8
Bundesgericht begründet Fümüar-Entscheid	9
Tipps für Lieferverträge mit Brauereien	11

## Impressum

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

### Herausgeber

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

### Redaktion

Maurus Ebner, Binningen  
ebner@baizer.ch

### Gestaltung

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

### Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel  
info@fankhauserdruck.ch

## Erhält das Gastgewerbe einen Sondersatz?

**Die BDP, immerhin die Partei der Finanzministerin, bringt einen Mehrwertsteuer-Sondersatz für das Gastgewerbe ins Spiel. Da ein solcher Satz eine Verfassungsänderung bedingt, soll er als direkter Gegenvorschlag der Volkssinitiative «Schluss mit der MwSt-Diskriminierung des Gastgewerbes» von GastroSuisse gegenüber gestellt werden.**

Der Sondersatz soll für Beherbergungsleistungen im Sinne des geltenden Mehrwertsteuergesetzes sowie den Verkauf von Speisen und alkoholfreien Getränken in der Gastronomie gelten. Ziel müsse es sein, das Gastgewerbe wett-

Gemäss ersten Berechnungen der Eidgenössischen Steuerverwaltung könnte der Sondersatz auf 5.5 Prozent gelegt werden, wobei sich der aktuell geltende Normalsatz und der reduzierte Satz nicht verändern müssten.

**«Ziel ist es, das Gastgewerbe wettbewerbsfähiger zu machen.»**

bewerbsfähiger zu machen, schreibt die BDP. Man wolle keine Privilegien und Subventionen für das Gastgewerbe, sondern die Minimierung der bestehenden Ungerechtigkeiten.

«Mit dem Gastgewerbesatz könnte die Diskriminierung verhindert und die arbeitsintensive Branche entlastet werden», schreibt die BDP. Der Satz für die Beherbergungsleistungen würde zwar vordergründig erhöht, da die Hotelbetriebe aber oft einen beachtlichen Umsatzanteil an der Restauration haben, würde sich dies wieder ausgleichen.



■ Supermärkte, Bäckereien, Metzgereien, Kioske und Tankstellen-Shops verkaufen immer mehr immer mehr verzehrfertige Speisen und Getränke. Sie profitieren dabei von einem staatlich verordneten Preisvorteil von 5.5 Prozent. Das ist wirtschafts-, umwelt- und beschäftigungspolitisch falsch!

## Keine höhere Mehrwertsteuer für warme Mitnahmeartikel

Die Wirtschaftskommission des Nationalrates gab einen indirekten Gegenvorschlag zur Volksinitiative von GastroSuisse in die Vernehmlassung. Die Kritik fiel trotz der guten Absicht hinter dem Vorschlag heftig aus.

Heute bezahlen die Gäste von Restaurants einen höheren Mehrwertsteuersatz als die Kunden des

**«Die meisten Parteien hegen Zweifel, ob die Einführung eines Warm-Kalt-Kriteriums zweckmässig ist.»**

Detailhandels, welcher immer mehr verzehrfertige Speisen und Getränke verkauft. Diese Wettbewerbsverzerrung will GastroSuisse mit einer

Volksinitiative beheben, die eine Besteuerung unabhängig vom Verzehrort anstrebt.

Laut dem Willen der nationalrätlichen Wirtschaftskommission hätte nun der Mehrwertsteuersatz für warme Speisen zum Mitnehmen auf 8 Prozent angehoben werden sollen. Für kalte Speisen hingegen hätte der Normalsatz nur gelten sollen, wenn für den Konsum an Ort und Stelle besondere Vorrichtungen bereit stehen.

In der Vernehmlassung zeigte sich allerdings, dass die meisten Parteien und Verbände Zweifel hegen, ob die Einführung eines Warm-Kalt-Kriteriums zweckmässig ist. Die CVP hält den Gegenentwurf für «wenig durchdacht», die SP für «nicht zielführend». Der Steuersatz solle nicht von der Temperatur einer Mahlzeit abhängig gemacht

werden. Auch die SVP kritisierte den Vorschlag der WAK: «Die Situation für Gastbetriebe lässt sich nicht dadurch verbessern, dass die Marktbedingungen für Take-Away-Betriebe verschlechtert werden.»

Die FDP hält weiterhin an der Idee eines Einheitsatzes fest. Damit könnten Bürokratiekosten im dreistelligen Millionenbereich eingespart werden und auch die Konsumenten würden entlastet. Einzig die Grünen sprachen sich für den WAK-Entwurf aus. Zwar liessen sich Grenzfälle in der Praxis nicht ausschliessen, aber der Gegenvorschlag baue die steuerlichen Ungerechtigkeiten ab, schreibt die Partei.

# Kulinarischer Neustart für den EuroAirport

**Ende September 2013 lief der Gastronomievertrag mit AutoGrill am EuroAirport aus. Aus einer Ausschreibung, die Anfang 2012 begann, gingen die drei Unternehmen Canonica, Elior und Relay für 13 Verkaufsstellen am Flughafen als Sieger hervor. Das neue Gastronomiekonzept am Basler Flughafen wird bis Ende 2014 schrittweise umgesetzt.**

Das Genfer Familienunternehmen Canonica eröffnet den Verkaufspunkt «Wellness» im Ankunftsbereich auf Schweizer Seite, der ganz auf schnelle und gesunde Küche setzt. In der Nähe des Luminators entsteht «La Cuillère Suisse», ein Chocolaterie-Café im Lounge-Stil. Im Aussenbereich des Flughafens ist ebenfalls ein Canonica-Betrieb geplant. Das Unternehmen Relay ist mit zwei Gastronomiebetrieben der Marke «Trib's» auf der französischen Seite des EuroAirport vertreten.



Das Café «La Cuillère Suisse» bietet Schokoladenspezialitäten an. Die Betreiberfirma Canonica bringt Erfahrungen vom Flughafen Genf mit.

**«Elior sichert sich den Löwenanteil der Flughafengastronomie.»**

Den Löwenanteil der Flughafengastronomie sicherte sich Elior. Das Unternehmen ist unter anderem mit «Paul», einem in Frankreich populären Bäckerei-Schnellrestaurant, vertreten. Im dritten Stock auf Schweizer Seite entsteht «Weckmann», eine Basler Paninotherk und Zuckerbäckerei. Bei den Gates Sud bietet «Dailymonop» einfache Take-Away-Produkte zu unterschiedlichen Preisen. Beim Abflugbereich wird «Berts» entstehen, ein Schnellrestaurant. Elior betreibt ferner ein «Cloud Café Illy» und ein «Columbus Café» sowie die «Sam Bar».



Das Konzept von «Trib's» beruht auf frischen, vor Ort hergestellten Speisen vor. Die Marke ist bereits auf dem Flughafen von Montpellier erfolgreich.

Elior wird zudem ein Restaurant betreiben, das auf einem «Food Court» mit den Marken Francesca, Courtepaille und Le Bar à salades sowie einem «Dreiländer-Restaurant» beruht. Dort werden drei renommierte Küchenchefs aus der Schweiz, aus Frankreich und Deutschland regionale Spezialitäten anbieten. Ausserdem übernimmt Elior die Mitarbeiterkantine des EuroAirport und stellt an verschiedenen Orten im Flughafen hochmoderne Selbstbedienungsautomaten auf.



3-Länder-Restaurant: Das Flaggschiff der Basler Flughafengastronomie wird vom Catering-Giganten Elior betrieben.

# Süssmachern auf die Schliche kommen

**Viele Verbraucher achten auf den Zuckergehalt in Lebensmitteln. Steht «Zucker» eher am Ende der Zutatenliste, gehen sie wohlmöglich davon aus, dass das Produkt zuckerarm ist. Das kann ein Irrglaube sein, wie die Verbraucherzentrale Bundesverband in einem Marktcheck herausfand. Sie nahm 276 verarbeitete Lebensmittel auf «versteckte Süssmacher» unter die Lupe.**

Das im Zutatenverzeichnis viele Substanzen auftauchen, die zum süssen Geschmack oder zum Zuckergehalt beitragen, aber ihre Bezeichnung nicht als Süssmacher erkennbar ist, ist eigent-

**«Nur die wenigsten Konsumenten können den tatsächlichen Zuckergehalt einschätzen.»**

lich nicht neu. Interessant ist aber: Die Verbraucherzentrale fand in den Lebensmitteln insgesamt 70 solcher Begriffe und meint, dass nur die wenigsten Konsumenten alle Süssmacher «enttarnen» und somit den tatsächlichen Zuckergehalt in dem Produkt einschätzen können.

Wenn in Zutaten die Bezeichnung «Zucker» steckt, wie Traubenzucker oder Invertzucker, ist die Sachlage klar. Alle Zutaten, die auf -ose enden, wie Glucose, Laktose, Maltose, weisen ebenfalls auf Zuckerarten hin. Es handelt sich um Fachbegriffe beispielsweise von Traubenzucker, Milchezucker und Malzucker.

Zutaten mit der Bezeichnung «Sirup», wie Glukose- oder Fruktosesirup, deuten ebenfalls auf Zuckerkhaltiges hin. Auch (Malto)Dextrin, Magermilchpulver, Gerstenmalzextrakt, Dicksaft, Fruchtextrakt oder -püree, Molkenerzeugnis oder -pulver, Rübennkraut und getrocknete Früchte tragen zum Zuckergehalt bzw. zum süssen Geschmack bei.

Süssstoffe und Zuckeraustauschstoffe (z. B. Sorbit, Maltit, Xylit) sind dagegen gut zu erkennen. Sie müssen im Zutatenverzeichnis mit dem Klassennamen plus der E-Nummer oder der Verkehrsbezeichnung gekennzeichnet sein, zum Beispiel «Süssstoff Steviolglycoside» oder «Süssstoff E 960».

Auf einigen Lebensmittelverpackungen findet man eine Nährwerttabelle. Sie ist zurzeit noch eine freiwillige Angabe der Hersteller, erst Ende 2016 wird sie Pflicht. Dann müssen unter anderem der Koh-

lenhydratgehalt und davon der Zuckergehalt je 100 g oder 100 ml des Produkts angegeben sein.

Zu diesem Zuckergehalt werden alle Einfach- und Doppelzucker gerechnet. Darunter fallen beispielsweise sämtliche Zuckerarten, Sirupe, Milch- und Molkenpulver sowie Honig. Diese Angabe gibt den Konsumenten zumindest einen Anhaltspunkt, wie viel Zucker in dem Produkt steckt.

Hedda Thielking / aid



■ Saucenbinder enthalten oft Süssmacher. Hier lohnt sich ein Blick ins Zutatenverzeichnis.

## Gastro Express

# www.gastro-express.ch

Der führende  
Online-Marktplatz  
für das Schweizer  
Gastgewerbe



Gastgewerbliche Liegenschaften



Occasionsgeräte



Stellenangebote und Stellengesuche

# Bewertungsportale immer wichtiger

**Das Feedback von Gästen spielt eine ausschlaggebende Rolle für das Hotelimage und spiegelt sich im Buchungsvolumen wieder. Das Abschneiden auf grossen Bewertungsportalen ist deshalb zunehmend matchentscheidend.**

Reisen werden immer öfters online geplant und gebucht. Dabei dienen die offiziellen Sterne-Klassifikationen oft nur noch der groben Auswahl. Der eigentliche Buchungsentscheid wird in vielen Fällen erst nach Konsultieren von Bewertungsportalen getroffen. Wird dort die Qualität einer Unterkunft schlecht beurteilt, so wirkt sich das umsatzschädigend aus.

**«Positive Bewertungen von Gästen wirken sich auf den finanziellen Erfolg aus.»**

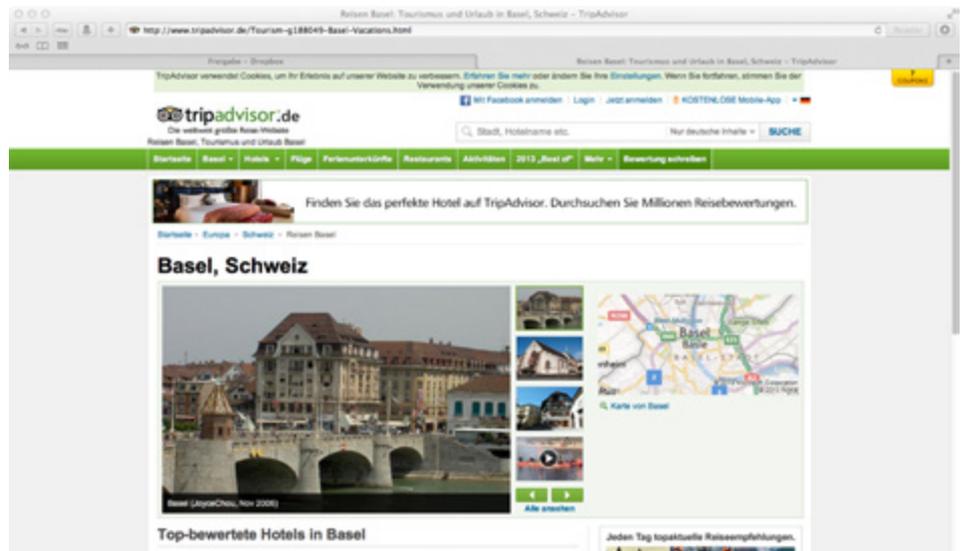
Neben den bekannten Buchungsportalen wie Booking.com, HRS und Expedia, auf denen Gäste ein Hotel bewerten können, nachdem sie es tatsächlich besucht haben, gibt es international etablierte Portale wie Tripadvisor oder Holidaycheck, auf denen jeder öffentlich bewerten kann. Das birgt eine gewisse Missbrauchsgefahr in sich, doch ergeben eine hohe Zahl von Bewertungen bei den meisten Hotels dennoch objektive Aussagen.

Eine Untersuchung des Verbands Internet-Reisevertrieb aus dem Jahre 2011 zeigt, wie wichtig Bewertungen für die Entscheidungsfindung bei der

Urlaubsplanung sind: 95% der Befragten halten die Bewertungen für glaubwürdig, und bei 59% der Umfrageteilnehmern beeinflussen sie erheblich die Entscheidung für oder gegen ein Hotel.

Ähnliche Ergebnisse wurden 2012 von der Uni-

versität Cornell in der Studie «The impact of social media on lodging performance» veröffentlicht, der zufolge sich positive Bewertungen und Online-Zufriedenheit von Gästen unmittelbar über Online- sowie Offlinekanäle auf den finanziellen Erfolg des Hotels auswirken.



■ Bewertungsportale sind für Hotels und neuerdings auch für Restaurants sehr bedeutsam.

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

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

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

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

# Bund fördert Einkaufstourismus und Schmuggel

**Zigaretten sollen teurer werden. Der Bundesrat will die Kompetenz erhalten, die Preise für eine Packung um CHF 2.80 zu erhöhen. Die geplanten Steuererhöhungen werden den Einkaufstourismus, den Schmuggel und den Schwarzmarkt fördern.**

Der Bundesrat hat eine Änderung des Tabaksteuergesetzes in die Vernehmlassung gegeben. Er möchte den Preis einer Packung in den nächsten Jahren um bis zu CHF 2.80 zu erhöhen. In welchen Schritten die Preiserhöhung auf bis zu CHF 11 pro Packung erfolgen soll, ist noch unklar. Vom Preis einer Zigarettenpackung gehen bereits heute 60 Prozent an den Staat; nur 40 Prozent verbleiben bei den Händlern und Herstellern. 2003 kostete ein Päckchen der meistverkauften Preisklasse noch CHF 5.20, heute sind es CHF 8.20 (+58%), und schon bald sollen die Preise steuerbedingt weiter steigen.

In den 1990er-Jahren wurden jährlich 17 Milliarden Zigaretten verkauft, was Steuereinnahmen von etwa einer Milliarde Franken generierte. Heute werden noch gut 11 Milliarden Zigaretten pro Jahr verkauft, doch ergeben sich dank der Erhöhungen über 2.3 Milliarden Franken Steuern!

Die Einnahmen aus der Tabaksteuer dienen nicht der Deckung von Gesundheitskosten des Rauchens, sondern vor allem der Finanzierung der AHV, von der Raucher weit weniger profitieren, weil sie im Durchschnitt nicht so lange leben wie Nichtraucher.

Mit Ausnahme von Frankreich sind die Preise in den Nachbarländern viel tiefer als in der Schweiz. In Österreich beträgt der häufigste Preis umgerechnet CHF 5.80, in Deutschland CHF 6.50 und in Italien CHF 6.20. Da Schweizer in Deutschland die Mehrwertsteuer von 19% zurückfordern können, bezahlen sie netto für eine Stange CHF 54.60. Das sind CHF 27.40 oder 33.4% weniger als in der Schweiz!

Solche Preisdifferenzen fördern nicht nur die private Einfuhr und somit den Einkaufstourismus, sondern auch den Schmuggel. Es würde nicht überraschen, wenn – wie schon in vielen anderen Ländern – ein schwungvoller Schwarzmarkt entsteht. Die Gesundheitsstatistiker werden dann einen weiteren Rückgang des Tabakkonsums bejubeln, die privaten Importe und den Schwarzmarkt aber ausblenden.

Weil die Mehrheit der Bevölkerung von der Tabaksteuer nicht direkt betroffen ist, können die Raucher offenbar problemlos geschröpft werden. Dabei sollten die Erhöhungen auch Nichtrauchern zu denken geben, werden doch dem privaten Sektor einfach weitere Mittel entzogen, die dem Konsum fehlen.

Weil die Tabaksteuer nicht gemäss der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit erhoben wird, sind die geplanten Erhöhungen zudem unsozial. Hier zeigt sich ein Trend: Im Visier sind auch Autofahrer (Mineralölsteuer, Vignette) und die Konsumenten (Mehrwertsteuer).

Das Finanzdepartement versucht nicht einmal, die Erhöhung der Tabaksteuer mit gesundheitspolitischen Zielen zu verschleiern. Ausdrücklich wird erwähnt, dass der Zusammenhang zwischen Zigarettenpreisen und Konsum nicht ganz klar sei und steigenden Preisen durch private Einfuhren ausgewichen werden könne.



Maurus Ebnetter  
Delegierter des Vorstands  
Wirtverband Basel-Stadt

## Verstösse gegen den L-GAV nehmen weiter ab

**Die Kontrollstelle für den Landes-Gesamtarbeitsvertrags des Gastgewerbes überprüft jährlich 2000 zufällig ausgewählte Betriebe auf die Einhaltung des L-GAV. Im Zentrum der Kontrollen stehen die Mindestlöhne sowie die Arbeitszeiterfassung. Während bis 2010 jeweils durchschnittlich die Hälfte der kontrollierten Betriebe GAV-Auflagen missachteten, nimmt seither die Zahl der Verstösse kontinuierlich ab.**

Zehn Inspektoren der Kontrollstelle für den Landes-Gesamtarbeitsvertrag überprüfen in repräsentativen Stichproben jedes Jahr 2000

**«Seit 2010 nimmt die Anzahl Verstösse laufend ab.»**

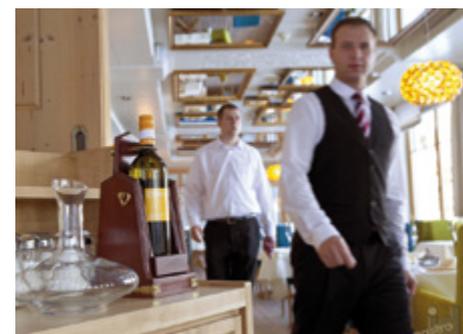
Betriebe auf die Einhaltung des L-GAV. Die Unternehmen werden dabei nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Überprüft werden jeweils vier Themenbereiche, wovon drei jährlich kontrolliert werden: die Erfassung der Arbeitszeit, die Einhaltung der Mindestlöhne und die Vollzugskostenbeiträge.

Von den 2012/2013 kontrollierten 2000 Betrieben haben 90 Prozent sämtliche Mindestlöhne

eingehalten und 77 Prozent verfügen über ein brauchbares und unterschriebenes System für die Arbeitszeiterfassung. Seit dem Inkrafttreten des neuen L-GAV 2010 nimmt die Anzahl der Verstösse merklich ab. Dies ist vor allem auch sichtbar bei der Arbeitszeiterfassung. Während vor 2010 knapp 40 Prozent der kontrollierten Betriebe über kein brauchbares System verfügten, sind es 2013 nur noch 7.5 Prozent.

«Die Kontrolle der Arbeitszeiterfassung ist nicht nur für die Arbeitnehmenden wichtig, sondern hat auch für die Arbeitgeber einen hohen betriebswirtschaftlichen Wert. Sie erlaubt es dem Arbeitgeber, seinen wichtigsten Kostenblock jederzeit unter Kontrolle zu haben», erklärt Hansjürg Moser,

Direktor der Kontrollstelle für den L-GAV des Gastgewerbes.



92.5 Prozent der Betriebe verfügen über ein brauchbares System bei der Arbeitszeiterfassung.

# Einen Liter Heineken für 1.80 Franken

**Im September führte Coop eine Aktion mit Heineken durch. Ein Karton mit 24 Halbliter-Dosen kostete CHF 23.30. Rechnet man die Mehrwertsteuer heraus, so entspricht das 89.9 Rappen pro Dose oder einem Literpreis von nicht ganz CHF 1.80. Wirte bezahlen für die gleiche Menge offenes Heineken im Grosscontainer CHF 4.05!**

Der Run auf die Dosen war enorm. Ein Restaurateur aus Thun berichtete uns, dass er «vier Coop-Filialen leergeräumt» hat. Das Herumfahren

**«Gastronomen bezahlen für das gleiche Bier doppelt so viel wie die Hausfrau im Supermarkt.»**

lohnte sich. Direkt bei Heineken hätte er pro 50cl-Dose netto CHF 1.60 bezahlt (allerdings geliefert). Bei Coop betrug die Einsparung gegenüber dem

Gastronomie-Einkaufspreis also über 43 Prozent.

Noch extremer fällt der Vergleich mit dem Fassbierpreis aus. Für einen Liter offenes Heineken bezahlen Wirte CHF 4.05. Bei einer 15-prozentigen Rückvergütung entspricht das einem Nettopreis von CHF 3.44. Gastronomen bezahlen also für das gleiche Bier 115 Prozent mehr als die Hausfrau bei der Coop-Aktion! Wie lange lassen wir uns diese Preispolitik noch gefallen?



## Amazon streicht AGB-Klausel zur Preisparität

**Der weltweit führende Online-Händler Amazon hat still und leise die auch im Einzelhandel umstrittene Preisparität aus seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen gestrichen. Diese Klausel untersagte teilnehmenden Händlern, Produkte auf anderen Online-Marktplätzen bzw. in eigenen Webshops zu günstigeren Preisen als auf Amazon anzubieten.**

Meistbegünstigungsklauseln geraten immer stärker ins Visier der Wettbewerbsbehörden. So hat das Bundeskartellamt zu seiner diesbezüglich bereits zweiten Abmahnung des Hotelbuchungsportals HRS mitgeteilt, dass Bestpreisklauseln grundlegende Fragen für den Vertrieb über Online-Plattformen auch in anderen Branchen aufwerfen. Amazon scheint nun die Entscheidung mit

der unternehmensseitig vollzogenen Abschaffung der umstrittenen Preisparität vorweg zu nehmen.

«Der Verzicht von Amazon auf die Preisparitätsklauseln sollte auch für die marktdominierenden Hotelbuchungsportale beispielgebend sein», fordert Fritz G. Dreesen, Vorsitzender des Hotelverbandes Deutschland. Verpflichtende Raten-, Ver-

fügbarkeits- und Konditionenparitäten seien «egal in welcher Branche» Auslaufmodelle.

«Auch die Hoteliers haben ein Anrecht darauf, dass diese täglichen Gängeleien der Buchungsportale ein Ende nehmen und endlich wieder freier Wettbewerb und Rechtssicherheit im Vertrieb hergestellt wird», so Dreesen.

## Die Geschichte der Basler Gastronomie

**Der Archivar des Wirtverbandes Basel-Stadt, Mario Nanni, hat in akribischer Arbeit die faszinierende Geschichte der Basler Gastronomie sowie der regionalen Brauereien aufgearbeitet. Die beiden Werke schliessen in der Sammlung der Stadtgeschichte eine Lücke.**

«Die Geschichte der Basler Gastronomie» ist illustriert mit über 250 Fotos und Dokumenten, die zu einem grossen Teil noch nie veröffentlicht wurden. Das Buch bietet Anekdoten, Einblick in die Gastro-

nomiekultur von 354 nach Christus bis 2005, in die Verbandsgeschichte und Aufnahmen vergangener Zeiten.

Der gleiche Autor brachte 2009 nach fünf Jahren des Nachforschens und Schreibens ein weiteres Buch heraus, in welchem es um die Geschichte der Brauereien in der Nordwestschweiz geht. Das Werk befasst sich auf 396 Seiten mit 101 Brauereien in Basel, fünfzig Braustätten in 18 Baselbieter Gemeinden und vier Brauereien in Rheinfelden. Es enthält 1250 Fotos, Abbildungen (unter anderem von Flaschen, Biertellern und Gläsern), Dokumente und Inserate.



Die Geschichte der Basler Gastronomie  
ISBN 978-3-7245-1363-6 / CHF 88

Die Geschichte der Brauereien beider Basel  
ISBN 978-3-7245-1540-1 / CHF 88

Autor: Mario Nanni  
Friedrich Reinhardt Verlag  
www.reinhardt.ch

# Konsumentenfrühling

**Ein neues Essbewusstsein greift um sich. Lange erschütterten Lebensmittelskandale das Vertrauen in die Food-Industrie. Jetzt ermächtigen sich die Kunden selbst: Dank neuer Food-Skills sind Konsumentinnen und Konsumenten heute kompetenter denn je. Dies ist das Resultat eines neuen «European Food Trends Report» mit dem Titel «Konsumentenfrühling», den das Gottlieb-Duttweiler-Institut veröffentlichte.**

**S**tudienautorin Mirjam Hauser: «Der Konsumentenfrühling ist eine kleine Revolution. Die Konsumenten emanzipieren sich von den Anbietern der Foodindustrie. Sie wissen selber, welche Nahrungsmittel sie wo kaufen und essen wollen.» Wer viel über Herkunft und Zubereitungsarten wisse, gewinne an gesellschaftlichem Ansehen, so Hauser. Die GDI-Studie zeigt, wie sich dieses neue Essbewusstsein in vier Lebensbereichen manifestiert:

**«Das neue Essbewusstsein ist eine Herausforderung für die Gastronomie.»**

**Zuhause:** Food Skills bringen einen Statusgewinn. Wissen, was gut ist, bedeutet heute aber mehr als snobistische Weinkennerschaft. Die neue Gourmetkompetenz entledigt sich des Elitären. Dank immer besseren und besser zugänglichen Informationen über Nahrungsmittel kann jede/r Kenner/in werden.

**Business:** Personalrestaurants werden zu Prestigeobjekten. Wo früher kurz und schmerzlos Schnitzel und Kartoffelsalat verzehrt wurden, stehen heute gastronomisch konkurrenzfähige Res-

taurants, die die Firmenkultur widerspiegeln und als soziale Hubs dienen sollen.

**Unterwegs:** Die mobile Verpflegung wird endlich gut. Flughäfen und Bahnhöfe trumpfen mit neuen Angeboten auf, die die Bedürfnisse der Reisenden und Pendelnden befriedigen: Frische, Bio, Saisonalität und Regionalität.

**Auswärts:** Das neue Essbewusstsein ist eine Herausforderung für die Gastronomie. Gäste wollen mehr als ein nettes Retro-Ambiente. Sie mögen Gastgeber, die sich mit der Herkunft des Essens auseinandersetzen und Traditionelles modern und experimentierfreudig zuzubereiten wissen.



Bild: Vehovar & Jauslin

■ **Mitarbeiterverpflegung wird zum Prestigeobjekt: Personalrestaurant von Swisscom Mobile in Künzli.**



## Schluss mit der gastronomiefreundlichen 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)**

# Hygiene-Weiterbildung für Mitarbeiter

**Betriebsinhaber sind für die Hygiene-Weiterbildung ihrer Mitarbeiter verantwortlich. Bei Kontrollen sind entsprechende Bemühungen zu belegen. Der Wirtverband Basel-Stadt bietet ein wertvolles Hilfsmittel.**

Die Mitglieder erhalten als Beilage zu dieser Ausgabe von baizer.ch die Hygienekarten Nr. 5 und 6. Dieses Mal geht es um die Themen «Krankheitserreger» und «Schädlinge».

In den nächsten Jahren werden noch einige Dutzend weitere Hygienekarten für die Weiterbildung im Betrieb erscheinen. Jede Karte enthält auf der Vorderseite wichtige Informationen zu einem

Thema und auf der Rückseite Zeilen für die Unterschriften der Mitarbeitenden.

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



## Teufelhof übernimmt Schmiedenhof

Die GGG Basel vergibt die Pacht des Café-Restaurants im Schmiedenhof an Raphael Wyniger, den Inhaber und Geschäftsführer des Teufelhofs. Er wird das neue Restaurant zusätzlich zum Teufelhof führen. Das neue Lokal trägt in Anlehnung an das Gründungsjahr der GGG Basel den Namen «1777 – Kulinarische Werkstatt». Es wird an der Südseite des Schmiedenhofs zusammen mit der neuen Bibliothek im Frühling 2015 eröffnet und bietet rund 60 Innen- sowie 50 Aussensitzplätze.

## Österreich setzt auf Schweizer Touristen

Schweizerinnen und Schweizer verbringen ihre Ferien immer öfter in Österreich. 2012 stieg die Zahl ihrer Übernachtungen in österreichischen Hotels um 7 Prozent auf 4.6 Millionen, im ersten Halbjahr 2013 waren es im Vergleich zum Vorjahr noch 0.7 Prozent mehr. Die Schweiz ist laut der nationalen Tourismusagentur «Österreich Werbung» der dritt wichtigste ausländische Herkunftsmarkt. Mehr als die Hälfte der Schweizer Gäste reist im Sommer ins östliche Nachbarland, der Winter gewann in den letzten Jahren jedoch zusehends an Bedeutung.

## McDonald's testet Lieferservice

McDonald's Österreich testet einen Lieferservice. In Wien können Kunden können Burger über den Online-Lieferservice Mjam bestellen. Geliefert wird derzeit nur im 13. Bezirk der österreichischen Hauptstadt. Der Mindestbestellwert liegt bei 10 Euro, die Zustellgebühr beträgt 3 Euro.

## Baloise plant mit Mövenpick

Die Baloise Group hat entschieden, gemeinsam mit der Hotelgruppe Mövenpick als Exklusivpartnerin die detaillierte Projekt- und Planungsphase für das neue Hotel am Aeschengraben durchzuführen. Eine Zusammenarbeit mit Hilton, dem bisherige Betreiber am Standort, ist damit vom Tisch.

## Italiener sparen beim Essen

Auch im Feinschmecker-Paradies Italien wird wegen der Krise bei der Gastronomie stark gespart: 2012 haben 10'000 Restaurants geschlossen, in diesem Jahr hält der negative Trend an, berichtet der Verband Confindustria. Die Gastronomie habe in den letzten Jahren einen Umsatzrückgang von 2.5 Milliarden Euro zu verkraften gehabt.



Aktuelles aus Branche und Verband

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



# Bundesgericht begründet Fümoar-Entscheidung

**Das Verbot von bedienten Fumoirs in Basler Lokalen ist mit eidgenössischem Recht vereinbar. Das Bundesgericht hat die Begründung seines Entscheides vom vergangenen Juli vorgelegt. Gemäss dem Urteil dient die strenge kantonale Regelung nicht nur dem Schutz des Personals.**

In Basler Gastbetrieben darf seit Anfang 2010 nur noch in unbedienten Fumoirs geraucht werden. In Reaktion auf diese kantonale Regelung, die strenger ist als die Vorschriften auf Bundesebene, wurde der Verein «Fümoar» gegründet, dem rund 180 Beizen und fast 200'000 Gästemitglieder angehören.

**«Das Verbot bedienter Fumoirs bezweckt nicht einseitig den Schutz der Angestellten, sondern indirekt auch den der Gäste.»**

Bekanntlich halten die Richter in Lausanne solche Vereinsmodelle für illegal. Nun haben sie die Urteilsbegründung vorgelegt. Das Bundesgesetz zum Schutz vor Passivrauchen erlaube strengere kantonale Regeln «zum Schutz der Gesundheit» ausdrücklich. Dies lasse sich durchaus so interpretieren,

dass auch der «Schutz der Gesundheit» der Arbeitnehmenden gemeint sei.

Laut Bundesgericht bezweckt das Basler Verbot bedienter Fumoirs allerdings ohnehin nicht einseitig den Schutz von Angestellten, sondern indirekt auch den der Gäste. Für die Raucher selber reduziere sich die Attraktivität zu einem längeren Verbleib in einem Fumoir, wenn sie dort nicht bedient würden. Wenn Raucherräume nicht zu Gasträumen mutierten, werde andererseits verhindert, dass sich darin unter dem sozialen Druck auch nichtrauchende Kolleginnen und Kollegen aufhalten müssten.

Nach Meinung der Richter ändert ein Vereinsmodell nichts daran, dass die fraglichen Betriebe «öffentlich zugänglich» bleiben und der Zweck solcher Vereine einzig in der Umgehung der gesetzlichen Regelungen besteht.



Nach Meinung der Richter besteht der Zweck des Vereins Fümoar einzig in der Gesetzesumgehung.

## ► WIRTEKURSE

zur Erlangung des Fähigkeitsausweises



## Ideal auch als Weiterbildung!



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

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



### Die nächsten Kurse

- vom 4. bis 29. November 2013
- vom 3. bis 28. Februar 2013
- Tagungszentrum Oekolampad  
Allschwilerplatz, Basel

### Preis

- CHF 3500 (inkl. Lehrmittel)

### Zulassungsbedingungen

- Mindestalter 18
- guter Leumund
- gute Deutschkenntnisse

### Mehr Infos?

- Besuchen Sie unsere Website [www.baizer.ch](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)



Die Basler Gastronomie  
auf einen Klick!



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

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

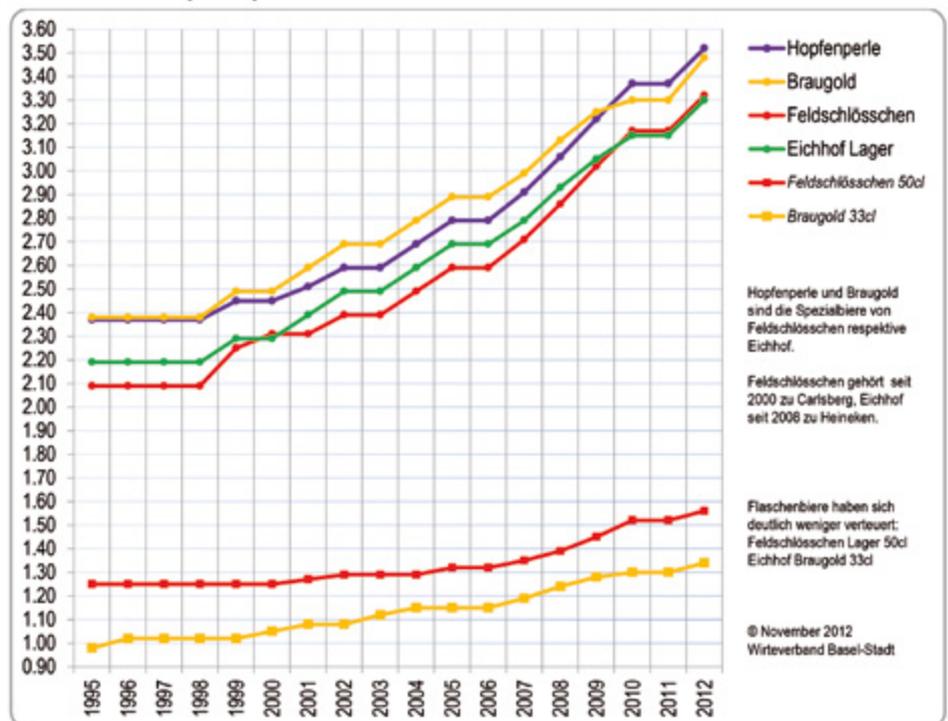
## Tipps für Lieferverträge mit Brauereien

# Verlangen Sie ein Ausstiegsrecht bei Preiserhöhungen!

**Vor allem die grossen Braukonzerne drängen ihre Gastronomiekunden in mehrjährige Lieferverträge mit Exklusivklauseln. Während das bei Darlehen nachvollziehbar ist, sehen wir nicht ein, weshalb Wirte sich über längere Zeit binden, nur weil die Brauerei beispielsweise eine Ausschankanlage zur Verfügung stellt und Rabatte verspricht. Hier sind unsere Tipps für Gastronomen.**

- Sofern Sie es sich leisten können: Verzichtnen Sie auf Brauerei-Darlehen! Berücksichtigt man die üblichen Preisaufschläge während der Vertragslaufzeit, wird der Kredit sehr teuer.
- Beschaffen Sie sich Ihre eigene Ausschankanlage. Die Wartung kann an spezialisierte Firmen ausgelagert werden. Die stärkste Verhandlungsposition erreichen Sie, wenn Sie von der Brauerei weder Darlehen noch Gebrauchsleihen verlangen, sondern einfach gute Sofort-Rabatte. So können selbst Einzelgastronomen mit Kleinbetrieben Rabatte von 15 bis 25 Prozent aushandeln. Bei prestigeträchtigen Betrieben mit hohem Absatz liegen sogar 30 Prozent und mehr drin.
- Braukonzerne wie Carlsberg und Heineken haben tendenziell höhere Rückvergütungssätze als mittelgrosse Brauereien wie Locher, Schützengarten, Falken, Müller oder Rosengarten, aber auch höhere Listenpreise als dieselben. Am Schluss kommt es auf den Nettopreis in Franken an!
- Falls Sie keine Darlehen oder andere erhebliche Leistungen der Brauerei beziehen (wenn es also im Wesentlichen um die Ausschankanlage und die Konditionen geht): Akzeptieren Sie Verträge mit einer Laufzeit nur dann, wenn Ihnen ein Ausstiegsrecht bei Preiserhöhungen oder ein fester Nettopreis während der ganzen Laufzeit garantiert wird!
- Falls Sie ein Darlehen erhalten: Verlangen Sie ein Ausstiegsrecht bei Preiserhöhungen! Handeln Sie eine Ankündigungsfrist für Preiserhöhungen von mindestens drei Monaten aus. Vorsicht: Bei einem Ausstieg wird der nicht amortisierte Teil des Darlehens fällig.
- Vermeiden Sie Exklusivklauseln! Das verunmöglicht es Ihnen, auf Markttrends zu reagieren. Sichern Sie sich das Recht, wenigstens ein weiteres Offenbier (z.B. eine regionale Spezialität) anbieten zu dürfen – auch dann, wenn Sie das im Moment gar nicht vorhaben.
- Lassen Sie stets mindestens drei Anbieter offerieren. Schenken Sie Maximilians (Einkaufspreis CHF 1.79 pro Liter) aus, falls Ihnen niemand eine attraktive Offerte unterbreitet!
- Hinterfragen Sie strikte Penalty-Klauseln! Der Schadenersatz für nicht bezogene Mengen ist meist absurd hoch angesetzt.
- Sichern Sie sich das Recht zu, geliehene Ausschankanlage beim Vertragsende zum Zeitwert käuflich zu erwerben! Nach zehn Jahren sollte die Ausschankanlage gratis in Ihr Eigentum übergehen. Verhindern Sie, dass alte Anlagen übersteuert in neue Verträge eingepflegt werden.

Listenpreise pro Liter Fassbier in CHF von 1995 bis 2012



■ Nahezu synchrone Änderungen: Die Fassbierpreise in der Schweiz werden seit langem hochgeschaukelt – wenn nicht durch Absprachen, so doch durch implizites Verhalten der grossen Marktteilnehmer.

## Koch des Jahres 2014

**Der Gourmetführer Gault-Millau hat die Basler Gastronomin Tanja Grandits zum «Koch des Jahres 2014» gekürt und als «Vertreterin einer neuen Generation» bezeichnet.**

Die Kreationen von Grandits haben eine eigene, unverwechselbare und unkopierbare Handschrift, heisst es in einer Mitteilung des bekannten Gourmetführers. Die Küche im Restaurant Stucki wird mit 18 Punkten bewertet. Vor zwanzig Jahren wurde Irma Dütsch mit zwei weiteren Spitzenkö-

chen als «Köchin des Jahres» geehrt. Grandits steht nun als erste Frau alleine im Scheinwerferlicht. An der Spitze des Ratings stehen mit 19 Punkten noch immer die gleichen sechs Küchenchefs wie letztes Jahr.



■ Tanja Grandits vom Restaurant Stucki, Basel.

# LUCKY PUNCH LANDEN UND VW AMAROK GEWINNEN!



Wer sich mit CCA Angehrn einlässt, kann nur gewinnen. Mit ein bisschen Glück gewinnen Sie ein absolutes Heavyweight, den exklusiven **VW Amarok**.

Oder einen von vielen Einkaufsgutscheinen im Wert von über **50'000 Franken**. Ausserdem kommen Sie regelmässig in den Genuss von Angeboten, die Sie umhauen.

Kommen Sie vorbei, machen Sie am Wettbewerb mit und landen Sie den Lucky Punch.

Viel Glück – wir drücken Ihnen beide Fäuste!

[www.cca-angehrn.ch](http://www.cca-angehrn.ch)

**Besuchen Sie uns**  
an der igeho vom  
23. bis 27. November 2013  
Halle 1.2 / Stand A73

Kampagnenpartner:

HOTEL & GASTRO  
**UNION**

seit 1886



Nutzfahrzeuge



Cash-Carry  
**CCA Angehrn**  
*Früche für Profis*

EIN GESCHÄFTSBEREICH VON **SAVIVA**  
Swiss Food Services