



baizer.ch

Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

UNSERE THEMEN

Volkswirtschaftsdirektoren: Antwort auf die Hochpreisinsel	2
Parkgebühren am Abend bleiben horrend hoch	3
Kann Fischer ungestraft Parallelimporte verhindern?	4
LESP: Der Flickenteppich	6
Wer schützt uns vor dem Gesundheitsstaat?	8
Unia verletzt Friedenspflicht	9
Airbnb: Industrialisierung der «privaten» Zimmervermietung	12
Marketingoffensive für Kulturstadt Karlsruhe	13
Mehrwegbecher: Weltfremde Verordnung	14

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

Schlappe für Verkehrsideologen

Die «Strasseninitiative» des VCS fand vor dem basel-städtischen Stimmvolk keine Gnade: Nur gerade 27 Prozent der Bürger legten ein Ja ein. Auch der Gegenvorschlag von Regierung und Parlament wurde mit 54 Prozent Nein verworfen. Der Entscheid des Souveräns ist als Votum gegen die ideologische Verkehrspolitik in Basel zu verstehen. Es ist höchste Zeit für eine Kursänderung!

Die doppelte Ablehnung der Strasseninitiative und des Gegenvorschlag ist eine überaus erfreuliche Nachricht für den Wirtschafts- und Wohnstandort Basel. Die Mehrheit der Stimmberechtigten hat erkannt, dass die radikalen Forderungen weit über das Ziel hinaus schossen und gravierende Konsequenzen gehabt hätten.

«Basel will keine einseitige Politik gegen den motorisierten Verkehr.»

Die Stimmbürger haben durchschaut, dass die Extremforderungen der Velolobby jenseits von Gut und Böse waren. Das Abstimmungsergebnis ist ein bemerkenswertes Zeichen für eine vernünftige Verkehrspolitik. Basel will keine einseitige Agenda gegen den motorisierten Verkehr, wie sie rot-grüne Kreise vorantreiben.

Jetzt braucht es einen Kurswechsel. Verkehrsträger dürfen nicht weiter gegeneinander ausgespielt werden, denn sie sind alle gleichermaßen wichtig.

Hoffentlich setzt sich nun auch bei Rot-Grün, dem VCS und anderen die Erkenntnis durch, dass es grosse Bevölkerungsgruppen gibt, die schlicht und einfach auf das Auto, den Lieferwagen oder den LKW sowie auf ein funktionierendes Strassennetz angewiesen sind.

Eine leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur und genügend Parkplätze sind nicht nur für die Bevölkerung, sondern insbesondere auch für die KMU wichtig. Nur so können diese ihre Dienstleistung in der erwarteten Qualität erbringen. Der schleichen- de Parkplatzabbau muss aufhören.



■ Die Stimmbürger haben die Extremforderungen der VCS-Strasseninitiative durchschaut.

Antwort auf die Hochpreisinsel

Die Volkswirtschaftsdirektorenkonferenz unterstützt Bemühungen, durch eine Präzisierung des Kartellgesetzes gegen missbräuchliche Schweiz-Zuschläge vorzugehen.

Die kantonalen Volkswirtschaftsdirektorinnen und Volkswirtschaftsdirektoren liessen sich an ihrer Jahresversammlung bei Stadler Rail in Bussnang über die parlamentarische Initiative von Hans Altherr informieren. Diese verlangt eine Kartellgesetzrevision, um gegen überhöhte Importpreise vorzugehen. Die Volkswirtschafts-

«Die Schweiz ist für viele Güter und Produkte eine Hochpreisinsel, was volkswirtschaftlichen Schaden verursacht.»

direktorenkonferenz (VDK) fasste dabei den Entscheid, das Vorhaben im weiteren politischen Prozess zu unterstützen. «Die Folgen der Hochpreisinsel schaden direkt der Schweizer Wirtschaft, weshalb sich eine Revision des Kartellrechts aufdrängt», heisst es in einem Communiqué.

Die parlamentarische Initiative von alt Ständerat Hans Altherr (FDP/AR) befindet sich zurzeit in der parlamentarischen Vorberatung. Sie verlangt eine Revision des Kartellrechts, um durch die begriffliche Ausweitung der «relativen Marktmacht» von Unternehmen gegen überhöhte Importpreise vorzugehen. Das würde insgesamt die Effektivität des Kartellrechts stärken.

Dieses politische Vorhaben, das bis anhin im eidgenössischen Parlament Mehrheiten gefunden hat. Die Schweiz ist für viele Güter und Produkte eine Hochpreisinsel, was volkswirtschaftlichen Schaden

verursacht. Davon betroffen sind nicht nur die Konsumenten, sondern auch die Wirtschaft und die öffentliche Hand. Um diesen Schaden zu dämpfen, rechtfertigen sich Markteingriffe über das Kartellgesetz.



Parkgebühren am Abend bleiben horrend hoch

Der Basler Grosse Rat hat mit 43 zu 43 Stimmen und Stichentscheid der grünen Präsidentin beschlossen, die Parkgebühren am Abend und in der Nacht nicht zu senken. Für die Gewerbe- und Handelsbetriebe in der Innenstadt ist das ein verheerendes Signal.

Während die Regierung den Zusammenhang zwischen hohen Parkgebühren und den Frequenzproblemen in Basels City wenigstens nicht mehr ganz verneint und sogar Hand zu einer halbjährigen PR-Aktion bietet (siehe unten), fährt das Kantonsparlament weiterhin eine auto- und gewerbefeindliche Linie.

«Der Grosse Rat hat eine Chance verpasst, einen Beitrag zu den Frequenz- und Umsatzproblemen in der Innenstadt zu leisten.»

FDP-Grossrat Stephan Mumenthaler wollte mit einer Motion erreichen, dass die horrenden Abend- und Nachttarife besucher- und konsumentenfreundlicher gestaltet werden. Seine Forderung unterstrich er mit eindrücklichen Beispielen aus anderen Städten, die belegen, dass Basel in einsamen Tarifsphären schwebt.

Wer sein Auto am Rand der Basler Innenstadt abstellt, bezahlt auch nachts drei Franken pro Stunde. In Zürich ist das Parkieren in der weissen Zone zwischen 21 Uhr abends bis 8 Uhr morgens bis auf wenige Ausnahmen gratis, in der Stadt Genf sogar zwischen 19 und 7 Uhr. In Colmar und Lörrach ist das Parkieren zwischen 19 und 8 Uhr resp. 9 Uhr morgens kostenlos. Selbst in Freiburg im Breisgau, das für seine rigide Verkehrspolitik bekannt ist, kann man für vier bis neun Euro 24 Stunden lang parkieren.

Der Grosse Rat hat eine Chance verpasst, einen Beitrag zu den Frequenz- und Umsatzproblemen in der Innenstadt zu leisten. Er nimmt damit wachsende Leerstände selbst an guten Lagen in Kauf. Weitere Arbeitsplätze werden verloren gehen.

Für einmal war das bürgerliche Lager geschlossen. Weshalb hat es dennoch nicht gereicht? Zum einen hatte der bürgerliche Block eine Abwesenheit mehr zu vermelden als das linke Lager, zum anderen waren die Stimmen von Annemarie Pfeifer (EVP) und Aeneas Wanner (GLP) sowie drei Enthaltungen bei den Grünliberalen ausschlaggebend.



3 Franken pro Stunde in der Nacht: Basel schwebt in einsamen Tarifsphären.

2 Stunden gratis

Der Basler Regierungsrat kommt einem Wunsch der Innerstadtdeschäfte nach. Während eines halben Jahres können die Kunden im Parkhaus Elisabethen unter der Woche zwischen 11 und 18 Uhr während den ersten beiden Stun-

den gratis parkieren. «Es kann nicht das Ziel sein und würde auch den langfristigen verkehrspolitischen Zielen des Regierungsrats widersprechen, das Parkieren in der Innenstadt generell zu vergünstigen und so die Verkehrsströme zu

verstärken», heisst es in einer Medienmitteilung. Im Sinne einer Marketingaktion für die Innenstadt sei die Regierung aber bereit, in der derzeitigen Situation ein Zeichen zu setzen.

Kann Fischer ungestraft Parallelimporte verhindern?

Der Discounter Otto's hat sich im Ausland die neuen Slalomski von Fischer beschafft und verkauft sie in der Schweiz deutlich unter den üblichen Preisen. Daraufhin kaufen Angestellte des Herstellers die eigenen Ski auf und verhindern mit scharfen Massnahmen den Parallelimport. Ein typischer Fall von internationaler Preisdifferenzierung zu Lasten der Schweiz, bei dem allerdings noch unklar ist, ob ein Verstoß gegen das Kartellgesetz vorliegt.

Falls dem Händler im Ausland, der Fischer-Skier in die Schweiz verkaufte, durch Wettbewerbsabrede ein «Exportverbot» auferlegt worden und das nachweisbar ist, dürfte die Herstellerin gebüsst werden. Falls jedoch eine Wettbewerbsabrede über ein Exportverbot nicht besteht oder nicht nachweisbar ist, liegt ein einseitiges Handeln der

«Unternehmen in der Schweiz können oft nicht dort einkaufen, wo es für sie am günstigsten ist.»

Herstellerin zur Beschränkung des Preiswettbewerbs in der Schweiz vor. Die Voraussetzungen für eine Missbrauchskontrolle wären aber nicht gegeben, denn Fischer dürfte im Skimarkt nicht marktbeherrschend sein.

Die Wettbewerbskommission sucht nun bei Fischer und offenbar auch bei Völkl nach Abreden zur Verhinderung von Parallelimporten. Sie könnten sich auch fragen, ob die Parallelimporte durch einseitiges Verhalten von Fischer unterbunden

werden. Tut sie das nicht, dann bedeutet das, dass ein Unternehmen Parallelimporte zwar nicht durch Abrede (Art. 5 KG), wohl aber durch einseitiges Verhalten (Art. 7 KG) unterbinden darf. Das ist widersprüchlich.

Der Fall zeigt, dass viele Unternehmen in der Schweiz oft nicht dort einkaufen können, wo es für sie am günstigsten ist. Die Konkurrenten im Ausland können das. Diese fehlende Möglichkeit ist neben dem starken Franken eine Ursache für den Stellenabbau bzw. die Verlagerung von Betrieben ins Ausland. Durch eine Umsetzung der parlamentarischen Initiative «Überhöhte Importpreise. Aufhebung der Beschaffungszwangs im Inland» von FDP-Ständerat Hans Altherr würde ein Einkauf im Ausland wenigstens bei Abhängigkeit des Nachfragers ermöglicht.



Bild: Fischer Sports

■ Beschränkt Fischer den Preiswettbewerb in der Schweiz durch Abreden, wird die Firma gebüsst. Geschieht dies durch einseitiges Handeln, hat das keine Strafe zur Folge.

Unbefriedigend

Die Preisparitäts- und Verfügbarkeitsgarantien, welche die Online-Buchungsplattformen von den Schweizer Hotels fordern, dürfen in den AGB von Booking.com, HRS und Expedia zum Teil verankert bleiben. Die Wettbewerbskommission hat diesen Entscheid im Rahmen ihrer Untersuchung gegen die drei marktbeherrschenden Online Travel Agencies in der Schweiz gefällt. Hoteliers haben weiterhin keine Möglichkeit, auf der eigenen Webseite ihren Gästen direkt Buchungsvorteile anzubieten und sind somit in ihrer unternehmerischen Freiheit eingeschränkt.

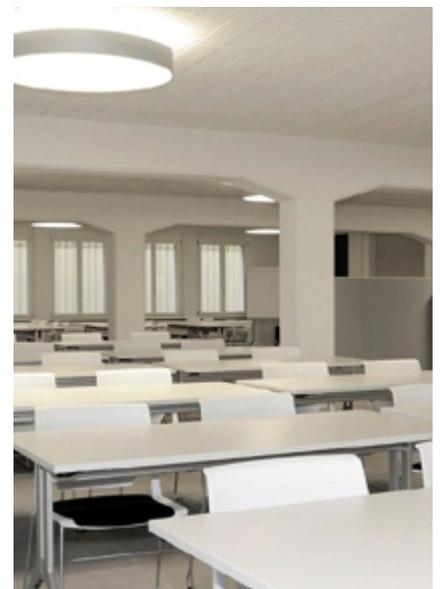
Beschäftigungsrekord

Erstmals in der Branchengeschichte arbeiten im deutschen Gastgewerbe mehr als eine Million Menschen sozialversicherungspflichtig. 1'009'200 Beschäftigte im August 2015 – diese Zahl hat die Bundesagentur für Arbeit mitgeteilt. Das ist ein Plus von 6.5 Prozent im Vorjahresvergleich. In den vergangenen zehn Jahren hat das deutsche Gastgewerbe rund 263'000 neue Jobs (+36%) geschaffen. Das Schweizer Gastgewerbe hingegen hat trotz Bevölkerungswachstum allein in den letzten sechs Jahren 20'000 Stellen verloren!

Für die Unternehmer von morgen

Mit dem «Campus Unternehmertum» verankert der Gewerbeverband Basel-Stadt die systematische Talentförderung in der Berufsbildung. Nachdem die Pilotphase gesichert und ein passendes Domizil gefunden wurde, startet jetzt die Ausschreibung für Berufsbildungstalente, die Interesse an Themen rund um das Unternehmertum haben.

www.camptum.ch



Dienstleistung à la carte



- Wir nehmen uns Zeit für Sie.
- Wir hören Ihnen aktiv zu.
- Wir bieten Unterstützung, die entlastet.
- Wir bringen Sie weiter, engagiert und vertrauenswürdig.

Ganz einfach: Partnerschaft, die mitdenkt.

Gastroconsult 
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Gastroconsult AG
Grammetstrasse 18, CH-4410 Liestal
Tel. +41 62 296 77 30, Fax +41 62 296 77 69
www.gastroconsult.ch
liestal@gastroconsult.ch



► WIRTEKURSE

zur Erlangung des Fähigkeitsausweises



Ideal auch als Weiterbildung!



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

www.baizer.ch/wirtekurs



Die nächsten Kurse

- vom 4. bis 29. April 2016
- vom 6. Juni bis 30. August 2016
- 24. Oktober bis 18. November 2016
- Tagungszentrum Oekolampad
Allschwilerplatz, Basel

Preis

- CHF 3500 (inkl. Lehrmittel)

Zulassungsbedingungen

- Mindestalter 18
- guter Leumund
- gute Deutschkenntnisse

Mehr Infos?

- Besuchen Sie unsere Website
www.baizer.ch!
- Oder verlangen Sie Unterlagen und
Anmeldeformular bei unserem Sekretariat:



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

Der Flickenteppich

Die Sperrung der Mittleren Brücke war ein verkehrspolitischer Fehler, der immerhin den Vorteil hat, dass in der Rheingasse ein Boulevard mit Terrassenwirtschaften entstehen konnte. Dieser wird vom Publikum gut angenommen. Allerdings sind die erlaubten Öffnungszeiten der Aussengastronomie bis lediglich 22 Uhr und am Wochenende bis 23 Uhr weltfremd und rechtlich fragwürdig. Das Grundproblem liegt bei einer falschen Lärmempfindlichkeitsstufeneinteilung.

«Es wäre vernünftig, das ganze Zentrum der Lärmempfindlichkeitsstufe 3 zuzuteilen.»

Der Lärmempfindlichkeitsstufenplan (LESP) sorgt einmal mehr für Probleme. Es ist widersinnig, dass der neue Ausgeh-Boulevard an der Rheingasse zum Teil in dessen Empfindlichkeitsstufe 2 liegt, wie sie eigentlich für reine Wohnzonen ohne störende Betriebe vorgesehen ist. Ohnehin wäre es vernünftig, das ganze Zentrum der Empfindlichkeitsstufe 3 zuzuteilen. Nur dies entspräche einer wirklich bundesrechtskonformen Einteilung, wonach – gemäss geltendem kantonalem Zonenplan – die Innenstadt als eine Mischzone mit Gewerbe und Wohnen schon ursprünglich der Stufe 3 zuzuteilen gewesen wäre.

Der Flickenteppich mit ausgenommenen Empfindlichkeitsstufen 2 war daher von jeher fragwürdig. Er führt zu Nutzungskonflikten und entpuppt sich zunehmend als Grundpfeiler einer zu beruhigenden Stadt. Im Rahmen der Zonenplanrevision sollte deshalb auch der LESP angepasst

werden. Eine Planbeständigkeit kann nunmehr zwölf Jahre nach dessen Erlass nicht geltend gemacht werden. Es tritt hinzu: Ein LESP ist raumplanungsrechtlich grundsätzlich stets auch einer geänderten kantonalen Zonenplanrevision anzupassen.

Durch die Verkehrsberuhigung und die autofreie Innenstadt wird Basel immer leiser. Entsprechend sinken auch die Dezibel-Vorbelastungswerte. Mittelfristig droht die Gefahr, dass grössere Teile des Zentrums der Empfindlichkeitsstufe 2 zugeteilt werden, was städtisches Leben endgültig erschweren würde. Diese Abwärtsspirale würde kaum mehr Gastronomie zulassen, weshalb genau das Umgekehrte passieren sollte: Jene Teile der Innenstadt, die heute in einer Empfindlichkeitsstufe 2 liegen, gehören künftig in die Stufe 3!

Eine eigentliche Ausgehzone in die Stufe 2 einzuteilen, geht wirklich nicht. Die Rheingasse muss nicht zur Partymeile werden, aber urbanes Leben gibt es nun einmal nicht ohne Immissionen. Wie absurd der bestehende LESP ist, zeigt sich an folgendem Beispiel: Das enge und akustisch leitende Schafgässlein liegt in der Stufe 3, während um die Ecke vor dem Schwarzen Bären wegen Stufe 2 bereits eine Stunde früher – um 22 Uhr – keine Gäste mehr sitzen dürfen.

Der Regierungsrat wird nun aufgrund eines Vorstosses von SP-Grossrätin Kerstin Wenk prüfen, ob mit einem zweistufigen Verfahren zunächst der Lärmempfindlichkeitsstufenplan angepasst und danach über einen speziellen Nutzungsplan die Boulevard-Öffnungszeiten an der Rheingasse bis 24 Uhr (am Wochenende bis 1 Uhr) ausgedehnt werden können.

Bei allem Verständnis für die Anwohner, die nach vorne zum Rhein hin schon manche Ruhestörung hinnehmen müssen: Die Rheingasse ist seit 600 Jahren eine «Beizenstrasse». Diese Tradition kann man nicht einfach wegwischen. Wenn an der Rheingasse kein abendliches Treiben möglich sein soll – wo dann?

Die Politik muss handeln. Sonst wird der «Boulevard» auf die Länge kaum wirtschaftlich zu betreiben sein. Wird die geschichtsträchtige Strasse zur ruhigen Wohnzone kastriert, würde das von der Regierung viel gerühmte Verkehrskonzept Innenstadt endgültig zu Ödnis und Leere führen.



■ Maurus Ebner
Delegierter des Vorstands Wirtverband Basel-Stadt



■ Der Basler Lärmempfindlichkeitsstufenplan gleicht einem «Plätzli-Bajass».



**Schluss mit der gastronomie-
feindlichen Preispolitik der
multinationalen Getränkekonzerne!**

Original-Markengetränke aus EU-Direktimport

Coca-Cola
Coca-Cola light
Coca-Cola Zero
33cl MW für 72 Rappen

Schweppes Tonic
Schweppes Bitter Lemon
20cl MW für 78 Rappen



Qualitäts-Fassbier aus Bayern



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

Wer schützt uns vor dem Gesundheitsstaat?

Der Bundesrat verabschiedete die «Nationale Strategie Sucht», deren es Ziel es offiziell ist, Suchterkrankungen zu verhindern, gefährdete Menschen frühzeitig zu unterstützen und Betroffenen die notwendige Hilfe zukommen zu lassen. Das klingt gut, bereitet jedoch den Boden für staatliche Umerziehung.

Das Strategiepapier sei «die koordinierte Antwort auf Risikoverhalten und Sucht im Rahmen der gesundheitspolitischen Prioritäten», schreibt der Bundesrat. Es gelte, auf wachsende Herausforderungen wie Medikamentenabhängigkeit, Geldspielsucht oder exzessive Internetnutzung zu reagieren. Was vernünftig tönt, entpuppt sich bei näherem Hinsehen als Auswuchs einer engherzigen Haltung, die uns in einen Überwachungsstaat zu führen droht.

Zwar heisst es, die Strategie gehe «im Grundsatz davon aus, dass die Menschen Verantwortung für ihre Lebensweise und ihr Verhalten übernehmen». Im Einzelnen atmet das Dokument dennoch den Geist der Unfreiheit und Bevormundung. Es ist zu befürchten, dass die Möglichkeit einer selbständigen Lebensführung bald nur noch auf dem Papier besteht.

Selbstverantwortung zu übernehmen bedeutet auch, dass es dem Einzelnen unbenommen ist, sich selber zu schaden, doch damit tut sich der paternalistische Staat schwer. Viel lieber schützt er seine Bürgerinnen und Bürger vor jeglichem Risiko. So erteilt sich die Politik einen Freipass für Regu-

lierungen aller Art. Dabei kommt ihr zupass, dass «alle suchtgefährdenden Substanzen und Verhaltensweisen» von der Strategie abgedeckt sind.

«Die Möglichkeit einer selbständigen Lebensführung besteht bald nur noch auf dem Papier.»

An konkreten Ideen und Programmen mangelt es nicht. So ist das Tabakproduktegesetz in der politischen Pipeline, welches Jugendliche besser vor den Gefahren des Tabaks schützen will. Der Verkauf an Unter-18-Jährige soll verboten werden, desgleichen Werbung für Tabakwaren auf Plakaten, im Kino und in den Medien sowie das Sponsoring internationaler Anlässe durch Tabakfirmen.

Auch die laufende Alkoholpräventionskampagne um die Frage «Wie viel ist zu viel?» erweckt den Eindruck, in der Schweiz herrsche ein Notstand. Das Bundesamt für Gesundheit hebt die negativen Effekte des Alkoholkonsums einseitig hervor und rückt ganze Wirtschaftszweige in ein schlechtes Licht. Systematisch verschwiegen wird, dass ein

massvoller Konsum zur Schweizer Kultur gehört und positive Auswirkungen auf Gesundheit und Psyche hat.

Dem Expertengremium, dass die Strategie erarbeitete, gehörte kein einziger Vertreter der Wirtschaft an – dafür umso mehr Leute aus dem staatlichen, halbstaatlichen und NGO-Gesundheitskuchen. Da überrascht es nicht, dass Ausführungen über die rechtliche Grundlage sowie die finanziellen und personellen Konsequenzen fehlen. Die Bundesverwaltung will durch die Hintertür ihre Agenda durchsetzen will, obwohl das Parlament 2012 nach langen Beratungen das überladene Präventionsgesetz abgelehnt hat.

Weil der Begriff «Sucht» im Bericht zu wenig klar eingegrenzt wird, besteht die Gefahr, dass alles, was mit einer gewissen Leidenschaft betrieben wird, ins Visier von Vater Staat geraten könnte. Der hoheitliche Versuch, die Bürger vor Entgleisungen zu schützen, führt auf direktem Weg in die Bevormundung. Auf der Strecke bleibt die Freiheit.

Maurus Ebnetter



DER RICHTIGE PARTNER IST FÜR UNS DIE BESTE MEDIZIN.

Wir tun alles, damit Sie und Ihre Mitarbeitenden gesund bleiben und gesund werden.

SWICA bietet Ihnen und Ihrem Team das perfekte Leistungsangebot rund um Krankheit und Unfall aus einer Hand. Als Branchenleader und langjähriger Partner von GastroSuisse hält SWICA einfache und auf Ihren Betrieb zugeschnittene Versicherungslösungen bereit. SWICA unterstützt Sie bei administrativen Arbeiten, sodass Sie sich voll und ganz auf Ihre Gäste konzentrieren können. Entscheiden Sie sich jetzt für die beste Medizin. **Telefon 061 270 67 11. swica.ch/gastro**

GASTRO SOCIAL

SWICA

FÜR DIE BESTE MEDIZIN.

René F. Moeder, Präsident Gikde etablierter Schweizer Gastronomen, und Niklaus Steckli, Waldhotel Dolderhorn, Kandersteg

Unia verletzt Friedenspflicht

Am 1. Oktober 2015 haben Aktivisten der Unia vor dem Gebäude der Société des Cafetiers, Restaurateurs et Hôteliers de Genève demonstriert. Kernforderung der Demonstranten war die Einführung eines kantonalen Mindestlohnes von 4000 Franken im Gastgewerbe. Da im Gastgewerbe ein Landes-Gesamtarbeitsvertrag gilt, verstösst das polemische Verhalten der Gewerkschaft gegen die Friedenspflicht.

Die Unia ging zielgerichtet vor und hat Medienvertreter vor Ort aufgebeten. Zudem machen die Gewerkschaften mit einem Schreiben weiteren Druck auf die Genfer Kantonssektion von GastroSuisse. Die Petition und die Demonstration der Unia in Genf belasten die Sozialpartnerschaft.

«Das Verhalten widerspricht dem schweizerischen Modell einer Sozialpartnerschaft, die Anliegen am Verhandlungstisch austariert.»

Obwohl der L-GAV für das Gastgewerbe nicht die weitergehende, absolute Friedenspflicht kennt, gilt die relative Friedenspflicht gemäss OR. Sie ist unmittelbar mit dem geltenden Gesamtarbeitsvertrag verbunden. Unter die relative Friedenspflicht fallen Kampfmassnahmen und Massnahmen gegen den Arbeitsfrieden über Gegenstände, die in einem GAV geregelt sind.

Die Friedenspflicht ist weit zu verstehen, da mit einem GAV ein abschliessender Kompromiss für die Geltungsdauer getroffen worden ist. Dies bedeutet, dass sich rechtmässige Massnahmen nur auf noch nicht in einem GAV geregelte Punkte beziehen dürfen, also auf eine allfällig noch zu schaffende Regelung.

Die Mindestlöhne stellen einen Kerngehalt des GAV dar, weshalb sich während der Geltungsdauer auf Konflikt angelegte Massnahmen wie zum Beispiel öffentliche Polemiken über angeblich zu tiefe Mindestlöhne verbieten. Die Unia hat schliesslich die geltenden Mindestlöhne des Gesamtarbeitsvertrages am Verhandlungstisch selber gutgeheissen!

Die Parteien eines GAV haben während der Geltungsdauer Forderungen zurückhaltend zu formulieren und dürfen auch keine Arbeitskämpfe vorbereiten. Mit den aggressiven Aktionen in Genf

hat die Unia die notwendige Zurückhaltung überschritten und die relative Friedenspflicht verletzt.

Bei der Unia ist ein Import von Arbeitskämpfungsmethoden aus gewissen Nachbarländern zu beobachten. Dieses Verhalten widerspricht dem schweizerischen Modell einer Sozialpartnerschaft, welche gewillt ist, Anliegen vernünftig am Verhandlungstisch und ohne öffentlichen Schlagabtausch auszutarieren.



Die Protestaktion vor den Büros des Genfer Wirtverbandes verstösst gegen die Friedenspflicht.



Hoher Einfluss des frei verfügbaren Einkommens

Steigt das frei verfügbare Einkommen an, profitiert die Gastronomie überproportional. Leider gilt das auch umgekehrt: Steht weniger Einkommen frei zur Verfügung, leidet das Gastgewerbe überdurchschnittlich. Restaurantbesuche stehen dann zuoberst auf der Streichliste.

Ansteigende Mieten und jährlich höhere Krankenkassenprämien sorgen zusammen mit diversen Zwangsabgaben dafür, dass vielen Bürgern weniger Geld zur freien Verfügung bleibt. Sind Herr und Frau Schweizer gezwungen zu sparen, so tun sie dies nicht zuletzt bei Restaurantbesuchen.

«Sind Herr und Frau Schweizer gezwungen zu sparen, tun sie das nicht zuletzt bei Restaurantbesuchen.»

Sie gehen weniger oft aus und sie geben pro Mal weniger aus – zum Beispiel, indem sie ins benachbarte Ausland oder auf einen Betrieb in einem tieferen Preissegment ausweichen.

In den USA spielte sich gerade das Umgekehrte ab. Die tieferen Benzinpreise, die auch bei uns einen lindernden Effekt haben, sorgten für mehr Geld in den Portemonnaies der Konsumenten. Eine Studie

des JP Morgan Chase Instituts hat festgestellt, dass die Benzineinsparungen zu 18% in Restaurants wandern, aber nur zu 10% in die Lebensmittelabteilungen der Detailhändler.

Makroökonomische Daten des Handelsministeriums stützen die Aussagen. Restaurantausgaben haben mindestens sechs Prozentpunkte stärker zugelegt als die Ausgaben im Einzelhandel. Nur der Online-Handel ist noch stärker gewachsen als die Gastronomie.

Für den Ausserhaus-Konsum haben US-Amerikaner innert zwölf Monaten 2.9 Prozent mehr ausgegeben, während der Aufwand für den Heimkonsum im gleichen Zeitraum nur um 0.8 Prozent zunahm. Für die Verschiebungen gibt es noch andere Gründe, zum Beispiel die Inflation, einen Anstieg der Reallöhne und eine höhere Beschäftigungsquote.



Tiefere Benzinpreise sorgen für mehr Geld in den Portemonnaies der Konsumenten.

Hochkosteninsel ins Visier

Der Basler Grosse Rat hat einen Antrag von David Wüest-Rudin (GLP) zur Einreichung einer «Standesinitiative betreffend die Hochkosten- bzw. Hochpreisinsel Schweiz und für faire Beschaffungspreise» mit 63 zu 15 Stimmen angenommen. Wüest-Rudin verwies in seinem Antrag darauf, dass KMU unter krass missbräuchlichen Schweiz-Zuschlägen leiden. Bereits im September hat der Grosse Rat stillschweigend den Anzug betreffend «gleichlange Spiesse für das heimische Gewerbe» von Felix Meier (CVP) überwiesen, der vom Regierungsrat Massnahmen verlangt, damit KMU nicht durch Preis- und Lieferabsprachen diskriminiert und dadurch in ihrer Wettbewerbsfähigkeit stark behindert werden.

«Culture Unlimited» ausgezeichnet

Basel wurde mit dem Claim «Culture Unlimited» anlässlich des Kulturmarken-Awards zur Europäischen Kulturtourismusregion des Jahres gekürt. Diese Verleihung gilt als wichtigster Wettbewerb für Kulturmanagement und Kulturmarketing im deutschsprachigen Raum. Die Jury begründete ihre Entscheidung mit der innovativen Markenführungsstrategie von Basel Tourismus sowie dem breit aufgestellten Markenmanagement. Ebenfalls positiv beeinflusst haben sie die nachhaltigen Investments in Kulturinstitutionen von Weltruf.

Ein sicherer Gotthard für die ganze Schweiz.

Der Gotthard-Strassentunnel muss saniert werden. Der Bau eines Sanierungstunnels ist die beste Lösung.

**JA zu mehr Verkehrssicherheit.
JA zur sicheren Handelsverbindung.
JA zur intelligenten Sanierung.
JA zu verschonten Landschaften.
JA zum Zusammenhalt der Schweiz.**

gotthard-tunnel-ja.ch



DAUERTIEFPREISE



0.67
Pk

Ice Tea Elvis
12 Pack à 1 Liter



1.30
kg

**Liberty Gold
Langkorn
Vitaminreis**
Sack 5 kg



2.85
Mp

Power Bat
Energy Drink
Multipack
à 6 x 25 cl



4.10
Bt

Erdnüssli gesalzen
Valisi
Beutel 1 kg



Gratis-Nummer 0800 ANGEHRN
www.cca-angehrn.ch/benefit

Cash+Carry
CC A Angehrn
Frische für Profis.

Schweizer Angebot auf Airbnb verdoppelt

Industrialisierung der «privaten» Zimmervermietung

Das Angebot der Online-Plattform Airbnb wächst rasant. Eine aktuelle Studie des Walliser Tourismus-Observatoriums zeigt, dass sich die Zahl der Objekte in der Schweiz innert Jahresfrist verdoppelt hat. Besonders stark legen gewerbliche Anbieter zu.

Derzeit sind in unserem Land knapp über 15'000 Airbnb-Objekte im Angebot. Gegenüber November 2014 entspricht das einem Wachstum von 98 Prozent. Am meisten Schweizer Airbnb-Objekte gibt es gemäss der Studie in Zürich (2117), Genf (1633) und Basel (1140).

«Airbnb konkurriert die klassische Hotellerie vor allem in den Städten.»

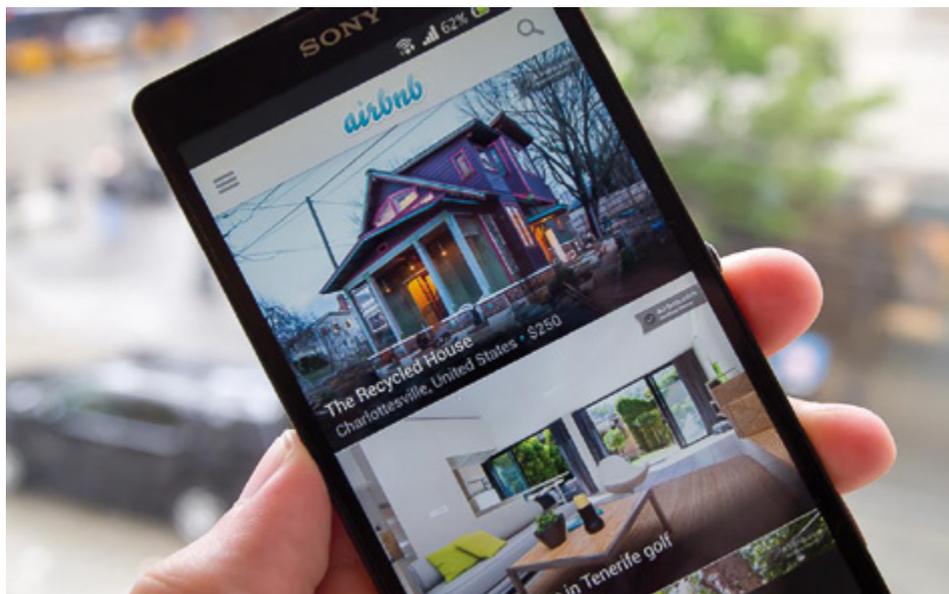
Die gewerbliche Relevanz nimmt zu. «Neben der Verdoppelung der Objektzahl ist der hohe Anteil an professionellen Vermietern besonders spannend», sagt Studienautor Roland Schegg. Dazu wurden Anbieter erfasst, die zwei oder mehr Objekte vermitteln. 19 Prozent des Angebots, also um 2500 Objekte, fallen in diese Kategorie.

Airbnb konkurriert die klassische Hotellerie vor allem in den Städten. In Basel entspricht das Angebot schon 31 Prozent der Hotelbetten! Das ist wesentlich mehr als der schweizerische Durchschnitt von 13 Prozent.

Auch in anderen Ländern findet eine schleichende Industrialisierung der Zimmervermietung statt. In Paris wird jedes fünfte Airbnb-Objekt von einem «Multi Owner» angeboten. Insgesamt gibt es in der französischen Hauptstadt 35'000 Listungen. Allein der Vermieter «Fabien» verfügt über 142 Angebote.

In Rom bietet Airbnb auf seiner Website 18'456 Unterkünfte an. Im Jahr 2009 waren es lediglich 45. Zahlreiche Vermieter haben über 50 Zimmer und Wohnungen im Angebot. In Barcelona gibt es 142 Airbnb-Listungen pro Quadratkilometer – die Stadt hat eine Fläche von 102 Quadratkilometern. In Amsterdam stieg die Zahl der Airbnb-Angebote innert drei Jahren von 2400 auf 11'500.

Die Zahl der durch Airbnb generierten Nächtigungen beläuft sich weltweit auf rund 100 Millionen. Das Walliser Tourismus-Observatorium schätzt, dass in der Schweiz durch Airbnb dieses Jahr mindestens eine Million Logiernächte angefallen sind. Nimmt man den Durchschnittspreis von 80 Franken pro Nacht und Bett, kommt man auf rund 80 Millionen Franken Jahresumsatz.



Die «Sharing Economy» hat sich von ihrer Ursprungsidee entfernt. Die schleichende Industrialisierung von Kurzzeit-Vermietungen ist eine Tatsache.

Gastro \equiv Express

www.gastro-express.ch

Der kostenlose Online-Marktplatz für die Schweizer Gastronomie und Hotellerie



Gastgewerbliche Liegenschaften



Occasionsgeräte



Stellenangebote und Stellengesuche

Marketingoffensive für Karlsruher Kultur

Eine Kampagne gibt dem kulturellen Potential von Karlsruhe in seiner Vielfalt eine stärkere Sichtbarkeit. Die Fächerstadt will sich noch stärker als bisher als Kulturdestination positionieren.

Karlsruhe verfügt über eine lebendige Kulturlandschaft, die Geschichte und Gegenwart, Kunst und Technologie miteinander verbindet. Um deren Vielfalt über die Region hinaus bekannter zu machen, agieren die Museen, Institutionen und Hochschulen künftig unter einer gemeinsamen Dachmarke – dem gefächerten «K».

«Karlsruhe steht für eine breite Kulturvielfalt und eine junge Kreativszene.»

Klaus Hoffmann, Geschäftsführer der KTG Karlsruhe Tourismus GmbH erläutert: «Karlsruhe steht für eine breite Kulturvielfalt und eine junge Kreativszene, und das alles ganz nah beieinander.» Das habe sich in den letzten Jahren herumgesprochen, dennoch müsse Karlsruhe noch stärker werben. «Das gelinge nur durch eine effiziente Vernetzung der Akteure», so Hoffmann.

22 Kulturpartner – darunter das Badische Landesmuseum, das Zentrum für Kunst und Medientechnologie, das Badische Staatstheater, das Staatliche Museum für Naturkunde, die Städtische Galerie oder die Staatliche Kunsthalle Karlsruhe haben sich unter der neuen Marketing-Dachmarke «Kultur in Karlsruhe» zusammengeschlossen.

Durch die breite Beteiligung ist die Marketingkampagne «Kultur in Karlsruhe» deutschlandweit ein-

malig. Klaus Hoffmann führt aus: «Es ist ein einheitlicher Auftritt der Karlsruher Kultur, dabei haben die einzelnen Partner weiterhin die Möglichkeit sich individuell zu präsentieren. Besonders freut es uns, dass sich die Hochschulen aktiv am Prozess beteiligen, dadurch können wir eine neue Zielgruppe erschliessen.»

Hinter der Kampagne «Kultur in Karlsruhe» steht die Arbeitsgemeinschaft Kulturmarketing, die aus dem Kulturbüro der Stadt, der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH und der KTG Karlsruhe Tourismus GmbH besteht und gemeinsam mit den Kulturpartnern die neue Marke etabliert.



Mit Auftritten auf Reisemessen sowie gemeinsamen Print- und Online-Produkten und Merchandise-Artikeln werben die Partner der Kampagne für die Kulturstadt Karlsruhe.



Du bist Basel!

Die E-Learning Plattform für Gastgeber.

Das E-Learning Tool «Du bist Basel!» bietet die Möglichkeit, sich gezielt zur Destination Basel schulen zu lassen. Auf unterhaltsame Art und Weise werden in zwölf Modulen verschiedene Themen vermittelt, durch die der User eigenständig sein Fachwissen verbessern kann. Motivieren deshalb auch Sie Ihre Mitarbeitenden für das Tool und beraten Sie Ihre Gäste in Zukunft noch kompetenter.

Jetzt registrieren unter www.dubistbasel.com.

Basel⁺
Culture Unlimited.

Weltfremde Verordnung

Bei öffentlichen Veranstaltungen im St. Jakob-Park dürfen ab Januar 2016 nur noch Gebinde mit Pfand eingesetzt werden. Da diese Regel nicht nur innerhalb und direkt vor dem Stadium gilt, stellt das Betriebe im Einkaufszentrum St. Jakob-Park vor grosse Herausforderungen.

Laut der Verordnung über das Abfallgesetz des Kantons Basel-Stadt dürfen an Tagen mit Veranstaltungen im St. Jakob-Park in einem Rayon um das Stadion herum Süssgetränke und Mineralwasser bis 5 Deziliter sowie Energy Drinks nur in bepfandeten Mehrwegbechern, bepfandeten PET-Flaschen und bepfandeten Mehrwegflaschen verkauft werden.

«Die Verordnung bevorteilt Unternehmen im nahegelegenen Kanton Baselland, wo man keine solchen Vorschriften kennt.»

Ein minimales Pfand von zwei Franken pro Gebinde müssen nicht nur die Verkaufsstände im Stadion erheben, sondern alle Anbieter in Rayon St. Jakob. Dazu gehören auch zahlreiche Verkaufsstellen im Einkaufszentrum St. Jakob-Park. Die Pfandpflicht im Shopping Center gilt jeweils zwei Stunden vor den Fussballspielen bis eine Stunde danach.

Die Verordnung stellt die Betreiber vor grosse Herausforderungen, denn um den Pflichtpfand einhalten zu können, muss jeder Anbieter ein eigenes System entwickeln – zum Beispiel mit einem Kleber, der auf dem Becher oder PET-Gebinde angebracht wird – damit das jeweilige Unternehmen keinen Pfand auf Flaschen der Konkurrenz oder Pfand auf Flaschen für Verkäufe ausserhalb des erwähnten Zeitraumes erstatten muss.

Diese Kosten können dem Kunden nicht überwälzt werden, doch das ist nicht einmal das grösste Problem. Viel schwerer wiegt, dass den Unternehmen im Einkaufszentrum grosse Umsatzeinbussen

drohen. Wochentags geht das Center um 20 Uhr zu, am Samstag um 18 Uhr. Kunden, die nicht an dem Grossanlass teilnehmen, werden schikaniert und müssen einen Mehrpreis bezahlen. Vor allem Touristen und Auswärtige werden von Einkäufen abgehalten, da sie das Depot nicht mehr einziehen können, weil nach dem Event das Center geschlossen ist.

Um innerhalb des Einkaufszentrums nicht in eine benachteiligende Situation zu kommen, werden die Unternehmen faktisch gezwungen, in den von der Verordnung vorgesehenen Zeiten ihre Getränke in Bechern oder Flaschen mit einem Volumen

von mehr als 5 Dezilitern zu verkaufen, um die Pfandpflicht zu umgehen.

Die Verordnung läuft auf eine neue indirekte Steuer hinaus. Die Betriebe bezahlen schon heute Entsorgungsgebühren und sie müssen ihren Abfall trennen. Die Verordnung bevorteilt Unternehmen im nahegelegenen Kanton Baselland, wo man keine solchen Vorschriften kennt, sowie Anbieter ausserhalb des Perimeters. Ob der Grosse Rat sich bewusst war, was er mit dem beschlossenen «Massnahmenpaket für eine verbesserte Sauberkeit und zur Abfallvermeidung in Basel» anrichtet?



Die Depotpflicht im Gebiet des St. Jakobs-Parks stellt zahlreiche Anbieter im Einkaufszentrum vor grosse Herausforderungen.

Fünf Jahrhunderte Kochgeschichte

Noch bis zum 21. Februar 2016 findet im Spielzeug-Welten-Museum in Basel eine interessante Sonderausstellung statt. Zu sehen ist Anton Mosimanns einzigartige Kochbuch- und Menükartensammlung, die unter anderem das erste aus Deutsch gedruckte Kochbuch «Küchenmeisterey» in einer Ausgabe von 1516 beinhaltet. Ausgestellt ist auch Alessio Piemonteses Werk aus dem 16. Jahrhundert, das als «Buch der Geheimnisse» bekannt ist, und vom Basler Johann Jacob Wecker ins Deutsche übersetzt wurde. Dessen Ehefrau Anna Wecker war die erste Frau, die ein Kochbuch publizierte. Historische und royale Menükarten wie das Krönungs-Menü von König George V. aus dem Jahr 1911, aber auch zeitgenössische Weihnachtsgrusskarten runden die interessante Ausstellung ab. Neben 120 Objekten aus der Sammlung Anton Mosimann werden auch über 25 Kinderkochbücher und üppig-sinnliche Kleinskulpturen präsentiert.



Hotelier des Jahres

Ehrenvolle Auszeichnung für Raphael Wyniger, der Inhaber des Hotels «Der Teufelhof» in Basel: Eine Fachjury wählte ihn aufgrund seiner Verdienste zum «Hotelier des Jahres 2015». Als Begründung nannte die Jury «den innovativen Geist und die Durchsetzungsfähigkeit, ein strategisch arriviertes Konzept ständig zu erneuern und zu verbessern».



Zu heisser Sommer

Sonniges Wetter hat einen positiven Einfluss auf den Bierkonsum. Eine Brauerregel besagt aber, dass es nicht zu heiss sein darf. Die Hitzerekorde im Juli und August waren deshalb nicht unbedingt positiv. Der Schweizer Biermarkt verzeichnete im Ende September abgelaufenen Braujahr lediglich eine leichte Zunahme von 0.1 Prozent auf 446.9 Millionen Liter. Der Inlandsausstoss nahm um 1.8 Prozent zu, während die Exporte um 4.4 Prozent sanken. Die führenden Braugruppen sind Feldschlösschen (47% Anteil am Inlandsausstoss), Heineken (24%), Ramseier, Locher und Schützengarten (je 5%). Alle anderen Hersteller folgen weit abgeschlagen. In der Schweiz gibt es 574 steuerpflichtige Braustätten, vor dreissig Jahren waren es noch 35. Die grössten fünfzig Brauereien haben einen Marktanteil von über 99 Prozent.

Nein zum «Projekt Largo»!

Die revidierten 28 Verordnungen zum Lebensmittelgesetz gehen teils über das EU-Recht hinaus und sind schlicht untauglich für die Praxis. Der «Swiss Finish» bei der Deklarationspflicht von Rohstoffen baut zusätzliche Handelshemmnisse auf und führt zu immensen Mehrkosten in den Betrieben. Die neu geforderte Schriftlichkeit bei der Allergen-Deklaration bietet keinen Vorteil. Im Gegenteil: Eine individuelle Beratung ist nur im direkten Gespräch mit dem Gast möglich. Die gastgewerblichen Verbände fordern mit Nachdruck eine Entschlackung des 2080 Seiten starken Bürokratiemonsters.

Städtedestinationen unter der Lupe

Das Beratungsunternehmen Roland Berger analysierte europäische Städteziele. Massgebende Kriterien waren die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen, das Bettenwachstum, der Umsatz, die Internationalität, die Erreichbarkeit und das Kongresswesen. Überraschungssieger ist die türkische Metropole Istanbul.

Europa-Reisende fokussieren immer stärker auf Städte. So nahmen die Ankünfte in Europa zwischen 2005 und 2015 um 14 Prozent zu, diejenigen in Städten um 38 Prozent, so die Hauptergebnisse der neuen Studie «European City Tourism 2015» von Roland Berger und der Österreichischen Hotelierversammlung. Dabei wurden 45 Grossstädte Europas unter die Lupe genommen.

«Das Verhältnis von Übernachtungen im Vergleich zur Einwohnerzahl ist nicht mehr balanciert.»

«Unsere Untersuchung bestätigt die anhaltende Attraktivität des Städtetourismus», betont Dr. Vladimir Preveden, Managing Partner von Roland Berger Wien. «Mit der Wertschöpfung in vor- und nachgelagerten Branchen ist der Städtetourismus ein entscheidender Faktor für die europäische Wirtschaftsentwicklung.»

Die Studie teilt die europäischen Städte in drei Clustergruppen ein. Dazu gehören die Anzahl der Übernachtungen pro Besucher und die Relevanz als Kongressstadt. Das erste Cluster umfasst Grossstädte mit mehr als zehn Millionen Übernachtungen pro Jahr: Hier belegen Istanbul, Amsterdam, Paris, London und Wien die ersten Plätze.

Istanbul ist der überraschende Gesamtsieger. Die Stadt am Bosphorus vereint moderne europäische Standards mit asiatischem Flair, verfügt über eine hohe Erreichbarkeit und ein vorteilhaftes Klima. Da die Tourismusdichte dennoch niedrig ist, bestehen erhebliche Wachstumsmöglichkeiten für die kommenden Jahre.

London (57 Millionen Übernachtungen) und Paris (36 Millionen) führen das erste Cluster in Bezug auf die Gesamtzahl an Übernachtungen deutlich an. Allerdings wachsen beide Grossstädte am wenigsten im Vergleich zu anderen aufstrebenden Tourismuszentren. Mit deutlichem Abstand folgen dann Rom (25.4 Millionen Übernachtungen) und Berlin (24 Millionen).

Städte wie Paris, Amsterdam und Prag geben allerdings auch Grund zur Sorge: «Die Tourismusdichte ist in diesen Ballungszentren extrem hoch», erklärt Preveden. «Das Verhältnis von Übernachtungen im Vergleich zur Einwohnerzahl ist nicht mehr balanciert. Und dies könnte in Zukunft zu Spannungen zwischen Tourismusentwicklung und Lebensqualität der Einwohner führen.»

Im zweiten Cluster rangieren Städte zwischen zwei und zehn Millionen Übernachtungen pro Jahr. Brüssel liegt hier auf Rang eins vor allem wegen der Relevanz als Kongressstadt und der optimalen Fluganbindung. Auf Platz zwei befindet sich Kopenhagen, gefolgt von Zürich.

Das dritte Cluster mit Städten, die weniger als zwei Millionen Übernachtungen pro Jahr verzeichnen, führt Dubrovnik vor Luxemburg und Lausanne an. Dubrovnik zeigt dabei das grösste Wachstum bei Übernachtungen. «Dubrovnik hat seine Grenzen des Touristenwachstums im Verhältnis zur Grösse der Stadt erreicht», warnt Preveden. «Der Adriaflughafen wird zudem durch den hohen Zustrom an Kreuzfahrttouristen belastet.»





**Holen Sie sich das Beste
oder lassen Sie es liefern.**

Prodega Markt
Transgourmet Schweiz AG
Singerstrasse 12
4052 Basel
Telefon 061 315 14 14
www.transgourmet.ch
shop.transgourmet.ch

 **PRODEGA
GROWA
TRANS-GOURMET**