



Dezember 2023 • Ausgabe 111

# baizer.ch

Gastronomie • Hotellerie • Tourismus

## Unsere Themen

Restaurant du coeur	2
Energiewende mit Kernkraft sicherer und günstiger	3
Cyberkriminalität: Eine ernsthafte Bedrohung	4
Strassburg will Overtourismus in den Griff bekommen	6
Dekade des Umbruchs: Bilder aus den Siebzigern	8
Mehr Lebensqualität durch mediterrane Wochen	9
Arbeitsmarkt: Mehr Ansprüche, weniger Leistungsbereitschaft	10
Die grössten Kaffeebar-Marken	11
Stadtbelebungsfonds: «Wir sind Ermöglicher»	15

## Voranzeige

GV und GastroPodium  
DI 25. Juni 2024 um 16 Uhr

## Impressum

Der Wirtverband Basel-Stadt wurde 1881 gegründet. Unser Mitgliedermagazin baizer.ch erscheint sechsmal jährlich. Die Erstausgabe erschien 1928 unter dem Titel «Der Basler Wirt». Auflage dieser Ausgabe: 1500

### Herausgeber

Wirtverband Basel-Stadt  
Gerbergasse 48, CH-4001 Basel  
Telefon 061 271 30 10, info@baizer.ch

### Redaktion

Maurus Ebner  
Dr. Jascha Schneider-Marfels

### Gestaltung

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

### Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel  
info@fankhauserdruck.ch

gedruckt in der  
**schweiz**

## Persönliche Treffen nach wie vor gefragt

**Ein Bericht des Hotelkonzerns Accor geht davon aus, dass die globale Meeting- und Eventbranche sich weiter erholt. Für 2024 wird ein kräftiges Wachstum prognostiziert.**

Der Bericht mit dem Titel «Meeting Expectations: The Future of Meetings & Events» befasst sich mit dem Wandel, den die Meeting-Branche in den letzten Jahren durchlaufen hat. Er untersucht die grundlegenden Veränderungen, denen die Branche unterworfen ist, während sie sich weiterentwickelt und erholt.

«Die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und interagieren, hat sich in den letzten Jahren verändert. Dies schafft neue Möglichkeiten für die Meeting- und Eventbranche», sagt Sophie Hulgard, Chief Sales Officer bei Accor.

**Für die kommenden Jahre wird ein Wachstum über das Vorkrisen-Niveau hinaus erwartet.**

Die Pandemie sei ein entscheidender Moment für die Branche gewesen. «Wir wurden in eine Welt virtueller Zusammenkünfte gedrängt, während persönliche Veranstaltungen zum Stillstand kamen. Heute gehe es mehr denn je um das menschliche Bedürfnis, sich zu treffen. «In einem Raum mit Menschen zu sein, ist wichtig – es ist mächtig und wertvoll», fügt Hulgard hinzu.

Nach der Pandemie gab es Befürchtungen, dass die Veranstaltungsbranche Schwierigkeiten haben könnte, die Gäste zurückzugewinnen. Doch sie sind weitgehend zurückgekehrt. Für die kommenden Jahre wird ein Wachstum über das Vorkrisen-Niveau hinaus erwartet. Das ist eine gute Nachricht, bringt aber auch neue Herausforderungen mit sich. Die Art und Weise, wie Veranstaltungen gebucht, geplant und durchgeführt werden, verändert sich.

Umfragedaten untermauern den prognostizierten Wachstumspfad. 78% der Befragten gaben an, dass ihre Ausgaben oder die ihrer Kunden seit 2022 gestiegen sind, wobei 36% angaben, dass sie um mehr als 25% gestiegen sind. Mit Blick auf 2024 wird erwartet, dass sich das Wachstum fortsetzt: 80% der Experten rechnen mit einem Anstieg der Ausgaben, wobei 30% einen Anstieg um mehr als 25% erwarten.

Laut der Studie wird für 2024 ein anhaltendes Wachstum in allen Meeting- und Eventgrössen prognostiziert. Drei Viertel (78%) gehen davon aus, dass die Zahl der kleinen und mittelgrossen Meetings (unter 100 Teilnehmern) im nächsten Jahr steigen wird. *weiter auf Seite 2*



■ Persönliche Treffen bleiben wichtig.

Ebenso viele erwarten einen Anstieg der Meetings mit mehr als 100 Teilnehmern.

33% der Meeting-Planer erwarten mehr als 40% mehr Umsatz von persönlichen Meetings im Vergleich zu virtuellen Meetings, und die Mehrheit (80%) wäre nicht glücklich darüber,

im Jahr 2024 Videokonferenzen zu nutzen, um Geschäfte abzuschliessen. Das bestätigt den Wert echter Treffen.

Die Bucher von Veranstaltungen suchen nach einer Rendite für ihre Investition, aber sie suchen mehr denn je nach ROX, einer Rendite

für das Erlebnis. Es gilt also, unvergessliche Erlebnisse zu bieten, die sinnvolle Verbindungen schaffen. Nachhaltigkeit bleibt ein Dauerthema: Sie ist nicht länger ein Bonus für Veranstaltungen, sondern ein entscheidender Faktor für die Auftragsvergabe.

# «Restaurant du coeur» zeigt es den Zweiflern

**Aus einer absurd erscheinenden Idee entwickelte sich ein funktionierendes Konzept. Hinter dem Bahnhof SBB finden Obdachlose eine wärmende Stube und eine Mahlzeit. Quasi als Nebenprodukt entstand ein Restaurant- und Cateringbetrieb, der Asylsuchenden eine Beschäftigung bietet.**

Seit 2012 besteht an der Solothurnerstrasse, in einer Liegenschaft der SBB, eine Wärmestube für Menschen, die kein eigenes Wohnzimmer haben. Der Treffpunkt mit dem Namen «Soup & Chill» bietet all jenen ein Abendessen und einen Ort der Ruhe, die auf der Gasse oder in prekären Verhältnissen leben.

**Die Stimmen, das so ein Konzept nicht funktionieren könne, waren zahlreich. Sie lagen falsch.**

Als infolge von Revolutionen und Kriegen immer mehr junge Menschen nach Europa kamen, suchten viele von ihnen Arbeit und wollten in der Wärmestube helfen. «Am meisten habe ich davor Angst, dass es mir eines Tages egal ist, dass ich keine Arbeit habe, sondern einfach vor dem Asylheim sitze, warte, dass der Tag vergeht und zu trinken beginne!» Es war dieser Satz eines jungen Eritreers, der den Startschuss für die Planung eines Lokals gab, das bald darauf unter dem Namen «Restaurant du coeur» eröffnete.

Es stand ein Raum mit einer guten Gastro-Küche zur Verfügung, der täglich 15 Stunden leer stand. Hinzu kam die Arbeitskraft und die Arbeitslust von Asylsuchenden, für die ein Beschäftigungsprogramm kreiert wurde. Zudem liefert die «Schweizer Tafel» bis heute Lebensmittel, die sonst weggeworfen würden.

Zwei Frauen mit Kochleidenschaft, die Ägypterin Hoda El Sherif und Claudia Adrario de Roche, Leiterin von «Soup & Chill», formten 2017 eine Gruppe aus Asylsuchenden und legten los. Seither gibt es jeweils von Montag bis Freitag einen Mittagstisch mit einem «Menu Surprise» sowie Caterings im und ausser Haus. Da die Lebensmittel von der Schweizer Tafel nicht verkauft werden dürfen, gibt es nur Orientierungspreise: die Gäste spenden, soviel sie wollen.

Die Stimmen, das so ein Konzept nicht funktionieren könne, waren zahlreich. Sie lagen falsch. Schwierigkeiten gab es einzig im Bereich der Genehmigungen durch die Asylbehörden in Bezug auf die Arbeitsbewilligungen. «Die Bedingungen in den kantonalen Beschäftigungs-

programmen sind sehr problematisch», sagt Adrario de Roche. «Ausbilderbetriebe» wie zum Beispiel das Restaurant du coeur bekommen für die Beschäftigung der Asylsuchenden keine Entschädigung.

Die Teilnehmenden selbst erhalten nur gerade 1.20 Franken pro Stunde. «Sie müssen also wirklich sehr motiviert sein, um an fünf Tagen in der Woche zur Arbeit ins Resto zu gehen, um dort Gemüse zu rüsten, Lebensmittelkisten zu schleppen, Platten zu dekorieren und zu verpacken oder stundenlang an Buffets zu stehen», so Adrario de Roche.

Als Küchenchefin fungiert May Missaoui, eine Diplombiologin aus Tunis, die in der Schweiz Probleme mit der Anerkennung ihrer Abschlüsse hat. Sie hat das Team im Griff, sie instruiert, plant, übersetzt und erklärt unermüdlich. Im Team sind zahlreiche Nationalitäten und Ethnien vertreten. Politische Probleme, Konflikte oder Katastrophen erschüttern die Betroffenen und das Team als Ganzes.

Zweimal pro Woche wird in den Räumen des Betriebs Deutsch unterrichtet. Die Kurse werden rege genutzt, die Arbeitspläne drumherum gestaltet. «Unsere gemeinsame Sprache ist Deutsch», erklärt Adrario de Roche, «unsere gemeinsamen Ziele sind die gleichen wie diejenigen jedes 'normalen' Gastrobetriebs: Pünktlichkeit, Qualität, Freundlichkeit.»

Gekocht wird nach einem einfachen Prinzip: Jede Köchin kocht genau das, was sie in ihrer Heimat von ihrer Mutter oder Grossmutter gelernt hat. Dadurch sind alle Speisen authentisch. «Manger sans frontières» heisst ein Catering-Buffer mit Spezialitäten rund ums Mittelmeer. «Das gastronomische Ziel ist es, unsere Gäste zu erfreuen und zum Staunen zu bringen», erläutert die Leiterin. Das scheint zu gelingen, denn das Auftragsbuch ist voll.

Mindestens so wichtig ist das soziale Ziel. «Wir lösen Menschen aus der Abhängigkeit der Sozial- oder sogar Nothilfe, indem wir sie im Rahmen eines Beschäftigungsprogramms trainieren und ihnen dann entweder selbst einen Arbeitsvertrag anbieten oder sie in andere gastronomische Betriebe vermitteln», so Adrario de Roche.

Das Restaurant du coeur erschien vielen zunächst als absurde Idee, doch das Konzept funktioniert: Menschen, die sonst keine Arbeit hätten, erkothen aus Lebensmittel der Schweizer Tafel, also Abfall, einen «Mehrwert». Der Spendenertrag bezahlt die Löhne der Resto-Angestellten und unterstützt zusätzlich eine soziale Institution, die Wärmestube «Soup & Chill». Die Beharrlichkeit und Kreativität der Initianten haben sich ausgezahlt.

*restaurant-du-coeur.ch  
soupandchill.com*



■ Ein kleiner Teil des hochmotivierten Teams um Claudia Adrario de Roche.

# Energiewende mit Kernkraft sicherer und günstiger

**Für eine verlässliche und klimaneutrale Stromversorgung braucht es insbesondere im Winter «viel von allem». Erneuerbare und Kernkraft können eine wichtige Rolle spielen. Längere KKW-Laufzeiten senken die Kosten des Energiesystems um etwa 11 Milliarden Franken und entschärfen die Winterstromlücke. In einem Szenario mit zusätzlich einem neuen KKW nach 2040 würde die Versorgungssicherheit weiter gestärkt.**

Der «Mantelerlass» ist im Parlament angenommen worden: Die erneuerbaren Energien sollen bis 2050 massiv ausgebaut werden. Doch sind die Ziele dieses Szenarios erreichbar und haben wir damit auch genügend Winterstrom? Und können wir in Zukunft ganz auf KKW verzichten? Diesen Fragen ist das Energy Science Center der ETH Zürich im Auftrag von Economiesuisse nachgegangen.

**Fotovoltaik auf Dächern stellt allein keine Versorgungssicherheit her.**

Die Studienergebnisse zeigen: Der Mantelerlass ist notwendig, reicht aber nicht aus, um die ambitionierten Ziele zu erreichen. Im Referenzszenario wachsen die Netto-Importe im Winter auf bis zu zehn Terawattstunden an – das entspricht etwa dreimal dem jährlichen Stromverbrauch der Stadt Zürich. Alternativszenarien mit langen Laufzeiten der bestehenden KKW sind deutlich günstiger und sicherer. Ein zusätzliches, neues KKW ab 2040 würde die Versorgungssicherheit weiter stärken und hätte auch wirtschaftliche Perspektiven.

Stand heute ist damit zu rechnen, dass Beznau 1 und 2 sechzig Jahre in Betrieb stehen, Gösgen und Leibstadt jeweils fünfzig Jahre. Damit würde das letzte KKW in der Schweiz 2034 vom Netz gehen. Die Studie analysiert die Auswirkungen einer Laufzeitverlängerung auf 65, respektive 80 Jahre. Lange Laufzeiten machen

das Stromsystem bis 2050 insgesamt rund 11 Milliarden Franken günstiger. Die Winterstromlücke liesse sich bis 2050 schliessen. Die KKW stehen in einer Symbiose mit der Fotovoltaik und liefern zuverlässig, vor allem zur kalten Jahreszeit.

Da der Betrachtungszeitraum des Studienmodells 2050 endet, sind die Effekte des Zubaus nicht vollständig abgebildet. Substanzielle zusätzliche Vorteile in den Bereichen Versorgungssicherheit mit klimaneutralem Strom bis etwa 2100 sind sehr wahrscheinlich. Weitere Vergleiche von Szenarien und Sensitivitäten machen ausserdem deutlich, dass für die Ver-

sorgungssicherheit im Winter alternativ auch erneuerbare Grossanlagen helfen können.

Fotovoltaik auf Dächern stellt allein keine Versorgungssicherheit her. Dafür braucht es entweder die Energie aus verlängerten oder neuen Kernkraftwerken – oder einen gleichwertigen Ausbau von Wind- und alpinen Solaranlagen (Freiflächen). Die Resultate deuten klar darauf hin, dass ein Vielfaches der im «Solarexpress» und in der «Windbeschleunigungsvorlage» vorgesehenen Kapazitäten nötig wären. Sowohl auf KKW als auch auf andere erneuerbare Grossanlagen zu verzichten, geht nicht.



■ Kernkraftwerk Beznau: Lange Laufzeiten machen das Stromsystem rund 11 Milliarden Franken günstiger.

## KMU-verträgliche Klimaschutzmassnahmen?

Der Basler Regierungsrat hat mit der Klimaschutzstrategie 2037 die Grundlage für konkrete Massnahmen gelegt. Es bleibt zu hoffen, dass diese gewerbefreundlich ausgestaltet und umgesetzt werden.

Der Regierungsrat hat die Ziele der Klimaschutzstrategie «Netto-Null 2037» vorgestellt. Nach dem klaren Entscheid für den Gegenvorschlag zur Klimagerechtigkeitsinitiative erfüllt er damit einen Auftrag des Stimmvolkes. Entscheidend werden aber nicht die Ziele sein, sondern die daraus abgeleiteten Massnahmen. Diese müssen unbedingt KMU-verträglich sein!

Bei der Mobilität strebt die Regierung eine konsequente Dekarbonisierung und eine Reduktion der Autos in der Stadt an. Angesichts

des anhaltenden Bevölkerungs- und Wirtschaftswachstums in der Region wirft dies Fragen auf. Es ist zu befürchten, dass die Strasseninfrastruktur massiv zugunsten des Fuss-, Velo- und öffentlichen Verkehrs zurückgebaut wird. Die Erreichbarkeit und somit ein zentraler Erfolgsfaktor der Geschäfte würde leiden.

Die Regierung hat sich einen raschen Ausbau der Photovoltaik auf Gebäuden zum Ziel gesetzt. Das geplante Tempo wird angesichts des Arbeitskräftemangels aber kaum erreicht werden. Es ist lobenswert, dass der Gewerbeverband im Kampf gegen den Fachkräftemangel in den handwerklichen Berufen eine Kampagne lanciert hat. Denn es sind Handwerker, die die Klimaschutzstrategie am Ende umsetzen müssen.

Die Forderung nach möglichst zeitnahen und

flächendeckenden energetischen Sanierungen im Gebäudebereich stehen zudem in Konflikt mit den Vorgaben des Wohnschutzes, weil der Weitergabe der entstehenden Kosten an die Mieterschaft enge Grenzen gesetzt sind.

Die meisten Unternehmen bemühen sich schon lange, Ressourcen zu schonen und die Energieeffizienz zu steigern. Jetzt wollen sie baldmöglichst erfahren, wie es weiter geht. Sie brauchen Planungssicherheit und eine KMU-verträgliche Ausgestaltung der Massnahmen.

Die Ziele der Regierung sind überaus ambitioniert. Sie können – wenn überhaupt – nur gemeinsam und in enger Kooperation mit der Wirtschaft erreicht werden.

Maurus Ebnetter

# Cyberkriminalität ist eine ernsthafte Bedrohung

**Kleine und mittlere Unternehmen sind oft noch zu wenig gegen Hackerangriffe gewappnet. Sie tun sich schwer, mit den neuen digitalen Bedrohungen Schritt zu halten. Betreffend Cybersicherheit gibt es viel zu tun.**

Weltweit verzeichneten 48% der KMU im vergangenen Jahr einen Cybersicherheitsvorfall, 25% sogar mehr als einen. Das zeigt eine neue weltweite Studie von Sage. Für 51% der befragten KMU besteht eine grosse Herausforderung darin, sich über neue Bedrohungen auf dem Laufenden zu halten. 45% der Unternehmen haben Mühe sicherzustellen, dass die Mitarbeiter wissen, was von ihnen erwartet wird. Neben der Sensibilisierung für das Thema bereiten auch die Kosten Sorgen (43%).

In vielen KMU fehlt es an Fachwissen, um sich in der digitalen Welt zurechtzufinden.

Wo soll man bei der Cybersicherheit anfangen? Wie lassen sich die Mitarbeiter schulen? Und wie lassen sich die Kosten in Grenzen halten? 56% der KMU wünschen sich mehr Aufklärung und Unterstützung bei solchen Fragen. 45% der Umfrageteilnehmer sehen hier auch staatliche Stellen in der Verantwortung.

In vielen KMU fehlt es an Fachwissen, um sich in der digitalen Welt zurechtzufinden. Die Cybersicherheit ist noch nicht in allen Unternehmen dauerhaft präsent: Nur vier von zehn kleinen und mittleren Unternehmen diskutieren regelmässig darüber.

«Unsere Studie zeigt, dass sich KMU zwar ernsthaft mit dem Thema Cybersicherheit auseinandersetzen, sich aber eine Anleitung wünschen, um die Risiken besser zu verstehen und zu reduzieren», sagt Ben Aung, Chief Risk Officer bei Sage, «wenn sie erst den weitverbreiteten Irrglauben überwunden haben, dass eine Firewall und Tools ausreichend Schutz bieten können.»

Wie viel noch zu tun ist, verdeutlichen weitere Studienergebnisse: 19% der befragten KMU vertrauen ausschliesslich auf Basis-Kontrollen, immerhin 58% sichern ihre Daten. Vier von fünf KMU verfügen über ein Verfahren, um Cybersicherheitsrisiken durch externe Mitarbeiter zu reduzieren, doch ein Viertel dieser Unternehmen gibt zu, dass sich nicht alle daranhalten.

48%

der KMU hatten im vergangenen Jahr einen Cybersicherheitsvorfall

91%

erwarten, dass die Investitionen in Cybersicherheit im kommenden Jahr steigen oder gleichbleiben werden

69%

der KMU geben an, dass Cybersicherheit Teil ihrer Kultur ist, aber die meisten sprechen nur darüber, wenn sich intern etwas ändert oder schiefläuft

Sage

## Gastro Express

Der führende Online-Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe.



IMMOBILIEN



MARKTPLATZ



JOBS

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

## Foie Gras

Der Nationalrat hat ein Importverbot für Stopfleber abgelehnt. Mit 102 zu 78 Stimmen beschloss die Grosse Kammer hingegen eine Deklarationspflicht. Sie folgte damit dem Ständerat. Ein Verbot ist vorerst abgewendet. Allerdings wird seit Juni 2022 für eine Volksinitiative «Ja zum Importverbot für Stopfleber» Unterschriften gesammelt.

## «Progresso Allrounder»

Die Basisbildung «Progresso» für Mitarbeitende ohne Berufsabschluss im Gastgewerbe wird im kommenden Jahr um ein Angebot erweitert: der Lehrgang «Progresso Allrounder» richtet sich an Mitarbeitende, welche in einem Betrieb in verschiedenen Bereichen eingesetzt werden sollen, und vermittelt kombinierte Grundkenntnisse in den Fachbereichen Küche, Service und Hauswirtschaft.

[mein-progresso.ch](http://mein-progresso.ch)

## Zwischennutzung

Die Immobilien-Anlagestiftung «As-setimmo» hat für das seit Juni 2023 leerstehenden Küchlin-Variété eine Zwischennutzerin gefunden. Die Eventprofis Oliver Martinez und Felix Bielser übernehmen die vorübergehende Nutzung des bekannten Variété-Saal 1 an der Steinenvorstadt 55. Angedacht ist ein Mix aus Comedy, kleineren Theaterproduktionen, Musik- und Tanzveranstaltungen sowie Diskussionsrunden, Vorträgen und Vorlesungen.

## Spannende Berufsschau

Vom 15. bis 19. November 2023 fand in der St. Jakobhalle die grösste Berufsschau der Schweiz mit mehr als 80 Ausstellern statt. Das Gastgewerbe war mit einem grossen Stand vertreten. Das Interesse der jungen Leute war gross, vor allem an den Berufen Koch und Hotelkommunikationsfachfrau.



# Migros führt Vito-Teig

Die Migros Basel ist mit «Vito», den in der Region bekannten Pizza-Pionieren, eine Kooperation eingegangen. Seit ein paar Jahren ist deren Pizza aus der Basler Gastroszene nicht mehr wegzudenken. Nun ist der Vito-Pizzateig auch in zehn ausgewählten Filialen der Migros Basel erhältlich.

[vito.ch](http://vito.ch)



# «Herz» ist die beste Bar

Seit 2003 verleiht das Fachmagazin «Mixology» jährlich Bar-Awards im deutschsprachigen Raum. Als «beste Bar der Schweiz 2024» wurde das «Herz» an der Clarastrasse in Basel ausgezeichnet. Das Lokal eröffnete 2020. Es wird von Martin Bornemann und Norbu Tsering geführt.

[herzbasel.com](http://herzbasel.com)



# Gute Zusammenarbeit

Der Vorstand des Wirtverbandes Basel-Stadt traf den Vorstand von HotellerieSuisse Region Basel zu einem freundschaftlichen Austausch im Restaurant Weiherhof. Danach gab es einen gemütlichen Apéro. Auf weiterhin gute Zusammenarbeit!

[baizer.ch](http://baizer.ch)  
[basler-hoteliers.ch](http://basler-hoteliers.ch)



**m-eating-table®**

Liebe Gastronomen



Alleine essen im Restaurant macht keinen Spass ☹️

Bieten Sie Ihren Gästen einen Gesellschafts-Tisch an. m-eating-table ist die unverbindliche Möglichkeit/ Einladung sich an den gleichen Tisch zu setzen, gemeinsam zu speisen, sich zu unterhalten ☺️

m-eating-table empfängt seine Gäste von der gemütlichen Dorfbeiz, trendigem Stadtlokal bis zu \*\*\*\*\* Hotels.

m-eating-table, Beatrix Ferret, Ob dem Pflanzstr. 7, CH 4106 Therwil  
Tel: +41 61 721 73 72 [www.paprika@m-eating-table.com](http://www.paprika@m-eating-table.com)

**m-eating-table®**

Für einen Jahresbeitrag von Fr. 250.- werden Sie **m-eating-table-Partner**.

Sie erhalten einen Eintrag auf der m-eating-table Homepage, gastro-tipp, google map, Aufsteller, Sticker, Visitenkärtchen, Werbung/PR in klassischen, neuen Medien, einfacheres Tischmanagement, bessere Auslastung, mehr Umsatz, zufriedene, fröhliche (Stamm-)Gäste ...



In Gesellschaft essen macht mehr Spass ☺️

Verlangen Sie meine Unterlagen

Mix Paprika  
[m-eating-table.com](http://m-eating-table.com)

m-eating-table, Beatrix Ferret, Ob dem Pflanzstr. 7, CH 4106 Therwil  
Tel: +41 61 721 73 72 [www.paprika@m-eating-table.com](http://www.paprika@m-eating-table.com)

# Strassburg will Overtourismus in den Griff bekommen

**Fast drei Millionen Menschen besuchen den Weihnachtsmarkt in Strassburg. Aber auch im Sommer sind oft so viele Touristen in der elsässischen Metropole, dass nicht alle Einheimischen glücklich damit sind. Vor diesem Hintergrund ist die Tourismuswirtschaft bestrebt, sich besser an die Bedürfnisse der Stadtbevölkerung anzupassen.**

Nach den beiden Corona-Jahren nähern sich die Besucherfrequenzen wieder Rekordwerten an. Um die Zustände in Strassburg korrekt zu beschreiben, muss man zumindest phasenweise den unschönen Begriff «Touristenhorden» verwenden.

Im Durchschnitt kommen jährlich fast 4 Millionen Übernachtungstouristen in die Region Strassburg. Sie buchen insgesamt rund sieben Millionen Logiernächte. Hinzu kommt eine stattliche zweistellige Millionenzahl an Tagesgästen. Unzählige Menschen wollen mit dem «petit train» fahren oder die Grande-Île besichtigen. Das Münster wird von 2.5 Millionen Menschen pro Jahr besucht, etwa 800'000 gönnen sich eine Bootsfahrt.

**Um das Zentrum zu entlasten, sollen Touristen vermehrt in die Aussenquartiere geführt werden.**

Der Andrang kann für die Bewohner mühsam sein, zugleich sind sie sich der enormen wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus bewusst. 14'000 Jobs hängen direkt vom Reiseverkehr ab, fast 6 Prozent aller Arbeitsplätze im Arrondissement.

Bei allem Verständnis für die Zusammenhänge gibt es in Strassburg rege Diskussionen über Overtourismus. Ein Ziel der neuen Tourismusstrategie ist es deshalb, die Bewohnerinnen und Bewohner besser einzubeziehen. Sie sollen sich in ihrer eigenen Stadt wohlfühlen und ebenfalls von den Angeboten für Touristen profitieren, z.B. vom Concierge-Dienst auf dem Münsterplatz oder dem Hundesitter-System.

Die Zusammenlegung des «Office de Tourisme» und des «Strasbourg Convention Bureau» wird dazu beitragen, nicht nur Touristinnen und Touristen, sondern auch die Einheimischen besser zu erreichen, nicht zuletzt mit dem neuen Empfangsbüro im ehemaligen Postgebäude beim Münster.

Zu den Zielen der Tourismusstrategie gehört der «Fortbestand des Stadtkerns». Dort ist der Verkehr regelmässig am Anschlag: Das Zusammenleben von Fussgängern, Radfahrern, Autos und kleinen Touristenzügen ist konfliktträchtig. Mit viel Aufwand versucht man, die Besucherströme zu steuern. Neu dürfen Reisebusse nicht mehr auf die Grande-Île fahren.

Um das Zentrum zu entlasten, sollen Touristen vermehrt in die Aussenquartiere geführt werden. Denn nicht nur das «Postkarten-Strassburg» ist attraktiv: Das Szeneviertel Krutenau, die Neustadt mit viel Architektur aus der

Gründerzeit, das Quartier Le Tribunal oder Presqu'île Malraux, ein moderner Stadtteil auf einer ehemaligen Hafibrache, haben viel zu bieten.

Strassburg gehört hinter Paris, Lyon, Lourdes, Toulouse, Nizza, La Rochelle und Carcassonne

zu den grössten touristischen Einzeldestinationen in Frankreich. Der Flughafen verzeichnet 1.3 Millionen Fluggäste. Die 130 Hotels in der Metropolregion verfügen über insgesamt 9000 Zimmer.



■ Im Advent hat Strassburg Hochsaison. Nicht alle Einheimischen haben daran ihre Freude.



■ Kanäle und Fachwerkhäuser: Das Viertel «Petite France» ist bei den Touristen besonders beliebt.

## Metz und Nancy suchen den Anschluss

Der Reiseverkehr in Lothringen ist weit davon entfernt, der Nachbarregion Elsass den Rang abzulaufen. Doch Metz und Nancy haben es als eigenständige Städte-destinationen auf die touristische Landkarte geschafft.

Obwohl die Region Lothringen fast dreimal so gross ist wie das Elsass und einen Fünftel mehr Einwohner hat, werden ein Drittel weniger Übernachtungen registriert. Und der Anteil ausländischer Gäste ist im Elsass fast doppelt so hoch. Dabei ist Lothringen landschaftlich und kulturell attraktiv. Auch gastronomisch hat die Gegend mehr zu bieten als Quiche Lorraine und Mirabellen.

Zu einem Leuchtturm wurde das 2010 eröffnete Centre Pompidou in Metz. Das Museum verzeichnet pro Jahr rund 250'000 Besucher und profitiert von einem einzigartigen Vorteil: Es kann die Sammlung des Pariser Mutterhauses nutzen, die 65'000 Werke moderner Kunst umfasst.

Die Moselstadt, die trotz reicher Geschichte und zahlreicher Sehenswürdigkeiten lange keine typische Tourismusdestination war, erfuhr eine Aufwertung als Reiseziel für Kulturinteressierte. Obwohl der Geschäftstourismus leidet, seit es gute TGV-Verbindungen nach Paris gibt, bringt es die 230'000 Einwohner zählende Metropolregion Metz auf knapp 900'000 Hotelübernachtungen.

Auch in der 55 km entfernten Nachbarstadt Nancy geht es vorwärts. Dort wurde 2014 ein neues Kongresszentrum eingeweiht, welches Hotelinvestoren anzog. Seit kurzem ist eine riesige Wasser- und Thermalanlage in Betrieb, die Kur- und Wellnessgäste anzieht und an die Vergangenheit der Stadt anknüpft. Nancy genießt einen guten Ruf bei den Liebhabern von Jugendstil-Architektur. Die 260'000 Einwohner zählende Metropolregion Grand

Nancy verzeichnet pro Jahr 750'000 Hotelübernachtungen.

Noch immer entfallen drei Viertel der Logiernächte in Lothringen auf französische Gäste. Wichtigste ausländische Quellmärkte sind die Benelux-Staaten, Deutschland und Grossbritannien. Aussereuropäische Herkunftsländer spielen eine untergeordnete Rolle, was Raum für künftiges Wachstum bietet.



centrepompidou-metz.fr

■ Das Centre Pompidou gab Metz wichtige touristische Impulse.

## Dipl. Betriebs- visionistin.

Fehlt dir das Rüstzeug  
für deine Zukunftsträume?  
Willkommen in der  
Hotelfachschule Zürich.



Klick rein!  
[www.hfz.swiss](http://www.hfz.swiss)

HFZ

Eine Institution  
von GastroSuisse

# PERLEN AUS DEM ARCHIV

Das Archiv des Wirtverbandes Basel-Stadt umfasst Bücher, Dokumente und Objekte, die mit der Geschichte des Basler Gastgewerbes zu tun haben.

## Eine Dekade des Umbruchs

In den 1970er Jahren wurde das Leben bunter, die Gesellschaft heterogener, die Schweiz internationaler. Es eröffneten Pizzerien, China-Restaurants, Raststätten, Pubs und Diskotheken. Gourmetlokalen setzten auf die «Nouvelle Cuisine». Selbstbedienung und erste Markengastronomen fassten Fuss. «Trinkgeld inbegriffen» wurde eingeführt, ein erster Landes-Gesamtarbeitsvertrag ausgehandelt. Noch galten Bedürfnisklauseln und steife Umgangsformen, doch Entwicklungen, die bis heute anhalten, wurden spürbar: die Globalisierung, der Massentourismus, die schnelle Verpflegung, die Zwanglosigkeit, die gastronomische Vielfalt.



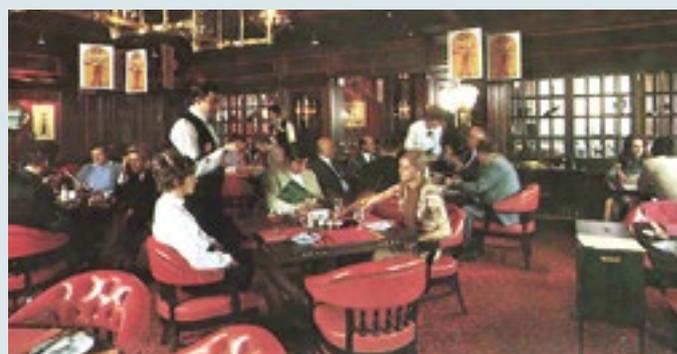
■ Das Restaurant Steinenmühle in Basel verfügte über ein gut besuchtes Dancing.



■ Das «Golden Dragon» im Hotel Touring an der Ochsengasse 2 war eines der ersten chinesischen Restaurants in Basel. 1978 brauchte die Migros den Platz für ihren «Claramärt».



■ Die Autobahnraststätte Würenlos wurde 1972 eröffnet und im Volksmund rasch «Fressbalken» genannt.



■ Das Restaurant Outpost beim Zoo Zürich wurde 1969 vom Mövenpick-Gründer Ueli Prager konzipiert und realisiert.



■ Die Wienerwald-Betriebe von Friedrich Jahn waren in den 1970er-Jahren sehr populär. Das Unternehmen geriet aber wegen Fehlinvestitionen in Schwierigkeiten.



■ Max Kehl gehörte zusammen mit Frédy Girardet und Hans Stucki zu den Erneuerern der Schweizer Spitzgastronomie. 1978 eröffnet das Restaurant Chez Max in Zollikon.

# Mehr Lebensqualität an warmen Sommerabenden!

Der politische Wille in Basel ist klar: Im Sommer sollen die Aussenwirtschaften etwas länger offenbleiben dürfen. Jetzt braucht es eine rasche Umsetzung der «mediterranen Wochen»!

Eine Motion von Laurin Hoppler (Jünges Grünes Bündnis) betreffend mediterrane Nächte wurde vom Grossen Rat klar angenommen. Der Regierungsrat äusserte Sympathien für das Anliegen, hielt es jedoch für bundesrechtswidrig. Das Parlament hat den Vorstoss deshalb in zweiter Lesung in einen weniger verbindlichen Anzug umgewandelt.

Dieser Entscheid des Grossen Rats ist ein weiteres deutliches Zeichen, dass Aussenwirtschaften in den Sommermonaten die Möglichkeit erhalten sollen, etwas länger offenzuhalten. Die Regierung wird nun saisonale Boulevardpläne oder andere Varianten prüfen. Bei einer differenzierten Umsetzung gibt es keinen Konflikt mit dem Bundesrecht!

In der Innenstadt und am Tellplatz sind die Öffnungszeiten von Aussenwirtschaften schon heute grosszügig, doch in den Quartieren müssen die Terrassen werktags um 22 oder 23 Uhr schliessen. Um diese Uhrzeit ist

es im Sommer noch hell und warm, weshalb die Gäste mit Unverständnis reagieren.

Wir erwarten vom Regierungsrat, dass er den Spielraum des Anzugs nutzt, um bereits im kommenden Sommer 2024 mediterrane Nächte in Basel zu ermöglichen. In der Mischzone aus aus Gewerbe und Wohnen sollen die Terrassen während drei Monaten bis mindestens 24 Uhr offenhalten dürfen, an den Wochenenden bis 1 Uhr.

Eine Studie der Hochschule Luzern im Auftrag der Städtischen Sicherheitsdirektoren kam kürzlich zum Schluss, dass mediterrane Nächte zu keiner Zunahme von Reklamationen führen. Terrassenwirtschaften würden zu einer Durchmischung der Nutzer im öffentlichen Raum beitragen – und damit zu mehr Sicherheit und Sauberkeit.

Auch in der Lärmempfindlichkeitsstufe 2, die in Wohngebieten zur Anwendung kommt, gibt es Spielraum und Bedarf für eine kleine Anpassung. Es wäre schon viel erreicht, wenn die Terrassen dort täglich bis 23 Uhr offenhalten dürften. Dies wäre kongruent mit der Nachtruhe in Basel, welche vom Stimmvolk gutgeheissen wurde.

Eine differenzierte und saisonal eingeschränkte Lösung wird breite Akzeptanz finden. Es braucht mediterrane Wochen: für einen attraktiveren Standort, mehr Lebensqualität und eine erfolgreiche Gastronomie!



■ Maurus Ebner  
Präsident Wirtverband Basel-Stadt



COMING SOON

## KÜCHE, SERVICE, HAUSWIRTSCHAFT

Erster Kursstart: **11. März 2024**

**Der neue Lehrgang für vielseitig einsetzbare Mitarbeitende.**

Finanziert dank des L-GAV.  
Mit Lohnersatz für den Betrieb.

PROGRESSO  
mein-progresso.ch



# Mehr Ansprüche, weniger Leistungsbereitschaft

Die Personalberatungsfirma von Rundstedt hat zusammen mit der Zeitschrift «HR Today» eine Arbeitsmarktstudie durchgeführt. Dabei zeigten sich Phänomene, die offensichtlich widersprüchlich sind.

Die Studie stützt sich auf eine ausführliche Umfrage, an der 1907 HR-Manager und Führungskräfte in der ganzen Schweiz teilgenommen haben. Die Ergebnisse liegen differenziert nach Branchen, Regionen und Unternehmensgrößen vor. Acht Phänomene standen im Mittelpunkt der Studie.

**Polarisierung zwischen Gewinnern und Verlierern.** Die einen sind gefragt, die andern werden abgewiesen. Die Parallelität von Fachkräftemangel und struktureller Arbeitslosigkeit spitzt sich zu. Zustimmung in der Umfrage: 63%

**Die Selbstverwirklichung der einen findet auf Kosten der anderen statt.**

**Keine Lust auf Arbeit und trotzdem Burnout.** Mehr Menschen arbeiten weniger, und wenige Menschen arbeiten mehr. Die Selbstverwirklichung der einen findet somit auf Kosten der anderen statt. Zustimmung in der Umfrage: 67%

**Wachstumsspirale ohne Ende.** Wachstum provoziert Fachkräftemangel und weitere Arbeitsimmigration, welche das quantitative Wachstum weiter antreibt. Diese Spirale bringt uns qualitativ nicht weiter. Zustimmung in der Umfrage: 67%

**Produktivitätsdilemma des Fachkräftemangels.** Mehr Ansprüche der Arbeitnehmer, aber weniger Leistungsbereitschaft. So geht die Arbeitsproduktivität in der Schweiz flöten. Zustimmung in der Umfrage: 61%

**Branchenkult.** Die digitale Transformation erfordert eigentlich ein hohes Mass an Flexibilität und Mobilität zwischen Berufsprofilen und Branchen. Quereinsteiger haben es aber nach wie vor schwer. Arbeitgeber zeigen einen starken Branchenglauben. Zustimmung in der Umfrage: 70%

**Purpose und Individualität.** Alle suchen Purpose. Es geht den meisten Menschen dabei aber nicht um Nachhaltigkeit, sondern um Selbstzweck und Selbstverwirklichung. Zustimmung in der Umfrage: 73%

**Möchtegern-Unternehmer.** Die Hypothese war, dass viele Jungunternehmer heute keine langfristige Strategie verfolgen und es ihnen primär nicht um den gesellschaftlichen Beitrag, sondern um Selbstverwirklichung und finanzielle Interessen geht. Zustimmung in der Umfrage: 46%

**Altersdilemma.** Die Alten sollen über das Pensionsalter hinaus arbeiten, um den demografischen Engpass und den Fachkräftemangel zu lindern. Nur will sie keiner einstellen. Zustimmung in der Umfrage: 71%

Mit Ausnahme der «Möchtegern-Unternehmer» sind alle Phänomene von einer klaren Mehrheit bestätigt worden. Bei der Frage nach dem Handlungsbedarf sehen die HR-Manager und Führungskräfte beim Arbeitsdilemma, bei der Polarisierung und bei Arbeitslust und Burnout die höchste Dringlichkeit.

Ausserdem hat die Umfrage ein paar weitere überraschende Erkenntnisse hervorgebracht:

**Risikogruppen und Schwächere werden von Arbeitgebern kaum gefördert.** 82% der Firmen verfügen über keinerlei Rekrutierungs- oder Integrationsprogramme für Risikogruppen wie z.B. ältere Arbeitskräfte 60+, IV-Teilbezüger oder Frauen nach längerer Mutterschaft. Auch in der Personalentwicklung legt man den Fokus auf die Leistungs- und Potenzialträger.

**Das Gesundheitswesen und die öffentliche Verwaltung als Teilzeit-Champions.** Bei der Teilzeitarbeit gibt es grosse Unterschiede zwischen den Branchen. Am meisten Teilzeitbeschäftigungen finden wir im Gesundheitswesen (38.7% Teilzeitarbeiter) und in der öffent-

lichen Verwaltung (38.4%). Das Schlusslicht ist die industrielle Produktion mit nur 12.9% Teilzeitarbeitern.

**Stressbelastung und Druck als «Courant Normal».** Trotz Teilzeittrend wächst die Stressbelastung an. Im Durchschnitt sind 28% der Mitarbeiter dauerhaft überbelastet. Bei 34% der Firmen befinden sich über einen Drittel der Mitarbeiter im «roten Bereich» und unter Stress. Aber nur 37% der Arbeitgeber kümmern sich gezielt darum.

**Quantitatives Wachstum macht uns nicht besser und glücklicher.** Für 67% der Befragten wirkt sich quantitatives Wachstum wie Mitarbeiter-, Absatz- und Gewinnwachstum nicht positiv auf die Arbeitsumstände und die Zufriedenheit der Mitarbeiter aus.

**Branchenkult in der Schweiz – eines Innovationsstandorts unwürdig.** Eine Mehrheit glaubt, dass brancheninterne Bewerber kurzfristig (74%) und sogar langfristig (61%) mehr Wert für das Unternehmen generieren als Quereinsteiger. 67% der Arbeitgeber verlangen bei der Rekrutierung zwingend Branchenerfahrung (als Musskriterium). Nur 32% der Firmen verfügen über gezielte Massnahmen zur Rekrutierung und Branchenausbildung von Quereinsteigern.

**Länger arbeiten findet wenig Anklang.** Trotz Forderungen von Wissenschaft, Politik und Arbeitgebervertreter finden nur 44% der Befragten gut und richtig, dass über das Pensionsalter hinaus gearbeitet werden soll. Nur 25% der Firmen bieten dazu konkrete Programme an.

**Altersnachteile auf dem Arbeitsmarkt sind Realität.** Eine Mehrheit von 56% sieht die Schwierigkeiten bereits ab 50 Jahren, weitere 27% erst ab 60 Jahren. Das zeigt klar auf, dass Arbeitgeber trotz dem Druck auf dem Arbeitsmarkt sich schwertun, auf ältere Arbeitskräfte zu setzen.

Wir wünschen frohe Feiertage  
und alles Gute im neuen Jahr!



# Die grössten Kaffeebar-Marken

Kaffee ist ein Umsatzbringer par excellence. Kein Wunder, etablieren sich immer mehr Kaffeebar-Ketten. Die Fachzeitschrift «Foodservice» hat eine Liste der grössten Player in Europa zusammengestellt.

An erster Stelle liegt McCafé. Die Shop-in-Shop-Lösung von McDonald's wurde vor dreissig Jahren in Australien lanciert. Mittlerweile gibt es dort über 1000 Standorte. Weltweit zählt die Marke 4000 Kaffeebars in 60 Nationen – davon Ende 2022 knapp 3400 Filialen in 27 europäischen Ländern.

Die zweitgrösste Kaffeebar-Kette in Europa ist Costa Coffee. Die Marke gehört seit 2019 zu Coca-Cola und ist in 15 europäischen Ländern aktiv. Rund 2800 von 3099 europäischen Standorten befinden sich im Vereinigten Königreich und in Irland. Weltweit zählt Costa Coffee 4046 Filialen.

Die Costa-Club-App ermöglicht mit Funktionen wie «Click & Collect» und «Click & Serve» Bestellungen und Vorbestellungen bis zu einer Stunde im Voraus. Bald soll es sprachgesteuerte Bestellungen und «Fast Lanes» Schaltern geben.

Auch Starbucks hat in Europa die Schwelle von 3000 Units überschritten. Das Unternehmen ist mit 36'170 Standorten in 83 Ländern (Stand Ende 2022) der Weltmarktführer in Sachen Kaffeebars. 51 Prozent aller Filialen betreibt Starbucks in Eigenregie. Die wichtigsten Märkte sind die USA und China.

Auf dem vierten Platz in Europa liegt Coffee Like, eine russische Kette von sehr kleinen Kaffeebars, die ausschliesslich auf «to go» setzt. Das Unternehmen wurde 2013 gegründet und war Ende 2022 in vier Ländern an 820 Standorten präsent.

Das UK-basierte Konzept Caffè Nero ist auf Platz 5. Das Unternehmen verfügte per Ende 2022 über 886 Markenstandorte, daneben noch rund 200 Standorte unter den Marken Coffee#1 und Harris+Hoole. Das digitale Segment wächst: So werden in den britischen Filialen bereits 32 Prozent aller Transaktionen über eine App getätigt, die dort mehr als zwei Millionen Nutzer hat.

Der deutsche Kaffeeröster Tchibo betreibt in seinen Läden 825 Kaffeebars. Die Marke ist in acht Ländern präsent, wobei Deutschland, Österreich und die Schweiz die drei wichtigsten Märkte sind. Kürzlich wurde bekannt, dass es bei Tchibo ein Abbau von rund 300 Stellen kommen wird.

Das griechische Konzept Coffee Island liegt mit 520 Units in sechs Ländern an siebter Stelle. Dahinter folgen die schwedische Marke Espresso House (500 Units in fünf Ländern), das rumänische Unternehmen to go (450 Units in

vier Ländern) und Gregory's aus Griechenland (371 Units in vier Ländern).



Die zu Coca-Cola gehörende Marke «Costa Coffee» setzt auch auf Automaten und Drive-Thru-Schalter.

## Wir erleichtern Ihren Alltag.



Gastroconsult - die führenden Spezialisten für Treuhand und Beratung in der Gastronomie und Hotellerie.

Gastroconsult AG  
Solothurnerstrasse 259  
4600 Olten

Telefon 062 296 77 30  
www.gastroconsult.ch

Gastroconsult 

# Das «Murano» erhält das Label Fait Maison

Pasta, Pizza, Fisch- und Fleischgerichte, hausgemachte Pommes Frites oder Ochsenmaulsalat – das Angebot im Murano ist gross. Die Gerichte werden vor Ort frisch zubereitet oder bei regionalen Herstellern bezogen und in der Speisekarte transparent kommuniziert. Steve Vernalde, Geschäftsführer und Chefkoch, zeigt sich vom Label Fait Maison begeistert.

Was hat Sie am Label Fait Maison überzeugt?

Für mich ist und bleibt die Gastronomie ein Handwerk, bei dem wir mit unseren eigenen Händen und mit frischen Produkten arbeiten. Wenn möglich beziehen wir diese Produkte in unserer Nähe wie zum Beispiel von den Bauernhöfen der Familie Häring in Arisdorf. Als ich das Label «Fait Maison» entdeckte, war mir sofort klar, dass ich es haben will, damit unsere Gäste eine Garantie haben, für unsere handwerkliche, hausgemachte Küche.

Mussten Sie etwas umstellen zur Einführung des Labels?

Wir mussten nichts an unserer Arbeitsweise ändern, jedoch motiviert es uns, unsere Ambitionen weiterhin zu verfolgen.

Welche Produkte beziehen Sie bei regionalen Produzenten?

Wir benutzen so viel Gemüse wie möglich aus der Region, Kartoffeln für unsere Pommes Frites und Rösti, Raps für unser Öl, Obst, Weizen für Pizza, Brot und Gebäck sowie Kalb-, Schweine- und Hühnerfleisch. Die Liste ist umfangreich und ich hoffe, dass ich sie noch erweitern kann.

Welche Reaktionen bekommen Sie von Gästen?

Die Reaktionen unserer Kunden sind positiv. Sie zeigen sich manchmal von ungewohnten, neuen Geschmäckern überrascht. Aus diesem Grund ist mir der Kontakt mit den Kunden und die Erläuterung unserer Ambitionen und der

Gründe dafür sehr wichtig. Zum Beispiel werden unsere Pommes Frites aus Bintje-Kartoffeln hergestellt und in Rinderfett frittiert.



■ Steve Vernalde, Geschäftsführer im Restaurant Murano: «Die Gastronomie ist ein Handwerk, bei dem wir mit unseren eigenen Händen und mit frischen Produkten arbeiten.»

## Zertifizierte Betriebe

### Basel

Besenstiel | besenstiel.ch  
Hasenburg | hasenburg.swiss  
Kozak Buvette | altemarkthalle.ch  
Matt & Elly | matt-elly.com  
Murano | murano.ch  
Tell | zumtellbasel.ch

### Innert 30 Fahrminuten

Frohsinn, Nunningen | henz-frohsinn.ch  
Lamm, Laufen | lamm-laufen.ch  
Schlüssel, Reinach | schluessel-in-reinach.ch  
Wahlievents, Arlesheim | wahlievents.ch

### Innert einer Fahrstunde

Château de Pléjouse | cheateaudeplejouse.ch  
Hirschen, Beromünster | hirschenhotel.ch  
L'Indus, Moutier | restaurant-brasserie-indus.com  
Métropole, Delémont | restaurant-metropole.ch  
Moena Gourmet, Eglisau | moena.ch  
Peanut, St. Ursanne | peanutlodge.com  
Terminus, Porrentruy | leterminus.ch

## Das Label

Das Label «Fait Maison» wurde 2017 von GastroSuisse, Slow Food, der Genusswoche und dem Konsumentenschutzverband FRC gegründet. Ziel ist es, hausgemachte Gerichte und damit das Können der Gastronomen zu fördern, die Geschmacksvereinheitlichung zu bekämpfen, Transparenz für die Konsumenten

zu schaffen sowie die Regionalität und Saisonalität zu fördern. Das Label steht landesweit allen Arten von Gastronomiebetrieben offen und stellt die «hausgemachte» Zubereitung in den Vordergrund. Gesamtschweizerisch sind bereits 500 Betriebe zertifiziert.

[labelfaitmaison.ch](http://labelfaitmaison.ch)





## Von schlechtsitzenden Anzügen und nächtlichen Überstunden

Immer, wenn Wahlen ins Haus stehen, wächst die Flut von Vorstössen all derjenigen, die auf den Wahllisten stehen – und das waren diesen Herbst besonders viele. Bis all diese Restanzen abgearbeitet sind, ist nicht nur die Wahl vorbei, sondern wahrscheinlich auch die Weihnachtszeit – trotz diverser Nachtsitzungen.

Der Grosse Rat war in der Sommerpause und die Zeit wurde genutzt, um eine neue Abstimmungsanlage einzubauen. Und was niemand glaubte: Diese funktionierte von Anfang an klaglos. Die in der Zeit der alten Anlage gewohnten panischen Schreie «bi mir funggzioniert nit» wurden sehr selten... und führten in den meisten Fällen nur dazu, dass der Sitznachbar lakonisch anmerkte: «Du hesch au Dy Karte nit dinne».

**Es wächst die Flut von Vorstössen all derjenigen, die auf einer Wahlliste stehen.**

Was auch nach der Sommerpause blieb, war die stetig steigende Flut von persönlichen Vorstössen, beflügelt vor allem von denen, die auf einer der (ebenfalls langsam zahllosen) Listen für die Nationalratswahl kandidierten. Den Vogel schoss Brigitte Kühne (GLP) ab, die im Oktober gleich mit vier(!) Anzügen auf der Traktandenliste vertreten war. Die Anliegen betrafen die Entsigelung – und zwar von Verkehrsinseln, von Parkplätzen, von Plätzen bei Schulhäusern, kurz: Sie hätte auch nur einen Vorstoss einreichen können mit dem Titel «Basel wird entsiegelt».

Da die Vorstösse überwiesen wurden, ist deren Schicksal nicht besiegelt, sondern wird in rund zwei Jahren nochmals diskutiert. Denn so lange dauert es maximal, bis der Regierungsrat zu einem Anzug jeweils berichten muss. Vom früheren Regierungsrat Christoph Eymann ist der Spruch überliefert: «Überweisen Sie den Anzug nur; wir lassen ihn dann zwei Jahre lang gut abhängen.»

Das stärkere parlamentarische Instrument ist die Motion, denn da muss der Regierungsrat nicht nur berichten, sondern etwas tatsächlich tun. Allerdings hat er dazu dann vier Jahre Zeit, so dass es eben manchmal doch besser – oder zumindest schneller – ist, zum Anzug zu greifen, wie Regierungsrätin Esther «Timber» Keller Laurin Hoppler (GAB) belehrte.

**Überweisen Sie den Anzug nur; wir lassen ihn dann zwei Jahre lang gut abhängen.**

Hoppler wollte nämlich die Einführung mediterraner Öffnungszeiten für das Gastgewerbe und war enttäuscht, dass die Regierung das Anliegen nur als Anzug entgegennehmen wollte. Er erklärte sich dann zähneknirschend dazu bereit, nicht ohne zu mahnen: «Ich habe zwar keinen eigenen Anzug, weiss aber, dass diese sehr zerknittert sind, wenn man sie zu lang in einer Schublade lagert. Sollte dies passieren, kommen wir bald mit einer massgeschneiderten Motion.»

Lange und sehr akademisch zu reden gab ein Anzug von Christian «Gushti» von Wartburg und Lisa Mathys (beide SP), die ein neues Konzil zu Basel forderten – und zwar für Europafragen. Die Herren Jenny (FDP), Thommen (GAB) und Auderset (LDP) zeigten ihre historischen Kenntnisse und belehrten die Anzugsteller, dass das Konzil zu Basel alles andere als eine Erfolgsgeschichte war. Vor allem litt die Basler Bevölkerung, welche die Teilnehmer und deren Entourage während 18(!) Jahren durchzufüttern hatte.

Da sich Konzil und Papst mehr als uneinig waren, löste der Papst das Konzil auf und exkommunizierte diejenigen, welche trotzdem blieben, was das «Rest-Konzil» mit der Wahl eines Gegenpapstes beantwortete. Es dürfte also sehr fraglich sein, ob eine Neuauflage zu friedlichen und einvernehmlichen Lösungen führen würde, auch wenn der EU-Päpstin von der Leihen das Instrument der Exkommunikation

(heute nennt man es Cancelling) nicht zur Verfügung steht. Der Anzug wurde deshalb nach ausgiebigem Historikerstreit versenkt. Dem als Grossrat und GPK-Präsident zurücktretenden «Gushti» wird es damit nach erfolgloser Nationalratskandidatur auch verwehrt bleiben, sich als «Europa-Gegenpapst» zu profilieren.

Gerne wird bei der Beratung von persönlichen Vorstössen die Möglichkeit benutzt, dem Vordner eine Zwischenfrage zu stellen – wobei diese seltsamerweise erst am Schluss eines Votums gestellt werden darf. Da wird dann oft versucht, dem Redner nachzuweisen, dass er von der Materie nur wenig Ahnung hat. Was allerdings schief geht, wenn man wie Daniel Sägesser (SP) am Mikrofon plötzlich nicht mehr weiss, was man eigentlich fragen wollte.

Die vielen – oft erkennbar wahlkampfbedingten – persönlichen Vorstösse und Interpellationen führten dazu, dass die Traktandenliste weder im September noch im Oktober abgearbeitet werden konnten, und dies trotz oft quälend langweiligen Nachtsitzungen. Dem sichtbar genervten Plenum kam Grossratspräsident Bülent Pekerman mit dem Versprechen entgegen, im November ganz sicher keine solchen Überstunden zu verordnen.

Da am 13. Dezember der Morgen des Sitzungstages freigegeben werden soll für den Fall, dass Beat Jans auf dem SP-Ticket zur Bundesratswahl steht, dürfte es fraglich sein, ob der Rat noch im alten Jahr alle Restanzen abarbeiten kann. Nicht so schlimm ist das im Fall einer Interpellation von Tim Cuénod (SP), der die Öffnung des Gartenbades St. Jakob bis in den Oktober fordert. Bis dahin ist ja noch etwas Zeit...

\*Diese Definition verwendete alt Grossrat Giovanni Nanni jeweils für den Grosse Rat, ähneln die Sitzungen doch oft den Sandkastenkämpfen um «Schüfeli und Kesseli». In dieser Rubrik berichtet ein nicht ganz unbekannter Volksvertreter regelmässig und nicht ganz humorfrei aus den Debatten des Basler Parlaments.



## Als GastroSuisse-Mitglied profitieren Sie von Vorzugskonditionen bei folgenden Partnern und im GastroSuisse Onlineshop:

Schweiz Tourismus.



Gratis Restaurant-Eintrag (Wert CHF 500.–) auf der grössten Gastronomie-Plattform der Schweiz auf MySwitzerland.com.



Erhalten Sie die AVIA-Karte für rund 550 Tankstellen kostenlos und sparen Sie 6.5 Rappen pro Liter. Neu profitieren auch die Mitarbeitenden mit einer Privatkarte von den Spezialkonditionen. Ausserdem gratis Pannendienst in ganz Europa.



Beantragen Sie die kostenfreie Tankkarte von Shell und sparen Sie bis 6.5 Rappen pro Liter. Sie erhalten zudem 20 % Rabatt auf alle Einzel-Autowäschen an den Shell Stationen.



Profitieren Sie von bis zu 35 % Rabatt auf die gängigsten Büromaterialien. Gratis Lieferung am Folgetag und kein Mindestbestellwert.

Alle Vergünstigungen im Detail finden Sie hier:



Nets Schweiz bietet die passende Payment-Lösung für Ihr Gastro- oder Hotellerie Unternehmen. Nutzen Sie die exklusiven Konditionen und massgeschneiderten Angebote für Zahlkartenterminals und Acquiring.



Erhalten Sie Zugriff auf das grösste HP Sortiment der Schweiz – mit Tiefstpreisgarantie: Profitieren Sie von einem Basisrabatt von 10 – 30 % sowie von monatlichen Spezialangeboten mit bis zu 50 % Rabatt.



Als GastroSuisse-Mitglied erhalten Sie 10 % auf die SUI SA-Gebühren beim Tarif GT H.



Machen Sie bei Opel Gebrauch von dem Flottenrabatt und zusätzlichen Promotionen.

édition gastronomique 

Bis zu 50 % Rabatt auf ausgewählte Angebote im GastroSuisse Onlineshop.

# Stadtbelebungsfonds: «Wir sind Ermöglicher»

Mit einem Budget von 6 Millionen Franken bis 2030 fördert der Stadtbelebungsfonds private Projekte, welche die Basler Innenstadt beleben. Fondsverwalter Thomas Bretscher erläutert die Vision und Arbeitsweise des Fonds.

Was genau ist der Stadtbelebungsfonds und welches sind seine Ziele?

Thomas Bretscher: Der Stadtbelebungsfonds ist ein Schlüsselinstrument, um die Innenstadt von Basel als attraktiven Ort zum Ausgehen, Einkaufen und für den Tourismus zu fördern. Mit einem Budget von 6 Millionen Franken bis 2030 unterstützen wir private Projekte und Aktionen, welche die Lebensqualität und das wirtschaftliche Potenzial der Innenstadt steigern. Ziel ist es, mit tollen, innovativen und spannenden Projekten die Besucherfrequenz zu erhöhen.

Wer sind die Köpfe hinter dem Fonds und wie arbeiten sie zusammen?

Der Fondsrat, welcher durch den Regierungsrat gewählt wird, setzt sich aus Kantonsvertretern, Fachleuten aus Gewerbe, Handel und Tourismus sowie Fachleuten für nachhaltige Entwicklung zusammen. Damit wird sichergestellt, dass Projekteingaben von diversen Seiten beleuchtet und beurteilt werden.

Unser Fondsrat besteht aus engagierten Persönlichkeiten wie Lukas Ott, Reto Baumgartner, Maurus Ebner, Letizia Elia, Miriam Frey, Tanja Klein, Catherine Leonhardt, Luca Olivieri und Sibylle Wälty. Wir treffen uns viermal jährlich, um die eingereichten Projekte zu diskutieren und Entscheidungen über die Finanzierung zu treffen.

Welche Art von Projekten können eingereicht werden und wie wird über die Vergabe der Mittel entschieden?

Jeder und jede mit einer Idee, welche der Zielsetzung des Fonds entspricht, kann ein Projekt einreichen. Die Projekte sollten innovative Ansätze verfolgen und mit den Nachhaltigkeitsbestrebungen des Kantons im Einklang stehen.

Die Regierung des Kantons Basel-Stadt entscheidet über die finanzielle Unterstützung für Projekte, welche die geforderten Punkte erfüllen und vom Fondsrat empfohlen werden. Mindestens 30 Prozent der Projektkosten müssen dabei von den Gesuchstellerinnen und Gesuchstellern getragen werden.

Können Sie bereits unterstützte Projekte nennen?

Wir haben die Projekte auf der Website des Stadtbelebungsfonds aufgelistet. Einige Beispiele sind das «Theaterplatz-Quartier», die «Saisonöffnung Spalenbergwärts» oder auch das «Basel Film Music Festival» und die «Schweizerische Samenbörse».

Wichtig ist uns, dass wir eine möglichst grosse Vielfalt ermöglichen. Die Projekte tragen wesentlich zur Belebung der Innenstadt bei und

schaffen einzigartige Erlebnisse für Bewohnerinnen und Bewohner sowie die Besuchenden.

Welche langfristigen Auswirkungen erhoffen Sie sich durch die Unterstützung privater Initiativen auf die Wirtschaft und das soziale Gefüge der Stadt?

Durch die Förderung privater Initiativen können wir als Ermöglicher agieren, um die Innenstadt lebendiger und attraktiver zu machen. Dies wird nicht nur die lokale Wirtschaft ankurbeln, sondern auch das Gemeinschaftsleben bereichern und Basel als attraktives Ziel für Besucherinnen und Besucher sowie Bewohnerinnen und Bewohner gleichermaßen positionieren.

Dieser Artikel erschien zuerst in den «KMU News» des Gewerbeverbands Basel-Stadt.

## So reichen Sie Ihr Gesuch ein

Der Fondsrat trifft sich vier Mal jährlich zu einem beratenden Meeting. Beitragsgesuche müssen spätestens 6 Wochen vor den jeweiligen Fondsrat-Meetings per Mail an die Fondsverwaltung eingereicht werden. Fristgerecht eingereichte Gesuche werden anlässlich des entsprechenden Meetings behandelt. Die Prüfung und der definitive Entscheid können danach bis zu 6 Monate dauern. Beachten Sie die Fristen bei der Planung und Realisierung Ihres Projektes. Eine nachträgliche Finanzierung ist nicht möglich. Über die Verwendung von Geldern aus dem Stadtbelebungsfonds entscheidet der Regierungsrat auf Empfehlung des Fondsrats.

[www.entwicklung.bs.ch/stadtbelebungsfonds.html](http://www.entwicklung.bs.ch/stadtbelebungsfonds.html)



Thomas Bretscher: «Der Stadtbelebungsfonds fördert die Innenstadt als attraktiven Ort zum Ausgehen, Einkaufen und für den Tourismus.»

Restaurants und  
Bars in Basel entdecken.

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



# natura

bio  
Aus einer  
Hand



## Das Bio-Sortiment zum Profipreis

[transgourmet.ch/natura](https://transgourmet.ch/natura)