

UNSERE THEMEN

Wer finanziert die Preisoffensive von Coop?	2
Nagelkosmetik ist ein Hygienesisiko	3
Bundesgericht: Passivrauchen ist keine Berufskrankheit	4
Auswirkungen von Unwetterschäden auf Arbeitsverhältnisse	5
Basel wird zum Logiernächte-Millionär	6
Volk will schlanken Staat	10
Satellitenkonto Tourismus: Enorme Bedeutung bestätigt	13
Verkaufpsychologie: Speisekarten-Tricks erhöhen den Umsatz	14
Rauchverbot ab April 2010	15

Impressum

Unser MitgliederMagazin erscheint sechsmal jährlich.
Auflage dieser Ausgabe: 1700

Herausgeber

Wirtverband Basel-Stadt
info@baizer.ch

Basler Hotelier-Verein
kontakt@basler-hoteliere.ch

Redaktion

Maurus Ebnetter, Binningen
ebnetter@baizer.ch

Gestaltung

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

Druck

Druckerei Stocker, Allschwil
info@spezialdruck.ch

Lebensmittelpreise werden weiter steigen

Knappheit statt Überproduktion

So sieht eine Studie des Gottlieb-Duttweiler-Instituts die Zukunft: Der globale Bedarf an Nahrung wächst rasant, während gleichzeitig die Ernteerträge sinken. Die Preise für Agrarrohstoffe und Öl steigen. Die Zeiten des sorglosen, verschwenderischen Konsums sind vorbei. Qualitätsprodukte aus regionaler und naturnaher Produktion boomen, doch möglicherweise werden sie bald nur noch den Zahlungskräftigen zugänglich sein.

Auf der Welt gibt es mehr übergewichtige als unterernährte Menschen. Einer Milliarde «Dickken» stehen 800 Millionen Hungrige gegenüber. Für David Bosshart und Mirjam Hauser vom GDI ist das keine Überraschung. Im neuen «Food Trends

«Der Markt für Essen und Getränke wird sich drastisch verändern.»

Report» zeigen sie auf, wie sich in westlichen Gesellschaften zwei Konsumententypen herausbilden: Die einen können sich frische und gesunde Lebensmittel leisten, die anderen nur standardi-

sierte Lebensmittel mit Zusatzstoffen und hohem Zuckergehalt.

Die Weltmarktpreise für Früchte und Gemüse sind zwischen 1985 und 2000 um vierzig Prozent gestiegen, während zucker- oder glutamathaltige Lebensmittel wie Chips, Kekse oder Softgetränke um einen Viertel billiger wurden. In den USA werden frische Lebensmittel von einigen Mittelstandsfamilien bereits als Luxusprodukte betrachtet.

Wir haben uns daran gewöhnt, dass eine Riesenauswahl von Lebensmitteln stets zu erschwinglichen Preisen verfügbar ist. **Weiter auf Seite 2**



■ Für einen Dollar kann man 1200 Kalorien in Form von Kartoffelchips kaufen, aber nur 250 Kalorien in Form von frischen Karotten.

Die Basler Gastronomie
auf einen Klick!

www.basel-restaurants.ch

Online-Markt für das
Schweizer Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

Fortsetzung von Seite 1 Deshalb essen wir, wann und wo immer es uns gefällt. Das traditionelle Mahlzeitschema wird durchbrochen. Leider führt die totale Verfügbarkeit auch dazu, dass der Durchschnittskonsument den Lebensmitteln keine grosse Wertschätzung mehr entgegen bringt: Etwa ein Drittel aller in Supermärkten gekauften Esswaren wird weggeworfen!

Die Grossverteiler müssen immer grössere Einkaufsvolumen erreichen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Um die tiefen Preise zu halten, müssen Lebensmittel mit Konservierungsstoffen möglichst lagerfähig gemacht werden. Doch die Epoche des billigen Öls, des billigen Transports und der billigen Dünger neigt sich dem Ende zu. Der Klimawandel beziehungsweise die dadurch verursachten Ernteschwankungen sowie die steigende Nachfrage aus Schwellenländern tragen ebenfalls dazu bei, dass Fleisch- und Milchprodukte, aber selbst Grundnahrungsmittel wie Reis, immer knapper und teurer werden.

Nach Ansicht von Bosshart und Hauser wird sich der Markt für Essen und Getränke drastisch verändern. Angesichts der knappen Rohstoffe, der steigenden Preise und einem wachsenden Gesundheits-, Umwelt- und Sozialbewusstsein seien die Anbieter gezwungen, nachhaltigere Wege zu beschreiben. Nahrung als wichtigstes Grundbedürfnis ist für den Menschen eine höchst emotionale Angelegenheit, ebenso die Kultur, die damit einhergeht. Gewinner unter den Anbietern werden diejenigen sein, denen die Konsumenten uneingeschränkt vertrauen.

Food Trends Report

Wie reagieren Menschen und Märkte auf die zunehmende Knappheit und die steigenden Preise von Lebensmitteln? Werden ungesunde Lebensmittel verboten? Was werden die wichtigsten Innovationen in Industrie, Handel und Gastronomie sein? Wer sind die Gewinner und Verlierer im Kampf um Mägen und Moral? Solche Fragen versucht die neueste GDI-Studie zu beantworten.

David Bosshart, Mirjam Hauser:
European Food Trends Report 2009-2014
www.gdi.ch

Arme Übergewichtige

In den USA ist Übergewicht ein typisches Unterschichtenmerkmal. Auch bei uns sind wir auf dem Weg dahin, die Dicken automatisch als wenig leistungsfähig und wenig leistungsbereit zu sehen. Studien deuten darauf hin, dass Armut auch körperliche Auswirkungen hat, am sichtbarsten in der Form von Übergewicht und schlechten Zähnen. Fehlernährung ist ein häufiger Grund: Zu süsses, zu fettes, zu einseitiges Essen, Konservennahrung und Fast Food. Übergewicht wird zunehmend zu einem Hindernis auf dem Arbeitsmarkt, weil das äussere Erscheinungsbild immer wichtiger wird. Selbst in einfachsten Berufen gelten die Fitten und Flexiblen als das Ideal.

Was Hotelgäste erwarten

Das Meinungsforschungsinstitut TNS Infratest befragte mehr als 1300 Hotelgäste in Deutschland zu ihren Erwartungen. Zu den erwarteten Kernkompetenzen von Hotels zählen Dusche/Bad und WC (Platz 1), ruhiges Schlafen (2) und Frühstücksbuffet (3). Ausstattungsmerkmale wie Fernseher (4), Zimmergrösse (5) und äussere Erscheinung (6) werden von den Hotelbesuchern darüber hinaus als besonders wichtig angesehen. Die grössten Veränderungen zu früheren Umfragen gab es bei Kriterien rund um das Thema Wohlfühlen (Hallenbad, Sauna, Dampfbad, Nichtraucherzimmer).

Basel in Miami

Seit sechs Jahren gastiert die Kunstmesse Art Basel in Miami. Eine ideale Plattform also, um unsere Stadt in den USA als Reiseziel bekannt zu machen. Einer der stärksten Fernsehsender Floridas, WPLG Miami, strahlte einen halbstündigen Bericht über die Messe und deren Heimat Basel aus. Basel Tourismus war erneut mit einem Stand an der Messe und mit weiteren Aktivitäten präsent.

Mehrwertsteuer auf Eintrittsgeldern

Eintrittspreise für sportliche und kulturelle Veranstaltungen sind nicht mehrwertsteuerpflichtig, bedingen jedoch eine entsprechende Korrektur des Vorsteuerabzuges. Sofern der Eintrittspreis noch eine andere Dienstleistung enthält, zum Beispiel ein Gratisgetränk bei einem Eintritt in eine Disco, gilt eine spezielle Regelung: Wenn der Wert der zusätzlichen Dienstleistung (das Getränk) weniger als zehn Prozent des Totalpreises ausmacht, ist der gesamte Betrag von der Mehrwertsteuer befreit, liegt er jedoch über zehn Prozent des Gesamtpreises, ist der Totalbetrag mehrwertsteuerpflichtig.

Dancing-Eintritt CHF 10

Nicht mehrwertsteuerpflichtig, da kulturelle Veranstaltung.

Disco-Eintritt CHF 15

inklusive 1 Mineral im Wert von CHF 6

Der gesamte Betrag ist mehrwertsteuerpflichtig, da Zusatzleistung mehr als zehn Prozent ausmacht.

Konzert-Eintritt CHF 85

inklusive 1 Glas Wein im Wert von CHF 7

Nicht mehrwertsteuerpflichtig, da Zusatzleistung weniger als zehn Prozent ausmacht. Auf der Summe des Warenwertes kann jedoch kein Vorsteuerabzug geltend gemacht werden!

Wer finanziert die Preisoffensive von Coop?

Coop hat anfangs Jahr seine Verkaufspreise auf mehr als 600 Markenartikel um durchschnittlich zwölf Prozent gesenkt. Zahlreiche dieser Artikel spielen auch in der Gastronomie eine wichtige Rolle, z.B. Feldschlösschen Bier und Coca Cola. Der Grossverteiler wird seine Marktmacht als wichtigster Absatzkanal für Markenartikel nutzen, um die Einstandspreise zu drücken. Die aggressive Preisstrategie wird also – trotz anderer Behauptungen – grösstenteils von den Lieferanten finanziert werden. An diesem Punkt wird es für das Gastgewerbe gefährlich, denn diese werden sich möglichst schadlos halten wollen. Die Gefahr ist riesengross, dass letztlich kleine Wirte und die wenigen unabhängigen Gastronomielieferanten die Zeche über höhere Einstandspreise bezahlen.

Bei Coop stellt man sich offensichtlich auf «deutsche Zustände» ein. David Bosshardt vom Gottlieb-Duttweiler-Institut kommentiert die aktuelle Entwicklung denn auch wie folgt: «Die wahre Revolution wird nicht die des Preises sein, ... son-

dern die der Art der Kooperation: weniger Konsens, mehr Konflikt.» Das kann uns nicht egal sein, denn ausbaden werden diese Konflikte mit grosser Wahrscheinlichkeit die kleinen und mittleren Gastwirtschaftsbetriebe.

Die Preisunterschiede sind störend – und sie vergrössern sich laufend. Typische Gebindegrössen des Detailhandels (z.B. 50 und 150cl Einweg) werden preislich gegenüber Gastronomiegebinden (z.B. 33 und 100cl Mehrweg) immer stärker bevorzugt. Wir haben unseren Dachverband aufgefordert, die aktuelle Entwicklung zu beobachten und negative Auswirkungen auf unsere Branche zu verhindern. Dabei dürfen wir notfalls auch vor Boykottaufrufen, Inseratkampagnen oder der Einschaltung der Wettbewerbsbehörden nicht zurück schrecken!



Josef Schüpfer
Präsident Wirtverband
Basel-Stadt

Nagelkosmetik ist ein Hygienerisiko

Das Tragen von künstlichen Nägeln, Nagelverstärkungen oder Nagelschmuck für Küchen- und Pflegekräfte sei nicht zu verantworten, meinte Professor Dr. Dieter Bödecker, Hygieneberater für Alters- und Pflegeheime, bei einem Vortrag am Hygieneforum der Fachzeitschrift «Rationelle Hauswirtschaft».

Vor allem bei jungen Erwachsenen sind künstliche Fingernägel, Nagelverstärkungen und Nagelschmuck beliebt. Sichtbar ist dieser Trend auch an der grossen Anzahl an Nagelstudios, die es nahezu in jeder Ortschaft hierzulande gibt.

«Vor Kontakt mit Desinfektionsmitteln wird ausdrücklich gewarnt.»

Bei einer Nagelmodellage werden die Nägel mit Hilfe von Gel, Fiberglas und Seide oder Acryl künstlich verlängert und verstärkt, bei Nagelschmuck zusätzlich Verzierungen aufgemalt oder Strasssteine aufgeklebt. Künstliche Nägel werden aufgeklebt. Zur Vorbereitung derartiger Kunstwerke wird der Naturnagel meist geschliffen oder aufgeraut. Wird dabei nicht ausreichend hygienisch gearbeitet, kann eine Infektion mit einem Nagelpilz oder einem Bakterium die Folge sein. Da das Keratin der Nagelplatte nach der Modellage keinen Kontakt mehr mit der Luft hat, wird der Naturnagel durch die Kosmetik geschwächt. Die aufgeraute Oberfläche wird empfänglich für eine Besiedlung mit Keimen. Sichtbar werden kann dies als durchscheinende Verfärbung unter der Nagelkosmetik.

Vor Kontakt mit Desinfektionsmitteln, die möglicherweise mit den Harzen oder Gelen reagieren,

wird ausdrücklich gewarnt. Personen, die von Berufs wegen eine regelmässige Händehygiene durchzuführen haben, empfiehlt Bödecker deshalb, auf künstliche Fingernägel, Nagelverstärkungen oder Nagelschmuck zu verzichten. Die Wahrscheinlichkeit von Keimbildungen durch

die Verletzung des Nagels sei viel höher als bei Naturnägeln und deshalb aus hygienischer Sicht nicht akzeptabel. Um eine spätere Diskussion zu vermeiden, rät der Experte, Mitarbeiter bereits bei der Einstellung auf einen Verzicht von aufbauender Nagelkosmetik zu verpflichten.



■ Vor allem bei jungen Erwachsenen beliebt: Künstliche Fingernägel und Nagelschmuck.

An advertisement for Basler Wasser. The central image shows a blue dragon with a crown-like crest and a long, segmented tail. The dragon is holding a clear glass bottle of Basler Wasser in its mouth. The bottle has a label with the dragon's head and the text 'BASLER WASSER'. The background is a soft, blurred green and yellow. Text is overlaid on the image.

Seit Ewigkeiten

Seit einem Jahrzehnt

In einer Zeit, als der sagenumwobene Basilisk bei uns noch kein Symbol für Schutz und Sicherheit war, floss im Baselbieter Jura schon hochwertiges und reines Wasser. Seit zehn Jahren wird dieses erfrischende Trinkwasser in Glasflaschen abgefüllt und mit prickelnder Kohlensäure angereichert.

Die Zeit war reif, das begehrte Basler Wasser aus unserer Region mit seinem neutralen Geschmack in ein unverwechselbares Gewand zu hüllen.

Mehr unter www.baslerwasser.ch

IWB
WASSERWERKE

Die Schweiz gehört zum Schengen-Raum

Am 12. Dezember 2008 begann die operationelle Zusammenarbeit der Schweiz und der EU im Rahmen der Assoziierungsabkommen von Schengen und Dublin. Für viele ausländische Mitarbeiter hat dies Auswirkungen.

Angehörige von Drittstaaten (ausserhalb der EU und EFTA) erhalten neu einen fälschungssicheren und Schengen-kompatiblen Ausländerausweis im Kreditkartenformat. Damit dieser ausgestellt werden kann, ist eine persönliche Vorsprache beim Einwohneramt unter Vorlage eines gültigen Reisepasses zwingend. Eine ausschliesslich schriftliche Abwicklung ist nicht mehr möglich. Weil der neue Ausländerausweis zentral hergestellt wird, ist eine direkte Ausstellung am Schalter nicht mehr möglich. Es ist mit einer Zustellfrist von mehreren Tagen zu rechnen.

«An der Grenze wird es weiterhin Zollkontrollen geben.»

Die bestehenden Ausländerausweise behalten die Gültigkeit bis zum Ablaufdatum. Gegen eine Gebühr können alte Ausweise ab März in neue umgetauscht werden, wobei hier mit längeren Zustellfristen zu rechnen ist. Der neue Ausländerausweis berechtigt zusammen mit einem gültigen Reisepass zur visumsfreien Reiselätigkeit im gesamten Schengen-Raum. Die Schweiz stellt seit dem 15. November 2008 Schengen-Visa aus, die in der Regel für den ganzen Schengen-Raum gelten.

Staatsangehörige aus EU- und EFTA-Ländern und Mitglieder ihrer Familien erhalten keinen neuen Ausländerausweis. Die Grenzgämbewilligung bleibt vorerst in bisheriger Form bestehen. Weil die Schweiz nicht Mitglied der europäischen Zoll-

union ist, wird es an der Grenze weiterhin Zollkontrollen geben. Personenkontrollen erfolgen jedoch nur noch stichprobenartig.

www.bfm.admin.ch



■ Angehörige von Drittstaaten erhalten einen neuen Ausländerausweis.

Bundesgericht: Passivrauchen ist keine Berufskrankheit

Wer bei der Arbeit durch unfreiwilligen Passivrauch eine Bronchitis davonträgt, kann dies nicht als Berufskrankheit geltend machen. Das hielt das Bundesgericht in einem Entscheid fest.

Ausgangslage war die Klage eines Projektleiters, der sich bei der Suva mit einer chronischen Bronchitis meldete, die sich durch Tabakrauchexposition in den Räumen des Arbeitgebens, bei welchem er 32 Jahre gearbeitet hatte, entwickelt habe. Die Versicherung holte daraufhin Stellungnahmen bei Fächärzten ein und verneinte eine Leistungspflicht, weil die Voraussetzungen für eine Berufskrankheit nicht vorlägen. Die dagegen erhobene Einsprache lehnte die Suva ab, und auch das kantonale Verwaltungsgericht gewährte dem Patienten keine Unterstützung. Es sei nicht nachgewiesen, dass die berufliche Tätigkeit ausschliesslich oder stark überwiegend zu einer chronischen Bronchitis geführt habe. Das Bundesgericht schloss

die Annahme einer Berufskrankheit ebenfalls aus. Es gebe keinen Beweis eines qualifizierten Kausalzusammenhangs zwischen Passivrauchen und einer chronischen Bronchitis.



Gegenwart und Zukunft der gastgewerblichen Berufe

Im Ausbildungszentrum von GastroBaselland fand am 21. Januar eine Informationsveranstaltung statt. Unsere Schwestersektion und das Berufsbildungsamt beschäftigten sich mit der Entwicklung der gastgewerblichen Berufe. Der Anlass stand netterweise auch interessierten Besuchern aus Basel-Stadt offen. Ziel war es, Tendenzen zu erkennen und einzuschätzen.

Der Nachmittag diente auch dem Erfahrungsaustausch und der besseren Vernetzung der Bildungspartner. Kurzreferate von Verbands- und Amtsvertretern gaben Einblick in die bestehenden Möglichkeiten der Berufsbildung. Frau Gassmann von McDonald's skizzierte eine weitere mögliche Entwicklung bei den gastgewerblichen Berufen. Beim anschliessenden Apéro standen die Referentinnen und Referenten für Fragen und Anregungen zur Verfügung.

www.gastro-baselland.ch

Auswirkungen von Unwetterschäden auf die Arbeitsverhältnisse

Kann ein Wirt seinen Mitarbeitenden Ferien anordnen, wenn die Zufahrtsstrassen aufgrund von Unwettern nur schwer passierbar ist, so dass die Gäste völlig ausbleiben, die Mitarbeitenden den Betrieb jedoch erreichen und ihre Arbeit erbringen können?

Grundsätzlich hat der Mitarbeitende nur Anspruch auf Lohn, wenn er dafür seine Arbeitsleistung erbringt oder auf Lohnersatz, wenn er aus Gründen, die in seiner Person liegen, unverschuldet an der Arbeitsleistung verhindert ist. Liegt der Grund dafür, dass er seine Arbeitsleistung nicht erbringen kann, beim Arbeitgeber, hat dieser ihm den Lohn dennoch zu bezahlen (Arbeitgeberverzug).

«Zwangsferien oder Kurzarbeit können angeordnet werden, wenn dadurch längerfristig die Arbeitsplätze erhalten bleiben.»

Verunmöglicht eine Betriebsstörung vorübergehend das Arbeiten, hat der Arbeitgeber den Lohn für die ausfallende Arbeit zu bezahlen, weil solche Störungen zum Unternehmerrisiko gehören. Ist jedoch aus Gründen, die der Arbeitgeber nicht zu vertreten hat, nicht genug Arbeit da, um alle Mitarbeitenden voll zu beschäftigen, dürfen Zwangsferien oder Kurzarbeit angeordnet werden, wenn dadurch längerfristig die Arbeitsplätze erhalten bleiben.

Können Mitarbeitende aufgrund eines besonderen Ereignisses (z.B. Erdbeben) nicht zur Arbeit erscheinen, weil wichtige Strassenverbindungen gesperrt sind, der Betrieb selber jedoch unversehrt ist, liegt der Grund der Arbeitsverhinderung nicht beim Mitarbeitenden, sondern in einem objektiven Hindernis. In solchen Fällen besteht keine Lohnfortzahlungspflicht des Arbeitgebers. Um Härtefälle zu vermeiden, kann mit den Mitarbeitenden die Kompensation von Überstunden vereinbart werden.

Wenn ein Betrieb für eine gewisse Zeit nicht benutzt werden kann (z.B. weil er unter Wasser steht), die Mitarbeitenden den Betrieb jedoch ohne weiteres erreichen und ihre Arbeit grundsätzlich erbringen können, muss der Lohn weiter gezahlt werden. Mitarbeiter dürfen vorübergehend für Aufräumarbeiten herangezogen werden. Der Arbeitgeber darf auch die Kompensation von Überstunden oder den Bezug von Feiertagen anordnen.

Bleiben die Gäste aus, weil wichtige Strassenverbindungen unpässierbar sind, der Betrieb selbst und die Mitarbeitenden aber einsatzfähig wären, gerät der Arbeitgeber möglicherweise in einen so grossen finanziellen Engpass, dass er diesen nur durch Entlassungen abfedern kann. Deshalb darf er seiner ganzen Belegschaft oder einzelnen Abtei-

lungen kurzfristig Zwangsferien anordnen, wenn absehbar ist, dass in einem späteren Zeitpunkt wieder genügend Arbeit da ist, um alle Mitarbeitenden voll zu beschäftigen. Mitarbeitende, die feste Ferienpläne für einen späteren Zeitpunkt haben, müssen die Zwangsferien trotzdem nehmen. Im Zeitpunkt der geplanten Ferien muss ihnen der Arbeitgeber dann zumindest einen unbezahlten Urlaub gewähren.

Nicht gezwungen werden können die Mitarbeitenden hingegen zu Zwangsferien, die den Ferienanspruch übersteigen. Bei längerfristigen Auftragsrückgängen oder Arbeitsausfällen empfiehlt es sich deshalb für den Arbeitgeber, für die Zeit, welche die Ferienansprüche der Mitarbeitenden übersteigt, Kurzarbeit anzuordnen.

Da Kurzarbeit auch Lohnreduktion bedeutet, kann sie grundsätzlich nur mit Zustimmung der Mitarbeitenden angeordnet werden. Um spätere Probleme zu vermeiden, empfiehlt es sich, diese Zustimmung

schriftlich einzuholen. Der Arbeitgeber muss die geplante Kurzarbeit bei der zuständigen kantonalen Arbeitsstelle schriftlich melden.

Während der Dauer der Kurzarbeit hat der Arbeitgeber zudem die vollen gesetzlichen und vertraglich vereinbarten Sozialversicherungsbeiträge zu entrichten. Mitarbeitende, die in einem befristeten oder gekündigten Arbeitsverhältnis stehen, auf Abruf oder temporär eingestellt sind oder eine Ausbildung absolvieren, haben keinen Anspruch auf Kurzarbeitsentschädigung. Weitere Informationen zur Kurzarbeit erteilen die zuständigen Arbeitslosenstellen.

www.treffpunkt-arbeit.ch

Quelle: Rechtsdienst GastroSuisse



■ Verunmöglicht eine Betriebsstörung vorübergehend das Arbeiten, hat der Arbeitgeber den Lohn für die ausfallende Arbeit zu bezahlen.

Historisches Spitzenresultat

Basel wird zum Logiernächte-Millionär

Der Basler Tourismus erzielte im Jahr 2008 ein historisches Spitzenresultat. Zum ersten Mal wurde die Marke von einer Million Hotel-Logiernächten überschritten. Die Destination Basel gehört damit zu den touristischen Schwergewichten der Schweiz.

Basel konnte im vergangenen Jahr eine Zunahme um 6.9 Prozent auf 1'008'913 Übernachtungen verzeichnen. Die Überschreitung der Millionengrenze ist symbolträchtig. Nur Zürich, Genf, Zermatt und in gewissen Jahren Luzern konnten sich bisher zu den «Millionen-Metropolen» zählen.

Im ersten Quartal konnte die Tourismusstadt Basel einen Zuwachs von 7.6% notieren. Noch dynamischer entwickelten sich die Monate Mai, Juli und August, welche alle ein zweistelliges Wachstum verzeichneten. Diese Monate profitierten vermutlich von Verdrängungseffekten der Euro 2008. Der Austragungsmonat Juni hingegen wies nur ein moderates Wachstum von 4.3% auf. Im zweiten Semester verlangsamte sich das Wachstum, doch einzig im November wurde ein kleines Minus verzeichnet, was mit dem Messekalender zusammenhängen dürfte (Igeho).

Der Freizeittourismus konnte weiter zulegen. Dies geht aus dem erhöhten Auslastungsgrad an den Wochenenden hervor. So hat die Zimmerbelegung unter der Woche um 0.4 Prozentpunkte auf 70.4% abgenommen, während sie am Wochenende um einen Prozentpunkt auf 50.8% stieg. Das diesjährige Rekordergebnis ist also vor allem auf den erneut angewachsenen Freizeittourismus zurückzuführen.

Die Zahlen beeindrucken auch im Mehrjahresvergleich. So konnten die Logiernächte seit 2002

um 61% gesteigert werden, was deutlich über den Werten der anderen Schweizer Städte liegt. Die Gründe sind in der positiven Entwicklung der regionalen Konjunktur, dem starken Messe- und Kongresstourismus, dem Ausbau der Billigflieger sowie publikumswirksamen Anlässen (z.B. Tutanchamun, Davidoff Swiss Indoors, Basel Tattoo) zu suchen. Die Strategie von Basel Tourismus, sich auf die Ge-

winnung zusätzlicher Freizeitgäste zu fokussieren, hat sich ausgezahlt.

Die dynamische Tourismusedwicklung erreicht auch für die Basler Volkswirtschaft einen neuen Stellenwert. Die direkte und indirekte Wertschöpfung des Fremdenverkehrs generiert jährlich eine Wertschöpfung von *Weiter auf der nächsten Seite*



■ Basel gehört nun zum Club der Logiernächte-Millionäre. Das Rekordergebnis ist vor allem auf den erneut angewachsenen Freizeittourismus zurückzuführen.

Gastro Express

www.gastro-express.ch

Der kostenlose Online-Marktplatz für die Schweizer Gastronomie und Hotellerie



Gastgewerbliche Liegenschaften



Occasionsgeräte



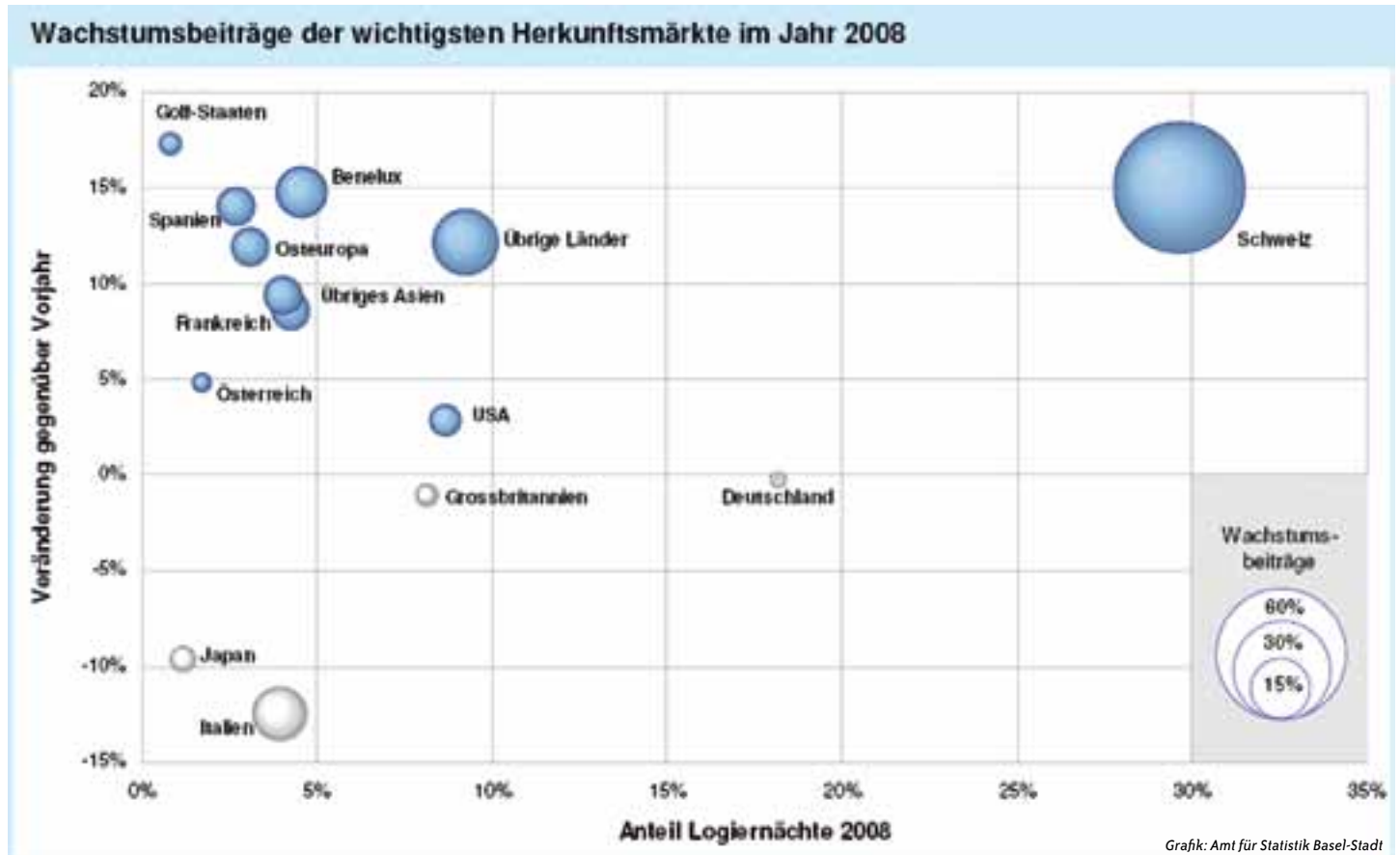
Stellenangebote und Stellengesuche



Fortsetzung von Seite 6 über einer Milliarde Franken. Gemäss Schätzungen der BAK Basel hängen rund 10'000 Arbeitsplätze vom Incoming-Tourismus ab. Die zahlreichen Gäste tragen mit ihrem Ausgabeverhalten dazu bei, dass Investitionen in kulturelle Angebote, die Gastronomie, Events und in die allgemeine Infrastruktur einfacher rentieren. Nicht zuletzt profitieren auch die ortsansässigen Grosskonzerne vom positiv gewandelten Stadtbild im härter werdenden Kampf um die besten Arbeitskräfte.

Innerhalb von kurzer Zeit haben sich die Vorzeichen für die Tourismusindustrie aufgrund des schwächeren Euro-Wechselkurses und der weltweiten Verunsicherung erheblich verändert. Die Basler Tourismuswirtschaft ist aber gut auf die konjunkturelle Abkühlung vorbereitet. Einerseits sind wichtige Investitionen in die touristische Infrastruktur getätigt worden, andererseits hat Basel Tourismus eine Marktdiversifizierung vorgenommen und neue Länder wie Indien oder Japan angesprochen. Zudem hat sich die Region mit dem

Claim «Basel – Culture Unlimited» stärker im Freizeitsegment positioniert. Entgegen der nationalen Prognose des SECO (minus 3%) prognostiziert Basel Tourismus daher das erneute Erreichen der Millionengrenze – dies aufgrund der oben erwähnten Sachverhalte, dem traditionell stärkeren geraden Messejahr sowie der grossen Publikumswirkung der Van Gogh-Ausstellung im Kunstmuseum.



Die wichtigsten Märkte

Der deutliche Zuwachs der Hotelübernachtungen ist neben der steigenden Binnennachfrage zu einem grossen Teil auch der anziehenden Nachfrage aus dem europäischen Ausland zu verdanken. Der Tourismus am Rheinknie war seit jeher stark europaorientiert. Die europäische Kundschaft machte 2008 rund drei Viertel der ausländischen Nachfrage aus. Auf ihr Konto gingen 2.6 % mehr Übernachtungen als ein Jahr zuvor.

Die Herkunftsstruktur der Touristen zeigt ein international breit gestreutes Besucherfeld, wobei die herausragende Bedeutung der deutschen Gäste mit 18.2% Marktanteil augenfällig ist. Die von ihnen verbuchte Logiernächtezahl ging im Vergleich zum Vorjahr um 0.2% leicht zurück. Der schwache Euro, der einen Besuch in Basel verteuert, verhinderte wohl ein besseres Abschneiden in diesem Segment. Dies scheint aber bei den Gästen aus Frankreich nicht der Fall zu sein. Die Verbindung

mit dem TGV von Paris nach Basel macht sich offensichtlich bezahlt: Die Gäste aus Frankreich verzeichneten 8.6% mehr Logiernächte als 2007.

Eine Analyse der potenziellen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb Europas zeigt, dass die Gästeübernachtungen aus Osteuropa durchwegs hohe Zuwächse im Vergleich zum Vorjahr erbrachten. Mit Ausnahme von Weissrussland, Rumänien, Slowakei und Ungarn erzielten alle zweistellige Wachstumsraten. Insgesamt betrug die Zunahme der Logiernächte aus Osteuropa 11.9%. Ihr Marktanteil betrug 3.1%, der Wachstumsbeitrag gar 5.2%.

Unter den Nationen mit einem hohem Besucheraufkommen hat die Nachfrage aus Italien stark abgenommen (-12.4%). Hier scheint die Aufwertung des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro eine wesentliche Rolle gespielt zu haben. Ein leichterer Nachfragerückgang wurde bei den Gästen aus Grossbritannien (-1.0%) festgestellt. Hier zeigt sich nach den Steigerungen der letzten Jahre ein gewis-

ser Sättigungseffekt.

Die Logiernächtezahl der Gäste aus den USA hat um 2.9% zugenommen, was angesichts der wirtschaftlichen Entwicklung erstaunt. Besonders im Aufschwung begriffen ist die Zahl der Übernachtungen aus den Golf-Staaten (+17.3%). Hier kristallisiert sich ein kleiner Markt mit grossem Potential heraus. Stark abgenommen haben die japanischen Logiernächte (-9.6%).

Es scheint sich zu lohnen, dass wir an der Euro 2008 freundliche und weltoffene Gastgeber waren. Basel vermochte als einzige Schweizer Host City im Juni zuzulegen. Besonders in Herz geschlossen haben Basel offenbar die Holländer. Sie bescherten Basel auch nach der Fussball-EM viele Logiernächte und legten im zweiten Semester um 5.2% zu. Andere Gastnationen legten 2008 ebenfalls stark zu: Die Türkei um 88.8%, Portugal um 34.0%, Tschechien um 27.4% und Russland um 21.3%.

Top Quellmärkte im Vergleich zu 2002

Rang	Herkunftsland	Logiernächte 2008	Marktanteil 2008	Logiernächte 2002	Logiernächte Zuwachs	Index (2002=100)
1	Schweiz	298'886	29.6%	189'567	109'319	157.7
2	Deutschland	183'423	18.2%	107'768	75'655	170.2
3	USA	87'268	8.6%	65'028	22'240	134.2
4	Grossbritannien	81'938	8.1%	60'239	21'699	136.0
5	Frankreich	42'805	4.2%	24'328	18'477	175.9
6	Italien	39'838	3.9%	30'418	9420	131.0
7	Niederlande	30'464	3.0%	15'491	14'973	196.7
8	Spanien	26'850	2.7%	9847	17'003	272.7
9	Österreich	17'222	1.7%	9715	7507	177.3
10	Belgien	13'015	1.3%	9262	3753	140.5
11	Brasilien	12'845	1.3%	7378	5467	174.1
12	Japan	11'743	1.2%	10'733	1010	109.4
13	Australien / NZ	8431	0.8%	3652	4779	230.9
14	Golf-Staaten	7983	0.8%	4238	3745	188.4
15	Indien	7974	0.8%	2193	5781	363.6
16	Schweden	7747	0.8%	5055	2692	153.3
17	Russland	7466	0.7%	3339	4127	223.6
18	China (ohne HK)	7440	0.7%	2819	4621	263.9
19	Kanada	7157	0.7%	4242	2915	168.7
20	Portugal	6420	0.6%	2225	4195	288.5
21	Dänemark	6342	0.6%	3116	3226	203.5
22	Türkei	6339	0.6%	1749	4590	362.4
23	Irland	5488	0.5%	2111	3377	260.0
24	Polen	5287	0.5%	1434	3853	368.7
25	Israel	4914	0.5%	3229	1685	152.2
26	Korea	3920	0.4%	1121	2799	349.7
27	Ungarn	3752	0.4%	5347	-1595	70.2
28	Griechenland	3703	0.4%	2747	956	134.8
29	Finnland	3600	0.4%	1392	2208	258.6
30	Hongkong	3438	0.3%	3072	366	111.9
31	Singapur	3243	0.3%	1174	2069	276.2
32	Norwegen	3133	0.3%	2187	946	143.3
33	Rumänien	2947	0.3%	479	2468	615.2
34	Südafrika	2845	0.3%	2060	785	138.1
	Diverse	43'047	4.3%	27'496	15'551	156.6
	Total	1'008'913	100.0%	626'278	382'635	161.1

Quelle: Amt für Statistik Basel-Stadt / Auswertung: Wirteverband Basel-Stadt

Deutsche, Franzosen und Spanier legten besonders stark zu

Alle bedeutenden Quellmärkte haben stark zum Wachstum der Logiernächte in Basel zwischen 2002 und 2008 beigetragen. Von den wichtigen Herkunftsländern fallen die USA, Grossbritannien, Italien und Japan mit einer unterdurchschnittlichen (aber immer noch sehr positiven) Entwicklung auf.

Das grösste absolute Wachstum wiesen die Schweiz, Deutschland, die USA, Grossbritannien, Frankreich, Spanien und die Niederlande auf. Das grösste relative Wachstum verzeichneten Rumänien, Polen, Indien, die Türkei, Korea, Portugal, Spanien, Singapur, China, Irland, Finnland, Australien und Russland.

Zunahme der Tourismusintensität

Stellt man die registrierten Übernachtungen in Relation zur Einwohnerzahl, so ergibt sich in der Übernachtungsintensität (Logiernächte je 1000 Einwohner) ein wichtiger Indikator für die quantitative Bedeutung des Tourismus für die Bevölkerung als Beschäftigungsfaktor und Einkommensquelle. Zählte Basel 1999 noch 3350 Übernachtungen je 1000 Einwohner, stieg dieser Wert 2008 um 60 Prozent auf 5350 je 1000 Einwohner.

Ausweitung der Kapazität

2008 standen den Gästen im Kanton Basel-Stadt durchschnittlich 62 Hotelbetriebe mit 3370 Zimmern (+172) mit 5341 Gastbetten (+329) zur Verfügung. Dank des vergrösserten Angebots kann nun während saisonaler Spitzen die zusätzliche Nachfrage besser von den lokalen Hotelbetrieben absorbiert werden, so dass Gäste weniger oft in die Umgebung ausweichen müssen.

Strukturwandel der Besucher

Mit der Zunahme des Freizeittourismus geht ein Strukturwandel der Besucher einher. Während inländische Gäste den Basler Dreisternehotels treubleiben, bevorzugen ausländische Gäste mehrheitlich die Viersternehotels. Vor der Ankunft der Billigflieger im Herbst 2004 waren es vor allem die Fünfsternehotels. Die Luxushotellerie hat Buchungsrückgänge bei den Auslandsgästen verzeichnet, dies unter anderem, weil viele Unternehmen bei Übernachtungen oder Kongressen auf die Kostenbremse treten.

Kürzere Verweildauer

Die Aufenthaltsdauer betrug 2008 durchschnittlich 2.03 Tage (Vorjahr 2.05). Der Trend zu kürzeren Aufenthalten ist mitunter Ausdruck des typischen Städtetourismus mit einer Aufenthaltsdauer von zwei Tagen, der zunehmend auch in Basel anzutreffen ist. Von den wichtigen Märkten am längsten im gleichen Hotel blieben die Gäste aus den Golf-Staaten (4.00) und Hongkong (3.82). Die kürzeste Verweildauer wiesen die Gäste aus den Niederlanden und Frankreich mit jeweils 1.62 Tagen auf.

Das frische **CC A**ha-Erlebnis.

**SENSATIONELLE
Eröffnungsangebote
IN PRATTELN!**



Der 9. CCA Grosshandelsmarkt in Pratteln ist eröffnet. Das «3 Märkte unter einem Dach» Erfolgskonzept bringt die einzigartige Frische für Profis nun auch in die Region Basel. Profitieren Sie von den sensationellen Eröffnungsangeboten mit tollen Gewinnchancen sowohl im Frischmarkt als auch im Lebensmittel- und Nonfoodmarkt.

Und: Jeden Monat werden Einkaufsgutscheine im Wert von 5'000.- CHF oder FC Basel Fussballtickets ausgelost. Verpassen Sie nicht Ihre Chance!

Wir freuen uns auf Ihren Besuch im neuen CCA in Pratteln, direkt an der Autobahnausfahrt.

CCA Pratteln | Dürrenhübelstrasse 6 | 4133 Pratteln
+41 61 826 36 36 | +41 61 826 36 30

www.cca-angehr.ch

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

Volk will schlanken Staat

Eine klare Mehrheit der Schweizer Stimmbürger verlangt einen Staat, der sorgfältig und sparsam mit dem Geld umgeht. Defizite sollen in erster Linie durch Ausgabenkürzungen vermieden werden. Schuldenwirtschaft stösst auf Ablehnung.

Der Finanzmonitor 2008 von gfs.bern und Economiesuisse zeigt ein klares Bild: Fast drei Viertel der Befragten sind der Auffassung, die Finanzpolitik müsse darauf abzielen, sowohl Ausgaben als auch Steuern zu senken. Ein Staatsausbau wird abgelehnt. Gut die Hälfte der Befragten fordert, allfällige Überschüsse für den Schuldenabbau zu verwenden. Umgekehrt verlangen 85 Prozent, dass im Falle eines Defizits zuerst die Ausgaben reduziert werden. Nur gerade sieben Prozent befürworten dann Steuererhöhungen und lediglich für drei Prozent sind zusätzliche Schulden ein probates Mittel.

Zwar ist der Wunsch nach einer tiefen Staats- und Fiskalquote weit verbreitet, doch sind die Präferenzen, wo gespart werden soll, differenziert. Die grössten Sparmöglichkeiten sehen die Befragten im Asylwesen, bei der Armee, im diplomatischen Dienst und bei der Entwicklungshilfe. Die AHV und die Bildung scheinen hingegen Tabubereiche zu sein.

Economiesuisse fordert im Sinne einer nachhaltigen Finanzpolitik eine Schuldenbremse für die

«Die Finanzpolitik muss darauf abzielen, sowohl Ausgaben als auch Steuern zu senken.»

Sozialversicherungen. Um strukturelle Defizite zu vermeiden, brauche es dringend eine Aufgabenüberprüfung, schreibt der Spitzenverband in einer Mitteilung. Es gelte zu definieren, wo es den Staat inhaltlich wirklich braucht und wo nicht.

Basel Tattoo

Das Basel Tattoo beginnt erstmals an einem Samstag und dauert eine ganze Woche. Neu gibt es zehn Vorstellungen. Der Anlass, dessen Wertschöpfung auf zehn Millionen Franken geschätzt wird, findet vom 18. bis 25. Juli 2009 im Kasernenhof statt.

www.baseltattoo.ch



KSB KASSENSYSTEME
NAEGELI

Touchkassen für die Gastronomie



KSB Kassensysteme GmbH
Schützenmattstrasse 43 4051 Basel
Tel. 061 281 75 70 Fax 061 281 75 51
E-Mail info@ksbasel.ch

Museumsnacht

Einmal mehr wurde die Nacht zum Tag. Kaltes, aber trockenes Wetter lockte am 16. Januar das Publikum scharenweise in die Museen. Die neunte Basler Museumsnacht verzeichnete bis eine Stunde vor Schluss rund 100'000 Besucher, was in etwa dem Vorjahr entspricht.

www.museumsnacht.ch

Preiswerte Hotels

Die neueste Ausgabe der Karte «Preiswerte Hotels» von Switzerland Travel Centre, GastroSuisse und Schweiz Tourismus ist auf deutsch, französisch, englisch und holländisch erhältlich. Hier findet der Gast über 150 Hotels, die Übernachtungen bereits ab 50 Franken anbieten. Das gesamte Angebot ist online oder über eine Gratisnummer direkt buchbar.

www.myswitzerland.com/preiswert

2382 Milliarden Franken

Laut FACET (Foodservice Annual Count on Expenditures and Trends) betrug 2008 der weltweite Foodservice-Umsatz 1588 Milliarden Euro. Rund ein Drittel entfällt auf die USA. Dort betragen die jährlichen Pro-Kopf-Ausgaben für Ausserhaus-Verpflegung 1287 Euro. Westeuropa hat bei Pro-Kopf-Ausgaben von 815 Euro einen Anteil von 19 Prozent.

www.chd-expert.de



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

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

Dauer-Tiefpreis CHF 1.99 pro Liter exkl. MwSt

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

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

Mit Maximilians gibt es nun endlich auch in der Schweiz eine günstige, qualitativ einwandfreie Alternative zu den überbezahlten Schweizer Standardbieren.

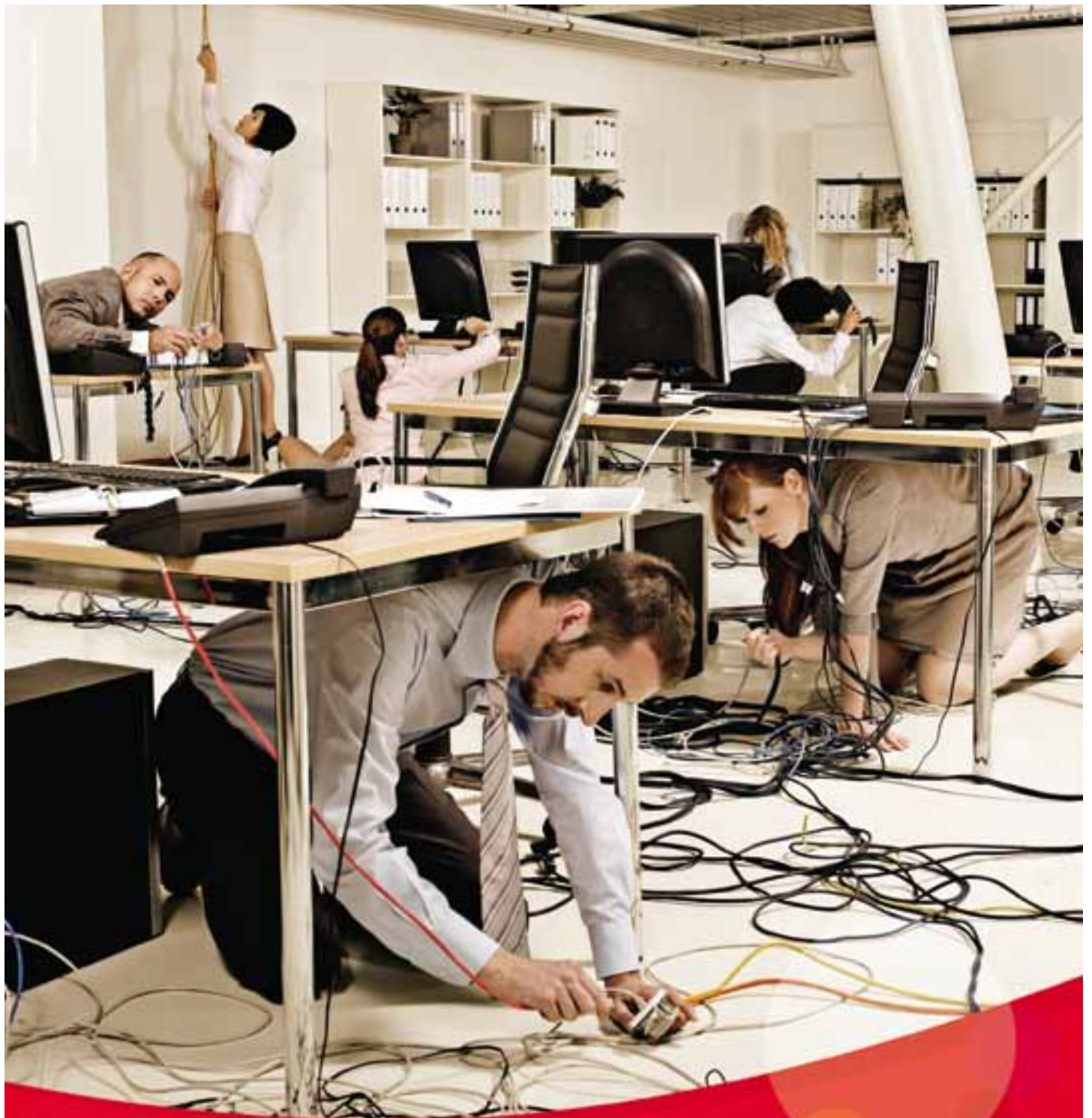
EU wird bald tiefere Mehrwertsteuersätze für Restaurants ermöglichen

Deutschland hat seinen Widerstand gegen weitere Ausnahmen für reduzierte Mehrwertsteuersätze aufgegeben und ist nun bereit, im Restaurationsgewerbe und einigen weiteren arbeitsintensiven Sektoren tiefere Steuersätze in der EU zuzulassen. Die definitive Entscheidung soll beim nächsten EU-Gipfel im März fallen und dann von den Finanzministern in einen Rechtstext gegossen werden.

Elf von 27 EU-Ländern kennen seit jeher Sonderrates für die Restauration, allen voran Luxemburg (3%), die Niederlande (6%), Polen und Spanien (7%) sowie Zypern (8%). Weitere Länder, die den Satz reduzieren wollen, wurden bisher durch EU-Direktiven daran gehindert. Nun können Frankreich und Belgien ihre Pläne wohl bald realisieren und den Steuersatz für Restaurants auf 5.5% respektive 6% senken.

Auch für die Schweiz wären Mehrwertsteuersenkungen ein geeignetes Mittel, den Konsum anzukurbeln und Arbeitsplätze zu schaffen. Laut Doris Leuthard prüft der Bundesrat zurzeit eine Reduktion der Mehrwertsteuer, denn dies gehöre zu den Massnahmen, die schnell wirken. Dem pflichten zahlreiche Ökonomen bei: Während es bei Senkungen der Einkommenssteuer lange dauere, bis die Leute etwas merken, spüre man tiefere Mehr-

wertsteuern sofort im Portemonnaie. Ein weiterer Vorteil ist, dass vor allem jene Schichten profitieren, die einen grossen Teil ihres Einkommens ausgeben.



Ihre Unternehmensversicherung sollte nicht komplizierter sein als Ihre IT-Lösung.

Weil das Leben oft schon schwierig genug ist, macht Trust Sympany vieles einfacher. Zum Beispiel mit flexiblen Lösungen für alle Personenversicherungen in Ihrem Unternehmen. Informieren Sie sich unter Telefon 0800 955 955 oder www.trustsympany.ch

 **sympany**
erfrischend anders

Heizpilze verboten

Der Basler Grosse Rat hat ein neues Energiegesetz verabschiedet. Heizen im Freien wird weitgehend verboten – ausgenommen sind nur Freiluftarbeitsplätze wie Marktstände. Das Verbot soll auf die nächste Heizperiode umgesetzt werden.

Schweizermeisterin

Eliane Mahrer, die vorletztes Jahr den besten Refa-Lehrabschluss der Region erzielte und im Hilton arbeitet, wurde in Weggis Schweizermeisterin der Restaurationsfachleute. Sie wird unser Land im September an der Berufsweltmeisterschaft in Calgary vertreten.

Schweinesuppe nur noch bis 2011

Die Verfütterung von Speiseresten an Schweine wird ab dem 1. Juli 2011 in der Schweiz verboten sein. Im März 2008 hat der Bundesrat die Vorschriften für Schweinesuppe bereits verschärft. Um den Handel mit Tieren, Milch und Fleischprodukten zu erleichtern, hat die Schweiz in den bilateralen Abkommen mit der EU gleichwertige Tierseuchenbestimmungen vereinbart. In der EU ist die Schweinesuppe seit 2006 verboten. Im Juni 2008 gab die EU bekannt, dass sie die Verschärfung der Vorschriften in der Schweiz als unzureichend ablehnt. Die Klärung der Schweinesuppenfrage geschah im Rahmen eines Abkommens über grenztierärztliche Kontrollen.

Kulinarisches Erbe

Der Verein Kulinarisches Erbe Schweiz hat 400 landestypische Produkte inventarisiert – von der Aargauer Rüeblitorte über den Westschweizer Vin cuit bis zur Tessiner Käsespezialität Zincarlin. Neben Klassikern wie Cervelat, Hörnli oder Grittibänz werden auch wenig bekannte Spezialitäten gelistet, zum Beispiel der Gangfisch, ein geräucherter felchenartiger Fisch aus Ermatingen, oder die Lammlidji, getrocknete Gigots aus dem Wallis. Die kulinarischen Produkte laden zu einer Reise durch die Geschichte ein. Sie zeigen, wie die Klöster mit ihrem Gewürzhandel den Grundstein für die Lebkuchentradition in unserem Land legten, wie sich das Verfahren der Labkäserei ab dem 16. Jahrhundert verbreitete oder wie die Industrialisierung zu einem Aufschwung von St. Galler Bratwurst oder Glarner Kalberwurst führte.

www.kulinarischeserbe.ch

Satellitenkonto Tourismus

Enorme volkswirtschaftliche Bedeutung bestätigt

Die Publikation «Satellitenkonto Tourismus, 2001 und 2005» liefert Antworten zum Stand und zur Entwicklung des Tourismus in der Schweiz. Ein Drittel der touristischen Wertschöpfung fällt im Hotel- und Restaurationsgewerbe an.

Der Tourismus hat eine grosse Bedeutung für unsere Volkswirtschaft. Durch seine Heterogenität hat er Auswirkungen auf Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung einer Vielzahl von Branchen. Weil der Tourismus als solcher in der Nomenklatur der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung nicht enthalten ist, müssen die benötigten Informationen aus den tourismusbezogenen Komponenten verschiedener Branchen extrahiert und in einem separaten «Satellitenkonto Tourismus» zusammengefasst werden.

«Der Tourismusanteil an der gesamten Wertschöpfung beläuft sich auf 2.9 Prozent.»

Im Jahr 2005 generierte der Tourismus in der Schweiz eine Wertschöpfung von rund 12.6 Milliarden Franken. Der Tourismusanteil an der gesamten Wertschöpfung beläuft sich auf 2.9 Prozent. Die

gesamte touristische Verwendung belief sich auf rund 32.6 Milliarden Franken. Davon machten die durch den Tourismus direkt generierten Einnahmen mit 30.4 Milliarden Franken den grössten Anteil aus. Auf die übrigen Komponenten (Mietwert der selbst bewohnten Ferienwohnungen, Beiträge der öffentlichen Hand an das Transport- und Kulturwesen und an die Tourismusförderung) entfielen 2.1 Milliarden Franken.

26 Prozent der Bruttowertschöpfung des Tourismus entfallen auf die Beherbergung (inklusive Parahotellerie), 18 Prozent auf die Verpflegung in Hotels und Restaurants. Etwa zwei Drittel der direkten Wertschöpfung werden ausserhalb des Gastgewerbes generiert, z.B. im Passagierverkehr, in Kulturbetrieben oder im Detailhandel. Der Tourismusanteil in den Verpflegungsbetrieben beträgt durchschnittlich 28 Prozent.

www.bfs.admin.ch



■ In- und ausländische Touristen konsumieren in der Schweiz Waren und Dienstleistungen im Wert von weit über 30 Milliarden Franken pro Jahr.

Speisekarten-Tricks erhöhen den Umsatz

Richtig aufgebaut und gestaltet, sind Speise- und Getränkekarten erfolgreiche Verkaufswerkzeuge. Einige psychologische Tricks helfen, mehr margenstarke Produkte zu verkaufen und den Durchschnittsbon zu erhöhen.

Brian Wansink, Autor des Buchs «Why we eat more than we think», beschäftigt sich schon lange mit der Verbraucherpsychologie. Er untersuchte mit Infrarottechnik, wie Menschen gastronomische Angebote wahrnehmen. Die meisten Gäste schauen Karten oder Angebotstafeln in einer Z-förmigen Bewegung an, vom linken oberen Rand zum rechten oberen Rand, dann diagonal zum Zentrum und schliesslich nach unten. Das Z-Muster wird nur durchbrochen, wenn schattierte Rahmen oder herausgehobene Artikel davon ablenken.

«Der Durchschnittsbon liegt 8% höher, wenn die Preisspalte keine Währungszeichen enthält.»

Die verkaufswirksamsten Flächen («sweet spots») sind das rechte obere Eck und die Mitte. Nicht zu vergessen ist die untere rechte Ecke, weil die Leser dort die Seite verlassen. Aufmerksamkeit erheischen auch Kästchen, Farb- und Schriftwechsel. Ein Rahmen sollte aber nicht wahllos mit Inhalt gefüllt werden, sondern durch eine Überschrift (z.B. «Unsere Hausspezialität») einen Sinn ergeben.

Laut Nancy Swanger von der School of Hospitality Business Management an der Washington State University verbringt ein durchschnittlicher Kunde gut hundert Sekunden damit, das Angebot zu studieren. In dieser relativ kurzen Zeit gelte es, dem Gast einen Überblick zu geben, damit er effizient bestellen könne – im Idealfall diejenigen Artikel, die der Betreiber am liebsten verkauft.



■ Die meisten Gäste betrachten Speisekarten in einer Z-förmigen Bewegung. Dieses Muster wird nur durchbrochen, wenn schattierte Rahmen oder andere Hervorhebungen ablenken.

Empfehlenswert ist es, die margenträchtigen und beliebtesten Artikel an der Spitze der jeweiligen Rubrik zu listen. Weniger profitable Speisen versteckt man etwas im unteren Teil. Wenn der Gast überhaupt bis dorthin liest, hat er sich oft schon für etwas anderes entschieden. Die Reihenfolge der Speisen oder Getränke auf der Karte ist jedoch nur ein Aspekt. Ebenso stark beeinflussen die Bezeichnungen und Beschreibungen (wording) den Gast in seiner Entscheidungsfindung.

Sybil Yang, eine Doktorandin an der Cornell University, hat an einer Studie mitgearbeitet, die untersuchte, welche Rolle die Art der Preisdeklaration spielt. Sie fand heraus, dass der Durchschnittsbon 8% höher liegt, wenn die Preisspalte kein Dollarzeichen enthält. Währungszeichen lenken die Gedanken der Leute auf die Kosten. Deshalb sollte man sie vermeiden.

Gregg Rapp, ein Angebotsplaner aus Kalifornien, geht noch ein Stück weiter. Obwohl es beim Lesen ermüde, seien die Preise nicht in einer eigenen Spalte anzugeben. Die übliche rechtsbündige Spalte ermögliche es dem Gast, die Artikel schnell nach Preis zu sortieren, was dazu führe, dass zu stark nach diesem Kriterium bestellt werde. Rapp rät davon ab, die Artikel nach dem Preis zu ordnen. Am besten gebe man eine Beschreibung und füge dann nach zwei Leerschlägen den Preis an: «So sticht der

Preis nicht hervor.» Wer nach dem günstigsten Gericht suche, könne das nach wie vor tun, jedoch nicht so schnell. Der Leser soll schon zuvor Appetit auf etwas Teureres bekommen.

Es empfiehlt sich noch aus einem anderen Grund, jedes Gericht mit einer kurzen Beschreibung zu versehen. Das führt angeblich dazu, dass der «gefühlte» Preis tiefer ist. Wo immer möglich, sind auch Impulse anzusprechen. Ryan Timmons, ein Restaurateur aus New Jersey, macht pro Tag 600 Dollars Umsatz mit Cookies, die an der Kasse ausgestellt sind.

Wegleitung für Familienzulagen

Per Jahresbeginn trat das neue Bundesgesetz über die Familienzulagen in Kraft. Das Bundesamt für Sozialversicherungen hat auf seiner Website unter Themen / Familien / Familienzulagen eine Wegleitung als PDF-Datei publiziert. Das Dokument enthält nebst interessanten Beispielen zur Anspruchskonkurrenz und Anspruchsberechtigung auch Antworten auf die häufigsten Fragen zum neuen Gesetz.

www.bsv.admin.ch



■ Wo immer möglich, sind auch Impulse anzusprechen.

Rauchverbot ab April 2010

Der Basler Regierungsrat hat beschlossen, dass das von der Volksinitiative «Schutz vor Passivrauchen» geforderte Rauchverbot in Gaststätten per 1. April 2010 wirksam wird. Den Betrieben soll der erforderliche Zeitrahmen zur Anpassung ihrer Konzepte eingeräumt werden.

Im September 2008 wurde die Rauchverbots-Initiative vom Basler Stimmvolk mit gut 52 Prozent Ja-Stimmen angenommen. Die Volksinitiative hat zum Ziel, in den öffentlich zugänglichen Innenräumen der dem Gastgewerbegesetz unterstellten

«Das Rauchverbot gilt nicht für geschlossene Gesellschaften.»

Betriebe das Rauchen zu verbieten. Fumoirs, d.h. abgetrennte, unbediente und mit eigener Lüftung versehene Räume, sind von diesem Verbot ausgenommen.

Nachdem das Gesundheitsdepartement mit Delegationen der Lungenliga und des Wirtverbandes Gespräche durchführte und die entsprechenden Standpunkte evaluierte, hat der Regierungsrat beschlossen, dass das Rauchverbot in Gaststätten respektive die entsprechende Änderung des Gastgewerbegesetzes (§ 34) per 1. April 2010 wirksam wird. Damit soll den Betrieben der erforderliche Mindestzeitrahmen zur Anpassung ihrer Konzepte inklusive allfälliger baulicher Anpassungen eingeräumt werden, erfordert doch eine Reihe von Umsetzungsmassnahmen teilweise erheblichen Zeitbedarf. So sind zur Einrichtung von Fumoirs beispielsweise Raum- sowie eventuelle Lüftungsplanungen notwendig. Zudem müssen gegebenenfalls Zustimmungen der Vermieter eingeholt und Baubewilligungen erwirkt werden.

Der Regierungsrat hat programmatische Vorgaben formuliert. Den zuständigen Departementen wurde der Auftrag erteilt, entlang dieser Leitlinien bis Ende Januar die nötigen Ausführungsbestim-

mungen zu erarbeiten und der Regierung zum Beschluss vorzulegen.

Das Rauchverbot soll gemäss Initiativtext in Räumen, die öffentlich zugänglich sind und grundsätzlich von jedermann betreten werden können, gelten. Der Begriff der öffentlichen Zugänglichkeit soll weit ausgelegt werden. Nicht öffentlich zugänglich und somit nicht dem Rauchverbot unterstehen private Räume sowie Räumlichkeiten, die nur einem auf persönliche Einladung hin einem geschlossenen Kreis von Teilnehmenden offen stehen. Juristische Konstrukte (vor allem Mitgliedschaften), die einzig und allein der Umgehung dienen, werden als missbräuchlich und unzulässig erachtet.

Vereinslokale unterstehen dem Rauchverbot nicht, sofern sie ausschliesslich von Vereinsmitgliedern

benutzt werden. Sind die Cliquenkeller und Vereinslokale jedoch der Öffentlichkeit zugänglich, fallen sie unter das Rauchverbot.

Nutzt ein geschlossener Personenkreis einen Raum oder die gesamte Gaststätte ausschliesslich für sich alleine und wird die Öffentlichkeit räumlich vollständig ausgeschlossen, gilt das gesetzliche Rauchverbot nicht. Beispiele für geschlossene Gesellschaften sind etwa Familienfeiern, Hochzeiten oder Vereinsabende.

Detailbestimmungen

Sobald die genauen Ausführungsbestimmungen vorliegen, werden sie publiziert:
www.baizer.ch/aktuell



■ Ab 1. April 2010 gilt es ernst. Es spricht aber natürlich nichts dagegen, attraktive Angebote für Nichtraucher schon vorher zu schaffen.

Notwendige Übergangsfrist

Ob man es als «Vertreibung der Unterschicht aus dem öffentlichen Raum» (Richard Herzinger), als «Zerschlagung der freien Gastronomie» (Stephan Steins), als «moralisches Strebertum der Gutmenschen» (Gertrud Höhler), als «Versuch, die Raucher zu Aussätzigen zu machen» (Günter Rohpol), als «bedingungslosen Herrschaftsanspruch notorischer Volkserzieher» (Hans-Ulrich Jörges) oder einfach als Angriff auf die humanistischen Grundwerte betrachtet: Wir müssen leider der Tatsache ins Auge blicken, dass in Basler Restaurants schon bald nicht mehr geraucht werden darf. Die Regierung hat keine Wahl und muss das von einer knappen Volksmehrheit beschlossene Verbot umsetzen.

Auch wenn wir uns eine längere Übergangsfrist gewünscht hätten: Wir sind dankbar, dass die Gastbetriebe bis April 2010 Zeit erhalten, sich auf die neue Situation einzustellen, denn mit dem «Wegräumen der Aschenbecher» (Leserbrief) ist es nicht getan. Es gibt nun einmal Konzepte, die rauchfrei nicht funktionieren. Deren Betreiber haben jetzt wenigstens Zeit, ihren Betrieb umzunutzen, neu zu konzipieren oder zu verkaufen. Auch wer ein unbedientes Fumoir einrichten will, hat nun Zeit, mit dem Vermieter zu verhandeln, Bewilligungen einzuholen, Einsprachen abzuwehren, den Bau zu finanzieren, zu planen und durchzuführen. 13 Monate gehen schnell vorbei: Nehmen Sie deshalb Ihre Projekte sofort in Angriff!

Bei aller Enttäuschung: Wir fordern die Basler Restaurateure dazu auf, den Anliegen der Nichtraucher nicht erst ab April nächsten Jahres Rechnung zu tragen. Wer immer aufgrund seiner Gästestruktur und seiner Raumverhältnisse die Möglichkeit hat, soll rauchfreie Angebote baldmöglichst schaffen oder ausbauen!



Maurus Ebnetter
Delegierter des Vorstands
Wirtverband Basel-Stadt

Service, der ein bisschen weiter geht.



Selmoni | | | | | | | | | |
Selmoni
Die ganze Elektrotechnik