



März 2026 • Ausgabe 120

baizer.ch

Gastronomie • Hotellerie • Tourismus

Unsere Themen

Geschichte, Gegenwart und Zukunft des Gastgewerbes	1-8
No-Shows belasten Betriebe	9
Widerstand gegen umstrittene WHO-Kampagne	14
Berufe im Gastgewerbe haben Zukunft	15
5 Fr. für einen Bebbi-Sagg?	16
Wien-Tourismus: Küche, Kultur, Charakter	17
Sozialausbau ohne Ende: Die Zeche bezahlen wir alle!	18
Lokales Wissen wird KI-fähig	19

Termin reservieren!

GV am DI 5. Mai 2026
um 16 Uhr im Küchlin

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

Wo kommen wir her? Wo steuern wir hin?

Das Gastgewerbe ist ein Spiegel der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten. Die Stimmung und die Gewohnheiten der Konsumenten, die Demographie, die Zuwanderung und der Reiseverkehr üben erheblichen Einfluss aus. Auf den folgenden Seiten ergründen wir, wie sich die Branche entwickelte und wo wir aktuell stehen. Wir wagen auch einen Blick in die Zukunft.

Herbergen, Tavernen und Schankstuben

Im Laufe des Mittelalters entwickeln sich Verpflegungs- und Unterkunftsangebote für Reisende. Dazu gehört die standesgebundene Unterbringung des Adels oder unter Klöstern. Eine wachsende Mobilität führt an Durchgangsstrecken, in Städten, Wallfahrts- und Markorten zu Formen der kommerziellen Gastlichkeit.

Gasthäuser sind in der Schweiz **ab dem 13. Jahrhundert** urkundlich belegt. Sie gewähren Kaufleuten und anderen Reisenden gegen Entgelt Unterkunft und Verpflegung sowie Ställe und Futter für die Pferde.

Die Ursprünge des «Sternen» in Wettingen gehen auf die Gründung eines Klosters im Jahr 1227 zurück. Der «Goldene Stern» in Basel ist seit 1349 ununterbrochen ein Gasthaus. Er befindet sich ursprünglich an der Aeschenvorstadt,

wird aber 1965 abgetragen und im St. Alban-Tal originalgetreu wieder aufgebaut.

Für ein «Tavernenrecht» bezahlen Wirte der Obrigkeit eine einmalige Gebühr und einen jährlichen Zins. Sie unterliegen zahlreichen Bestimmungen. Auf dem Land umfassen Gasthäuser meist einen Hof zur Selbstversorgung, oft auch eine Bäckerei oder Metzgerei.

Gasthäuser verfügen in der Regel über eine Schankstube für Passanten und eine Gaststube für Logiergäste, wo das Essen für alle gleichzeitig aufgetragen wird («table d'hôte»). Die Gäste werden in Schlafsälen untergebracht.

Im **18. Jahrhundert** setzen sich individuelle Gastzimmer durch. Es gibt bereits zahlreiche «Motschenken» mit eigener Presse und «Bierschenken» mit Brauereien, doch noch trinken die meisten Schweizer lieber Wein. *weiter auf Seite 2*



Die Speisewirtschaft Seb. Burckhardt an der Sattलगasse 12 in Basel, rechts daneben der «Wurstwinkel» mit dem Schlachthaus, die Speisewirtschaft J.J. Fuchs und ein Durchblick zum Marktplatz (1861).

Anfänge des modernen Gastgewerbes

Im **19. Jahrhundert** gelangen technische Durchbrüche, die auch die Gastronomie beeinflussen. Der «Rumford-Herd» mit geschlossener Brennkammer ist ein Meilenstein der Energieeffizienz. Dampfschiffe sorgen dafür, dass Kolonialwaren schneller und günstiger transportiert werden können.

Nicolas Appert entwickelt 1810 eine Methode zur Konservierung von Lebensmitteln in luftdichten Behältern, was die Speisekarte über die Jahreszeiten hinaus erweitert. 1827 stellt er erstmals Kondensmilch her. Ab 1834 schaffen Jacob Perkins und später Carl von Linde die Grundlagen für die mechanische Kühlung, die es ermöglicht, Lebensmittel länger frisch zu halten und gekühlte Getränke anzubieten.

1840 forscht Justus von Liebig an einem Ersatz für Hefe, um die Brotherstellung zu vereinfachen: Sein «Backpulver» ist eine Mischung aus Natron und Säuerungsmittel. 1847 entwickelt Liebig ein Verfahren zur Konzentrierung von Rindfleischsaft. Mit seinem Fleischextrakt lassen sich Suppen und Saucen schneller und geschmacksintensiver zubereiten.

Um die wachsende Nachfrage nach Unterkünften zu befriedigen, entstehen ab den **1830er** Jahren «moderne» Hotels, z.B. Schwanen (1835) und Schweizerhof (1845) in Luzern, Drei Könige in Basel (1842), Baur en Ville (1838) und Baur au Lac (1844) in Zürich. Das Hotel Des Bergues in Genf ist das erste Haus mit fliessendem Wasser in den Etagen (1834), mit Gasleuchten (1844) und mit Wasserklosetts (1847).

Schweiz wird zur Tourismusdestination

Die aufkommende Eisenbahn verstärkt den Zustrom von Reisenden. Basel verfügt bereits 1844 über eine Zugverbindung nach Strassburg. **1860** geht der Centralbahnhof auf, in dessen Gegend viele Hotels entstehen. Das erste ist 1864 der Schweizerhof, drei Jahre später folgt das Hotel Euler, das beim europäischen Adel beliebt ist, der auf seinen Reisen oft in Basel Halt macht.

Die Schweiz und ganz besonders die Alpen, die Seen und Thermalbäder werden zum beliebten Reiseziel. 1863 veranstaltet Thomas Cook die erste begleitete Gruppenreise durch die Schweiz. 1867 verfügt das Grand Hotel Vevey über einen Personenlift, 1874 das «Beau-Riva-

ge» in Genf über den ersten hydraulischen Lift. Die erste feste Beleuchtung der Schweiz wird 1879 im Kulm-Hotel in St. Moritz installiert.

1864 entdeckt Louis Pasteur, dass kurzes Erhitzen Mikroorganismen abtötet. Dies macht Milch, Bier und andere Getränke sicher für den Massenkonsum und reduziert lebensmittelbedingte Krankheiten massiv.

Zunehmend eröffnen Speisewirtschaften im heutigen Sinn, sowohl mit einfacher Küche als auch für gehobene Ansprüche. Die von Antonin Carême geprägte klassische Küche ist allerdings schwerfällig. Es ist Auguste Escoffier, der sich ab den **1870er** Jahren an die Modernisierung macht: Er führt das arbeitsteilige «Brigadesystem» mit Posten ein. In Zusammenarbeit mit dem Walliser Hotelier César Ritz revolutioniert er die Gourmetküche.

1871 baut Niklaus Riggenbach die erste Zahnrad-Bergbahn Europas. Sie führt von Vitznau auf die Rigi und leitet die touristische Erschliessung der Alpenwelt ein.

In den **1880er** Jahren beginnt die Massenproduktion von Geschirr und Küchengeräten (z.B. Fleischwolf oder Schneebesen mit Handkurbel). Kühlschränke und Gefrierschränke revolutionieren die Lagerung. In den Städten verbreiten sich Gasherde.

1886 entwickelt Julius Maggi in Kemptthal eine Flüssigwürste, die auf Pflanzeneiweiss basiert und sich wegen ihres Fleischgeschmacks als Suppenzugabe eignet. Erfinder wie John Harvey Kellogg entwickeln verarbeitete Getreideflocken, die das traditionelle warme Frühstück ablösen. In der Schweiz gibt es rund 500 Braustätten. Die kleingewerbliche Bierbrauerei geht nun aber langsam über in eine industrielle, rationellere Produktion.

Neue Gewohnheiten

Lange Zeit sind Gaststätten Männern vorbehalten, doch in den **1890er** Jahren entstehen nach und nach spezialisierte Konzepte, auch für die Damenwelt. Kaffeehäuser, Konditoreiwirtschaften und Tea-Rooms gelten als respektable Orte, wo eine junge Frau allein hingehen kann.

1890 treffen sich auf Einladung des ACV Basel Vertreter von 27 Konsumgenossenschaften, um einen schweizerischen Verband zu grün-

den. Sie legen damit den Grundstein zur heutigen Coop.

1891 bereiten Vertreter von sechs kantonalen Wirtevereinen, darunter dem baslerischen, die Gründung des Schweizerischen Wirteverbands (heute GastroSuisse) vor. Die erste Delegiertenversammlung der nationalen Organisation findet in Basel statt.

Die Reisenden werden anspruchsvoller. 1892 wird der traditionsreiche «Storchen» am Fischmarkt umfassend erneuert und mit einer Zentralheizung versehen. Die hundert Gästezimmer, der Billardsaal und die meisten anderen Räume erhalten – zum ersten Mal in einem Basler Hotel – elektrisches Licht.

Die Abstinenzbewegung erstarkt und es verbreiten sich alkoholfreie Gaststätten und Kantinen. 1894 gründen 15 Zürcherinnen den «Frauenverein für Mässigkeit und Volkswohl» (heute ZFV-Unternehmungen). Sechs Jahre später eröffnet der ZFV auf dem Zürichberg das erste Selbstbedienungsrestaurant der Schweiz.

In den grossen Städten entstehen Variété-Bühnen mit bunt wechselndem Unterhaltungsprogramm: Dort treten Kraftmenschen und Akrobaten auf, Magier und Pantomimen, Dompteure und Ringkämpfer. Im Jahr **1900** eröffnen das «Corso» in Zürich und das «Cardinal» in Basel, 1912 geht das «Küchlin» in der Steinenvorstadt auf.

1909 gelingt Fritz Haber im Labor die Synthese von Ammoniak aus Luftstickstoff und Wasserstoff. Der BASF-Chemiker Carl Bosch entwickelt daraus bis 1913 ein industrielles Verfahren. Nun ist es möglich, Stickstoff «aus der Luft zu gewinnen» und synthetischen Dünger in unbegrenzten Mengen zu produzieren.

Durch die industrielle Landwirtschaft werden Fleisch, Getreide und Gemüse zu erschwinglichen Massenprodukten. Auch veränderte Lebensgewohnheiten lassen Restaurantbesuche für breitere Schichten langsam zur Normalität werden. Mit dem Kriegsausbruch 1914 endet die «Belle Époque» des Schweizer Gastgewerbes.

Mangel und Verzicht

Der **Erste Weltkrieg** stürzt das Gastgewerbe in eine tiefe Krise. Internationale Reisende und Kurgäste bleiben aus. Die Aufnahme verwun-



Das Variététheater «Cardinal» an der Freien Strasse bietet Platz für 400 Gäste. Die Aufnahme stammt vermutlich aus dem Jahr 1910. Zwei Jahre später wird das Haus in ein Kino umgebaut, das bis 1982 als «Alhambra» firmiert.



Der «Storchen» ist um die Jahrhundertwende das erste Haus am Platze. Das Sonntagsmenü kostet drei Franken, was etwa drei Tageslöhnen eines Knechts entspricht. Der Palmen-Wintergarten dient als Kaffeehaus und Konzerthalle.



Männer mit Hut, Basler Löwenbräu und Nationalzeitung: Das Bild aus dem Jahr 1905 zeigt die «Gambrinushalle» an der Falknerstrasse, die im Volksmund liebevoll «Gampiross» genannt wird. Es gibt Musik und Darbietungen aller Art.

deter Soldaten federt die Lage der Hotellerie nur geringfügig ab. Es kommt zu Versorgungsengpässen. Die Lebensmittelpreise steigen stark an. Konkurse häufen sich.

1914 gründet Else Züblin-Spiller die Non-Profit-Organisation «Schweizer Verband Soldatenwohl» (heute SV Group). Ihr Ziel ist es, Soldaten mit ausgewogener Kost ohne Alkohol zu versorgen. Daraus wird sich ein internationales Unternehmen entwickeln, das in den Bereichen Gemeinschaftsgastronomie, öffentliche Gastronomie und Hotellerie tätig ist.

Als Reaktion auf die kriegsbedingte Tourismuskrise wird 1917 die Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs (heute Schweiz Tourismus) gegründet.

1918 rollt die Spanische Grippe über die Schweiz und fordert rund 25'000 Tote (weltweit kostet die Pandemie rund 50 Millionen Menschenleben). Der Bundesrat erlaubt den Kantonen, Versammlungen zu verbieten. Vollerorts werden Theater geschlossen und Volksfeste abgesagt. Gastgewerbliche Betriebe und die Schulen bleiben geöffnet.

Ein Generalstreik wird von Ordnungstruppen niedergeschlagen. Zu den Hauptanliegen der Gewerkschaften gehört die Einführung der 48-Stunden-Woche. Noch gilt in den meisten Branchen eine Wochenarbeitszeit von 59 Stunden. Im Gastgewerbe sind 66 Stunden üblich.

Auch in den 1920er Jahren ist die Schweizer Gastronomie von wirtschaftlicher Not geprägt. Die Küche bleibt einfach und regional verwurzelt. Es dominieren sättigende Mahlzeiten, da die Arbeit in der Landwirtschaft und der Industrie körperlich anstrengend ist. Fleisch und Wurstwaren sind beliebt, jedoch teuer.

1925 gründet der visionäre Unternehmer Gottlieb Duttweiler die Migros. Seine Idee: gute Produkte zu fairen Preisen, feilgeboten in Verkaufswagen am Strassenrand. In kurzer Zeit entsteht trotz Lieferboykotten, Filialverboten und Negativkampagnen ein Konglomerat aus Verkaufslokalen und Produktionsbetrieben, später auch Reisebüros (Hotelplan), Restaurants und vieles mehr.

Der Wirteverband Basel-Stadt legt «Minimalpreise für Speisen» fest, 1927 z.B. 30 Rappen für die Tagessuppe, 2.30 Franken für ein Entrecôte, 2 Franken für Rippli und Kraut. «Lokale

mit besonderem Comfort müssen auf vorstehende Preise einen entsprechenden Zuschlag machen», heisst es in einer Mitteilung.

Es folgen ein paar Jahre, die man im Nachhinein als die «Goldenen Zwanziger» bezeichnen wird. Der Börsencrash im Oktober 1929 und die darauffolgende Weltwirtschaftskrise beenden diese kurze Epoche der Lebensfreude und Freizügigkeit.

Allmählich verändert sich die Ernährung: Es gibt weniger Selbstversorgung und mehr industrielle Lebensmittelprodukte. Zwischen Tradition und beginnender Moderne zeigen sich Umbrüche. In den 1930er Jahren regen sich Reformbewegungen. Der Arzt Maximilian Bircher-Benner setzt auf Rohkost: Sein «Birchermüesli» wird zum Symbol für gesunde Ernährung.

1931 wird die «Howeg Genossenschaft» gegründet. Sie wird zur Marktführerin im Lebensmittel-Grosshandel und in eine Aktiengesellschaft umgewandelt (1983 wird die Aktienmehrheit nicht mehr bei den Genossenschaftlern liegen, später kommt die Howeg über einen Umweg zu Coop).

1935 schliessen sich die Schweizer Brauereien zu einem Kartell zusammen, das bis anfangs der Neunzigerjahre Bestand haben wird. Es gibt feste Liefergebiete, einheitliche Preise, Werbeseinschränkungen und ein eng definiertes Angebot. Zudem wird der Import ausländischer Biere stark reglementiert.

1936 bringt der Berner Max Stooss das vom US-amerikanischen Apotheker John Pemberton ursprünglich als Mittel gegen Kopfschmerzen und Müdigkeit erfundene «Coca-Cola» in die Schweiz. Ein Jahr später eröffnet er einen Abfüllbetrieb in Zürich.

Das Kochbuch von Elisabeth Fülcher ist ein Standardwerk in Schweizer Haushalten. In der vierten Auflage von 1940 wird ein Kapitel «Kochen in Kriegszeiten» aufgenommen. Die Rationierung von Lebensmitteln zwingt auch Gastronomen zu kreativen Lösungen. Es ist eine schwere Zeit: Die Männer sind im Aktivdienst, die Frauen halten daheim die Stellung.

Aufbruch ins Wirtschaftswunder

Nach dem Zweiten Weltkrieg geht es aufwärts. 1947 kommt der «Mehrstädte-Gesamtarbeitsvertrag» zustande, der die Arbeitsbedingun-

gen der Branche in Bern, Basel, Lausanne und Zürich regelt. Der Vertrag gilt als fortschrittlich: Die Höchstarbeitszeit beträgt 66 Stunden, verteilt auf sechs Tage. Es gibt einen Anspruch auf zwei Wochen Ferien. Für verspätetes Erscheinen zur Arbeit können Bussengelder vom Lohn abgezogen werden.

1948 wird die AHV eingeführt. Sie bildet die erste Säule des Schweizer Vorsorgesystems und soll den Existenzbedarf im Alter decken. Statistisch gesehen, ist die Rente für viele Menschen nur von kurzer Dauer. Die durchschnittliche Lebenserwartung der Männer liegt bei 65 Jahren, diejenige der Frauen bei 69 Jahren.

Im gleichen Jahr eröffnet Ueli Prager an der Claridenstrasse in Zürich das erste «Mövenpick». Sein Konzept beruht darauf, den Gästen zu flexiblen Zeiten den Genuss hochwertiger Speisen und Getränke zu erschwinglichen Preisen zu ermöglichen. Er importiert Lachs und Meeresfrüchte selbst, bietet Qualitätsweine offen an, strafft die betrieblichen Abläufe und setzt auf Tellerservice ohne Tischtücher.

Durch das «Wirtschaftswunder» der 1950er Jahre haben die Menschen mehr Geld zur Verfügung, jedoch kaum Ferien und Autos. Bierhallen, Weinstuben, Kaffeehäuser und Speiselokale sind voll. Es wird modernisiert, abgerissen und neu gebaut.

1952 nimmt Robert Barth die Produktion von Rivella auf, einem kohlen säurehaltigen Erfrischungsgetränk auf Basis von Milchserum. 1958 beginnt die Familie Zweifel damit, in ihrer Höngher Mosterei «Chips» herzustellen.

Die Zunahme des Automobil- und Flugverkehrs sorgt in der Hotellerie für einen erneuten Aufschwung. Der Tourismus wird massentauglich. In den Städten entstehen moderne Hotels, die sich auf die Bedürfnisse von Geschäftsreisenden ausrichten.

In den 1960er Jahren leiten elektrische Fritteusen den Siegeszug der Pommes frites ein, die bis heute zu den meistverkauften Artikeln in der Gastronomie gehören. «Poulet im Chörbli» ist der letzte Schrei.

Die Schweizer Gastronomie ist von Fernweh und dem Wunsch nach Exotik geprägt, welche aber meist eher kurioser Art ist, so wie beim Bananensplit, beim Toast Hawaii oder beim Riz Casimir. Die Küche wird

weiter auf Seite 4



■ Mit dem Automobil ins Grüne: Das Gasthaus Krone in Brülisau AI in den späten 1930er-Jahren. Ein Vierteljahrhundert später entsteht in der Nähe die Talstation der Luftseilbahn zum Hohen Kasten.



■ Sunny-Bar im ersten Stock des Restaurants Baselstab (1960). Lange verfügen nur einige mondäne Grand-Hotels über Theken mit Barhockern. Bei uns setzt sich das Format erst nach dem Zweiten Weltkrieg durch.



■ Der Bierkeller an der Ochseneggasse läuft ausgesprochen gut. Der Gerstensaft fliesst in Strömen, doch kommt es immer wieder zu Keilereien. Manchmal fliegen nicht nur Gläser und Stühle von der Empore, sondern auch Gäste. Bild aus dem Jahr 1962.

internationaler: Fremdländische Gerichte wie Nasi Goreng, Paella und Gulasch halten Einzug.

Die Zuwanderung prägt die Gastronomie. Zunächst entstehen vor allem italienische und chinesische Restaurants. Das Bewusstsein für Vielfalt und Genuss nimmt zu. Gleichzeitig kündigt sich die systematisierte Schnellverpflegung an: 1962 eröffnet Mövenpick in Zürich die erste «Silberkugel».

Die Gebrüder Demaurex eröffnen 1960 den ersten «Cash+Carry»-Markt der Schweiz. Ihr Abhol-Grossmarkt in Genf heisst «Au Délices», später «Aligro». 1964 eröffnet die Familie Angehrn in Gossau SG den ersten CC-Markt in der Deutschschweiz.

Das Leben wird bunter

1968 fordern Studenten mit gewaltigen Aufmärschen gesellschaftliche Veränderungen. Auch Osteuropa bebt: Der Prager Frühling wird niedergeschlagen.

Die Konsumenten sind bereit für eine unkomplizierte Art von Gastronomie. Zu den Unternehmern, die dies erkennen, gehört neben Ueli Prager von Mövenpick und Friedrich Jahn von Wienerwald auch der Basler Emil Wartmann. Er gründet 1968 die Gastrag und eröffnet an der Küchengasse das «Lord Nelson». Weitere Lokale folgen. Vieles ist standardisiert und lässt sich multiplizieren: Man nennt es Systemgastronomie.

In den 1970er Jahren beschleunigt sich der Wandel. Die Menschen leben und arbeiten nicht mehr am selben Ort: Viele verpflegen sich mittags in Kantinen und Restaurants. Die Gesellschaft wird heterogener, die Schweiz internationaler. Neue Spezialitätenlokale, Steakhäuser, Raststätten, Pubs und Diskotheken öffnen ihre Türen. Die Auswahl an Lebensmitteln wird grösser. So werden neue Gemüse und Früchte wie Broccoli, Zucchini und Kiwi populär.

1973 wird der Fortschrittsglaube durch die «Ölkrise» auf die Probe gestellt. Der Bundesrat reagiert mit Sparappellen und «autofreien Sonntagen». In der westlichen Welt kommt es zu einer schweren politischen und wirtschaftlichen Krise.

1974 wird ein erster Landes-Gesamtarbeitsvertrag für das Gastgewerbe ausgehandelt und



■ Runde Sitznischen: Das «Silberkugel»-Konzept von Mövenpick orientiert sich stark an amerikanischen Fast-Food-Ketten und bietet preiswerte Schnellgerichte für ein breites Publikum.

«Service inbegriffen» eingeführt. Selbstbedienung und Markengastronomen fassen Fuss. 1976 eröffnet McDonald's in Genf sein erstes Restaurant in der Schweiz, drei Jahre später folgt in Basel das erste Lokal der Kette in der Deutschschweiz.

Manche Gourmetlokale setzen auf die «Nouvelle Cuisine», zu deren Wegbereitern Paul Bocuse gehört. In der Schweiz sind es unter anderem Max Kehl, Hans Stucki und Frédy Girardet, die die gehobene Küche erneuern.

Gegen Ende der 1970er Jahre kostet eine 3dl-Stange Bier rund anderthalb Franken. Fünfzig Jahre später wird der Preis mehr als dreimal so hoch sein.

Auswirkungen der Globalisierung

In den 1980er Jahren dominieren Convenience-Produkte und die Ernährung wird weiter globalisiert. Kantinen und Schnellrestaurants expandieren, aber auch die herkömmliche Gastronomie boomt. Noch gelten Bedürfnisklauseln und steife Umgangsformen, doch Entwicklungen werden spürbar: die Globalisierung, der Massentourismus, die schnelle Verpflegung, die Zwanglosigkeit, die gastronomische Vielfalt.

Selbstbedienungskonzepte verabschieden sich vermehrt von Linienbuffets und setzen je nach Platz auf Counter-Service oder «Free Flow», was die Schlangenbildung reduziert, weil die Kunden zwischen verschiedenen offenen Buffets zirkulieren. Integrierte Frontcooking-Stationen erhöhen die Attraktivität. Zu den Pionieren von «Free Flow» gehören die Migros, Manora und Marché.

Der Sozialstaat wird ausgebaut. 1984 wird die Arbeitslosenversicherung in der Schweiz obligatorisch. Wer in seiner eigenen Firma angestellt ist, bezahlt zwar Prämien, kann jedoch nicht von den Leistungen profitieren. 1985 tritt das BVG-Obligatorium in Kraft. Im Gegensatz zur AHV beruht die berufliche Vorsorge auf dem Kapitaldeckungsverfahren. Die Finanzierung erfolgt aber ebenfalls durch paritätisch verteilte Lohnprozente.

1989 bricht der Kommunismus zusammen, der Eisener Vorhang fällt, der Kalte Krieg endet. Am CERN in Genf wird das «World Wide Web» erfunden.



■ In der Rôtisserie La Grappe d'Or in Lausanne speist 1963 Sophie von Griechenland mit ihrem Verlobten Juan Carlos, dem späteren König von Spanien. Auch Rainier und Grace von Monaco sowie der Aga Khan lieben dieses elegante Lokal.

Alte Zöpfe, neue Einschränkungen

Die 1990er Jahre bringen dem Gastgewerbe eine Reihe von Liberalisierungen wie den Wegfall der Bedürfnisklausel, spätere Sperrstunden oder die Aufhebung von Tanzverboten an Feiertagen. Andererseits beginnt eine Phase der starken Moralisierung und Regulierung, z.B. durch das Verbot von Spielautomaten in zahlreichen Kantonen, ab 2005 schweizweit. Das Ganze wird in einer tieferen Promillegrenze (2005) und in Rauchverboten gipfeln, zunächst nur im Tessin (2007) und im Kanton Solothurn (2009), ab 2010 in der ganzen Schweiz.

Das Gastgewerbe leidet stark unter der Einführung der Mehrwertsteuer (1995), da die allermeisten Gäste als Endkonsumenten nicht vorsteuerabzugsberechtigt sind.

Die Jugoslawien-Kriege sorgen für Unruhe. Die Migration bringt neue kulinarische Einflüsse, z.B. aus Asien, dem Balkan, der Türkei und dem Nahen Osten. Gerichte wie Sushi, Kebab, oder Tacos finden ihren Weg in die Küchen.

1996 wird die Merkur-Gruppe, deren Wurzeln bis 1905 zurückreichen, zur Valora Holding AG. Die Firma ist unter anderem im Kioskgeschäft tätig und wird sich mit Marken wie «Avec» und «Brezelkönig» zu einer fokussierten Convenience- und Food-Service-Anbieterin entwickeln.

Inspiziert von Konzepten wie Hard Rock Café, Planet Hollywood oder TGI Friday's und befeuert von einem Tex-Mex-Trend, entstehen auch in der Schweiz Themen- und Erlebnisrestaurants, z.B. Movie, Papa Joe's und Tres Amigos.

Die Gäste wollen zunehmend wissen, woher ihre Lebensmittel stammen und wie sie produziert werden. Das Interesse an regionalen und nachhaltig produzierten Lebensmitteln wächst. Sous-vide, ein Garverfahren bei niedrigen Temperaturen im Vakuumbbeutel, erlebt dank neuer Geräte einen Aufschwung.

Anspruch und Wirklichkeit

In den 2000er Jahren trifft traditionelle Gemütlichkeit auf globale Trends und den Wunsch nach bewusster Ernährung. Einerseits versuchen die Konsumenten, sich gesund zu verpflegen, z.B. mit Smoothies, den aufkommenden «Superfoods» oder Sauerteigbrotchen.



■ Nouvelle Cuisine: 1978 eröffnen Max Kehl und sein Lebenspartner Claes Sievertzen das «Chez Max» in Zollikon.

Andererseits frönen sie ihrer Lust auf Süsses mit Kalorienbomben wie Doppelrahmeis und Cupcakes.

Anspruch und Wirklichkeit klaffen auseinander: Cordon bleu und Pommes frites gehören noch immer zu den Bestsellern. Dennoch verändert sich vieles. So entwickeln sich hochwertige Produkte wie Olivenöl und Balsamico zu Statussymbolen. Und die «Nordic Cuisine» zeigt vor, was mit regionalen, saisonalen und oft fermentierten Lebensmitteln möglich ist.

Kaffeekapsel-Systeme und Kaffeemaschinen für den Hausgebrauch verbreiten sich rasant. Nun gibt es auch daheim und am Arbeitsplatz guten Espresso. «Coffee to go» boomt und ist fast überall erhältlich. Die Kaffeeverkäufe in den konventionellen Restaurants gehen aber auch wegen des Rauchverbots zurück.

2001 eröffnet Starbucks am Central in Zürich seine erste Filiale in Kontinentaleuropa. Konkurrent «Caffè Spettacolo» von Valora sowie die meisten Individualkonzepte setzen auf eine italienische Kaffeekultur. Die Betreiber konzentrieren sich vermehrt auf die Qualität der Kaffeebohnen, die Röstung und Zubereitung. Coffeeshops bieten einen Raum jenseits von Zuhause und Arbeit, einen «Third Place», wo man sich treffen, arbeiten oder entspannen kann.

2008 wird die Plattform «Airbnb» gegründet, die Unterkünfte vermittelt, ohne dabei die rechtlichen Verpflichtungen zu übernehmen. Da viele Private Zimmer anbieten und vermieten, wirft dies Fragen auf, z.B. zu fairem Wettbewerb, Untervermietungen, Gasttaxen oder wegen der Zweckentfremdung von Wohnraum.

Mit dem Zusammenbruch der US-Bank Lehman Brothers beginnt eine der grössten Finanz- und Wirtschaftskrisen der letzten hundert Jahre. Auch die Schweiz muss Federn lassen, doch sie kommt glimpflich davon und muss sich nicht wie viele andere Länder enorm verschulden.

Fast Food wird erwachsen

In den 2010er Jahren wird der «Burger» zum neuen Schnitzel. Ursprünglich ein Imbissangebot, ist er nun in allen Segmenten anzutreffen, auch in Gourmetversionen.



■ Die Bierhalle Wolf im Niederdorf hat eine lange Geschichte. Nach einer Umgestaltung eröffnet sie 1980 neu, um bürgerliche Küche mit Unterhaltungsmusik zu verbinden – ein Konzept, das bis heute besteht.

Schnell genügt nicht mehr – es muss auch frisch, schön und gesund sein. «Fast Casual»-Anbieter wie Tibits, Vapiano, Spiga und Mister Wong legen zu. Der eilige Gast sucht frische, authentische und gesunde Produkte sowie ein wohliges, modernes Ambiente. Herkömmliche Schnellverpfleger wie McDonald's reagieren mit Sortimentsanpassungen und Investitionen ins Interieur.

Asiatische Küchen setzen zum Siegeszug an: Thailändische, indische und japanische Restaurants eröffnen am Laufmeter. Sushi, Fried Rice und Nudelsuppen gibt es bald an jeder Strassenecke.

Salz, Zucker und Transfette werden zu Feindbildern. Fleisch und sogar Kuhmilch werden zunehmend kritisch hinterfragt; Ersatzprodukte erobern Marktanteile. Der Pro-Kopf-Konsum von Alkohol setzt seinen langsamen Sinkflug fort.

Bewertungsportale, soziale Medien und Smartphones sorgen dafür, dass die Konsumenten sich jederzeit und überall informieren können. Die Digitalisierung in den Betrieben nimmt Fahrt auf: Online-Tischreservierungen, moderne Kassensysteme und High-Tech in den Küchen werden alltäglich. Der Anteil der bargeldlosen Zahlungen nimmt laufend zu. Erste Hotels stellen auf Self-Check-in um.

2010 werden im Gastgewerbe fünf Wochen Ferien eingeführt, 2012 kommt der 13. Monatslohn ab dem ersten Arbeitstag. Die normale Wochenarbeitszeit beträgt bei einem Vollzeitpensum 42 Stunden.

2014 scheidet die von GastroSuisse eingereichte Volksinitiative «Schluss mit der Mehrwertsteuer-Diskriminierung des Gastgewerbes» an Volk und Ständen. Die Schweiz gehört weiterhin zu den wenigen Ländern in Europa, die für die Gastronomie den Normalsatz bei der Mehrwertsteuer anwendet.

Spitzenlokale überleben meistens nicht aus eigener Kraft, sondern dank Mäzenen oder Quersubventionierungen, z.B. durch den Berberbergbereich oder die Vermarktung des Namens. Bei ambitionierten Küchenchefs ist die lokale Beschaffung ein Top-Thema.

Als Gegenbewegung zur Globalisierung entsteht eine Sehnsucht nach Heimat: Regionale



■ Bahnhofbuffet Bern in den 1980er Jahren: Die Gastronomie an Schweizer Bahnhöfen spiegelt den Wandel unserer Esskultur wider.

Produkte und Rezepte erleben ein kraftvolles Comeback. Das Lebensmittelhandwerk und lokale Wertschöpfungsketten werden wieder stärker geschätzt.

Digitalisierung und Systematisierung

Die 2020er Jahre stehen zunächst im Zeichen des Corona-Schocks. Trotz grosszügiger staatlicher Unterstützung hinterlassen die Lockdowns und Einschränkungen wie die Zertifikatspflicht ihre Spuren. Veränderungen im Gastgewerbe sind normalerweise ein evolutionärer Prozess. Nun kommen der Arbeitsmarkt und das Gästeverhalten schneller ins Rutschen.

Nach wie vor wünschen sich viele Konsumenten Angebote, die Werte ansprechen. Schlagworte dazu sind die naturnahe Produktion, eine artgerechte Tierhaltung, Regionalität und Saisonalität, Fair-Trade, umweltgerechte Verpackungen und die Verringerung von Lebensmittelabfällen.

Doch nicht alle Gäste sind auch bereit, den betriebswirtschaftlich notwendigen Preis zu bezahlen. Die mittelständische Gastronomie droht für breite Schichten zu teuer zu werden, zumal die Kaufkraft des unteren Mittelstands unter Druck ist, vor allem wegen der steigenden Krankenkassenprämien.

Die Beschaffung über Online-Kanäle wird auch für KMU immer wichtiger. Sie können Produkte ansehen, Bestellungen platzieren, den Stand der Lieferung verfolgen, sogar den Lagerbestand ansehen und Statistiken erstellen. Zunehmend werden interne Netze miteinander verbunden, um Prozesskosten einzusparen.

Auf 2022 tritt der vom Parlament beschlossene indirekte Gegenvorschlag zur «Fair-Preis-Initiative» in Kraft, zu deren wichtigsten Trägerorganisationen GastroSuisse gehört. Es kommt zu einer Änderung des Kartellgesetzes und des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb. Für die Konzerne und Importeure ist es nun schwieriger, krass missbräuchliche Schweiz-Zuschläge durchzusetzen.

Zu den Herausforderungen der Branche gehören aber weiterhin die abgeschotteten Agrarmärkte, die steigenden Personalkosten sowie hohe Energie- und Betriebskosten. Um die Effizienz zu steigern, wird in rationelle Abläufe investiert.

weiter auf Seite 6



■ Buffet-Systeme wie hier im Hiltl Sihlpost ermöglichen Gästen, selbst zu wählen, was und wie viel sie essen wollen. Ethische, ökologische und gesundheitliche Motive führen dazu, dass die Nachfrage nach pflanzenbasierten Gerichten zunimmt.

Manche verlagern noch stärker auf industrielle Vorstufen, während sich andere mit Hausgemachtem profilieren.

Der Personalmangel führt zu einem Umdenken. Die Einstellung der Bewerber zur Arbeit tritt in den Vordergrund. Zwar bleiben Fachkenntnisse wichtig, doch wenn man niemanden findet, sucht man halt nach Leuten, die Interesse zeigen. Hire for attitude, train for skills!

Es ist matchentscheidend, qualifizierte Fachkräfte zu finden und zu halten. Die Bewerber gehen bei der Wahl ihres potenziellen Arbeitgebers gezielter vor. Gastronomen und Hoteliers kommen nicht darum herum, sich mittels «Employer Branding» zu positionieren, z.B. durch Fringe Benefits, attraktive Mitarbeiterverpflegung und neue Arbeitsplanmodelle.

Die Konzentration im Grosshandel erregt Besorgnis. Howeg, Scana und Angehrn sind längst als eigenständige Player verschwunden. Die zu Coop gehörende Transgourmet schluckt ihren Konkurrenten Saviva. Pistor positioniert sich als einziger ernstzunehmender Konkurrent im Vollsortiment-Liefergrosshandel. Zudem gibt es Abholmärkte wie Aligro und Top CC.

Franchising-Systeme, Ketten und Gastronomiegruppen gewinnen Marktanteile. Individualbetriebe werden in Nischen gedrängt. Nachwuchsgastronomen setzen auf Popup-Lokale, Essensstände in Food-Halls oder Imbisswagen, um ihre Konzepte mit überschaubarem Risiko zu testen.

Der Liefermarkt setzt zu einem Höhenflug an. Es entstehen «Ghost Kitchens» und virtuelle Restaurantmarken, die ihre Produkte ohne physischen Gastraum über Plattformen wie Uber Eats oder Just Eat vertreiben.

Auf dem Land dünnt das Angebot weiter aus. In strukturschwachen, nicht-touristischen Gegenden gehen viele herkömmlichen Betriebe dauerhaft zu. Veränderte Konsumgewohnheiten, aber auch Vereinslokale und Bauernwirtschaften machen ihnen das Leben schwer. Oft sind es nur noch Imbissstände oder Tankstellenshops, die eine gastronomische Grundversorgung sicherstellen.

Essrituale verlieren an Bedeutung, das Drei-Mahlzeiten-Schema zerfällt und Snacking-Angebote legen zu. Verstärkt wird die Entwicklung durch Home-Office und kurze Mittagspausen.

Döner, Pizza, Burgers

In der Folge verschwinden immer mehr Wirtschaftshäuser als sozialer Raum. Sie machen neuen Betriebsformen Platz, die der günstigen und schnellen Verpflegung dienen. Oft wollen die Kunden eher Zeit sparen und satt werden, statt zu geniessen und eine angenehme Zeit zu verbringen. Das setzt die herkömmliche Gastronomie unter Druck, während Convenience-Stores, Take-Away-Formate und Imbissbetriebe Marktanteile gewinnen.

Viele alte «Beizen» haben ihre besten Zeiten hinter sich oder sind dauerhaft geschlossen. Mancherorts ist der Investitionsstau gross und

es wird schwieriger, Nachfolger zu finden. Gleichzeitig drängen auch in ländlichen Gebieten neue Anbieter von verzehrfertigen Speisen auf den Markt: Tankstellenshops, Supermärkte, Kioske, Bäckerei-Cafés und Imbissbuden.

Obwohl es insgesamt wesentlich mehr gastgewerbliche Betriebsstätten gibt, sind schweizweit Tausende von konventionellen Lokalen verschwunden. Natürlich gibt es noch immer gepflegte Landgasthöfe, gemütliche Beizen und bediente Speisewirtschaften. Mehr als 130 Restaurants sind mit Michelin-Sternen ausgezeichnet, und fast 900 Lokale haben Gault-Millau-Punkte.

In den Städten geht es manchen Restaurants gut, auch wenn der Kostendruck enorm ist. Aber auch hier sind die klassischen Beizen seltener geworden. Dafür trifft man auf viele kleine Coffeeshops, Bars und stark spezialisierte Konzepte, die sich auf wenige Produkte konzentrieren, z.B. Sandwiches, Suppen, Salate, Burgers, Chicken, Sushi, Ramen, Wok-Gerichte, Bowls, Empanadas, Pizza, Pasta oder Döner.

Allein in der Region Basel gibt es an die hundert Anbieter von Kebab. Schweizweit sind es rund zweitausend, die insgesamt schätzungsweise 80 Millionen Dürüm und Döner pro Jahr verkaufen. Die gefüllten Fladenbrote haben Erfolg, weil sie dem schnellen Lebensstil entsprechen und für die Konsumenten erschwinglich sind. Verzehrt werden sie unterwegs und zwischendurch, mittags bis spät am Abend.

Einen noch grösseren Siegeszug durchläuft die Pizza: Sie ist nicht nur der mit Abstand meistverkaufte Artikel im Liefergeschäft, sondern wird auch von vielen Imbissbetrieben, Pizzerien, Szenelokalen und oft sogar in traditionellen Betrieben zum Verzehr vor Ort oder zum Mitnehmen angeboten. Auch Restaurants mit asiatischer Küche gibt es in allen Preisklassen und unterschiedlicher Ausführung.

In der Hotellerie nimmt die Marktdurchdringung der grossen Player zu; die Luft für die privaten Häuser wird dünner. Dank digitaler Technologien lässt sich besser analysieren, wo-

her die Gäste kommen, über welche Kanäle sie buchen und welche Angebote sie bevorzugen. Ineffiziente Prozesse kosten Geld, gute Software bringt Umsatz.

Viele Hotels sind stark von der 1996 gegründeten und heute führenden Online-Reiseagentur Booking.com abhängig. Es kommt zu einer Sammelklage, der sich 15'000 Beherbergungsbetriebe in dreissig europäischen Ländern anschliessen.

Günstige Design-Hotels wie «Motel One» und «Ibis Styles» verbinden Design und Qualität mit attraktiven Preisen und Top-Standorten. Sie füllen die Lücke zwischen einfachen Budget-Hotels und teuren Häusern. Das ist möglich, weil sie auf schlanke Prozesse, eigene Vertriebskanäle und gezielte Investitionen ins Wesentliche setzen.

Mit «Coworking Spaces» in der Eingangshalle oder in Tagungsräumen bieten viele Hotels ihren Gästen die Möglichkeit, Räume auch für Arbeitszwecke zu nutzen. Serviced Apartments halten einen Anteil von 5 Prozent am Hotelmarkt. Das Segment setzt auf Longstay-Gäste und wächst stark.

Jederzeit und überall

In den 2030er Jahren werden klassische Restaurants noch mehr zur Nische und leider auch zum Luxusgut, das sich viele im Alltag nicht mehr leisten können oder wollen. Eine verfehlte Energiepolitik führt zu Engpässen und absurd hohen Preisen.

Gastronomie findet jederzeit und überall statt. Die Menschen entscheiden situativ aufgrund ihres Zeit- und Geldbudgets, wo sie sich verpflegen. Der Detailhandel und Take-Away-Betriebe schneiden sich ein schönes Stück des Ausserhaus-Kuchens ab.

Die Kunden bestellen digital vor, konfigurieren ihre Speisen individuell, holen sie ab oder lassen sie sich liefern. Beim Verzehr vor Ort setzt sich Self-Ordering via Terminals, Apps oder QR-Code durch. Nur satt werden ist auf Dauer



■ Alternative Vertriebskanäle wie Take-Away, Delivery und Drive-Thru gewinnen Marktanteile. Die Kunden bestellen per App oder an Self-Ordering-Terminals. KI-Systeme sorgen dafür, dass Bestellungen per Chatbot angenommen werden können.

aber zu wenig. Ein bisschen Wärme und Beaglichkeit muss schon sein.

Gastronomie ist der Anker moderner Handelskonzepte (und Innenstädte). Sie verlängert die Verweildauer, schafft Emotionen und macht Marken erlebbar.

Smart Buildings sind vernetzte und automatisierte Gebäude, mit denen der Komfort gesteigert und gleichzeitig der Energieverbrauch gesenkt werden kann. Die intelligente Steuerung eröffnet zahlreiche Möglichkeiten, z.B. bei der Heizung, der Beleuchtung, der Überwachung von Ein- und Ausgängen, der Vernetzung von Rauchmeldern oder der Analyse der Luftfeuchtigkeit für ein verbessertes Raumklima.

Internationale Esskulturen gewinnen weiter an Bedeutung, wobei der Blick über die gängigen mediterranen und asiatischen Küchen hinausgeht: von arabisch und persisch über äthiopisch-eritreisch und westafrikanisch bis indonesisch, peruanisch und russisch.

Durch Fermentation haltbar gemachte Lebensmittel sind populär. Gärprozesse wandeln Zucker in Säuren, Alkohole und Gase um, was den Geschmack, die Textur und die Haltbarkeit verändert und oft gesunde Probiotika schafft. Neuartige Nahrungsmittel stellen die Lebensmittelüberwachung vor Probleme. So gilt es, Speiseinsekten zu bestimmen oder Algenarten zu untersuchen.

Technologiegestütztes Handwerk

In den 2040er Jahren trifft der demographische Wandel den Sozialstaat und den Arbeitsmarkt mit voller Wucht. Die autochthone Bevölkerung schrumpft und auch viele Zuwanderer gehen in Rente. Obwohl das Pensionsalter erhöht wird und bei der Immigration stärker auf die Ausbildung, die Sprache und die gesellschaftliche Kompatibilität geachtet wird, steigen die Lohnnebenkosten und die Mehrwertsteuer dramatisch an.

Die Überalterung führt auch zu einer Verschiebung der Nachfrage und der Qualitätskriterien. Gesundheit, Sicherheit, Barrierefreiheit und Komfort sind starke Verkaufsargumente.

Die enorme Staatsverschuldung, eine Überregulierung in allen Bereichen und die fortgeschrittene Deindustrialisierung führen zu sozialen und wirtschaftlichen Verwerfungen in Europa. Grundlegende Reformen sind unumgänglich.

Hotels nutzen KI-gestützte Algorithmen, um Gästewünsche zu erfüllen, bevor diese ausgesprochen werden. Biometrische Daten ermöglichen den nahtlosen Zugang zum Zimmer.

Mit dem Aufkommen autonomer Fahrzeuge entstehen mobile Hotelmodule, die Reisen und Schlafen kombinieren. «Longevity-Hotels» tragen mithilfe von Schlaf-Trackern, Luftfiltern und personalisierter Ernährung aktiv zur Gesundheitsförderung der Gäste bei.

Dank Blockchain-Technologie können Gäste die gesamte Lieferkette jedes einzelnen Inhaltsstoffs auf dem Teller lückenlos nachverfol-

gen. Um Transportwege zu minimieren, gibt es vertikalen Anbau und regenerative Landwirtschaft. Nachhaltigkeit ist noch immer wichtig, doch hält Vernunft Einzug. Europa verabschiedet sich von seinem Klimawahn, dereguliert und wird wieder konkurrenzfähig.

Alternativen zu tierischem Protein wie «Laborfleisch» sind etabliert. Sie werden durch biotechnologische Verfahren wie Zellkultivierung oder Protein-Engineering hergestellt. Die meisten Fische werden in Aquakulturen gezüchtet, um die Wildbestände zu schonen.

Die künstliche Intelligenz erlaubt eine starke Personalisierung der Angebote, z.B. Menüs, die exakt auf die DNA, die Allergien und aktuellen Nährstoffbedürfnisse des Gastes zugeschnitten sind. Smarte Tische oder Kameras tracken Kalorien und Nährwerte in Echtzeit.

Routineaufgaben in der Küche wie Schneiden und Braten werden mit Präzision von Robotern übernommen. KI sagt die Nachfrage genau voraus. So optimieren wir die Personalplanung und kommen «Zero Waste» nahe.

Das Frühstück ist vermehrt eine Hauptmahlzeit. Geschäftliche Treffen finden öfters am Morgen statt, nicht mehr am Mittag beim Lunch. Das Abendessen bleibt erlebnisorientiert. Zur Inszenierung gehören auch die Beleuchtung, die Akustik, das Raumgefühl, Multimedia-Elemente und der Service.

In der Systemgastronomie laufen Bestellung und Auslieferung weitgehend automatisiert ab, während in der konventionellen Gastronomie menschliche Gastgeber für die emotionale Bindung unverzichtbar bleiben. Erfolg hat, wer die richtige Mischung aus «High Tech» und «Human Touch» findet.

Im modernen, aber zunehmend instabilen Umfeld neigen die Konsumenten dazu, die Vergangenheit zu verklären. Wer solch nostalgische Gefühle bedienen kann und gleichzeitig auf Geschmack, Nachhaltigkeit und Convenience setzt, hat Erfolg.

Je technisierter und globalisierter die Welt ist, desto mehr sehnen sich viele Menschen wieder nach Gemütlichkeit, Geselligkeit, individuellem Stil und klassischen Gerichten. Gewiefte Gastronomen bieten all das, doch im Hintergrund wirken KI, Robotik und ein Ressourcenmanagement auf hohem Niveau.

Die fortgeschrittene Automatisierung erhöht die Produktivität pro Mitarbeiter. Der Arbeits- und Fachkräftemangel wird auch entschärft, weil die Jobs im Gastgewerbe als relativ «KI-sicher» gelten. Demgegenüber haben Menschen mit kaufmännischem oder akademischem Bildungsweg grosse Mühe, eine passende Arbeit zu finden.

Personalintensive Konzepte kämpfen mit der Herausforderung, dass die Leistungen für viele Gäste im Alltag zu teuer sind. Der Befreiungsschlag für die Gastronomie kommt durch die Einführung des reduzierten Satzes bei der Mehrwertsteuer, was den Restaurants Spielraum für Investitionen, Lohnerhöhungen und preisattraktive Angebote gibt.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Hotels und Restaurants haben sichere und fair entlohnte Stellen. Dank dem Einsatz von Technik sind sie von Routinearbeiten entlastet und können das tun, was am meisten Spass macht: die Gäste glücklich machen!

Maurus Ebnetter



Das Abendessen bleibt erlebnisorientiert. Zur Inszenierung gehören auch die Beleuchtung, die Akustik, das Raumgefühl und Multimedia-Elemente.

Fremdländische Küchen

Schon vor dem Krieg gibt es in der Schweiz vereinzelt Restaurants mit Spezialitäten aus anderen Ländern. In den 1960er und 1970er Jahren kommt es zu einem Boom von italienischen und chinesischen Lokalen. Die eigentliche Internationalisierung der Schweizer Gastronomie beginnt aber erst in den 1980er Jahren.

1935 eröffnet ein gewisser Thu Pao Suan in Genf «Le Céleste Empire», ein chinesisches Restaurant. Seine Nachkommen führen noch heute ein Lokal gleichen Namens in Bernex GE. Eine eigentliche Welle von chinesischen Restaurants gibt es erst Jahrzehnte später. 1958 eröffnet in Zürich das «Hong Kong», ein Jahr danach folgt das «Li Tai Pe» in der Luzerner Altstadt, das noch heute besteht.

«Die eigentliche Internationalisierung der Gastronomie beginnt erst in den 1980er Jahren.»

Andere asiatische Küchen sind in der Schweiz lange wenig bekannt. 1976 eröffnet das indische Restaurant Darshana in Genf, 1977 in Zürich das Restaurant «Korea Pavillon» und drei Jahre später geht mit dem «Sala of Tokio» das erste japanische Restaurant auf. Das erste mexikanische Restaurant, das «Tres Kilos», eröffnet 1986, ebenfalls in Zürich.

Während der Döner Kebab als Imbiss in den frühen 1970er-Jahren in Berlin populär wird,

setzt sich der Trend in der Schweiz erst viel später durch. Als erstes Döner-Lokal der Schweiz gilt eine mobile Imbissbude, die ein gewisser Arsen Cam Anfang der 1980er-Jahre in Spreitenbach betreibt.

Weit älter sind die «Spanischen Weinhallen», die noch im 19. Jahrhundert an verschiedenen Orten entstehen. 1874 eröffnet der katalanische Weinhändler Pedro Gorgot seine «Casa Gorgot» in Zürich, die später zur Bodega Española wird.

Auch deutsche Einflüsse gibt es in der Schweiz schon früh, stark gefördert durch die Bierhallenkultur. 1880 eröffnet in der Steinvorstadt in Basel die «Alte Bayrische».

Die italienische Küche lernen mutige Zürcher ab 1905 kennen, wenn sie das «Cooperativo» besuchen, das aber zunächst vor allem von (sozialistischen) Gastarbeitern frequentiert wird. 1907 eröffnet Gaspare Ferlin das Restaurant «Chiantiquelle» (heute «Casa Ferlin»).

Ein gewisser G.B. Barberis betreibt um 1910 an der Steinvorstadt in Basel das Hotel Italia. 1950 eröffnet Manilo Donati das «Chez Donati» an der Johanniterbrücke in Basel. 1955 geht in Genf die Pizzeria «Âge d'Or» an den Start. Später folgen die ersten Pizzerien in der Deutschschweiz, z.B. das «Santa Lucia» an der Luisenstrasse in Zürich (1965).

Das erste indische Restaurant in Basel eröffnet 1981 Jeffrey Sandragesan. Japanische Küche

gibt es erstmals 1989 im «Edo» (heute Taverne Johann). Zu jener Zeit gehen am Rheinknie auch die ersten Thai-Lokale auf, das (alte) «Sukhothai» in Binningen und das «Dream Café» in der St. Alban-Vorstadt. Und mit dem «Tapadera» das erste mexikanische Restaurant der Stadt.



Das China-Restaurant Golden Dragon im Hotel Touring & Red Ox an der Ochsengasse in Basel (um 1970).

Das erste Kaffeehaus der Schweiz

Aussereuropäische Einflüsse sind keineswegs neu. So kommt 1615 das Genussmittel Kaffee nach Europa – fünf Jahre nach dem Tee und 87 Jahre nach dem Kakao.

In Konstantinopel kennt man bereits 1554 Kaffeehäuser. In Venedig eröffnet 1645 die «Bottega del Caffé», in Paris 1686 das Café Procope und in Leipzig 1720 das Lokal «Zum Arabischen Coffeebaum». Die erste Kaffeerösterei der Schweiz entsteht 1761 in St. Gallen, doch die schwarzen Bohnen wurden schon vorher importiert, zubereitet und genossen.

Das erste Kaffeehaus der Schweiz steht vermutlich in Basel. Überliefert ist ein «Caffeehaus von Noerbel» im Jahr 1740. Es ist wahrscheinlich, dass es in unserer Stadt schon etwas vorher Kaffee und Kaffeehäuser gibt, denn Basel ist ein wichtiges Handelszentrum, unter anderem für Gewürze.

Das älteste noch bestehende Café am Rheinknie ist das «Schiesser», welches 1870 vom Glarner Pastetenbäcker Rudolf Schiesser am Marktplatz gegründet wird. Die Confiserie Schiesser ist das erste Kaffeehaus der Schweiz mit eigener Backstube.

David Sprüngli-Schwarz kauft 1836 eine Konditorei an der Zürcher Marktgasse und beginnt 1845 mit der Schokoladenproduktion,

die ein sofortiger Erfolg wurde. 1859 eröffnet Sprüngli ein zweites Geschäft am Paradeplatz.



Das Café Restaurant Schilthof an der Freien Strasse (um 1860).

No-Shows belasten Betriebe

Immer mehr Unternehmer im Gastgewerbe leiden unter dem wachsenden Problem sogenannter No-Shows. Es braucht mehr Verbindlichkeit bei Reservierungen.

Gastronomen leiden unter No-Shows – also Gästen, die reservieren, aber ohne Absage nicht oder mit weniger Personen erscheinen. Das zeigt eine Umfrage des Dehoga Nordrhein-Westfalen, an der sich 250 Unternehmer beteiligten.

«Wer reserviert, sollte Verantwortung übernehmen.»

Die Ergebnisse sind eindeutig: Nahezu alle teilnehmenden Unternehmer kennen das Problem aus eigener Erfahrung (86.8%). Rund 60 Prozent dieser Betriebe verzeichnen Umsatzausfälle von bis zu fünf Prozent (59.9%), der Rest erleidet noch höhere Schäden. Fast zwei Drittel der Befragten (64.3%) berichten zudem, dass sich das Problem in den vergangenen Jahren spürbar verschärft habe.

«No-Shows sind keine Lappalie. Sie verursachen reale wirtschaftliche Schäden – gerade in einer Branche, die ohnehin mit niedrigen Margen, hohen Kosten und Personalengpässen kämpft», erklärt Patrick Rothkopf, Präsident des Dehoga NRW. «Wer reserviert, sollte Verantwortung übernehmen. Gastronomen und Hoteliers planen und rechnen im wahrsten Sinne des Wortes mit diesen Plätzen und Kapazitäten.»

Die Umfrage zeigt, dass Betriebe inzwischen unterschiedlichste Wege gehen, um sich vor Ausfällen zu schützen. Dazu gehören telefonische Rückfragen oder Erinnerungsmails an Gäste (38.8%), die Gäste auf die Verbindlichkeit der Reservierung hinzuweisen (30.1%) oder sogar das Arbeiten mit Vorkasse (12.6%).

9.8 Prozent der befragten Betriebe verlangen die Hinterlegung der Kreditkarte. 3.3 Prozent nehmen gar keine Reservierungen mehr an.

Stornierungsgebühren (No-Show-Gebühren) bleiben jedoch die Ausnahme. Rund 28.4 Prozent haben noch keine Massnahmen ergriffen.

Viele Unternehmer berichten, dass Gäste diese Massnahmen überwiegend verstehen, wenn transparent kommuniziert wird, warum sie notwendig sind. «Es geht uns ja auch nicht um Sanktionen, sondern um Fairness und Verlässlichkeit», so Rothkopf.



■ Leerbleibende Tische verursachen reale wirtschaftliche Schäden.

Lausanne unterstützt Geschäfte

Die Stadt Lausanne entschädigt seit dem 1. Februar 2026 Geschäfte, die von ihren Baustellen länger als drei Monate betroffen sind. Es gilt eine monatliche Obergrenze von 3000 Franken pro Betrieb.

«Die Stadtverwaltung ist sich der Herausforderungen bewusst, denen Unternehmen bei Bauarbeiten in der Nähe ihres Standorts gegenüberstehen, und schafft daher ein Instrument, um sie während dieser für die Entwicklung und Attraktivität der Stadt notwendigen Bauarbeiten zu unterstützen», heisst es in einer Mitteilung der Stadt Lausanne.

Die Hilfe betrifft alle Bauarbeiten, deren Bauherrschaft die Stadt Lausanne innehat. Die Massnahmen sind Teil einer Zusammenarbeit mit Vertretern der Geschäfte (SCCL, Trade Club und GastroLausanne) und setzen den seit mehreren Jahren bestehenden Dialog fort.

Die jährlichen Kosten werden auf über 3 Millionen Franken geschätzt. Geschäfte, die nicht mehr als drei Verkaufsstellen in Lausanne betreiben und deren Tätigkeit länger als drei Monate durch eine Baustelle beeinträchtigt ist, können ab dem 1. Februar 2026 eine finanzielle Unterstützung in Höhe von 50% der monatlichen Miete erhalten, wobei es eine monatliche Obergrenze von 3000 Franken gibt.

Ergänzend zur finanziellen Unterstützung verpflichtet sich die Stadt, die Sichtbarkeit der

betroffenen Geschäfte in Absprache mit ihnen durch eine angemessene Beschilderung zu verbessern.

Lausanne hat in den letzten Jahren den Dialog mit den Geschäftsinhabern intensiviert. So wurde die Verlängerung der Strassenbahnlinie bis zum Stadtteil Flon ermöglicht, ein Kompromiss zur Geschwindigkeitsbegrenzung gefunden und die Erreichbarkeit der Innenstadt ver-

bessert, unter anderem durch die kostenlose Nutzung von P+R-Parkplätzen am Samstag.

Darüber hinaus räumt die Stadt den Lebensmittelgeschäften die Möglichkeit ein, Terrassen einzurichten. Die Gebühren für Terrassen von Gastronomiebetrieben wurden um 13% gesenkt. Floristen dürfen den öffentlichen Raum vor ihrem Geschäft sogar kostenlos nutzen.



■ Das Quartier Flon im Herzen von Lausanne.

Frankfurt am Main: Tourismus stärkt den Wirtschaftsstandort

Eine Studie zeigt den positiven Effekt des Tourismus auf Frankfurt. Dabei geht es nicht nur um die Wertschöpfung, sondern auch um die Steigerung der Lebensqualität für die einheimische Bevölkerung.

Aus der touristischen Nachfrage in Frankfurt resultieren jährlich knapp 5 Milliarden Euro Bruttoumsatz. Der direkte touristische Beitrag zum städtischen Steuereinkommen liegt bei über 100 Millionen Euro.

«Der Tourismus hat für unsere Stadt eine grosse wirtschaftliche Bedeutung», kommentiert Oberbürgermeister Mike Josef die Studie «Wirtschaftsfaktor Tourismus in Frankfurt» des Wirtschaftswissenschaftlichen Institutes für Fremdenverkehr.

«Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche, die viel mehr Menschen betrifft als gesellschaftlich angenommen.»

«Die Einnahmen kommen allen zugute, denn der Tourismus ist nicht nur ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Stadt, sondern schafft auch ein tourismusinduziertes Einkommensäquivalent für rund 59'500 Menschen in Frankfurt, die ihren Lebensunterhalt allein durch den Tourismus bestreiten können», so der Oberbürgermeister.

Der Bruttoumsatz, den die Mainmetropole im Jahr 2024 verzeichnete, betrug 4.92 Milliarden Euro. Er ergab sich aus 71.4 Millionen Aufenthaltstagen, die sich wiederum aus 53.5 Millionen Tagesgästen, 11.1 Millionen Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben und 6.5 Millionen privaten Nächtigungen zusammensetzten.

Der durchschnittliche Tagesgast gibt in Frankfurt pro Kopf und Tag knapp 40 Euro aus, der durchschnittliche Hotelübernachtungsgast 224 Euro. Insgesamt liegt der Durchschnitt pro Gast und Tag bei 69 Euro.

«Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche, die viel mehr Menschen betrifft als gesellschaftlich angenommen», ergänzt Tho-

mas Feda, Geschäftsführer der Tourismus- und Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF).

Von den Gästen profitieren nicht nur Hotels und Gastronomie (50.8%), sondern viele weitere Branchen, wie Einzelhandel, Verkehrsbetriebe oder Kultureinrichtungen. Der Einzelhandel beispielsweise hat mit 29.4% einen grossen Anteil am touristischen Gesamtumsatz.

Oberbürgermeister Josef betont, dass Investitionen in den Tourismus nachhaltig sind: «Tourismusförderung ist für Kommunen freiwillig, lohnt sich jedoch, denn sie bringt eine hohe Rendite. Nicht nur die Steuereinnahmen kommen der Stadt zugute und Investitionen in die touristische Infrastruktur tragen langfristig zu einer höheren Lebensqualität für Einheimische bei.»

Die ergänzende Erhebung zur Tourismusakzeptanz zeigt, dass der Tourismus in Frankfurt von

der lokalen Bevölkerung mit 55% positiv wahrgenommen wird. Lediglich 8% der Befragten gaben an, dass sich der Tourismus negativ auf den Wohnort auswirkt.

Dass der wahrgenommene Tourismus insgesamt genau die richtige Menge hat, finden fast zwei Drittel der Befragten. Viele erkennen die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Stadt, insbesondere für Arbeitsplätze, Handel, Gastronomie und das kulturelle Angebot.

Gleichzeitig wird der Tourismus als wichtiger Faktor für die internationale Sichtbarkeit und Attraktivität Frankfurts eingeschätzt. Die Ergebnisse machen aber auch deutlich, dass eine ausgewogene Steuerung des Tourismus wichtig ist, um Belastungen im öffentlichen Raum zu minimieren und die Lebensqualität für Bewohner zu sichern.



Visit Frankfurt / Isabelle Pacini

■ Der Tourismus ist ein Wirtschaftsfaktor – und er verbessert die Lebensqualität der Bevölkerung.

Gegen den täglichen Stau

Mit Beginn der Sanierungen auf der Osttangente haben sich die Stautunden in der Region nochmals vervielfacht. Der Transit-, Pendler- und innerstädtische Verkehr staut sich täglich auf den Hauptachsen und verstopft Quartiere, Nebenstrassen und ganze Gemeinden. Die grossen Verbände der beiden Basel sind sich einig, dass es dringend Lösungen braucht. Gemeinsam haben sie eine Petition mit über 2100 Unterschriften eingereicht, damit die Kantone sich endlich für spürbare Entlastung engagieren.



Verkehrsliga beider Basel



Als GastroSuisse-Mitglied profitieren Sie bei unseren Partnern von folgenden Vorzugskonditionen:

Schweiz Tourismus.



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

AVIA

Heizen und tanken mit AVIA und dabei sparen. Sie profitieren unter anderem von einem Sonderrabatt von 6.5 Rappen pro Liter und attraktiven Vorzugskonditionen auf Heizöl.

SWICA

Ihr Vorteil dank der Partnerschaft mit SWICA: Sie erhalten exklusive Prämienrabatte von bis zu 20 % bei branchenspezifischen Personenversicherungen.

iba

Nebst einem Rabatt von 35 % auf die gängigsten Büromaterialien profitieren Sie zusätzlich bis Ende Jahr von CHF 20.– Reduktion mit dem Promotionscode GS24 auf Ihre nächste Online-Bestellung ab CHF 120.–.

Alle Vergünstigungen
im Detail finden Sie hier:



nexi

Nexi Schweiz bietet die passende Payment-Lösung für Ihren Gastro- oder Hotelbetrieb. Nutzen Sie die exklusiven Konditionen und massgeschneiderten Angebote für Zahlkartenterminals und Acquiring.

Protecta

Mit der speziell für Sie konzipierten Versicherungslösung der Protecta sichern Sie sich zu vergünstigten Tarifen gegen das finanzielle Risiko von Rechtsstreitigkeiten ab.



Hochwertige, wiederverwendbare Verpackungen, die sich nahtlos in den Gastronomieprozess integrieren lassen. Bestehende Partner profitieren von einem Gutschein über CHF 100.–, neue Partner starten mit einmaligen Vergünstigungen.

CWS

Die CWS Gruppe ist Ihr verlässlicher Partner rund um gewerbliche Serviceleistungen – von Hygiene bis Schutzkleidung. Sparen Sie bis zu 40 % auf aktuelle Angebote.

GASTROSUISSE



Spuk im Rathaus oder die neu entfachte Liebe der Mitte zu Defiziten

Zur Eröffnung der November-Session wollte der Grossratspräsident Balz Herter (Mitte) Effizienz praktizieren und die Wahl des Nachfolgers von Catherine Alioth (LDP) im Ratsbüro offen durchführen. Sein Versuch, mit jahrzehntelanger Usanz zu brechen, misslang. In geheimer Wahl wurde sodann Michael Hug (LDP) mit 73 Stimmen gewählt.

An den 1. November-Sitzungstag schloss sich nahtlos das bikantonale parlamentarische Jassturnier im Vorzimmer des Grossratssaal an. Souverän siegte Felix Wehrli (SVP) über Konkurrenz aus Stadt und Land, er tankte dabei Moral für den zweiten Wahlgang der Riehener Gemeinderatswahlen.

Am 19. November 2025 fand der erste Akt in Sachen Sonder- respektive Nachtzug nach Malmö statt. Eine Resolution sollte die Eidgenössischen Räte zur Subventionierung bewegen. Erwartungsgemäss wurde diese Resolution verabschiedet und wanderte direkt in den Berner Papierkorb.

Dies führte dann am 21. Januar 2026 zum zweiten Akt: Mit einem Budgetpostulat wollte Patrizia Bernasconi (BastA!) erreichen, dass unser Kanton die Finanzierung des Nachtzuges wenn nötig auch selbst übernimmt. Gemäss Leonie Bolz (SP) müssten die Städte für Bundesbern im Namen des Klimas einspringen, dies obwohl Daniel Seiler (FDP) den Rat bat, einen Realitätscheck vorzunehmen. Alex Ebi (LDP) würde lieber in der Nacht nach Stockholm statt nach Malmö reisen.

Abgelehnt wurde der Einstieg unseres Kantons in das internationale Nachtzuggeschäft immerhin mit 55 Nein-Stimmen, 6 Mitglieder der SP-Fraktion durften die Nein-Taste drücken. Zu hoffen ist, dass kein dritter Akt folgen wird.

Zurück zum 19. November: Episch wurde das Kaskadenmodell im Joggeli diskutiert. Regierungsrätin Stephanie Eymann (LDP) war chancenlos, die Motion von Pascal Messerli (SVP) wurde zum zweiten Mal als Motion überwiesen. Dieser sprach auch als Fussballfan, der sich von Straftaten distanziert, aber gegen Auflagenautomatismus in der Mogelpackung Kaskadenmodell sei.

Unterstützt wurde die Regierungsrätin von ihren Parteifreunden Daniel Hettich und Alex Ebi, der sich schweren Herzens für das Kaskadenmodell aussprach, der Kuschelkurs mit den Fans habe nicht gefruchtet.

Nach der Verabschiedung der um eine Minute zu spät im Ratssaal eingetroffenen Alexandra Dill (SP) begann am 17. Dezember um 09:02 Uhr die Budgetdebatte, inklusive des «Globalbudget(s) der globalen Museen»: Hat sich da der Chronist verhört oder war dies ein Freud'scher Versprecher des Grossratspräsidenten?

Joel Thüring (SVP) als Finanzkommissionspräsident begnügte sich mit etwa 30 Minuten Redezeit, die Finanzdirektorin Tanja Soland (SP) machte es mit 8 Minuten deutlich kürzer. Die Präsidentin der UVEK, Raffaella Hanauer (Grüne), tauchte für ihre vormittäglichen Kommissionsvoten überhaupt nicht im Ratssaal auf, am Nachmittag gelobte sie Besserung für die Folgejahre.

Daniel Seiler als Fraktionssprecher der FDP konstatierte, dass das Zeitalter der Schuldenmacherei eingeläutet wurde. Er beantragte die Kürzung des Budgets um 19 Millionen Franken. Dass dieser Antrag den Linken nicht passte, war zu erwarten.

Remo Gallacchi, der für die Fraktion Mitte/EVP ans Mikrofon trat, wollte wegen 19 Millionen Franken Defizit im 2027 nicht hyperventilieren. Nach dieser Aussage fiel das Mikrofon kurzzeitig aus. Er votierte für Entzug von Geldern via Steuersenkungen. Ein Minus von 50 bis 80 Millionen Franken im Budget sei für ihn eine hellrote Null.

Diese Farbenlehre stiess dann auf Widerstand bei mehreren Bürgerlichen. Als sich Remo Gallacchi am Nachmittag bei der Detailberatung des Budgets nochmals zu Wort meldete, streifte bei seinem Votum dreimal das Mikrofon.

Fleur Weibel (Grüne) äusserte später die Vermutung, dies sei gespenstig, das Pult spuke, sie meinte wohl das Mikrofon. Anschliessend durfte David Jenny (FDP) mit Genugtuung feststellen, dass bei ihm das Mikrofon nicht spuk-

te. Die Budgetdebatte endete ohne Kürzung um 17:20 Uhr.

Danach folgte ein Gesundheitsgeschäft, der zuständige Kommissionspräsident Christian Moesch (FDP) war vom raschen Themenwechsel überrascht und sprach zuerst zum nachfolgenden Traktandum. War auch dies ein Beweis dafür, dass es im Rathaus spukt?

Am Folgetag konnte mehrfach der grossrätliche Sprint vom Vorzimmer zum Abstimmungsgerät beobachtet werden. Die Frage stellt sich, wann wird dieser Sport endlich olympisch? Wird es dann eine Kürnote für die Eleganz des Landeanflugs auf das Abstimmungsgerät geben?

Das neue Jahr startete im Rathaus am 7. Januar 2026 musikalisch. Das Trio vom Jazz Campus liess auf «Money Matters» auch «Hemmige» von Mani Matter folgen. Hemmungen, Geld auszugeben, damit hat der Grosse Rat selten Probleme.

Künstlerisch gestärkt schritt der Rat sodann zur Wahl der neuen Spielgruppenleitung, Gianna Hablützel-Bürki (SVP) wurde mit 63 Stimmen zur neuen Präsidentin gekürt, neben ihr Platz auf dem Bock nehmen darf ab Februar Michael Hug (LDP).

Die Stadtaubeninitiative bot viel Gelegenheit für rhetorische Ausflüge. Gestritten wurde, ob die Haustaube ein Wild- oder ein Haustier sei. Die Sozialdemokraten Regierungsrat Kaspar Sutter und Grossrätin Christine Keller waren sich darüber nicht einig. Gemäss Nicole Strahm (LDP) teilt sich die Welt in Taubenfreundinnen und -feindinnen auf, dazwischen gebe es fast nichts. Bei einem anderen Geschäft zog Beat K. Schaller (SVP) den Trennstrich zwischen Autophoben und Autorealisten.

Die letzte Sitzung des Amtsjahres endete am 21. Januar 2026 mit der Schlussrede von Balz Herter. Dieser blickte auf 180 von ihm besuchte Anlässe zurück und prüfte rhetorisch den Bauzustand der Brücken im Parlament.

Cliffhanger dieser Kolumne: Kann die neue Grossratspräsidentin den Spuk im Rathaus ohne exorzistische Massnahmen beenden?

Weniger Kinoeintritte

2025 war für die Schweizer Kinos kein Glanzjahr. Mit 9.45 Millionen Eintritten fielen die Besucherzahlen deutlich geringer aus als vor der Covid-Pandemie (minus 24% im Vergleich zu 2019) und waren auch gegenüber 2024 rückläufig (minus 8%). Amerikanische Produktionen waren mit einem Marktanteil von 56% immer noch die meistgesehenen Filme, aber ihre Dominanz hat deutlich abgenommen (minus 12.2 Prozentpunkte seit 2023). Der Marktanteil der Schweizer Filme belief sich auf 9%, was über das ganze Jahr gesehen 857'000 Eintritten entspricht.

Sinnlose Bürokratie

Das Referendumskomitee «Nein zum direkten Abzug der Steuern vom Lohn», bestehend aus Vertretern der Basler Wirtschaftsverbände sowie aller bürgerlichen Parteien, hat über 2600 Unterschriften gegen den entsprechenden Beschluss des Grossen Rats eingereicht. Nun wird die Stimmbevölkerung Gelegenheit erhalten, über die Vorlage zu entscheiden. Mit einem Nein kann ein sinnloses Bürokratiemonster verhindert werden.

KI im Buchungsprozess

Die Hotelgruppe Accor integriert ihre Buchungsanwendung «ALL» in ChatGPT. Damit erweitert das Unternehmen seine digitalen Touchpoints für Gäste weltweit. Die neue Funktion ermöglicht es Nutzern, direkt in der ChatGPT-Umgebung nach Hotels der Gruppe zu suchen, Reisedaten und Gästeangaben einzugeben sowie Informationen zu Zimmerkategorien und Preisen abzurufen. Die eigentliche Buchung erfolgt über eine Weiterleitung zur Accor-Website.

Digitale Bewilligungen

Bereits seit zwei Jahren können Gesuchsteller ihr Baubegehren online erfassen. Seit Februar wird nun das gesamte Baubewilligungsverfahren papierlos abgewickelt. Sobald sich alles eingespielt hat, werden die Verfahren effizienter, da sämtliche Stellen, die ein Begehren prüfen müssen, zeitgleich auf die Unterlagen zugreifen und diese bearbeiten können. Aktuell bleibt auch die physische Baueingabe möglich. Die Bauentscheide werden bis auf Weiteres auf Papier per Post versandt. Sobald die gesetzlichen Grundlagen und technischen Möglichkeiten vorhanden sind, um Verfügungen digital zuzustellen, wird auch das elektronisch erfolgen.



Höchste Zeit für einen Realitätscheck

Von Zeit zu Zeit ist es angebracht zu prüfen, ob die eigenen Annahmen und Ziele realistisch sind. Das haben die Regierungen von Basel-Stadt und Baselland beim sogenannten Herzstück für den Bahnausbau in Basel gemacht.

Man hat das immer wieder teurer werdende Herzstück redimensioniert und spricht jetzt nur noch von einer Durchmesserlinie vom Bahnhof SBB bis zum Badischen Bahnhof. Das Projekt braucht aber noch viel Planung und hat vor allem in Bern noch einige politische Hürden zu bewältigen.

«Warum schafft es die Region Basel nicht, einen Realitätscheck für die zukünftig notwendige Verkehrsinfrastruktur für alle Verkehrsträger zu machen?»

Ein anderes Projekt wäre planerisch schon weit vorangeschritten und könnte deutlich rascher umgesetzt werden. Der Rheintunnel, der im Gutachten von ETH-Professor Ulrich Weidmann als wichtig für die ganze Schweiz bezeichnet wurde und im Januar durch den Bundesrat bei den Projekten aufgeführt wurde, die bis 2045 prioritär verwirklicht werden sollen.

Wie sieht es aber in der Region mit einem Realitätscheck aus? Ist es realistisch, den Rheintunnel als Lösung gegen den Dauerstau wieder auf die politische Agenda zu bringen? Ich meine Ja, aber dazu müsste es ein klares Bekenntnis in allen politischen Lagern geben.

Warum passiert das nicht? Die Notwendigkeit des Tunnels gegen den Stau und

für die Entlastung der Quartiere ist bei Experten unbestritten. Für den Tunnel und Zubringer Bachgraben gilt das Gleiche. Auch sie würden Entlastung für die umliegenden Quartiere bringen.

Warum suggeriert man im Basler Verkehrsgarten der Bevölkerung – während der Autoverkehr zunimmt – weiterhin bis weit in die politische Mitte hinein, man könnte die verkehrspolitischen regionalen Herausforderungen allein mit einem Ausbau der Infrastruktur für den Öffentlichen Verkehr und mit mehr Velowegen lösen? Notabene, während sich der Verkehr täglich staut.

Woher rührt dieser Antiautoreflex? Warum schafft es die Region Basel nicht, einen Realitätscheck für die zukünftig notwendige Verkehrsinfrastruktur für alle Verkehrsträger zu machen? Warum wird nicht der Verkehrsexperte und ETH-Professor Weidmann eingeladen, seine Erkenntnisse für die Region Basel zu vertiefen?

Ganz im Sinne des richtigen und wichtigen Slogans der Promotoren vom Bahnnoten Basel: «Fährt Basel, profitiert die Schweiz». Aber eben dafür braucht es einen Ausbau der Strasse und der Bahn, sonst steht Basel bald ganz still.



Daniel Seiler, Grossrat FDP
Geschäftsführer ACS beider Basel

Widerstand gegen umstrittene WHO-Kampagne

Eine breite Allianz aus den Bereichen Gastronomie, Produktion und Handel wehrt sich gegen die pauschale Stigmatisierung des Konsums von Bier, Wein und Spirituosen durch eine Anti-Alkohol-Kampagne der Weltgesundheitsorganisation und setzt sich für Eigenverantwortung, bewussten Genuss und unser Kulturgut ein.

Die Debatte zu Alkohol und Gesundheit wird emotional und polemisch geführt. Dahinter steckt der europäische Ableger der Weltgesundheitsorganisation (WHO Europa), die mit einer Anti-Alkohol-Kampagne und neuen Trinkempfehlungen eine stigmatisierende Alkoholpolitik vorantreibt und mit gezielt gestreuten Schlagzeilen die Kontroverse anheizt.

Im Rahmen der Kampagne «No safe Level» propagiert die WHO, dass es keine gesundheitlich unbedenkliche Menge an Alkoholkonsum gibt. Dabei stützt sich die WHO auf eine methodisch umstrittene Meta-Analyse aus dem Jahr 2023, die Erkenntnisse zu positiven Effekten moderaten Alkoholkonsums in Frage stellt.

Die «Studie» wählt Daten selektiv aus und vereinfacht komplexe Zusammenhänge zwischen Konsummustern, sozialen Faktoren und Gesundheit. Die Autoren um den WHO-Berater Tim Stockwell stehen nachweislich der Abstinenzbewegung nahe.

Dem Standpunkt der WHO steht eine Vielzahl von Studien gegenüber, die in den vergangenen Jahren die positive Wirkung von moderatem Weinkonsum belegt haben. Zudem sind Wein, Bier und Spirituosen ein wichtiger Bestandteil unserer Kultur und Gesellschaft.

Der Konsumrückgang alkoholischer Getränke lässt sich seit Jahrzehnten beobachten. «Noch nie wurde in der Schweiz so wenig getrunken. Vor zwanzig Jahren betrug der Pro-Kopf-Konsum 10.6 Liter reiner Alkohol, heute sind es mit 7.6 Litern 30 Prozent weniger», hält der Weinhändler Philipp Schwander fest.

Die Motion «Marschhalt bei neuen Empfehlungen zum mässigen Alkoholkonsum» von Mitte-Ständerat Benedikt Würth und par-

teübergreifend 20 Mitunterzeichnern fordert den Bundesrat auf, die Verabschiedung neuer Richtlinien zum mässigen Alkoholkonsum zurückzustellen und sowie betroffene Kreise einzubinden.

«Wein, Bier und Spirituosen sind ein wichtiger Bestandteil unserer Kultur und Gesellschaft.»

Würth begründet seinen Vorstoss mit der UNATI-Studie, die als wissenschaftlicher Goldstandard gilt und klare Aussagen liefern soll. «Solange deren Ergebnisse nicht vorliegen, ist eine vorschnelle Übernahme der WHO-Position, dass es keine gesundheitlich unbedenkliche Menge Alkohol gibt, wissenschaftlich nicht haltbar», ist der Ständerat überzeugt.

Gegen das gezielte Anti-Alkohol-Lobbying der WHO Europa, das die Genussskultur von Alkohol, die Freude und Faszination am Wein, Spirituosen und Bier in der Schweiz stigmatisiert und bedroht, formiert sich Widerstand: Die Allianz «Gaudium Suisse – Genuss mit Haltung» setzt sich gegen diese pauschale Bevormundung und für die gesellschaftliche und kulturelle Bedeutung des Genusses in der Schweiz ein.

Hinter der Initiative stehen GastroSuisse, der Schweizer Brauerei-Verband, Spiritsuisse, AOP-IGP Schweiz sowie zahlreiche Persönlichkeiten. «Gaudium Suisse» setzt sich zum Ziel, das kulinarische Erbe und die gesellschaftliche Vielfalt zu schützen und die Eigenverantwortung zu stärken. «Genuss ist Teil unserer Gastfreundschaft – er braucht Offenheit, nicht Verbote», sagt GastroSuisse-Präsident Beat Imhof.



■ No safe level? Dem extremen Standpunkt der WHO steht eine Vielzahl von Studien gegenüber, die eine positive Wirkung von moderatem Alkoholkonsum belegen.



WEITERBILDUNG-
INKLUSIVE.CH

- Über 40 Weiterbildungen im Gastgewerbe
- Finanziell unterstützt oder kostenlos – dank des L-GAV
- Arbeitsausfallentschädigungen für Betriebe bei vielen Angeboten

KEINE
AUSREDEN
MEHR
IN 2026!

Berufe im Gastgewerbe haben Zukunft

Der starke Konkurrenzdruck sorgt dafür, dass die Unternehmen automatisieren, wo immer es wirtschaftlich und sinnvoll ist. Digitale Tools, Roboter und KI-Systeme führen nicht nur zu effizienteren Abläufen, sondern wirbeln auch den Arbeitsmarkt gehörig durcheinander. Praktisches Arbeiten und das Handwerk gewinnen an Attraktivität.

Anwendungen der Künstlichen Intelligenz und Robotik vereinfachen und ersetzen Tätigkeiten, die bisher von Menschenhand geleistet wurden. Eine Erhebung von LinkedIn hat ergeben, dass sich das bereits auf die Karriereplanung auswirkt: Junge Leute liebäugeln vermehrt mit Berufen, die nicht so leicht durch KI-Systeme ersetzbar sind.

Die genannte Erhebung misst den Stimmungsumschwung konkret: Von zweitausend Befragten erklärte fast die Hälfte, die sie eine Karriere im industriellen und handwerklichen Umfeld einem klassischen Office-Job vorziehen würden. Fast die Hälfte der befragten jungen Menschen wollen lieber praktisch arbeiten. Sie richten ihre Karrierewahl danach aus, wie «KI-sicher» ein Beruf ist.

Beim «Job-Futuromat» der deutschen Bundesagentur für Arbeit erfährt man, wie zukunftsfähig ein Beruf ist. Stand heute, werden die Tätigkeiten eines Bürokauffmannes zu 83 Prozent automatisierbar sein. Bei einem Koch sind es nur noch knapp die Hälfte der Tätigkeiten und beim Restaurantfachmann ist es weniger als ein Drittel.

«Die Berufsbildung ist auch für notenstarke Schüler eine echte Alternative.»

Gastgewerbliche Ausbildungen haben Zukunft. Sie lassen sich nicht so leicht wegautomatisieren. Zudem sind die Betriebe standortgebunden: Die Arbeitgeber können die Produktion nicht ins Ausland verlagern. Wenn den Einsichten und Absichten der jungen Leute Taten folgen, werden wieder mehr junge Menschen in eine berufliche Grundbildung eintreten.

Das wäre noch aus einem anderen Grund sinnvoll: Uni-Absolventen finden zunehmend keine passenden Stellen mehr, was auch damit zu tun hat, dass viele von ihnen Studien-

fächer wählen, die in der Wirtschaft wenig nachgefragt werden. Derweil sinkt die Arbeitslosigkeit von Lehrgängern deutlich!

Der akademische Weg wird unattraktiver: Die Berufsbildung ist auch für notenstarke Schülerinnen und Schüler eine echte Alternative, zumal es die Möglichkeit einer Berufsmaturität gibt und die höhere Berufsbildung neu mit Titeln wie «Professional Bachelor» und «Professional Master» aufgewertet wird.



■ Maurus Ebnetter
Präsident Wirtverband Basel-Stadt

Fünf Trends für die MICE-Branche

Wie wird sich die Meeting- und Event-Branche entwickeln? Mit dieser Frage hat sich die Hotelkette Lindner beschäftigt.

Inspiration und Emotionen gewinnen im MICE-Bereich zunehmend an Bedeutung. Als Grundlage für die Erkenntnisse dienen den Lindner Hotels das Meeting- und Eventbarometer 2024/2025 des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft sowie eigene Markterhebungen. Die Trends wurden in fünf Kategorien unterteilt.

Experience First. Das persönliche Erlebnis gewinnt bei Veranstaltungen an Bedeutung. Die Teilnehmer wollen nicht nur informiert, sondern inspiriert werden. Es braucht interaktive Formate, Storytelling und multisensorische Erlebnisse.

Flexibilität als neuer Standard. Gefragt sind hybride Formate, variable Raumkonzepte und schnelle Anpassungsmöglichkeiten. Veranstaltungen benötigen flexible Setups, verlässliche Abläufe und planbare Strukturen.

Räume mit Persönlichkeit. Die Gestaltung des Veranstaltungsorts rückt in den Fokus. Räume mit Charakter, die Atmosphäre und Inspiration bieten, werden zu einem der wichtigsten Entscheidungskriterien für Veranstalter.

Echte Begegnungen. Trotz Digitalisierung bleibt der persönliche Austausch essenziell. Unternehmen, Verbände und wissenschaftliche Einrichtungen nutzen Tagungshotels bevorzugt für Begegnungen und verlässliche Expertenbetreuung.

Nachhaltigkeit als Erlebnisfaktor. 79 Prozent der Veranstalter bevorzugen Anbieter mit zertifizierten Standards. Es braucht Konzepte, die bewusst, ressourcenschonend und erlebbar sind, z.B. mit regionaler Küche, kurzen Wegen und transparenten Prozessen.



■ Die Veranstalter von Meetings und Kongressen werden anspruchsvoller.

5 Franken für einen Bebbi-Sagg?

Das Schweizer Volk könnte es bald einmal bereuen, dass es dem Netto-Null-Ziel an der Urne zugestimmt hat. Weil der «Klimaschutz» mit Blick auf 2050 (in Basel auf 2037) mehr und mehr durchgesetzt wird, kommen gewaltige Mehrkosten auf die Haushalte und Unternehmen zu.

So zeichnen sich bei den Abfallsäcken hap-pige Gebührenerhöhungen ab. Die NZZ hat eine Schätzung des Verbands der Kehr-richtverbrennungsanlagen publik gemacht. Demnach könnten die Abfallgebühren in der Schweiz

«Die Mehrkosten hängen unmittel-bar mit den teuren Bemühun-gen zusammen, klimaneutral zu werden.»

um zwei Franken pro 35-Liter-Sack steigen. In Basel würde dies bedeuten, dass die Haushalte knapp 5 Franken für die Entsorgung eines mitt-leren Kehr-richtsacks entrichten müssten.

Die Mehrkosten hängen unmittelbar mit den teuren Bemühungen zusammen, klimaneutral

zu werden. Bei der Verbrennung von Abfall entsteht CO². Dieses soll aufwendig aus den Abgasen gefiltert und verflüssigt werden, um es in den Norden Europas zu transportieren und dort tief unter dem Meeresboden einzu-lagern. Man nennt diese Technologie «Carbon Capture and Storage».

In Niederurnen GL soll eine Pilotanlage ent-stehen, um bis 2030 jährlich 100'000 Tonnen an-fallendes Kohlenstoffdioxid einzufangen und zu entsorgen.

Die Kosten werden auf 400 Franken pro Tonne geschätzt, was über fünfmal mehr ist als der aktuelle Preis im Handel mit Emissionszertifi-katen. Insgesamt würde sich die CO²-Entsorgung in der Kehr-richtverbrennungsanlage auf jährlich 40 Millionen Franken belaufen.

Der Bund plant, das CO² in Bahnwaggonen nach Nordeuropa zu bringen. Zu diesem Zweck soll später eine Pipeline gebaut werden. Eine Stu-die beziffert die Gesamtkosten für die Pläne mit 16 Milliarden Franken, wovon ein Drittel für den Pipelinebau im Inland vorgesehen ist.

Noch weitgehend unklar bei der CO²-Speiche-rung sind die technischen Risiken wie Leckagen. Die Technologie verbraucht zudem selbst viel Energie. Nach der Stilllegung von Anlagen müs-s-te wohl der Staat die langfristige Haftung und die Kosten für die Überwachung übernehmen. Wer stoppt diesen Irrsinn?

Maurus Ebnetter

Sicherheitskonzepte prüfen!

Brandschutz war schon immer wichtig. Seit der Katastrophe von Crans-Montana wurde er noch mehr zum Thema. Überprüfen Sie jetzt Ihre Sicherheitskonzepte!

Die Liberalisierung einiger Brandschutzvor-schriften in der Schweiz wurde vorerst ge-stoppt. Verschiedene Kantone und Gemeinden haben zudem angekündigt, ihre Brandschutz-bestimmungen zu überprüfen und vermehrt Kontrollen durchzuführen.

GastroSuisse fordert seine Mitglieder auf, Verantwortung bei Themen wie Brandschutz, Hygiene, Unfallverhütung und Jugendschutz

zu übernehmen: «Die Sicherheit der Gäste ist essenziell im Gastgewerbe». Deshalb werden Grundkenntnisse zu diesen Themen in den Ausbildungen vermittelt.

Im Hotel- und Gastgewerbe gelten strenge Si-cherheitsanforderungen, die vielfach auf kan-tonaler Ebene geregelt sind. Die Umsetzung der Massnahmen im Alltag liegt in der Verant-wortung der Betreiber, während die Kontrolle

und Durchsetzung der Vorschriften bei den Be-hörden liegen.

GastroSuisse empfiehlt die bewährte und zer-tifizierte Branchenlösung. Auf deren Website finden sich auch diverse Checklisten, beispie-lsweise zu Fluchtwegen, Geräten in der Küche, den Elektroinstallationen oder zum Flambieren.

hotelgastrosafety.ch

Nachwuchsmarketing auf Hochtouren

Das Basler Gastgewerbe war an der «Be-ruufsschau 2025» prominent vertreten. Der Stand hob die Vielfalt, Kreativität und Lei-denschaft der Branche hervor. Gemäss Zah-len der Hotel & Gastro formation Nordwest-schweiz haben im laufenden Jahr 192 junge Leute eine gastgewerbliche Berufsbildung in Basel-Stadt oder Baselland angefangen. Im Vorjahr waren es 199 neue Lehrverhältnisse.



Der Stand des Gastgewerbes gehörte zu den beliebtesten Anlaufstellen der Messebesucher.



Folgen Sie uns auf Facebook!

www.facebook.com/wirteverband

Wien-Tourismus in voller Blüte

Mit erstmals mehr als 20 Millionen Übernachtungen stellt die österreichische Hauptstadt ihre Bedeutung als europäische Tourismusmetropole unter Beweis.

8.573 Millionen Ankünfte (+5% gegenüber Vorjahr) und 20.065 Millionen Logiernächte (+6%): Diese Spitzenwerte verzeichnete Wien im Jahr 2025.

«Der Tourismus ist ein zentraler Motor innovativer Standortpolitik. Er sorgt nicht nur für nachhaltiges Wachstum in der Visitor Economy, sondern auch für breite Zustimmung in der Bevölkerung», sagt Wirtschaftsstadträtin Barbara Novak.

Wien stehe für Lebensqualität, kulturelle Vielfalt und Weltoffenheit. «Diesen Weg gehen wir mutig weiter, orientiert an globalen Standards», so Novak. Ziel sei «keine Zukunft, in der Gäste Wien lieben, Unternehmen erfolgreich wirtschaften und die hier lebenden Menschen profitieren».

Mit einer Wertschöpfung von jährlich 5.3 Milliarden Euro leistet Wien 18% der gesamtösterreichischen Tourismus-Wertschöpfung (Berichtsjahr 2023). Jeder neunte Vollzeitjob in Wien ist dem Tourismus und der Freizeitwirtschaft zuzurechnen. «Die enge Verzahnung mehrerer Branchen beweist, dass Wiens Ganzjahrestourismus wie ein Präzisionsuhrwerk funktioniert», freut sich Novak.

2016 zählte die Stadt 15 Millionen Nächtigungen, seither sind diese um 34% gewachsen. Im selben Jahr begann die Messung der Tourismusakzeptanz. Die Werte sind stabil. Auch 2025 sehen neun von zehn befragten Bewohnern den Tourismus positiv. Ebenso würden neun von zehn befragten Gäste Wien weiterempfehlen.

Mit Abstand stärkster Monat ist jeweils der Dezember. «Hier zeigen sich die Spillover-Effekte aus dem Tourismus auf den Handel am deutlichsten», erklärt Norbert Kettner, Geschäftsführer von Wien Tourismus. Zwei Drittel aller österreichweiten Shoppingausgaben von Nicht-EU-Ländern passieren in Wien.

Die Zimmerauslastung der Hotels lag im Dezember bei rund 90% (Vorjahr 87%). Im Ge-

samtjahr betrug die Belegung wie im Vorjahr 71%. Wien weist übers Jahr gerechnet die höchste Auslastung aller österreichischen Bundesländer aus.

Rund 83% der Nächtigungen stammten von ausländischen Gästen. Deutschland hält mit 3.54 Millionen Einheiten den stärksten Anteil, gefolgt von Österreich mit 3.38 Millionen Übernachtungen. Die USA liegen mit 1.26 Millionen Einheiten an dritter Stelle, gemessen am Nächtigungsumsatz im Bereich der 5-Stern-Hotellerie sogar auf dem ersten Platz. Italien, Grossbritannien, Spanien, Frankreich, Polen, die Schweiz und Rumänien komplettieren die Top-10.

China liegt am Beherbergungsumsatz gemessen bereits auf Platz 10, brachte mit 365'000 Nächtigungen aber nur gut zwei Drittel seines Vorkrisenniveaus. Kanada, Südkorea und Japan wuchsen erfreulich, wobei Japan seinen Spitzenwert aus dem Jahr 2019 noch um 40% unterschreitet.

Wien verfügte Ende 2025 über 42'400 Zimmern in 450 Hotelbetrieben. Das sind 4% mehr Zimmer und in der Summe 17 Betriebe mehr als vor einem Jahr. Rund 60% des Bettenangebots sind der 4- und 5-Stern-Kategorie zuzuordnen. Wien verfügt über 26 Luxushotels.

2026 werden knapp 50 Grosstagungen mit über 1000 Teilnehmern in der Stadt erwartet, darunter vier Kongresse über 10'000 Teilnehmern. «Rund 290 Bewerbungen laufen aktuell für Meetings bis ins Jahr 2038», so Kettner.

Als besondere Stärke in der weltweiten Akquise erweist sich der «Vienna Meeting Fund»: Mit einem Fördervolumen von 8.7 Millionen Euro unterstützt er Veranstalter von Kongressen und Meetings seit 2021, wenn sie Wien als Standort wählen. Seit der Erstauflage wurden über 1300 Förderanträge eingereicht, die Veranstaltungen bis ins Jahr 2028 abdecken. Rund 900 Förderungen wurden bisher zugesagt.



■ Hofburg und Michaelerplatz: Wien zieht auch wegen seiner imperialen Vergangenheit viele Touristen an.

Küche, Kultur, Charakter

Das Jahresmotto 2026 von Wien Tourismus lautet «Vienna Bites: Küche, Kultur, Charakter». Im Mittelpunkt steht die Gastronomie – von Spitzenlokalen bis zu typischen Restaurants und Imbissbetrieben.

Über ein Drittel der österreichischen Gastro-Beschäftigten arbeitet in Wien, ebenso wird ein Drittel der gastronomischen Wertschöpfung in Wien erwirtschaftet. Die Wiener Küche prägt Identität und Atmosphäre der Stadt.

«2026 geben wir den Wiener Betrieben eine internationale Plattform und präsentieren die

Vielfalt der Stadt – authentisch, aber nicht provinziell, weltläufig, aber nicht verwechselbar. Wir richten die Scheinwerfer auf die gesamte kulinarische Opulenz, ob Spitzengastronomie oder Wiener Würstelstand», sagt Norbert Kettner von Wien Tourismus.

Mehr als 500 Gastrobetriebe werden mit Wort und Bild in der Destinations-App «ivie» dargestellt. Ein eigener «Wirtshaus & Beisl Guide», der in verschiedene Bezirke führt, ist bereits in der App verfügbar. In der YouTube-Serie «Hungry for more» zieht Sternekoch Lukas Mraz mit dem deutschen Starkoch Tim Mälzer durch die gastronomische Vielfalt Wiens.



Wien Tourismus / Julius Hirtzberger

Die Zeche bezahlen wir alle!

Leider finden immer mehr Leute, der Staat habe alle Zumutungen des Lebens von ihnen fernzuhalten. Es ist diese Vollkasko-Mentalität, die zu einem stetigen Ausbau des Sozialstaats führt. Dem damit verbundenen Ausgabenproblem begegnet die Politik einseitig mit Schulden und höheren Abgaben. Die Idee, dass man auch effizienter werden und sparen könnte, scheint vielen fremd. Doch bekanntlich gibt es keinen «free lunch»: Die Zeche bezahlen wir alle!

Obwohl Gastbetriebe ihre Öffnungszeiten und das Angebot laufend optimieren, sind die Personalkosten seit anfangs Jahrtausend von durchschnittlich 43 auf 51 Prozent des Umsatzes angestiegen. Um dennoch kostendeckend zu arbeiten, müssen sie den Umsatzanteil der Warenkosten reduzieren und somit die stetig teurer werdenden Lebensmittel mit immer höheren Zuschlägen versehen.

«Der Besuch in einem bedienten Restaurant droht zu einem Luxusgut zu werden.»

In der Folge droht der Besuch in einem bedienten Restaurant für breite Bevölkerungsschichten zu einem Luxusgut zu werden. Junge Familien können sich nur noch Pizza und Pasta leisten. Oder sie weichen über die Grenze aus, wenn es doch einmal ein Cordon bleu oder ein Steak sein soll. Für die herkömmliche Gastronomie ist das bedrohlich.

Der Produktionsfaktor Arbeit hat sich stark verteuert und es wird immer schwieriger, die Mehrkosten auf die Verkaufspreise zu schlagen – obwohl das aus betriebswirtschaftlicher Sicht notwendig wäre. Es ist deshalb hochproblematisch, wenn die Lohnnebenkosten weiterhin nur eine Richtung kennen: nach oben.

Die Berufspolitiker scheinen nicht mehr zu merken, wie schwierig es für die Normalbürger geworden ist. Sie leben zunehmend in einer Blase, weil sie selbst eine hohe Kaufkraft haben und überallhin eingeladen werden. Wohl

deshalb ist ihr Repertoire sehr limitiert, wenn es gilt, weitere Sozialleistungen (aber auch Projekte wie den Armeeausbau) zu finanzieren. Sparen kommt ihnen nicht in den Sinn!

Das grösste Wachstum verzeichnen die Sozialausgaben. Es braucht 4 Milliarden Franken pro Jahr, um die 13. AHV-Rente zu finanzieren. Die Rede ist zudem von einer doppelten AHV-Rente für Ehepaare. Das wären nochmals 4 Milliarden jährlich. Und schliesslich braucht es absehbar mehrere Milliarden pro Jahr, um die Demographie-Lücke zu schliessen.

Die Invalidenversicherung ist ebenfalls katastrophal unterwegs; die Fälle nehmen stark zu. In den nächsten Jahren drohen hohe Umlage-defizite, was die Stabilität der IV hochgradig gefährdet.

«Jeder Sozialausbau mündet in einen Raubzug auf unser Portemonnaie.»

Nicht genug: Eltern, die ein Kind in einer Institution fremdbetreuen lassen, sollen eine «Zulage» von bis zu 500 Franken pro Monat erhalten – und zwar unabhängig von ihrem Arbeitspensum. Diese neue Sozialleistung wird pro Jahr 700 Millionen kosten.

Geht es um die Finanzierung all dieser Träume, ist nie von Sparmassnahmen die Rede, sondern immer gleich von höheren Mehrwertsteuern und Sozialversicherungsbeiträgen. Beides ist Gift!

Die Mehrwertsteuer ist in personalintensiven Branchen nichts anderes als eine Steuer auf Arbeit. Sie zwingt die Betriebe zu weiteren Rationalisierungen und zu Preiserhöhungen, was sich auf den Absatz negativ auswirkt. Der Spielraum für Lohnerhöhungen und Investitionen nimmt ab.

Auch höhere Sozialversicherungsbeiträge beeinträchtigen unsere Wettbewerbsfähigkeit: Sie schlagen direkt auf die Personalkosten durch und führen dazu, dass wir Pensen abbauen müssen und weniger investieren können. Und dass Betriebe zugehen!

Statt über ein höheres Rentenalter zu sprechen, bauen wir den Sozialstaat aus. Statt die öffentliche Verwaltung abzuspicken, blähen wir sie immer mehr auf. Statt die Subventionen herunterzufahren, bauen wir sie laufend aus – auf Bundesebene in den letzten zehn Jahren inflationsbereinigt um 9 Milliarden Franken pro Jahr oder 23 Prozent.

Jeder Sozialausbau mündet in einen Raubzug auf unser Portemonnaie. Es gibt nur Verlierer: Die Unternehmer büssen Absatz und ihre Investitionsfähigkeit ein. Die Konsumenten bezahlen höhere Preise. Die Arbeitnehmer leiden, weil die Löhne unter Druck geraten und Stellen verloren gehen. Nicht zuletzt bezahlen die künftigen Generationen: Sie müssen unsere Schuldenwirtschaft ausbaden.

Maurus Ebnetter

Gastro Express

Der führende Online-Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe.



IMMOBILIEN



MARKTPLATZ



JOBS

www.gastro-express.ch

Lokales Wissen wird KI-fähig

Schweizer Tourismusorganisationen setzen einen Meilenstein in der Digitalisierung touristischer Besuchererlebnisse. Mit den «AI Local Guides» wird kuratiertes lokales Destinationswissen erstmals in strukturierter, KI-lesbarer Form verfügbar gemacht und als Grundlage für personalisierte digitale Reiseerlebnisse vor Ort genutzt.

Die «AI Local Guides» bieten Besuchern eine interaktive digitale Reisebegleitung mit direktem Zugang zu lokalem Expertenwissen. Sie ergänzen bestehende Informationsangebote, beantworten Fragen, geben Orientierung und liefern kontextbezogene Infos zu Sehenswürdigkeiten, Restaurants und Aktivitäten.

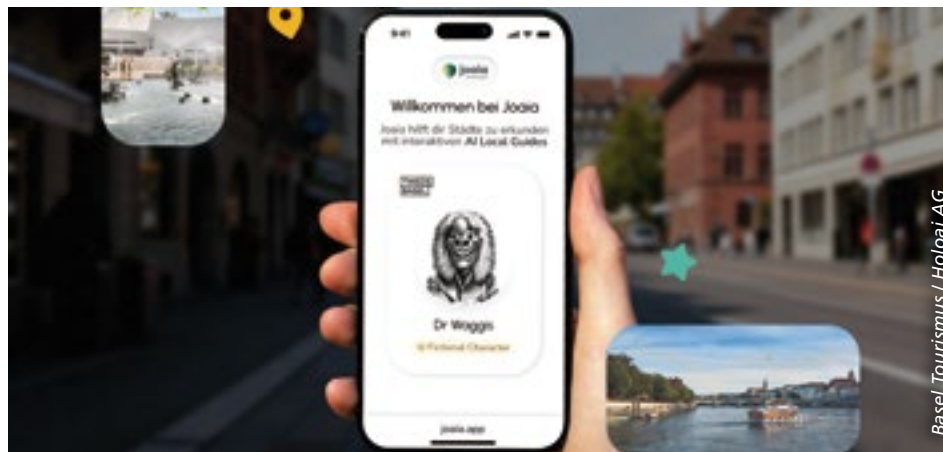
Auch Einheimische profitieren von Insiderwissen, geschichtlichen Hintergründen sowie Hinweisen zu aktuellen Veranstaltungen und Kulturangeboten. Grundlage sind Inhalte lokaler Experten, gepflegt durch Tourismusorganisationen. Die KI bereitet dieses Wissen verständlich auf und stellt es in Echtzeit im passenden Kontext bereit – für verlässliche Empfehlungen statt generischer Vorschläge.

Jede Destination entwickelt einen eigenen Guide mit einer individuellen Persönlichkeit. Bei Basel Tourismus übernimmt diese Rolle «Dr Waggis». Der «AI Local Guide» ist neu in der Basel City Guide App freigeschaltet und er-

möglicht Nutzern einen interaktiven Austausch in Form eines Chat-Dialogs.

Das Projekt wurde von Zürich Tourismus gemeinsam mit Basel Tourismus, Luzern Touris-

mus, Graubünden Ferien, weiteren Organisationen sowie dem Schweizer Start-up Holoai AG realisiert und durch das Förderprogramm «Innotour» des Staatssekretariats für Wirtschaft unterstützt.



Basel Tourismus / Holoai AG

Die «AI Local Guides» greifen auf kuratiertes lokales Wissen in KI-lesbarer Form zu.

Fast 1.7 Millionen Logiernächte

Die Basler Hotels verzeichneten 2025 einen Spitzenwert an Übernachtungen. Treiber des Wachstums waren neben den Stammanlässen vor allem Grossevents wie der Eurovision Song Contest und die Uefa Women's Euro sowie die Yayoi-Kusama-Retrospektive in der Fondation Beyeler.

Von Januar bis Dezember 2025 buchten 907'235 Gäste insgesamt 1'686'289 Übernachtungen in den Hotelbetrieben des Kantons Basel-Stadt. Die Zahl der ankommenden Gäste ist im Vergleich zu 2024 um 6.1 Prozent, die Zunahme bei den gebuchten Übernachtungen liegt bei 8.5 Prozent.

Sowohl Gäste aus dem Inland (+7.7%) als auch dem Ausland (+9.0%) buchten mehr Logiernächte als 2024. Die ausländischen Gäste generierten insgesamt 1'059'022, die Gäste aus der Schweiz 627'267 Logiernächte. Ausser im Januar wurden die bisherigen monatlichen Höchstwerte aus den Vorjahren überschritten.

Mehr Übernachtungen als 2024 buchten Gäste aus Deutschland (+10.4% gegenüber Vorjahr), dem mit 224'286 Einheiten wichtigsten ausländischen Markt. Stärker nachgefragt waren die Hotels auch bei Gästen aus dem Vereinigten Königreich mit insgesamt 101'493 Übernachtungen (+22.7%), Spanien mit 45'631 (+22.3%), Polen mit 19'196 (+45%), Italien mit 51'864 (+11.4%) und Frankreich mit 58'879 Logiernächten (+8.6%).

Weniger Übernachtungen als 2024 wurden von Gästen aus den USA (minus 0.8%) gezählt, dem mit 157'617 Einheiten weiterhin zweitwichtigsten ausländischen Markt. Ebenfalls ein Rückgang war bei Gästen aus China mit ins-

gesamt 16'829 Nächtigungen (minus 9.2%) zu beobachten.

2025 waren im Kanton Basel-Stadt insgesamt 63 Hotelbetriebe an mindestens einem Tag des Jahres geöffnet. Durchschnittlich standen den Gästen 4726 Zimmer zur Verfügung. Gegenüber 2024 bedeutet dies ein Anstieg um 37 Zimmer (+0.8%). Die Zimmerauslastung lag bei 64.8%, was 3.3 Prozentpunkte mehr ist als 2024 (und 0.2 Prozentpunkte mehr als 2019).

Die höchsten Auslastungswerte wurden in den Monaten Juni, September und Dezember erzielt. Diese Monate sind geprägt von Stammanlässen wie der Art Basel, dem Weihnachts-

markt sowie einer Vielzahl an Veranstaltungen, Messen und Kongressen.

Die deutlichsten Zuwächse im Vergleich zum Vorjahr verzeichneten die Monate Mai und Juli mit dem ESC und der Fussball-EM der Frauen. Auch der März zeigte eine markante Entwicklung, nicht zuletzt dank der Basler Fasnacht.

Letizia Elia, Direktorin von Basel Tourismus, ist stolz und zufrieden: «2025 war in jeder Hinsicht ein herausragendes und vielfältiges Jahr, das die Offenheit und Gastfreundschaft unserer Stadt – und der Baslerinnen und Basler – in die ganze Welt getragen hat.»



Basel Tourismus

Gäste aus aller Welt besuchen die Weihnachtsstadt Basel: Der Dezember gehört mittlerweile zur Hochsaison.

