

### UNSERE THEMEN

Drinkcity bringt Bewegung in den Getränkemarkt	4
Es braucht mehr Parallelimporte!	4
Wie Konsumenten in Zukunft essen wollen	5
Feldschlösschen und Heineken: Duopol spielt hervorragend	6
GastroJournal wird offizieller Partner von Gastro-Express	8
Auch Spirituosenkonzerne schöpfen Kaufkraft ab	10
Vielfalt und Macht im Schweizer Biermarkt	13
L-Bewilligungen für Tänzerinnen: Behörden irren sich gewaltig	15
Schutz der Abendruhe versus lebendige Gastronomie	17
Motion soll Gartenwirtschaften in Innenhöfen retten	18

### Impressum

Unser MitgliederMagazin erscheint sechsmal jährlich.  
Auflage dieser Ausgabe: 1700

#### Herausgeber

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

#### Redaktion

Maurus Ebner, Binningen  
ebner@baizer.ch

#### Gestaltung

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

#### Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel  
info@fankhauserdruck.ch

## Hoteliers müssen sich wärmer anziehen

**Der Schweizer Hotellandschaft stehen wegweisende Entwicklungen bevor. Projekte von Basel über Bern bis Davos mit einem Hot(el) Spot um den Flughafen Zürich werden bestehende Betriebe durchrütteln. Und dies in einer Phase mit starkem Franken und ungewissen Wirtschaftsaussichten.**

Noch vor wenigen Jahren wurde die Hotelbranche mit erfreulichen Prognosen konfrontiert. Gemäss der Studie «Zürcher Hotellerie 2030» im Auftrag des Zürcher Hotelier-Vereins aus dem Jahre 2009 wird die Nachfrage nach Hotelübernachtungen in der Destination Zürich wesentlich ansteigen. Der Bericht geht von 2.35 Millionen zusätzlichen Übernachtungen bis ins Jahr 2030 aus.

**«Bei vielen Projekten weht der Wind aus derselben Richtung.»**

Bei einem angenommenen Doppelbelegungsfaktor von 1.4 pro Zimmer, einer Auslastung von 70% und einer durchschnittlichen Hotelgrösse mit 150 Zimmern entspricht dies über 40 zusätzlich notwendigen Betrieben innerhalb der Destination Zürich.

Das grösste Wachstum wird in der Nähe des Flughafens und für 1- und 2-Sterne-Hotels erwartet, konkret würden laut der Studie in diesem Segment weitere 23 Betriebe benötigt. Umgekehrt dürften drei zusätzliche 5-Sterne-Hotels bereits die Marktbedürfnisse in der obersten Kategorie decken. Ob die Ergebnisse der Studie, welche durch das ITW der Hochschule Luzern erstellt wurden, unter den heutigen Rahmenbedingungen gleich ausfallen würden, ist zumindest fraglich.

Was nicht in Frage steht, ist die bereits eingesetzte Expansion von Hotelbetrieben. Der Bau eines 4-Sterne-Airporthotels für die Dorint-Kette hat vor kurzem an der Riethofstrasse in Glattbrugg begonnen. Im Frühjahr 2014 sollen 320 Zimmer für Gäste zur Verfügung stehen. Zeitlich parallel dazu und direkt vis-à-vis **weiter auf der nächsten Seite**



Foto: Credit Suisse

■ Zu den spektakulärsten Projekten gehört das Hotel Stilli Park am Rande von Davos. Das 40 Meter hohe Hauptgebäude hebt sich mit seiner ovalen Form von üblichen Bauten ab.

**Fortsetzung von Seite 1** wird ein Ibis-Budget-Hotel mit 240 Zimmern gebaut.

Ebenfalls 2014 wird im Glattpark das 5-Sterne-Haus Kameha Grand mit 245 Zimmern eröffnen. Räumlich am nächsten bei den Terminals wird ab 2017 die Hotelkette Hyatt im Circle 550 Zimmer im 3- und 5-Sterne-Segment anbieten. Summa summarum sind dies über 1300 neue Zimmer im direkten Einzugsgebiet des Flughafens.

---

**«Die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative könnte Entwicklern einen Strich durch die Rechnung machen.»**

---

Nicht zu vergessen sind vor kurzem eröffnete Hotels wie beispielsweise das Radisson Blu am Flughafen (5-Sterne, 330 Zimmer). Die Wachstumsmöglichkeiten des Flughafens Zürich bzw. der Flugbewegungen sind jedoch begrenzt, und auch die Nachfrage von Firmen hat in den letzten Monaten merklich nachgelassen. Unter den derzeitigen Vorzeichen werden einige bestehende Häuser Federn lassen müssen.

Dennoch entsteht eine Vielzahl weiterer Hotels im erweiterten Umkreis des Flughafens und der Stadt Zürich. Geplant oder bereits im Bau sind Betriebe in Affoltern am Albis (Holiday Inn Express), Horgen (Meilenwerk), Schlieren (Geistlich-Areal), Schwerzenbach, Wetzikon (unter anderem Elefant) und Zürich (25hours, Razzia, Sheraton, Kongresshaus). Alles in allem werden bis 2015 rund 1700 neue Zimmer im Kanton Zürich gebaut, bis zu 1700 weitere Zimmer können bis 2018 dazukommen.

Im Basler Hotelmarkt wird gar von einem Verdrängungskampf gesprochen. Das Hotel Europe wird bis Anfang 2014 komfortabel umgebaut, dadurch reduziert sich die Zimmerzahl von 158 auf 141 Einheiten. Aus demselben Grund wird sich beim Hotel St. Gotthard am Bahnhof die Zimmerzahl von 95 auf 87 verringern. Die 4-Sterne-Hotels Euler und Radisson haben ihre Erneuerungen bereits hinter sich.

Damit rüsten sich die Basler Hoteliers gegen die neue Konkurrenz im Gebiet Grosspeter. Dort sind ein 4-Sterne Novotel mit 145 Zimmern, ein 2-Sterne Ibis Budget mit 194 Zimmern sowie ein 3-Sterne-Hotel mit 150 Zimmern im Hochhaus der PSP Swiss Property geplant. 2014 werden also zusätzliche 489 Zimmer und rund 1000 Hotelbetten auf den Basler Markt gelangen. Zurzeit gibt es in Basel 3700 Zimmer und ca. 6200 Betten.

Das Basler Bau- und Verkehrsdepartement plant, bis 2017 einen neuen Standort zu finden, um seine Verwaltungseinheiten unter einem Dach zu haben. Damit würde das palastähnliche Gebäude Falkensteinhof frei werden – für eine Umnutzung beispielsweise als 5-Sterne-Hotel.

In Bern wird durch den Umzug der Post nach Wankdorf-City der heutige Hauptsitz Schönburg für ein Hotel einer internationalen Topmarke frei. Ab 2017 können dort Hilton, Steigenberger, SAS Radisson oder Sheraton ihre Gäste in Empfang nehmen. Mit möglichen Betreibern soll bereits verhandelt wer-

den. 200 Zimmer soll das 5-Sterne-Haus umfassen sowie zwei Restaurants und ein Fitness- und Wellnessbereich. Das 50-jährige Gebäude präsentiert sich in einem guten Zustand, deshalb wird es nicht einem Neubau weichen müssen.

In St. Gallen findet 2013 die Wiedereröffnung des 3-Sterne-Park Inn by Radisson (vormals Ekkehard) mit 100 Zimmern statt. Ein Jahr später soll bei der Olma Messe ein modernes 2-Sterne Express by Holiday Inn mit 150 Zimmern den Betrieb aufnehmen.

Bei vielen Projekten weht der Wind aus derselben Richtung. Moderne Hotels mit meist mehr als 100 Zimmern werden geschaffen, die sich entweder an Toplagen durch möglichst hohen Komfort und Luxus oder aber an nicht ganz so zentralen Standorten durch ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis auszeichnen.

Bereits ansässige Hotels versuchen konkurrenzfähig zu bleiben und erneuern ihre Immobilien, teilweise sogar auf Kosten einer reduzierten Zimmerzahl. Kleinbetriebe werden es zukünftig noch schwerer haben. Dennoch gibt es Ausnahmen. So sieht das Bauprojekt auf dem Thuner Schlossberg unter anderem im Bereich des alten Gefängnisses ein Hotel mit 15 Zimmern und einem kleinen Wellnessbereich vor.

Doch nicht nur in den Städten wird aufgerüstet, auch im Alpenraum bestehen Projekte mit einem Investitionsvolumen von mehreren Milliarden Franken. Das Nobelhotel The Chedi in Andermatt wird Ende 2013 eröffnet. Total sind sechs Hotels im 4- und 5-Sterne-Segment geplant mit 844 Zimmern und einem Investitionsvolumen von 1.8 Milliarden Franken (inklusive Freizeitanlagen, Wohnungen). Entstehen wird eine exklusive Ganzjahres-Feriedestination mit Golfplatz, Skipisten, Wellnessrichtungen und Shoppingmöglichkeiten.

Ebenfalls mehrere Projekte sind in der Destination Davos-Klosters in der Umsetzung. Diesen Winter nimmt das Hilton Garden Inn gegenüber dem erweiterten Kongresshaus in Davos seinen Betrieb auf. Rund 50 Millionen Franken wurden in 148 Zimmer, eine Bar, ein Restaurant und fünf Konferenzsäle investiert.

Ein Jahr später wird das ovalförmige 5-Sterne-Hotel Stilli Park Gäste beherbergen können. Der Neubau mit 216 Zimmern kostet 155 Millionen Franken. Teil des Gesamtbaus sind 38 exklusive Eigentumswohnungen, welche auf den Service des Hotels zurückgreifen können und durch einen unterirdischen Gang damit verbunden sind.

Das 4-Sterne-Superior-Hotel Pardenn in Klosters wird bis 2014 neu gebaut und verfügt über 68 Doppelzimmer und 11 Junior-Suiten. Die beiden obersten Stockwerke sind für Zweitwohnungen vorgesehen, welche den Hotelbau querfinanzieren. Das Investitionsvolumen beträgt 70 Millionen Franken.

Bereits 2004 wurde in Davos die Nutzungsplanung für das Turmprojekt auf der Schatzalp gutgeheissen. Die Investorensuche gestaltete sich allerdings schwierig, gebaut wurde bisher nicht. Aufgrund der Zustimmung zur Zweitwohnungsinitiative ist das Projekt nun unter Druck. Eine nachhaltige Sanierung der Schatzalp ist nur mittels Querfinan-

zierung durch den Verkauf von Zweitwohnungen möglich. Im 105 Meter hohen Turm sollen auch 100 Apartments Platz finden. Baubewilligungen für diese dürfen nun allerdings nur noch bis Ende 2012 erteilt werden.

Auch in Scuol wird nun auf dem Areal des ehemaligen Hotels Engadinerhof vorwärts gemacht. Ab Herbst wird nach sechsjährigen Planungsarbeiten ein 4-Sterne-Hotel mit 130 Zimmern, 50 Privatapartments und grosszügigem Spa-Bereich gebaut. Die Kosten sollen sich auf 90 Millionen Franken belaufen.

Ehrgeizige Ziele verfolgt das Bürgenstock Resort. Ab 2014 sollen dort jährlich 150'000 Gäste übernachten, das gesamte Investitionsvolumen beläuft sich auf 485 Millionen Franken. Nach wie vor ohne Investor ist das 140 Millionen Franken teure Alpenbad-Projekt in Adelboden. Die Überarbeitung des Projektes ergab, dass eine Positionierung «4-Sterne-Plus» für die Nachfrage besser geeignet wäre als im 5-Sterne-Segment.

Im einige Kilometer westlich gelegenen Gstaad wird Ende 2012 erstmals seit 100 Jahren wieder ein neues 5-Sterne-Hotel eröffnen. The Alpina Gstaad umfasst 57 Zimmer und Suiten sowie mehrere Apartments und Chalets.

Die Liste kann noch beliebig erweitert werden, z.B. mit Projekten auf der Lenzerheide (Dieschen Sot), in Grindelwald (Grand Hotel Regina), Verbier (Les 3 Rocs) oder Nendaz (Mer de Glace). Die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative könnte ab dem Vorliegen einer rechtskräftigen Bundesverordnung allerdings einigen Entwicklern einen Strich durch die Rechnung machen, gängige Quersubventionierungen dürften bald nicht mehr so einfach möglich sein.

Dennoch wird sich das Angebot an Hotelzimmern in den nächsten Jahren je nach Destination deutlich erhöhen. Ob unter den gegebenen wirtschaftlichen Voraussetzungen die Nachfrage damit wird Schritt halten können, ist so vage wie die Schneeprognose für den kommenden Winter. Mit Sicherheit dürfte einigen Hoteliers aber ein rauer, eisiger Wind entgegen wehen.



**Daniel Stocker**  
Leiter Research & Market Analysis  
Colliers International Zürich AG

## Zahlen zur Schweizer Hotellerie seit 2005

Es gibt 5.5% weniger geöffnete Betriebe (4712). Die verfügbaren Zimmer nahmen um 2.5% auf 130'600 zu, die Anzahl Betten gar um 4.5%. Die durchschnittliche Grösse der Hotelbetriebe nimmt zu. Die Ankünfte stiegen um 14.9% auf 16.2 Millionen im Jahr 2011. Die Anzahl Logiernächte erhöhte sich um 7.2%, war allerdings zuletzt leicht rückläufig.

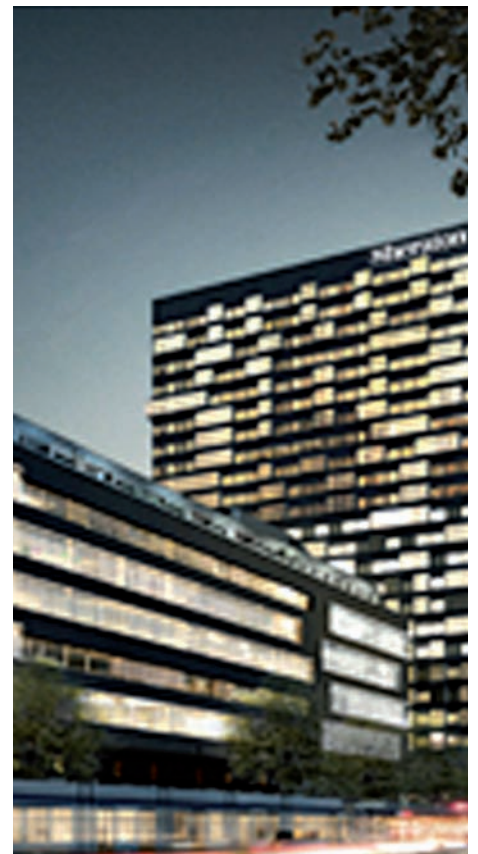
Betten ist sie nahezu unverändert geblieben bei 40.0%. Die höchsten Zimmerauslastungen mit über 60% werden in Zürich und Genf gemessen, während die Regionen Ostschweiz, Jura und Fribourg weniger als 30% erzielen können.

Quelle: HESTA / BFS, 2012  
Colliers International Zürich AG, [www.colliers.ch](http://www.colliers.ch)

Die Netto-Auslastung der Zimmer hat sich tendenziell leicht verbessert und liegt bei 49.4%, für

## Hotelprojekte in der Region Basel

Betreiber	Standort	*	Zimmer	Eröffnung
noch offen	Steinengraben	4	ca. 50	2013
Ibis Budget	Grosspeterstrasse	2	194	2014
Novotel	Grosspeterstrasse	4	145	2014
noch offen	Lörrach, Bahnhof	4	160	2014
noch offen	Hochhaus Grosspeter	3	150	2015
InterCity	Erlenmatt-Galerie	3	ca. 200	noch offen
noch offen	Euroairport	3	ca. 200	noch offen



Im Frühjahr 2014 eröffnet Sheraton in Zürich ein Hotel mit 197 Zimmern und modernem Tagungsbereich.

## ► WIRTEKURSE

zur Erlangung des Fähigkeitsausweises



## Ideal auch als Weiterbildung!



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

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



### Die nächsten Kurse

- vom 3. bis 28. September 2012
- vom 5. bis 30. November 2012
- vom 14. Januar bis 8. Februar 2013
- Ausbildungszentrum UBS, Basel  
(nur zwei Gehminuten vom Bahnhof)

### Preis

- CHF 3500 (inkl. Lehrmittel)

### Zulassungsbedingungen

- Mindestalter 18
- guter Leumund
- gute Deutschkenntnisse

### Mehr Infos?

- Besuchen Sie unsere Website [www.baizer.ch](http://www.baizer.ch)!
- Oder verlangen Sie Unterlagen und Anmeldeformular bei unserem Sekretariat:



Wirtverband Basel-Stadt  
Freie Strasse 82  
CH-4010 Basel  
Telefon 061 271 30 10  
Fax 061 278 94 90  
[info@baizer.ch](mailto:info@baizer.ch)

# Es kommt Bewegung in den Getränkemarkt

**Die Firma Drinkcity GmbH eröffnete in Pratteln einen Abholmarkt. Im Angebot stehen Dutzende Biere und Soft Drinks aus Parallelimporten – zu Preisen, wie man sie in der Schweiz bisher nicht kannte.**

Die internationalen Getränkekonzerne halten in der Schweiz die Preise künstlich hoch. Weil die etablierten Grosshändler zu wenig gegen diese Preispolitik kämpfen und häufig in einem Abhängigkeitsverhältnis zu den Grossfirmen stehen, springen neue Anbieter in die Bresche.

**«Nun können auch Gastronomen permanent von günstigen Importgetränken profitieren.»**

Bisher auffälligster Anbieter dieser Art ist die Drinkcity GmbH, die im März 2010 gegründet wurde und ihren Hauptsitz in Möhlin hat. Gross geworden ist die Firma durch ihre Exklusivrechte für das

Duff-Bier in der Schweiz. Heute beliefert sie rund 130 Getränkehändler und 60 Detaillisten im Land – meist mit parallel importierten Produkten.

Am Standort Pratteln haben Inhaber Ismaele Avagliano und sein Team den Getränke-Abholmarkt «DrinkCC» eingerichtet. Das Konzept schlug ein wie eine Bombe: Nun können nicht mehr nur Grossisten, sondern auch Gastronomen und Private permanent von einer grossen Auswahl an günstigen Importgetränken profitieren.

Das Angebot umfasst Markenbiere, Mineralwasser, Limonaden, Energy Drinks und diverse italienische Getränkespezialitäten. Die Dauerpreise liegen nicht selten einen Drittel unter den schweizerischen Listenpreisen, bei Aktionen sind es manch-

mal mehr als 50%. Eine Halbliter-Dose Carlsberg gibt es schon für 85 Rappen!



Der neue Abholmarkt von Drinkcity.

## Es braucht mehr Parallelimporte!

**In der Schweiz sind die Preise von Markengetränken absurd hoch, weil der Wettbewerb nicht richtig spielt und die Getränke-Multis die Kaufkraft abschöpfen. Es braucht mehr Direktimporte, damit Firmen wie Carlsberg, Heineken, Coca-Cola, Red Bull, Nestlé und Danone endlich umdenken!**

Der Wirtverband Basel-Stadt importiert seit letztem Jahr kleine Mehrwegflaschen von Coca-Cola und Schweppes, um sie in der Nordwestschweiz durch eine Partnerfirma an fast 200 Gastbetriebe verteilen zu lassen. Kürzlich führten wir Experimente mit Rampenverkäufen durch, an denen containerweise importierte Getränke an Gastronomen, Marktfahrer, Veranstalter und Ladenbesitzer verkauft wurden.

Nun wird das Konzept der Rampenverkäufe ausgebaut. In einem ersten Schritt bieten wir zusammen mit der Firma Drinkcity verschiedene Markenbiere zu unschlagbaren Preisen an (siehe

Kasten). Damit zeigen wir vor allem den Preistreibern Carlsberg und Heineken, dass wir ihre gastronomiefeindliche Geschäftspolitik nicht mehr länger tolerieren.

Autos wurden in der Schweiz erst günstiger, nachdem Herr und Frau Schweizer massenhaft begannen, Fahrzeuge im benachbarten Ausland zu kaufen. Und als Restaurants in anderen Ländern schon lange 1.8 Prozent Kreditkartenkommissionen hatten, waren bei uns noch 3 Prozent und mehr üblich. Erst als GastroSuisse einen deutschen Anbieter zum Markteintritt überredete, ging es plötzlich auch bei uns!

Es braucht mehr Parallelimporte! Nur dann werden sich die Getränkepreise in der Schweiz dem international üblichen Niveau annähern.



### Rampenverkauf von Markenbieren / September und Oktober 2012

Marke	Gebinde	Listenpreis	ab-rampe.ch	günstiger in CHF	günstiger in %
Carlsberg <sup>1</sup>	25cl EW	1.34	<b>0.80</b>	0.54	40.3%
Carlsberg <sup>1</sup>	33cl EW	1.71	<b>0.79</b>	0.92	53.8%
Carlsberg <sup>1</sup>	50cl Dose	1.92	<b>0.85</b>	1.07	55.7%
Corona <sup>1</sup>	35cl EW	2.14	<b>1.49</b>	0.65	30.4%
Super Bock <sup>1</sup>	33cl EW	1.07	<b>0.79</b>	0.28	26.2%
Heineken <sup>2</sup>	25cl EW	0.99	<b>0.85</b>	0.14	14.2%
Heineken <sup>2</sup>	33cl EW	1.40	<b>0.99</b>	0.41	29.3%
Heineken <sup>2</sup>	50cl Dose	1.60	<b>1.17</b>	0.43	26.9%
Desperados <sup>2</sup>	33cl EW	1.70	<b>1.49</b>	0.21	12.4%
Red Bull	25cl Dose	2.01	<b>1.30</b>	0.71	35.3%
Schweppes	100cl PET	2.10	<b>1.36</b>	0.74	35.2%

Abholmarkt DrinkCity, Gallenweg, Pratteln (schräg vis-à-vis Kentucky Steakhouse)  
DI bis FR von 10 – 12 Uhr und von 13 – 17.30 Uhr

Alle Preise exklusive Mehrwertsteuer. Die Produkte stammen aus der EU und erfüllen die schweizerischen Vorschriften. Nur für Gastronomiekunden. Registrierung beim ersten Einkauf.

<sup>1</sup> in der Schweiz vertrieben durch Feldschlösschen, Listenpreise (Rückvergütungen möglich)

<sup>2</sup> vertrieben durch Heineken Switzerland, Nettopreise (keine Rückvergütungen)

# Wie Konsumenten in Zukunft essen wollen

**Was ist den Konsumenten beim Essen wichtig? Und wie verändern sich ihre Wünsche im Laufe der Zeit? Diesen Fragen ist das Gottlieb-Duttweiler-Institut in seinem «Consumer Value Monitor» zum dritten Mal nachgegangen – mit teilweise beunruhigenden Ergebnissen.**

Konsumenten nehmen das Lebensmittelangebot verglichen mit früheren Erhebungen negativer war. Skepsis und Pessimismus überwiegen, schlimmer noch: Herr und Frau Schweizer bezweifeln immer mehr, dass sich das Angebot in absehbarer Zeit verbessern werde.

**«Der moralische Druck, beim Konsum das Richtige zu tun, beeinträchtigt die Freude am Essen.»**

Klar ist auch, dass der Preiskampf der vergangenen Jahre die Zufriedenheit und das Vertrauen verringert hat. Trotz tieferen Preisen glauben immer mehr Konsumenten, Lebensmittel würden zu teuer verkauft.

Kritischer sind sie zudem hinsichtlich der Wertschöpfungskette. Waren ihnen «regional» und «bio» bereits früher wichtig, so hat jetzt zusätzlich der Wunsch nach fairen Arbeitsbedingungen in der globalen Lebensmittelproduktion zugenommen. Auch ein Verzicht auf tierische Produkte wird immer häufiger zur Option.

Der moralische Druck, beim Konsum das Richtige zu tun, beeinträchtigt die Freude am Essen. Hinzu kommt die Sorge ums körperliche Wohlergehen. Gesundheit ist denn auch seit Jahren ein zentraler Wert beim Thema Food.

Was braucht es, damit die Konsumenten wieder ein entspannteres Verhältnis zum Essen bekommen? Keine weiteren Labels und Pseudo-Neuerungen, sondern einen kräftigen Ruck: Disruptive Innovationen in jedem Sektor des Lebensmittelmarktes.

Solche, die scheinbare Widersprüche überwinden und Genuss ohne Reue erlauben.

Die Anbieter sind gefragt, die gute Nachricht ist: Wer sich jetzt etwas Kluges einfallen lässt, wird die Herzen der Konsumenten im Sturm erobern. Der neue Wertemonitor des GDI soll dazu Inspiration liefern.



■ Ein Verzicht auf tierische Produkte wird immer häufiger zur Option.

## «Die Konsumenten misstrauen dem Essen immer mehr»

**Beim Essen überwiegt Pessimismus – dies die Erkenntnis des aktuellen Consumer Value Monitor. Autorin Mirjam Hauser im Gespräch.**

**Sie haben untersucht, wie die Konsumenten übers Essen denken. Was denken die denn?**

Wir haben beobachtet, dass Skepsis und Misstrauen in Bezug auf das Lebensmittelangebot zugenommen haben. Die Konsumenten sind heute noch weniger zufrieden mit dem Ernährungsmarkt als bei unserer letzten Erhebung vor zwei Jahren. Und sie glauben auch nicht, dass sich in Zukunft etwas bessern wird. Es überwiegt also der Pessimismus, und es fehlen die grossen Visionen.

**Ein düsteres Bild. Wie konnte es so weit kommen?**

Das hat verschiedene Gründe. Einerseits haben Misstrauen und Enttäuschungen sich über die vergangenen Jahre verstärkt durch überzogene und nicht gehaltene Marketingversprechen. Der einseitige Fokus der Werbung auf den Preis hat zusätzlich falsche Signale ausgesandt – Kunden wurden nur noch stärker auf den Preis sensibilisiert, anstatt die dahinterliegende Leistung zu verstehen. Und drittens haben die Konsumenten Mühe mit dem bestehenden Sortiment: Die Kunden wollen kein Entweder-oder, sondern einfach rundum «gute» Produkte. Aber hier stecken wir in einer Sackgasse.

**Und wie kommen wir aus dieser Sackgasse wieder raus?**

Vermutlich braucht es einen kräftigen Ruck. Zumindest müssen Anbieter aus dem «Kategorien-Denken» ausbrechen und wirkliche Innovationen bringen: solche, die die Bedürfnisse der Konsumenten besser bedienen. Man könnte den Fokus

stärker auf ein vorselektioniertes, schlankes und «gutes» Sortiment legen sprich: frisch, natürlich, nachhaltig, regional, saisonal, authentisch. Und dann braucht es eine transparente Kommunikation und die glaubhafte Vermittlung von sozialen und ökologischen Mehrwerten dieser Produkte. Damit man die Dinge wieder beim Namen nennt, anstatt sie mit Worten zu verfälschen.



Bild: GDI

■ Mirjam Hauser fordert die Anbieter auf, aus dem «Kategorien-Denken» auszubrechen. Es brauche Innovationen, die die Bedürfnisse der Konsumenten besser bedienen.

# Nach Feldschlösschen schlägt auch Heineken auf

**Nachdem Feldschlösschen bereits per Mai die Bierpreise markant erhöhte, zieht auch der Branchenzweite Heineken nach. Das Unternehmen erhöht die Preise seiner Schweizer Biermarken per 1. Oktober 2012 um durchschnittlich 3.9 Prozent. Nicht betroffen vom den neuesten Aufschlägen sind die internationalen Biermarken. Sie werden neu zu Nettopreisen angeboten.**

Heineken Switzerland erhöht die Preise seiner Schweizer Biermarken auf allen Einweg- und Mehrweggebinden. Der Aufschläge betragen durchschnittlich 3.9 Prozent und erfolgen gemäss Angaben des Unternehmens einheitlich in allen Verkaufskanälen (Gastronomie, Detailhandel, Getränkehandel).

**«Das Nettopreissystem wird auf alle internationalen Biermarken in Dosen und Flaschen übertragen.»**

Betroffen sind vor allem die Marken Calanda, Eichhof, Haldengut und Ziegelhof. Das offene Lagerbier schlägt um 15 Rappen pro Liter auf (+4.8%) und kostet nun CHF 3.30, die Spezialbiere werden 18 Rappen teurer (+5.4%) auf und liegen ab Oktober bei CHF 3.48.

Man sehe sich zu diesem Schritt gezwungen, um die Wettbewerbsfähigkeit und damit die Arbeitsplätze in der Schweiz langfristig zu sichern, schreibt Heineken Switzerland in einer Mitteilung. «Die Preisanpassung im Schweizer Markt fällt tiefer aus als der vom Mutterhaus in Aussicht gestellte Aufschlag von 6 Prozent», tröstet das Unternehmen.

Seit der letzten Preiserhöhung im Oktober 2010 hätten die gestiegenen Produktions- und Transportaufwände die Kostenentwicklung negativ beeinflusst. Zudem sehe man sich mit höheren Marktbearbeitungskosten konfrontiert: «Der weiterhin zunehmenden Anzahl Gaststätten stehen die rückläufigen Volumenzahlen pro Betrieb, die häufigeren Mieterwechsel und kürzere Vertragslaufzeiten gegenüber», schreibt Heineken.

Vor zwei Jahren hat Heineken Switzerland auf ausgewählte internationale Biere das Nettopreissystem eingeführt. Die Listenpreise sind dabei netto

zu verstehen – es werden keine Rückvergütungen mehr ausbezahlt. Das Nettopreissystem wird nun auf alle internationalen Biermarken in Dosen und Flaschen übertragen.

Die Umsetzung erfolgt gesamthaft preisneutral und trägt einem jahrelangen Wunsch von Kunden und Gastronomieverbänden nach transparent gestellten Bierpreisen Rechnung. «Aufgrund der zahlreichen Getränelieferverträge nach traditionellem

Verrechnungsmodus ist eine Umsetzung auf Fassbier zum heutigen Zeitpunkt noch nicht möglich», schreibt Heineken Switzerland.

Heineken-Fassbier kostet unverändert CHF 4.05 und ist nach wie vor rabattberechtigt. Die 33cl-Flasche von Heineken kostet neu CHF 1.40 (netto) statt bisher CHF 1.71 (brutto). Mit den Nettopreisen sollen vermutlich «Angriffe» mit parallel importierter Ware besser abgewehrt werden können.



Bild: Heineken Switzerland

Der Gastronomie-Einkaufspreis der Offenbiere Calanda, Eichhof, Haldengut und Ziegelhof erhöht sich um 4.8 bis 5.4 Prozent.

## Duopol spielt hervorragend

Bereits per 1. Mai 2012 hat die zu Carlsberg gehörende Feldschlösschen Getränke AG die Preise von Fassbier um 15 Rappen erhöht. Ist es Zufall, dass Heineken nun genau gleich viele Rappen pro Liter aufschlägt? Ein Blick zurück zeigt, dass sich die beiden Braugiganten seit Jahren gegenseitig hochschaukeln.

Ab Herbst kosten die offenen Lagerbiere von Eichhof und Calanda CHF 3.30, diejenigen von Feldschlösschen und Cardinal CHF 3.32. Die «Hopfenperle» von Feldschlösschen kostet CHF 3.52, das «Braugold» von Eichhof und das «Edelbräu» von Calanda CHF 3.48. Ein Liter Carlsberg kostet CHF

3.99, die gleiche Menge Heineken CHF 4.05. Gleiche Branche, gleiche Schweizer Produktion, gleiche Kosten, gleiche Marktinvestition. Alles

wird «gleich» beherrscht – schön abgesichert mit unkündbaren Lieferverträgen, Exklusiv- und Penaltyklauseln.

Aufschlag per	Feldschlösschen	Index	Aufschlag per	Calanda	Index
Januar 2007	2.71	100.0	Januar 2007	2.71	100.0
Januar 2008	2.86	105.5	Januar 2008	2.91	107.4
Januar 2009	3.02	111.4	Januar 2009	3.05	112.6
Juli 2010	3.17	116.9	Oktober 2010	3.15	116.2
Mai 2012	3.32	122.5	Oktober 2012	3.30	121.8

© Wirtverband Basel-Stadt, Juli 2012

# FRISCHER GEHT'S NICHT!



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

Mehr Infos und alle Standorte  
unter [www.cca-angehrn.ch](http://www.cca-angehrn.ch)

# GastroJournal wird offizieller Partner von Gastro-Express

**GastroJournal, die führende Fachzeitung für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus, wird offizieller Partner der Online-Jobbörse Gastro-Express. Das haben die Verlagsabteilung von GastroSuisse und der Wirteverband Basel-Stadt vereinbart.**

Seit 2003 betreibt der Wirtverband Basel-Stadt den Online-Marktplatz Gastro-Express. In den fast zehn Jahren seines Bestehens wuchs das Portal zur führenden Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe.

Die Site hat mehrere Tausend registrierte Members und verzeichnet pro Tag über 4000 Besucher. Je nach Jahreszeit sind 700 bis 1000 aktuelle Stellen ausgeschrieben, daneben auch gastgewerbliche Immobilien und Occasionsgeräte. Die Arbeitgeber profitieren von tiefen Insertionsgebühren. Mitarbeiter auf Stellensuche inserieren gratis.

Das GastroJournal, mit einer verkauften Auflage von 22'500 Exemplaren die führende Wochen-

zeitschrift für die Branche, ist offizieller Partner von Gastro-Express. Die aktuellen Stellenangebote werden zusätzlich auf gastrojournal.ch eingeblendet.

GastroJournal ist unter anderem der führende Anbieter für Immobilienanzeigen. Durch die Zusammenarbeit zwischen Gastro-Express und GastroJournal entsteht der umfangreichste und gleichzeitig günstigste Kleinanzeigen-Verbund für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus.

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

The screenshot shows the website interface for Gastro-Express. At the top, there are navigation tabs for 'Jobs', 'Immobilien', and 'Marktplatz'. Below these, there are three main columns of services:

- JOBS:** 660 offene Stellen, 247 Stellengesuche. Includes links to 'zu den offenen Stellen' and 'zu den Stellengesuchen'.
- IMMOBILIEN:** 222 Verkäufe / Vermietungen, 110 Kauf- und Mietgesuche. Includes links to 'Miet- und Kaufobjekte anzeigen' and 'Gesuche zeigen'.
- MARKTPLATZ:** 555 Verkaufsangebote, 18 Kaufgesuche. Includes links to 'zu den Verkaufsangeboten' and 'zu den Kaufgesuchen'.

Below these columns are sections for 'INSERIEREN' (posting ads) for employers, providers, and buyers, with associated costs (e.g., 'Fr. 18.-' for employers). On the right side, there are logos for 'WIRTEKURSE', 'ab-rampe.ch', and a 'Radikales Rauchverbot?' advertisement with the answer 'NEIN'.

## Gericht wirft Fümüoar Gesetzesumgehung vor

Niederlage für das Raucherbeizen-Netzwerks «Fümüoar»: Das kantonale Appellationsgericht hat Rekurse von zwei Gastronomiebetrieben wegen des Rauchverbots abgewiesen. Das strenge Basler Verbot sei zulässig und das Modell des «Fümüoar»-Vereins eine Gesetzesumgehung, befand das Gericht. Der Gerichtsentscheid ermutigt den Kanton nun, auch gegen Rauchervereine vorzugehen, die nur ein Lokal haben. Bisher wurden Einzelvereine nach dem sogenannten «Modell Auder-set» als zulässig betrachtet.

## Extrem-Initiative

Am 23. September stimmt das Schweizer Stimmvolk über die Initiative «Schutz vor Passivrauchen» ab, welche unter anderem ein Rauchverbot an Einzelarbeitsplätzen fordert. Eine breite Koalition aus Politikern von FDP, SVP, CVP, BDP, Grünliberalen und weiteren Parteien kämpft unter dem Slogan «Nein zum radikalen Rauchverbot» gegen diese unnötige, übertriebene und antiföderalistische Vorlage. Derweil lancierte eine Gruppe von Genfer Bürgern bereits die nächste eidgenössische Volksinitiative gegen das Passivrauchen. Sie geht über alles Bisherige hinaus: Zum Teil soll das Rauchen sogar in Aussenbereichen verboten werden!

[www.vernuenftig-bleiben.ch](http://www.vernuenftig-bleiben.ch)

## Gute Frequenzen im ersten Halbjahr

Nach dem guten Ergebnis im ersten Halbjahr 2011 hat die Zahl der Übernachtungen in den ersten sechs Monaten 2012 nochmals zugenommen – um knapp 18'000 bzw. 3.4% auf rund 545'000 Logiernächte. Dies ist einerseits auf den nach wie vor starken Geschäfts-, Messe- und Kongresstourismus zurückzuführen, der weniger sensibel auf Wechselkursschwankungen reagiert. Andererseits profitiert Basel beim Freizeittourismus von den Marketingbemühungen in den Fernmärkten.

## Deutschland ohne Hygieneampel

Eine von der deutschen Wirtschaftsministerkonferenz eingesetzte Arbeitsgruppe hat sich nicht auf ein «bundeseinheitliches Modell zur Transparentmachung der Kontrollergebnisse von Lebensmittelunternehmen», die so genannte «Hygieneampel», einigen können. Das geplante System sei zu bürokratisch.



## Mehr Käse-Exporte

Der Käsemarkt gehört zu den wenigen liberalisierten Bereichen der Schweizer Landwirtschaft. Der Freihandel funktioniert: Trotz Frankenstärke wurden im ersten Halbjahr fast neun Prozent mehr Käse exportiert als in der gleichen Periode des Vorjahres. Zugelegt haben vor allem Halbhartkäse-Spezialitäten und Emmentaler AOC. 87 Prozent der Exporte gingen nach Europa, ein beträchtlicher Teil davon nach Deutschland.



# Weg mit den vertikalen Strukturen!

**Bekanntlich kommt jedes zweite Bier in der Schweiz aus der Carlsberg-Gruppe. Zusammen beherrschen die zwei grossen Brauereien Carlsberg und Heineken sogar drei Viertel des Biermarktes. Als besonderes Problem erweisen sich dabei die integrierten Verteilstrukturen mit eigenem Getränkehandel.**

Die Marktdominanz von Carlsberg-Feldschlösschen und Heineken führt dazu, dass die Getränkehändler nicht um die zwei grossen Brauereigruppen herumkommen. Ein unabhängiger Getränkegrossist bekommt von der Brauerei auf den sogenannten Listenpreis eine Marge von rund 12 bis 18 Prozent.

**«Brauerei-unabhängige Getränkehändler können bei diesen Preisstrukturen nie wettbewerbsfähig bleiben.»**

Feldschlösschen und Heineken selber gewähren aber den «guten» Endkunden der Gastronomie oft schon 15%, teilweise auch über 30% (auf der Rechnung oder mit Pay Backs). Gastronomen bezahlen also schliesslich beim Feldschlösschen- oder Heineken-Getränkehandel weniger für das fassweise eingekaufte und in den Keller gelieferte Bier als der Getränkegrossist, der es auf Paletten «lasten-

zugsweise» auf die Rampe geliefert bekommt!

Brauerei-unabhängige Getränkehändler können bei diesen Preisstrukturen nie wettbewerbsfähig bleiben. «Getränkehändler» Heineken hat dies vor ein paar Jahren bei der Weko beanstandet – und verloren. Im konkreten Fall war dies halbwegs verständlich, denn Heineken kann mit eigenen Bieren und einem bedeutendem Marktanteil Carlsberg-Feldschlösschen durchaus die Stirne bieten.

Getränkehändler ohne eigene Biermarken und ohne bedeutende Marktanteile können dies nicht. Sie werden von den Konzernen zunehmend an die Wand gedrückt. Die aktuellen Preiserhöhungen von Feldschlösschen und Heineken wäre in der heutigen Lage mit den genannten Argumenten nicht möglich, wenn Carlsberg und Heineken in der Schweiz nicht so marktbeherrschend wären.

Um einen wirksamen Wettbewerb im schweizerischen Biermarkt sicherzustellen, sind die ver-

tikalen Strukturen zu beseitigen. Ganz dringend braucht es zudem Verhaltensregeln oder gar gesetzliche Vorschriften für Lieferverträge. Es wäre schon viel erreicht, wenn es keine Exklusivität beim Offenbier mehr gäbe. In angelsächsischen Ländern sind solche Klauseln nicht ohne Grund verboten.



Maurus Ebner  
Delegierter des Vorstands  
Wirtverband Basel-Stadt



## Schluss mit der gastronomiefeindlichen Preispolitik der multinationalen Getränkekonzerne!

### Original-Markengetränke aus EU-Direktimport

Coca-Cola  
Coca-Cola light  
Coca-Cola Zero  
33cl MW für 79 Rappen

Schweppes Tonic  
Schweppes Bitter Lemon  
20cl MW für 85 Rappen



27 bis 30%  
günstiger

### Qualitäts-Fassbier aus Bayern



Dauer-Tiefpreis  
CHF 1.79 pro Liter  
exkl. MwSt



Mehr Infos und weitere Angebote: [www.baizer.ch/import](http://www.baizer.ch/import)

# Auch Spirituosenkonzerne schöpfen Kaufkraft ab

**Viele Getränkekonzerne erheben einen «Schweiz-Zuschlag», um die hiesige Kaufkraft abzuschöpfen. Auch bei den Spirituosen gibt es klare Indizien, dass die Preise künstlich hoch gehalten werden. Zu den mutmasslichen Sündern gehören Pernod Ricard, Brown-Forman, die Campari-Gruppe, Jägermeister und Beam.**

Auf den ersten Blick fallen die Preisunterschiede bei den Spirituosen nicht so sehr auf. Das liegt daran, dass die Alkohol- und die Mehrwertsteuer in der Regel über einen Drittel des Endpreises ausmachen. Rechnet man die Steuern heraus, treten die Differenzen besser zu Tage.

**«Rechnet man die Steuern heraus, treten die Differenzen besser zu Tage.»**

Bei einem Preisvergleich zwischen der Schweiz und Deutschland ist zu berücksichtigen, dass bei uns die Alkoholsteuer fast doppelt so hoch ist, die Mehrwertsteuer aber nur 8 und nicht 19 Prozent beträgt. Wobei ersteres den Gastronomen und Konsumenten besonders weh tut, weil die Alkoholsteuer im Gegensatz zur Mehrwertsteuer nicht als Vorsteuerabzug geltend gemacht werden kann.

Bei einer Untersuchung von 22 bekannten Spirituosenmarken ergaben sich – alle Steuern herausgerechnet – Unterschiede von bis zu 90%. Insgesamt weisen allerdings nur neun Marken mehr als 20 Prozent höhere Nettopreise auf als in Deutschland. Drei untersuchte Produkte sind bei uns sogar günstiger!

Verglichen wurden die Preise der Heimlieferdienste Coop@home und Edeka24. Beide Anbieter positionieren sich in ihren Ländern nicht als Discounter, sondern über die Qualität. Nebenbei sei bemerkt, dass Coop@home bei Spirituosen fast durchs Band günstiger ist als LeShop von Migros, was an der höheren Getränkekompetenz von Coop liegen könnte.

Bei Coop beträgt der Mindestbestellwert 100 Franken. Die Lieferkosten betragen je nach Einkaufsbetrag 10 bis 18 Franken; ab 500 Franken Bestellwert ist die Lieferung gratis. Bei Edeka 24 kostet die Lieferung lediglich knapp 4 Euro und bereits ab einem Bestellwert von 75 Euro fallen keine Versandkosten mehr an. Bei unserem Preisvergleich haben wir diese Unterschiede nicht berücksichtigt.

Interessant ist die Tatsache, dass die vier untersuchten Diageo-Marken Smirnoff, Bailey's, Johnnie Walker Red Label und Gordon's Gin im Vergleich zu Deutschland sehr gut abschneiden, während sechs von sieben untersuchten Produkte der Firma Pernod-Ricard in der oberen Tabellenhälfte zu finden sind. Auch bei der Gruppo Campari und bei Rémy Cointreau besteht der Verdacht, dass die Preise in der Schweiz bewusst hoch gehalten werden.

Die grösste Preisdifferenz weist mit 90.1 Prozent der Likör Kahlúa aus dem Hause Pernod-Ricard auf. Dahinter folgen zwei amerikanische Produk-

te: Jim Beam Black Label von Beam (76.5%) und Southern Comfort (58%) von Brown-Forman. Jägermeister (48%) und weitere Brands von Pernod Ricard fallen ebenfalls durch hohe Unterschiede auf: Havana Club (42.3%), Absolut (29.7%), Chivas Regal (29.6%) und Malibu (25.4%).

Die Bacardi-Gruppe scheint hingegen wie Diageo die Preise weniger zu differenzieren. Die Hintergründe kennen wir nicht. Vielleicht importiert

Coop einen Teil der Produkte parallel oder hat zumindest damit gedroht, um international übliche Preise zu erhalten.

Es gibt in der Schweiz durchaus Firmen, die parallel importieren und Getränkgrossisten mit Spirituosen beliefern. Allerdings bessern die Importeure und Zwischenhändler oft einfach ihre Marge auf. Die Preisvorteile werden nicht immer weiter gegeben.



Bild: Pernod Ricard

■ Markenspirituosen sind in der Schweiz oft wesentlich teurer als im benachbarten Ausland – nicht nur wegen der höheren Alkoholsteuer.

## Schuldenbremse

Mit 63 Prozent befürwortet erstmals eine Mehrheit der Schweizer Stimmberechtigten die Einführung einer Schuldenbremse bei den Sozialversicherungen. Das geht aus dem neuesten «Finanzmonitor» von Economiesuisse hervor. Die Schuldenbremse auf Bundesebene hat sich bewährt: 83 Prozent wollen sie beibehalten. Neue Staatsausgaben werden weiterhin klar abgelehnt. Auch Steuererhöhungen finden keine Mehrheit.

## Auf dem Prüfstand

Gemäss einem Bericht der «Basellandschaftlichen Zeitung» wird ein Prozess gegen die «Schluggstube» angestrengt. Damit stellen die Behörden erstmals auch das sogenannte «Modell Auderet» in Frage, bei welchem ein einzelner Wirt mit seinen Stammgästen zusammen einen Verein gründet. Regierungsrat Hans-Peter Wessels hat dieses Vereinsmodell in einem Brief an den LDP-Grossrat André Auderet vor Inkrafttreten des Rauchverbots persönlich abgesegnet.

## Längere Ladenöffnungszeiten

Die Läden in Basel sollen samstags bis 20 Uhr und damit zwei Stunden länger offen sein dürfen: Der Grosse Rat hat eine entsprechende Gesetzesänderung mit 47 zu 41 Stimmen beschlossen. Die Gewerkschaften haben das Referendum ergriffen. Der Verein Basler Detailhandel bezeichnet dies als verantwortungslos: «In Anbetracht der sich abzeichnenden wirtschaftlichen Prognosen ist davon auszugehen, dass der Detailhandel in Basel aufgrund der Grenznähe und der heute schon liberaleren Rahmenbedingungen im Umland künftig noch mehr wirtschaftlichem Druck ausgesetzt sein wird.»

## Gegen wildes Urinieren

Das Tiefbauamt Basel-Stadt versucht diesen Sommer das wilde Urinieren durch zusätzliche mobile Pissoirs einzudämmen. Im Herbst dieses Jahres wird Bilanz gezogen und das weitere Vorgehen für die folgenden Jahre geplant.

## Basel kompakt

Die Google-Software Android hat im vergangenen Quartal alle anderen Betriebssysteme an den Rand gedrängt und dominiert mittlerweile gut zwei Drittel des Marktes. Dem trägt Basel Tourismus Rechnung und präsentiert nun auch eine Android-Version des beliebten «City Guides». Die entsprechende iPhone-Applikation wurde seit deren Lancierung im Jahr 2010 mittlerweile mehr als 45'000 Mal heruntergeladen.

## Preisvergleich Schweiz-Deutschland

Marke	Inhaber	Importeur	Index (D=100)
Kahlúa	Pernod Ricard	Pernod Ricard Swiss SA	190.10
Jim Beam Black	Beam	Haecky Drink & Wine AG	176.47
Southern Comfort	Brown-Forman	Bacardi-Martini (Schweiz) AG	157.97
Jägermeister	Mast-Jägermeister	Diwisa Distillerie Willisau SA	148.00
Havana Club	Pernod Ricard	Pernod Ricard Swiss SA	142.29
Absolut	Pernod Ricard	Pernod Ricard Swiss SA	129.70
Chivas Regal	Pernod Ricard	Pernod Ricard Swiss SA	129.54
Malibu	Pernod Ricard	Pernod Ricard Swiss SA	125.40
Cointreau	Rémy Cointreau	Dettling & Marmot AG	123.83
Campari	Gruppo Campari	Campari Schweiz AG	119.63
Jameson	Pernod Ricard	Pernod Ricard Swiss SA	117.81
Bombay Sapphire	Bacardi	Bacardi-Martini (Schweiz) AG	117.27
Jack Daniel's	Brown-Forman	Bacardi-Martini (Schweiz) AG	116.56
Glenfiddich	Grant	Dettling & Marmot AG	109.38
Aperol	Gruppo Campari	Campari Schweiz AG	109.75
Smirnoff	Diageo	Diageo Suisse SA	108.95
Bacardi Rum	Bacardi	Bacardi-Martini (Schweiz) AG	104.18
Bailey's	Diageo	Diageo Suisse SA	100.26
Martini bianco	Bacardi	Bacardi-Martini (Schweiz) AG	100.00
Ballantine's	Pernod Ricard	Pernod Ricard Swiss SA	96.92
Johnnie Walker Red	Diageo	Diageo (Suisse) SA	92.09
Gordon's Gin	Diageo	Diageo (Suisse) SA	85.05

MwSt und Alkoholsteuern herausgerechnet / 1 Euro = CHF 1.20  
Detailtabellen auf [baizer.ch](http://baizer.ch) ©Wirteverband Basel-Stadt / Juli 2012

## Die grossen Spirituosenkonzerne und ihre wichtigsten Marken

Diageo	Pernod Ricard	Bacardi
Baileys	Absolut	Bacardi
Bell	Ballantine's	Bénédictine
Captain Morgan	Beefeater	Bombay Sapphire
Crown Royal	Chivas Regal	Dewar's
Gordon's	Clan Campbell	Eristoff
Grand Marnier	Four Roses	Grey Goose
J&B	Havana Club	Martini
Johnnie Walker	Jameson	William Lawson's
José Cuervo (Vertrieb)	Kahlúa	
Lagavulin	Malibu	William Grant & Sons
Pimm's	Martell	Glenfiddich
Smirnoff	Ramazzotti	Grant's
Tanqueray	Ricard	
Brown-Forman	Beam	Gruppo Campari
Finlandia	Canadian Club	Aperol
Jack Daniel's	Courvoisier	Campari
Southern Comfort	Jim Beam	Cynar
	Sauza	Skyy Vodka
		Wild Turkey
Edrington Group	LVMH	Rémy Cointreau
Bruçal	Ardbeg	Cointreau
Cutty Sark	Belvedere	Metaxa
Famous Grouse	Glenmorangie	Passoa
The Macallan	Hennessy	Rémy Martin
Mast-Jägermeister	De Kuyper Royal Distillers	
Jägermeister	De Kuyper	

## Mega Brands

Marke	Inhaber	Kategorie	Mio. Liter
Smirnoff	Diageo	Vodka	222.3
Bacardi	Bacardi	Rum	176.0
Pirassununga 51	Companhia Müller	Cachaça	167.4
Johnnie Walker	Diageo	Scotch	162.0
Absolut	Pernod Ricard	Vodka	100.9
Jack Daniel's	Brown-Forman	US Whiskey	95.2
Pitù	Engarraamento Pitù	Cachaça	94.4
Captain Morgan	Diageo	Rum	82.8
Baileys	Diageo	Likör	61.2
Jägermeister	Mast-Jägermeister	Bitter	60.9
Ballantine's	Pernod Ricard	Scotch	58.2
Ricard	Pernod Ricard	Anis	55.8
José Cuervo	Diageo (Vertrieb)	Tequila	54.9
Jim Beam	Beam Global	Bourbon	52.7
Crown Royal	Diageo	Canadian	45.0
Grant's	William Grant & Sons	Scotch	44.7
Hennessy	LVMH	Cognac	44.4
Chivas Regal	Pernod Ricard	Scotch	44.0
J&B Rare	Diageo	Scotch	43.2
Fernet Branca	Fratelli Branca	Bitter	41.7
Gordon's	Diageo	Gin	38.7
De Kuyper	De Kuyper	Likör	37.9
Havana Club	Pernod Ricard	Rum	34.6
Grey Goose	Bacardi	Vodka	34.1
Jameson	Pernod Ricard	Irish Whiskey	34.0
Malibu	Pernod Ricard	Likör	33.1
Skyy	Gruppo Campari	Vodka	31.1
Stolichnaya	SPI Group	Vodka	29.9
Dewar's	Bacardi	Scotch	28.7
Finlandia	Brown-Forman	Vodka	27.9

Neben den Global Brands gibt es zahlreiche regionale Spirituosenmarken, von denen es viele (z.B. Jinro Soju aus Korea, der philippinische Tanduay Rum oder der indische Whisky Officer's Choice) problemlos in diese Liste schaffen würden.

Quellen: Drinks International / Impact / Intangible (2011, umgerechnet von 9-Liter-Cases)



Die vier größten internationalen Spirituosenmarken sind Smirnoff, Bacardi, Pirassununga 51 und Johnnie Walker.



# Die Basler Gastronomie auf einen Klick!

# www.basel-restaurants.ch

# Vielfalt und Macht im Schweizer Biermarkt

**2011 wurde in der Schweiz 4.63 Millionen Hektoliter Bier getrunken. Davon stammten 3.55 Millionen Hektoliter (78.5%) aus inländischer Produktion. Feldschlösschen und Heineken beherrschen drei Viertel des Marktes. Die 430 anderen steuerpflichtigen Bierhersteller sorgen für eine erfreuliche Vielfalt, erreichen aber nur selten überregionale Ausstrahlung.**

Von der inländischen Bierproduktion (exklusive Export) entfielen 48% auf den Branchenleader Feldschlösschen und 26% auf Heineken Switzer-

Schliesslich gibt es noch 402 Kleinproduzenten mit einem Anteil am Inlandausstoss von nicht einmal 2%. Etwa die Hälfte davon sind Gasthaus- und

Mikro-Brauereien. Bei 200 Herstellern handelt es sich um steuerpflichtige «Hobby-Brauer». Die Grenzen sind fließend.

**«Von den konzernunabhängigen Herstellern können es lediglich Schützengarten und Locher einigermassen mit Carlsberg und Heineken aufnehmen.»**

land. Die beiden Grossen haben zusammen einen Marktanteil von rund 74%. In vielen Regionen ausserhalb der Ostschweiz und Bern dürften es sogar mehr als 80% sein.

Von den konzernunabhängigen Herstellern können es lediglich Schützengarten (5%) und Locher (4%) einigermassen mit Carlsberg-Feldschlösschen und Heineken aufnehmen. Die zur Fenaco-Gruppe gehörende Ramseier Suisse AG (6%) produziert Eigenmarken für den Schweizer Detailhandel und liefert kein Fassbier in die Gastronomie.

12 gewerbliche Regionalbrauereien mit einem Jahresausstoss von 9000 bis 43'000 Hektolitern bringen es zusammen auf 8% Anteil am Inlandausstoss. Dahinter liegen 13 Kleinbrauereien mit einem Ausstoss von 2000 bis 6000 Hektoliter pro Jahr. Zu dieser Gruppe gehören Hersteller wie Unser Bier, Fischerstube, Burgdorfer, Aare-Bier, Murailles und Brasserie des Franches-Montagnes.



■ Die kleinen Hersteller leisten einen wichtigen Beitrag zu einer vielfältigen Bierkultur. Der Marktanteil der 415 Kleinsten beträgt aber lediglich drei Prozent!

## Carlsberg und Heineken dominieren auch Importe

21.5 Prozent des in der Schweiz konsumierten Bieres stammt aus Importen. Zu den grössten Importeuren zählen Coop, Denner, Aldi und Lidl. Deren Importbiere – meist Billigmarken, nie Fassbier – landen aber nur selten im Gastronomiekanal. Für den Horeca-Bereich sind auch bei den Importbieren Feldschlösschen-Carlsberg und Heineken tonangebend.

Ins Portfolio von Feldschlösschen gehören unter anderem die Konzernmarken Kronenbourg, Tuborg und Super Bock, aber auch Kilkenny, Guinness, Boddingtons, Grimbergen, Leffe, Franziskaner, Schneider Weisse, San Miguel, Corona und Bud. Heineken vertreibt in der Schweiz unter anderem die Konzernmarken Desperados, Amstel, Newcastle, Cruzcampo und Paulaner, zudem Er-

dingler, Murphy's, Löwenbräu, Foster's und Miller.

Eine gewisse Rolle spielen zudem die Amstein SA (Warsteiner, Chimay, Duvel, Singha, Tsingtao und viele Spezialitäten), die Ausländische Biere AG (unter anderem König, Beck's, Hofbräu, Hoegaarden, Lapin Kulta und Kirin) sowie die Tobler Biervertrieb AG (Fürstenberg).

**Gastro Express**

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

Der führende Online-Marktplatz für die Schweizer Gastronomie und Hotellerie



Gastgewerbliche Liegenschaften



Occasionsgeräte



Stellenangebote und Stellengesuche

Hersteller	Produktionsort	Gründung	Hektoliter	Anteil in %
Feldschlösschen / Carlsberg	Rheinfelden, Sion	1876	1'720'000	48.5
Heineken Switzerland	Chur, Luzern	<sup>1</sup> 1780	930'000	26.2
<b><sup>2</sup> nationale Anbieter</b>			<b>2'650'000</b>	<b>74.7</b>
Ramseier	Hochdorf LU	1963	210'000	5.9
Schützengarten	St. Gallen	1779	162'000	4.6
Locher	Appenzell	1810	135'000	3.8
<b><sup>3</sup> überregionale Anbieter</b>			<b>507'000</b>	<b>14.3</b>
Rugenbräu	Interlaken	1866	43'000	1.2
Falken	Schaffhausen	1799	36'000	1.0
Müller	Baden	1897	35'000	1.0
Sonnenbräu	Rebstein SG	1891	32'000	0.9
Boxer	Yverdon-les-Bains	1960	30'000	0.8
Egger	Worb BE	1863	28'000	0.8
Rosengarten	Einsiedeln SZ	1872	19'000	0.5
Turbinenbräu	Zürich	1997	15'000	0.4
Baarer Bier	Baar ZG	1862	14'000	0.4
Stadtbühl	Gossau SG	1858	10'000	0.3
Adler	Schwanden GL	1828	9'000	0.3
Felsenau	Bern	1881	9'000	0.3
<b>12 Regionalbrauereien</b>			<b>280'000</b>	<b>7.9</b>
<b>13 Kleinbrauereien 2000 bis 6000 hl</b>			<b>42'000</b>	<b>1.2</b>
<b>402 Kleinstproduzenten</b>			<b>67'333</b>	<b>1.9</b>
<b>Inlandausstoss <sup>2</sup></b>			<b>3'546'333</b>	<b>100.0</b>
Importbiere			1'079'727	
Inlandkonsum			4'626'060	
Export			78'812	

<sup>1</sup> Gründungsjahr von Calanda (Eichhof 1834, Haldengut 1843, Ziegelhof 1850)

<sup>2</sup> ohne Exporte und ohne alkoholfreie Biere / Total 432 steuerpflichtige Anbieter

© Wirtverband Basel-Stadt (Recherchen, Schätzungen, Zusammenstellung), 2012

## Schweizer Biermarkt

Schweizer Biermarkt	hl	%
Schweizer Biere <sup>1</sup>	3'546'333	76.7
Importe	1'079'727	23.3
<b>Total Konsum</b>	<b>4'626'060</b>	<b>100.0</b>
Fass		25.4
Mehrwegflaschen		24.7
Einwegflaschen		24.7
Dosen		30.6
<b>Alle Gebinde</b>		<b>100.0</b>
Lagerbier		80.7
Spezialbier		13.0
Spezialitätenbiere <sup>2</sup>		6.3
<b>Alle Sorten <sup>3</sup></b>		<b>100.0</b>



<sup>1</sup> ohne Exporte und alkoholfreie Biere (2011)

<sup>2</sup> Leicht-, Mais- und Weizenbier sowie andere Spezialitäten

<sup>3</sup> Anteil dunkles Bier: 0.4 Prozent

Quelle: Schweizer Brauerei-Verband

# Behörden unterliegen einem gewaltigen Irrtum

**Der Bundesrat will das sogenannte Tänzerinnen-Statut aufheben. Dabei hat sich dieses bestens bewährt. Kaum eine Branche ist so stark reglementiert und überwacht wie die Cabarets. Vollzugsschwierigkeiten in einzelnen Kantonen dürfen kein Anlass sein, einen in sich funktionierenden Wirtschaftszweig abzustrafen.**

Gemäss Vernehmlassungsbericht wird die geplante Abschaffung des Tänzerinnen-Statuts vor allem mit einer fehlenden Schutzwirkung begründet. Nichts ist falscher als das. Die Aufhebung wird die Lage der Tänzerinnen aus Drittstaaten in der Schweiz keineswegs verbessern – ganz im Gegenteil!

Die bestehende Regelung bietet eine beinahe schon einmalige Rechtssicherheit – sogar verglichen mit allgemeinverbindlichen Gesamtarbeitsverträgen für Inländer und Arbeitnehmer aus dem EU- und EFTA-Raum. Die ASCO hat zusammen mit den Behörden und Frauenorganisationen einen Musterarbeitsvertrag ausgearbeitet, welcher in mehr als einem Dutzend Sprachen vorliegt.

Im Vertrag sind die Entlohnung, die Arbeitszeiten und Ruhetage klar geregelt, ebenso die Form der

Lohnauszahlung, die Unterbringung der Tänzerinnen, die Kosten der medizinischen Untersuchung bei der Einreise, die Rückerstattung der Reisekosten, die Höchstsätze für Vermittlungsprovisionen, eine durch den Arbeitgeber zu bezahlende Krankenversicherung sowie die Krankentaggeld- und Unfallversicherungen.

Die Tänzerinnen, meist junge Frauen unter 25, verdienen brutto zwischen 4700 und 7500 Franken pro Monat. Diese Tatsache ist leider wenig bekannt, weil man immer nur vom Mindest-Nettolohn redet, der in den meisten Kantonen 2300 Franken beträgt. Hier sind nicht nur Sozialversicherungsbeiträge, sondern auch die Quellensteuern, die Zimmermiete, die Krankenversicherung und Agenturgebühren bereits abgezogen.

Ein Hintergedanke der geplanten Abschaffung des

Tänzerinnen-Statuts ist, dass der Zustrom von Tänzerinnen aus Drittstaaten versiegen soll. In der Realität werden jedoch vermehrt Frauen aus diesen Ländern mit einem Touristenvisum oder illegal in die Schweiz einreisen. Das Einschleusen von Frauen aus Osteuropa, Afrika und Südamerika über Schengen-Länder wie Polen, Slowenien, Griechenland oder Spanien ist leider bereits heute Alltag. Ohne Arbeitsbewilligung werden diese Frauen in den Untergrund gedrängt.

Absurderweise könnte die Abschaffung des Tänzerinnen-Statuts dazu führen, dass die gepflegte erotische Unterhaltung in der Schweiz nahezu verunmöglicht wird, während die Strassenprostitution, welche für die Frauen unabhängig vom Herkunftsland ein wesentlich grösseres Gefahrenpotenzial birgt, immer mehr legalisiert und von Seiten der Politik gar unterstützt wird.

## Der Staat verdient kräftig mit

In der Schweiz gibt es rund 200 konventionelle Cabarets mit gut 2000 Arbeitsplätzen. Die Betriebe erzielen einen Umsatz von etwa 220 Millionen Schweizer Franken. Sie zahlen Löhne und Gagen in der Höhe von 100 Millionen Franken pro Jahr. Nur schon die AHV-Beiträge belaufen sich auf über 11 Millionen Franken pro Jahr. Dabei beziehen die meisten Cabaret-Tänzerinnen gar nie eine Rente!

Auch sonst verdient der Staat kräftig mit: Die Tänzerinnen mit L-Bewilligung bezahlen pro Jahr Quellensteuern im Betrag von rund sieben Millionen Franken. Darin nicht enthalten sind die Lohnsteuern der übrigen Mitarbeiter und die Gewinn-

steuern der Unternehmen.

Ausserdem liefern die Cabaret-Betreiber pro Jahr rund 13 Millionen Franken Mehrwertsteuer und drei Millionen Franken Gebühren ab. Von den Cabarets direkt abhängig sind verschiedene Lieferanten; dazu gehören mehrere Dutzend Vermittlungsagenturen und Getränkehändler.

Cabarets sind ein wichtiger Bestandteil des gastronomischen und touristischen Angebots. Sie erfüllen nach wie vor ein zeitgemässes Bedürfnis, unter anderem auch von internationalen Geschäftskunden. Nicht umsonst werden in Kantonen wie Zü-

rich, Genf, Basel oder Bern noch immer L-Bewilligungen für Artistinnen aus Drittstaaten erteilt!



Ohne Arbeitsbewilligungen werden Frauen in den Untergrund gedrängt, wo sie leicht Opfer von Ausbeutung und Gewalt werden.

## Nein zur Abschaffung des Tänzerinnen-Statuts!

Das Tänzerinnen-Statut muss beibehalten werden. Sonst gibt es nur Verlierer: die Frauen, die Gastronomen, unsere Gäste, den Wirtschafts- und Tourismusstandort, die Finanzen der öffentlichen Hand und die Gesellschaft.

Wir sind über die geplante Aufhebung des Tänzerinnen-Statuts äusserst besorgt. Selbstverständlich nehmen wir an der Vernehmlassung mit einer prägnanten Stellungnahme teil. Auch sonst tun wir alles, damit Cabaret-Tänzerinnen aus Drittstaaten weiterhin L-Bewilligungen erhalten. Denn ein Wegfall dieser Bewilligungen hätte verheerende Folgen:

**Die Lage der Frauen verschlechtert sich massiv.** Illegale Einwanderung und Erwerbstätigkeit werden zunehmen. Das begünstigt kriminelle Strukturen, Menschenhandel und Zwangsprostitution. Die Frauen werden in den Untergrund oder in Scheinehen gedrängt.

**Der Fortbestand der Cabaret-Branche ist gefährdet.** Die klassischen Cabarets sind ein wichtiger Bestandteil des gastronomischen und touristischen Angebots – gerade auch in den wichtigsten Wirtschaftsstandorten der Schweiz! Es braucht seriöse Anbieter erotischer Unterhaltung.

**Bund, Kantone und Sozialwerke verlieren Einnahmen.** Cabarets und ihre Mitarbeiter/innen liefern Sozialversicherungsbeiträge, Gebühren sowie Steuern auf Löhnen, Umsätzen und Gewinnen in zweistelliger Millionenhöhe ab.

**Tänzerinnen und Cabaret-Betreiber werden diskriminiert.** Tänzerinnen aus Drittstaaten werden gegenüber anderen Inhabern von L-Bewilligungen einseitig benachteiligt. Sie werden künftig illegal und unter bedenklichen Bedingungen in der Schweiz tätig sein.

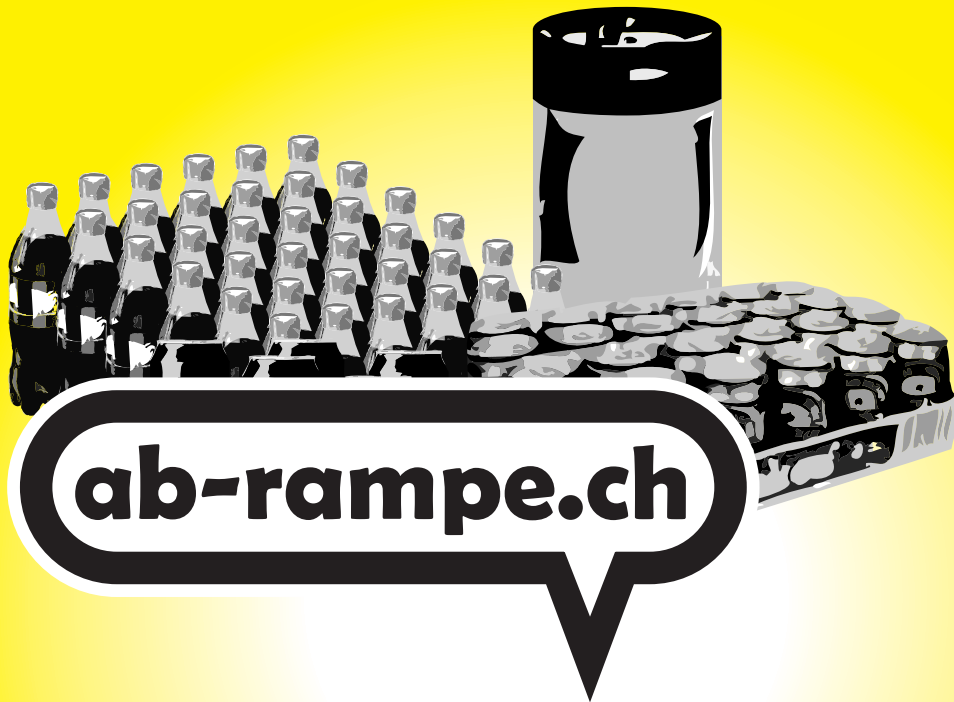
Wir sind bereit, Hand zu bieten für eine Verbes-

serung und Intensivierung der Kontrollen, von denen letztlich alle Beteiligten profitieren. Wir sind nicht nur dazu bereit – wir fordern diese Intensivierung schon lange!

Von einer Abschaffung würden nur kriminelle Banden profitieren, die Frauen einschleusen und brutal ausbeuten. Darum: Nein zur Abschaffung des Tänzerinnen-Statuts!



Jürg König  
Präsident ASCO  
www.asco-nightclubs.ch



**ab-rampe.ch**

**Rampenverkäufe  
für das Gastgewerbe.**

**Original-Markengetränke  
bis 57% günstiger!**

**[www.ab-rampe.ch](http://www.ab-rampe.ch)**



**Carlsberg**  
25cl EW

**0.80**



**Carlsberg**  
33cl EW

**0.79**



**Carlsberg**  
50cl Dose

**0.85**



**Heineken**  
25cl EW

**0.85**



**Heineken**  
33cl EW

**0.99**



**Desperados**  
33cl EW

**1.49**



**Corona**  
35cl EW

**1.49**



**Red Bull**  
25cl Dose

**1.30**



# Schutz der Abendruhe versus lebendige Gastronomie

**Etliche Basler Restaurants müssen ihren Betrieb im Hinterhof bereits um 20 Uhr einstellen. Die entsprechende Auflage in den Bau- und Betriebsbewilligungen aus den letzten Jahren stützen sich vor allem auf einen Entscheid der Baurekurskommission aus dem Jahr 2004.**

In rund einem Dutzend Fälle kam die Lärmschutzfachstelle beim Amt für Umwelt und Energie (WSU) im Rahmen der Bearbeitung von Baugesuchen, die das Bau- und Gastgewerbeinspektorat (BVD) ausstellt, zum Schluss, dass die Betriebszeit im Hinterhof auf 20 Uhr beschränkt werden muss.

Dabei stützt sich die Lärmschutzfachstelle auf ein Urteil der Baurekurskommission von Ende April 2004, das im Fall des Restaurants Stänzler am Erasmusplatz geurteilt hatte, dass der Betrieb im Hinterhof um 20 Uhr zu schliessen sei. Die Baurekurskommission berief sich damals auf höhere Rechtsprechung.

**«Betroffen sind bisher rund ein Dutzend Betriebe.»**

Verhaltenslärm dürfe «das Wohlbefinden der Betroffenen nicht erheblich bzw. bei neuen Betrieben höchstens geringfügig stören», heisst es in einer Mitteilung des Bau- und Verkehrsdepartements. Objektiv messbare Grenzwerte gebe es in der Gesetzgebung dazu nicht, so dass die Lärmschutzfachstelle bei Baugesuchen im Einzelfall beurteilen müsse, wie lange gewirtet werden dürfe.

Betroffen sind bisher rund ein Dutzend Betriebe. Bei allen Fällen handelt es sich nach Angaben der Behörden um neu eingegangene Gesuche: «Die Betriebe wussten von Anfang an, unter welchen

Rahmenbedingungen sie ihren Hinterhof bewirtschaften können.»

«Eine Weisung oder eine gesetzliche Bestimmung, wonach Hinterhofbetriebe konsequent auf 20 Uhr zu beschränken seien, gibt es nicht», schreibt das Bau- und Verkehrsdepartement. Ebenso wenig handle es sich bei den verfügbaren Zeitbeschränkungen auf 20 Uhr um eine neue Praxis. Die Lärm-

schutzfachstelle verfare bei der Beurteilung von Lärmmissionen in Hinterhöfen seit 2004 konsequent gleich.

Bereits bestehende, für einen Hinterhof geltende Betriebszeiten seien in Basel bisher noch nicht auf 20 Uhr eingeschränkt worden. Ein solcher Fall wäre aber bei berechtigten Lärmbeschwerden von Anwohnern denkbar!



■ Terrassen zum Hof sind oft lauschige Plätzchen. Die kantonale Verwaltung sorgt dafür, dass sie dies nur bis 20 Uhr sind!

## Schreiende Ungleichbehandlung!

**Gleiche Sachverhalte sind von staatlichen Behörden auch gleich zu behandeln; Jeder und Jede hat das Recht, dass der Staat mit ihm genau gleich umgeht, wie er es bei anderen unter denselben Umständen auch tun würde. In der Frage der Nacht- und neustens auch der Abendruhe wird dieses Gleichbehandlungsprinzip aber in Basel-Stadt krass verletzt.**

Im Gastgewerbe setzt die Verwaltung die Abendruhe radikal um. Sollte auch nur eine Person reklamieren, ist um 20 Uhr draussen Polizeistunde, wenn die Tische und Stühle in einem Hinterhof stehen. Neue Gesuche sollen anscheinend auch dann keine Gnade vor dem gestrengen Auge des Amtsschimmels finden, wenn die Anwohnerschaft sogar einverstanden wäre.

Es sei halt Bundesrecht, wird argumentiert; man könne da nichts machen. Die Basler Behörden berufen sich dabei auf ein Bundesgerichtsurteil, in dem aber nur ihren Zürcher Amtskollegen zugestanden wird, sie hätten einen Augenschein

– oder besser: Ohrenschein – korrekt vorgenommen. Aus dem Urteil kann man lediglich ableiten, dass eine Schliessung um 20 Uhr verfügt werden kann, nicht aber, dass man dies muss. Für die Basler Verwaltung ist aber klar: Ab 20 Uhr hat in den Hinterhöfen Ruhe zu herrschen.

Längst nicht so klar ist es für die Behörden, die Abend- oder wenigstens die Nachtruhe durchzusetzen, wenn kein Wirt betroffen ist. Wenn «Bewegte» am Voltaplatz wochen- und vor allem nächtelang die Umgebung beschallen, so wird dies geduldet. Wenn die «Wagenleute» an der Freiburgerstrasse im Hinterhof die Nacht zum Tage machen, so ist dies als «Verwirklichung einer anderen Lebensart» hinzunehmen. Um Hilfe ersuchende Anwohner werden ignoriert. Und wenn an den Rheinwegen Wohnende wenigstens nach Mitternacht etwas Ruhe wollen, so wird ihnen beschieden, das sei eben mediterranes Flair...

Diese Ungleichbehandlung schreit zum Himmel! Wer wie ein Wirt Wertschöpfung generiert und

Arbeitsplätze schafft, wird schikaniert. Wer nur profitiert, konsumiert und womöglich noch randalliert, der wird geduldet. Vielleicht müsste man den Wirten folgenden Tipp geben, um staatliche Duldung zu erreichen: Schmiert revolutionäre Parolen an die Wände Eurer Hinterhöfe!



André Auderset  
Grossrat LDP

# Grossrat Ullmann verlangt liberalere Praxis

**Der grünliberale Grossrat Emmanuel Ullmann reicht eine Motion zur Anpassung von §36 des Gastgewerbegesetzes ein. Er will damit für eine liberalere kantonale Praxis bei der Abendruhe sorgen.**

Die Diskussion um die sogenannte «Abendruhe» sorgt für einigen Wirbel. Die Sachlage ist komplex, werden doch Bundesrecht, ein Bundesgerichtsentscheid und einen Entscheid der kantonalen Baurekurskommission als Argumente für die strenge Praxis ins Feld geführt.

**«Pauschale Lösungen wie die generelle Schliessung von Gartenbeizen um 20 Uhr verbieten sich.»**

Nun hat sich Grossrat Emmanuel Ullmann (GLP) der Sache angenommen. «Entscheidend ist primär, ob von Bundesrechts wegen eine Pflicht der kantonalen Behörden zur generellen Verfügung der Abendruhe besteht», schreibt er in einer Motion. Dies sei – gerade mit Blick auf die Erwägungen im sogenannten Fall «Eierbrecht» – nicht der Fall. Das Bundesgericht habe nämlich deutlich gemacht, dass die Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zentral sei.

«Aus diesem Grund verbieten sich pauschale Lösungen wie die generelle Schliessung von Gartenbeizen um 20 Uhr», so Ullmann. Das verfassungsrechtliche Rechtsgleichheitsgebot verlange näm-

lich nicht nur, dass Gleiches gleich, sondern auch, dass Ungleiches ungleich behandelt wird. Die Kantone seien zwar an die Vorgaben des Umweltschutzgesetzes des Bundes gebunden, sie unterlägen damit aber der Pflicht, die konkreten örtlichen Verhältnisse zu berücksichtigen und angemessen zu gewichten.

Daraus folge eine Pflicht, jeden Betrieb gesondert zu betrachten. «In der Folge hängt es primär von der Nachbarschaft ab, ob sie einen Entscheid akzeptiert», so Ullmann. Der Entscheid der Baurekurskommission zum Restaurant Stänzler aus dem Jahre 2004 sei ein solcher Einzelfall gewesen. Daraus abzuleiten, dass alle Gesuche für Gartenwirtschaften nach 20 Uhr im Sinne der Rechtsgleichheit abzulehnen seien, sei unverhältnismässig.

Ullmann und die Mitunterzeichner der Motion wollen diese kantonale Praxis brechen, indem sie die bundesgerichtliche Pflicht zur einzelfallweisen Beurteilung im kantonalen Gastgewerbegesetz festschreiben. Paragraph §36 soll wie folgt präzisiert werden: «Aussenflächen von Restaurationsbetrieben, die sich in Innenhöfen oder ähnlichen Lagen befinden, dürfen bis mindestens 22 Uhr geöffnet halten.»

Eine solche Regelung würde die Situation vieler Betriebe verbessern. Allerdings bleiben, wie auch Ullmann in seiner Motion einräumt, im Einzelfall Einschränkungen durch Beschwerden möglich.



■ GLP-Grossrat Emmanuel Ullmann fordert die Aufgabe der strengen kantonalen Praxis, Gartenwirtschaften in Innenhöfen automatisch nur Öffnungszeiten bis 20 Uhr zu bewilligen.

**EDEKA C+C großmarkt**  
... aus Leidenschaft gut!

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

**Wir sind für Sie da: Telefon +49 7433 305 7377 oder per E-Mail: [info@union-sb.de](mailto:info@union-sb.de)**

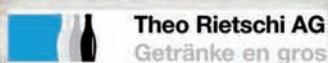


# Maximilians Bräu

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

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

Dauer-Tiefpreis  
**CHF 1.79 pro Liter**  
exkl. MwSt



**Theo Rietschi AG**  
Getränke en gros

## Theo Rietschi AG

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

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

Maximilians ist eine günstige, qualitativ hochstehende Alternative zu den überteuerten Vertragsbieren!



Mehr Infos:  
[www.baizer.ch/import](http://www.baizer.ch/import)

# Radikales Rauchverbot?

**Am 23. September**

# NEIN



**[www.vernuenftig-bleiben.ch](http://www.vernuenftig-bleiben.ch)**