



baizer.ch

Magazin für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus

UNSERE THEMEN

Snacks: Grosser Appetit statt kleinem Hunger	3
Tourismus: Unterwegs mit smarten Assistenten	4
Gastgewerbegesetz: Wirtepatent bleibt	8
Kaufentscheidungen: So wichtig sind Bewertungen	10
Marketing-Ideen aus den USA	14

• WAHLEMPFEHLUNGEN •

Ständerat

Patricia von Falkenstein, LDP

Nationalrat

Christoph Eymann, LDP, bisher

Sebastian Frehner, SVP, bisher

Katja Christ, GLP

Anna Götenstedt, LDP

Luca Urgese, FDP

Regierungsrat

Nadine Gautschi, FDP

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: 1700

Herausgeber

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

Redaktion

Maurus Ebner
Hans-Peter Fontana
Dr. Alex Hediger

Gestaltung

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

Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel
info@fankhauserdruck.ch

gedruckt in der
schweiz

Erfolgreiche Erstausgabe der Genusswoche Basel

Vom 12. bis 22. Oktober fand die erste Genusswoche Basel statt. Mit einem vielseitigen Programm präsentierte sich das regionale Genusshandwerk dem Publikum.

Die Basler Genusswoche fördert den Genuss, den Respekt vor den Lebensmitteln, die Freude am Kochen und an gutem Essen. Sie bietet dem lokalen Genusshandwerk eine Bühne. Die Erstausgabe dauerte elf Tage. In dieser Zeit konnten die Besucherinnen und Besucher an über hundert Standorten Neues entdecken, mitmachen oder einfach geniessen.

«Bei den Gastronomen fiel die Genusswoche auf fruchtbaren Boden.»

Im Vito lernten Workshop-Teilnehmer die Kunst des Pizzabackens. «Es war ein riesiger Mehrwert, so viele Pizzabegeisterte bei uns im Vito zusammenzubringen und Wissen auszutauschen.

Bei anderen Gastronomen fiel die Genusswoche ebenfalls auf fruchtbaren Boden. So meint der mit einigen Betrieben teilnehmende Raphael Wyniger: «Eine sehr zeitgemässe und lobenswerte Initiative, um die schönen Produkte unserer Region zu fördern und weiter bekannt zu machen. Die Genuss-

woche Basel ist wiederholenswert. Wir sind auf jeden Fall wieder dabei!»

Viele Lebensmittelproduzenten können sich stark mit den Werten der Genusswoche identifizieren. So meint Leon Heinz von der Bäckerei Kult: «Wir schätzen es, dass es in Basel nun ein kulinarisches Festival gibt, das den Hauptfokus nicht auf Konsumation, sondern auf Werte, Hintergründe und Vermittlung legt.»

Am Samstag, 21. Oktober fand das Genussfestival statt. Zahlreiche Betriebe öffneten ihre Tore und luden zum Mitmachen, Ausprobieren und Geniessen ein. So führte zum Beispiel eine Velotour von Slow Food zu den Bienenvölkern in der Stadt, in der Markthalle gab es verschiedene Workshops, bei Beschle wurde Zopf geflochten sowie Schokolade hergestellt und regionale Anbieter zeigten ihre Produkte an verschiedenen Märkten.

Die nächste Ausgabe der Genusswoche Basel findet vom 17. bis 27. September 2020 statt.

genusswochebasel.ch



Die Genusswoche Basel ist breit abgestützt. Einige der Initianten: Alexandra Dill von der Markthalle, Projektleiter Daniel Nussbauer, Mathias Böhm von Pro Innerstadt, Stefanie Kaiser von der Stadtentwicklung, Maurus Ebner vom Wirtverband.

Interview mit Daniel Nussbaumer

«Wir rannten offene Türen ein»

Die erste Ausgabe der Genusswoche Basel war ein Riesenerfolg. Daniel Nussbaumer, Geschäftsführer des Trägervereins, zeigt sich sehr zufrieden und blickt bereits nach vorn – zur nächsten Ausgabe der jährlichen Veranstaltungsreihe.

Genuss, was ist das eigentlich für Sie?

Sich Zeit zu nehmen für etwas, zum Beispiel für ein Glas Wein! Die Aromen und das Trinkerlebnis stehen bei mir gar nicht im Vordergrund, sondern ich mache mir bewusst, wieviel Arbeit, Leidenschaft und Handwerk in dem Glas Wein stecken. So genieße ich auf einer anderen Ebene. Wirklicher Genuss bedeutet für mich Wertschätzung und Achtsamkeit.

Wie lange dauerte es, die Genusswoche Basel auf die Beine zu bekommen?

Erstaunlicherweise lagen zwischen dem ersten informellen Treffen und der ersten Veranstaltung nur neun Monate. Es ist das Verdienst von Stadtentwickler Lukas Ott, alle wichtigen Akteure an einen Tisch gebracht und ermuntert zu haben. Da der Wirtverband, Pro Innerstadt und viele

andere sofort mitzogen und einen Trägerverein gründeten, ging es sehr schnell. Wir fragten lokale Hersteller und Verarbeiter von Lebensmitteln an, ob sie mitmachen.

Wie war die Resonanz?

Zwar verstanden nicht alle sogleich die Idee, doch letztlich rannten wir offene Türen ein. Produzenten und Gastronomen, die auf regionale und saisonale Produkte setzen, erkannten, dass die Genusswoche eine Chance ist, ihr Profil zu schärfen. Die Anzahl der eingereichten Angebote übertraf unsere Erwartungen.

Gibt es bei den nächsten Ausgaben noch Luft nach oben?

Auf jeden Fall, wobei für uns nicht die Menge an Einzelprojekten das Wichtigste ist. Schon dieses Jahr gab es viele, die mit Fantasie und Leidenschaft spannende Angebote schufen. Es gab aber auch solche, die eher standardmässig mitmachten. Ich würde mir wünschen, dass diese Betriebe bei den folgenden Ausgaben der Genusswoche noch kreativer werden.

Was sind die Stärken und Schwächen der Genusswoche Basel?

Eine Stärke der Genusswoche ist es, dass sie jedes Jahr stattfindet. Das macht die Sache auch wirtschaftlich nachhaltig. Die Genusswoche ist sehr vielfältig und dezentral. Ein Nachteil ist vielleicht, dass die Besucherinnen und Besucher etwas Zeit brauchen, um sich einen Überblick zu verschaffen. Am Schluss findet aber jedermann etwas Passendes. Die Leute werden das schnell lernen und die Genusswoche wird einen festen Platz im Basler Kalender einnehmen!

Was war der Höhepunkt aus Ihrer Sicht?

Höhepunkt war das Genussfestival. Persönlich gefallen mir kleinere, ausgefallene Angebote. Ich fand es schön, dass man an vielen Orten hinter die Kulissen blicken, Leute kennenlernen und Workshops besuchen konnte. Als Jäger gefiel es mir natürlich, wie Chris Hartmann in der Taverne Johann ein Wildschwein zerlegte und das ganze Tier verwertete. Das ist noch echtes Handwerk!



Während der Genusswoche wurde degustiert, gebacken, gekocht, genossen. Der Gasthof zum Goldenen Sternen führte einen Fisch-Workshop durch.



Daniel Nussbaumer leitet die Genusswoche Basel. Bei der Eröffnung auf dem Marktplatz grillierte die Künstlerin Sandra Knecht eigens kreierte Würste.

Grosser Appetit statt kleinem Hunger

Das klassische Dreimahlzeiten-Schema zerfällt. Kleine Gerichte ersetzen immer öfters eine Hauptmahlzeit. Die Mehrheit der Konsumenten bevorzugt fleischhaltige Snacks, wobei sich die Vorlieben von Frauen und Männern unterscheiden. Stimmt die Qualität, steht der Preis weniger im Vordergrund als vermutet.

Der kürzlich erschienene «Snack-Barometer 2019» nimmt das Konsumverhalten der Deutschen unter die Lupe. Die Studie basiert auf einer repräsentativen Online-Befragung von 1200 Männern und Frauen zwischen 14 und 65 Jahren.

Die Verbraucher «snacken» gern: 65 Prozent kaufen sich mindestens einmal pro Woche, 13 Prozent sogar täglich einen Snack. Für einen Drittel der Befragten ist der Snack mittlerweile mehr als die Antwort auf den kleinen Hunger zwischendurch, er übernimmt immer mehr die Rolle eines Mahlzeitenersatzes.

«Snacks sollten prinzipiell mitnahmetauglich sein.»

Ketten wie McDonald's, Nordsee, KFC oder Burger King sind nach wie vor die beliebtesten Snackanbieter, gefolgt vom Bäcker und dem Imbiss mit ethnischer Ausrichtung. Metzger rangieren am hinteren Ende der Beliebtheitskala. «Der Lebensmitteleinzelhandel hat das Thema längst entdeckt und profitiert immens von Heissen Theken und Sushi-Angeboten», erklärt Bernd Biehl von der Lebensmittel-Zeitung.

Der «Snack-Barometer» kommt zum Ergebnis, dass die Mehrheit der Deutschen weder konsequent vegan noch vegetarisch konsumiert und sich auch nicht gezielt für die Kategorie der «Flexitarier» entschieden hat, sondern ohne bewusste Einschränkungen geniesst, was schmeckt. Frauen sind bei

einer appetitlichen Präsentation eher bereit, etwas Neues auszuprobieren.

Wer einen Snack gekauft hat, isst ihn selten im Geschäft. Daher sollten Snacks prinzipiell mitnahmetauglich sein. Vor allem die unter 30-Jährigen neh-

«Die Menschen sind mobiler und essen öfter am Arbeitsplatz.»

men «to go» wörtlich und essen die Produkte vom Bäcker häufig im Gehen, was einen Verzehr ohne Tropfen und Kleckern voraussetzt. Die Snacks vom Metzger essen Verbraucher bevorzugt zu Hause.

Auf den ersten Plätzen bei den Bäckersnacks rangieren weiterhin die Klassiker: Süsses steht an erster Stelle, gefolgt von belegten Brötchen. Vor allem Frauen haben eine Vorliebe für Fein- und Laugenbäck. Beim Metzger greifen Männer wie Frauen vor allem zum Leberkäse, mit oder ohne Brötchen, Frikadellen, heisser Wurst und Schnitzel.

Frühstück, Mittag, Abendbrot – so klassisch und klar strukturiert sind die Mahlzeiten heute nur noch selten. Es gibt mehr Singlehaushalte, die Menschen sind mobiler und essen öfter am Arbeitsplatz. Kinder sind über Mittag in der Kita oder im Hort. So kommt es, dass der kleine oder grosse Snack öfter eine ganze Mahlzeit ersetzt.

«Hier schlummert Potenzial. Denn der Zerfall des klassischen Mahlzeitenmusters läuft parallel zur

Rückbesinnung auf Qualität und Heimat. Ein ehrliches Produkt mit guten Zutaten aus der Region darf dann auch mal mehr kosten», so Sandra Sieler von der Allgemeinen Fleischer-Zeitung.

Ihr Kollege Arnulf Ramcke, Chefredakteur der dfv-Backmedien, ergänzt: «Snacker sind eine multiple Spezies. Sie mögen Überraschungen, die nicht zu sehr überraschen, sind preisbewusst, ohne auf den Cent zu achten, gehen bei aller Standorttreue auch mal fremd. Aber es gibt eine Kernaussage der Kunden: Gebt uns frische Vielfalt mit «eingebauter Gesundheit», und wir sehen uns wieder».

Nur wenige Verbraucher wählen das günstigste Angebot. Snack-Konsumenten sind bereit, mehr zu bezahlen, wenn es sich um ausgefallene Produkte mit regionalen Zutaten oder Bio-Label handelt.



Ethnisch geprägte Snacks wie Kebab sind bei den Konsumenten sehr beliebt.

Gastro Express

Der führende Online-Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe.



IMMOBILIEN



MARKTPLATZ



JOBS

www.gastro-express.ch

Unterwegs mit smarten Assistenten

Smarte Assistenten dürften den Tourismus in den kommenden zehn Jahren mindestens so prägen, wie es Smartphones in den vergangenen zehn Jahren getan haben. Dies zeigt eine Studie des Gottlieb-Duttweiler-Instituts.

Die Studie mit dem Titel «Unterwegs mit smarten Assistenten – Ein Szenario zum Reisen der Zukunft» untersucht die Entwicklung des Reisens bis 2030. Sie wurde im Auftrag der Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren der Schweiz verfasst.

«Um für die Entwicklung bereit zu sein, müssen Destinationen maschinenlesbar werden.»

Für den Reisenden werden smarte Assistenten zum persönlichen Reisebüro, Navigator, Übersetzer oder Tour-Guide. Sie übernehmen jegliche administrativen Aufgaben wie Ticketkäufe oder Check-Ins.

Smarte Assistenten, die natürliche Sprache verstehen und uns als Coaches zur Seite stehen, werden in Bezug auf ihre Dienstleistungen nicht von einem sehr kompetenten menschlichen Assistenten zu unterscheiden sein. Mehr noch: Sie werden besser über unsere Interessen Bescheid wissen und unsere Vorlieben genauer kennen, als fremde Auskunftspersonen das je können werden.

Um für die Entwicklung bereit zu sein, dies eine Kernaussage der Studie, müssen Tourismusdestinationen «maschinenlesbar» werden. Sonst würden ihre Angebote nicht gefunden und vom Gast nicht wahrgenommen. Noch, so die Autoren, sei

der Markt für smarte Assistenten nicht von wenigen grossen Playern unter sich aufgeteilt. Mit offenen, standardisierten Daten können sich auch Lösungen durchsetzen, welche die Privatsphäre der Nutzenden nicht unterwandern.



Ein Innerschweizer Bergbauer zeigt einer asiatischen Touristin den Weg. Die Zukunft gehört dennoch den digitalen Assistenten.

jetzt!
in den Ständerat

Politisiert über den Tellerrand
Patricia von Falkenstein

Wie das Gastgewerbe aus der Politik verschwand

Der Riese ist ein Zwerg geworden

Am Wochenende des 20. Oktober wählt das Schweizer Stimmvolk sein Parlament für die nächsten vier Jahre. Das Gastgewerbe stellte zuletzt einen einzigen Nationalrat und dürfte kaum zulegen. Dabei war die Branche einmal eine prägende Kraft in Bern. Über die Gründe eines radikalen Abstiegs.

Auf den ersten Blick ist es fast unvorstellbar: Das Gastgewerbe hat die moderne Schweiz massgeblich geprägt. Von der Gründung des Bundesstaates 1848 bis zur Einführung des Proporz 1919 sassen mehr als 50 Persönlichkeiten mit gastgewerblichem Hintergrund im National- oder im Ständerat.

«In der Politik braucht es eine Balance zwischen Detailwissen und Gesamtüberblick.»

Ob der Konservative Joseph Maria Bünter, Gastgeber im Wirtshaus Ochsen in Wolfenschiessen und für Nidwalden Mitglied im ersten Ständerat von 1848, oder ob der Progressive Friedrich Seiler, der in Interlaken die Pension Jungfrau führte und von 1848 bis 1883 im Nationalrat war. Ob Johannes Mesmer, Nationalrat in den 1850er Jahren und in Muttenz Wirt im Schlüssel, einem berühmten Treffpunkt bürgerlicher Revolutionäre, oder ob Karl Reichlin, Gastgeber im Kreuz zu Schwyz und an der Wende zum 20. Jahrhundert jahrzehntlang katholisch-konservativer Ständerat.

Damit wird auf den zweiten Blick klar: Das Gastgewerbe ist ein Abbild der vielfältigen, föderalistischen Schweiz – und des Majorz, diesem auf Personen ausgerichteten Wahlsystem. Das Gastgewerbe verschwand mithin aus dem Bundesparlament, als bei den eidgenössischen Wahlen 1919 der Proporz kam, der politische Gruppen gegenüber Personen bevorteilt.

Im aktuellen Bundesparlament, das im Oktober zur Wahl steht, sitzt gerade noch ein gastgewerblicher Vertreter: Alois Gmür, Brauer und Gastwirt im Rosengarten Einsiedeln und Nationalrat für den Kanton Schwyz. Dabei ist die Schweiz doch nach wie vor föderalistisch und das Gastgewerbe immer noch ein Abbild des Landes.

Er halte Vertretungen des Gastgewerbes politisch für «besonders geeignet», bestätigte in GastroJournal Hans Wicki, aktueller Ständerat für Nidwalden und als Sohn des legendären Gastgeberpaares Bernadette und Hans Wicki vom Hotel Engel in Hergiswil immerhin im Gastgewerbe verankert.

Die politische Eignung des Gastgewerbes verbindet Ständerat Wicki nicht nur mit der gastgewerblichen Vielfalt, sondern auch mit der Branche selbst: Gastgewerbliche Unternehmer könnten «mit Menschen umgehen», sagt Wicki, «und sie sind es sich aus ihren Betrieben gewohnt, der Küche oder der Reception Vertrauen zu geben, zu delegieren und sich nicht um jedes Detail zu kümmern». Das seien «wichtige Fähigkeiten in der Politik», auch dort brauche es «eine Balance zwischen Detailwissen und Gesamtüberblick».

Ob gastgewerbliche Vertretungen bei den anstehenden Wahlen zurück ins Bundesparlament finden, ist freilich fraglich. Zwar stellen sich einige gastgewerbliche Persönlichkeiten zur Wahl, so in Basel Anna Götenstedt, Gastgeberin in der Restauration zur Harmonie und Vorstandsmitglied des Wirtverbandes Basel-Stadt. Aber insgesamt bringt der Branchenverband GastroSuisse in seiner Wahlempfehlung schweizweit kaum ein Dutzend Kandidaturen mit direktem gastgewerblichem Bezug zusammen.

Diese geringe Präsenz dem politischen Unwillen des Gastgewerbes anzulasten, sich politisch einzusetzen, greift dabei zu kurz. Zwar sind gerade im Vergleich zum 19. Jahrhundert die Renditen im Gastgewerbe tiefer und die bürokratischen Aufwände höher. Dies verdeutlichte etwa Stephan Schiesser, Grossrat und Gastgeber im traditionsreichen Café Schiesser am Basler Marktplatz: Seine Eltern hätten einmal im Monat Bürotag gehabt, er hingegen müsse tagtäglich ins Büro.

Aber Persönlichkeiten wie Schiesser oder Götenstedt zeigen, dass politisches und unternehmerisches Engagement sich unter einen Hut bringen lassen und gegenseitig gar befruchten. Gewichtige Gründe für die politische Absenz von Gastgewerbe und Gewerbe liegen denn auch tiefer.

Einerseits erläuterte der frühere Bundesrat und Unternehmer Kaspar Villiger kürzlich in der NZZ: «Politiker haben in einer Demokratie den Anreiz, dem realpolitischen Prinzip der geringsten Anstrengung zu folgen». Das fördere Populisten statt

«Das Gastgewerbe ist ein Abbild der vielfältigen, föderalistischen Schweiz.»

Praktiker: «Die Gunst der Wähler geniessen oft nicht jene, die die Schwierigkeit der Problemlösungen schonungslos benennen und die zur Genesung nötigen Opfer in Aussicht stellen, sondern jene, die mit einfachen Rezepten schmerzlose Heilung versprechen.»

Andererseits wies der frühere, langjährige Obwaldner Ständerat Hans Hess schon vor Jahren auf die mangelnde politische Hausmacht des Gastgewerbes hin: Im Gegensatz zu Gewerkschaftern oder Landwirten haben Gastgewerbler nicht «ihre» Politiker und wählen einander auch nicht unbedingt.

Aber vielleicht ist es diesmal ja anders.

Peter Grunder



Das Gebot der Stunde: Praktiker statt Populisten ins Bundeshaus!



Restaurants und Bars in Basel entdecken.



www.basel-restaurants.ch

FDP
Die Liberalen
Basel-Stadt

125
Jahre!

LISTE 1
20. Okt. 2019



Daniel
Seiler

Christian
Egeler

Luca
Urgese

Thomas
Kessler

Dominique
Martin

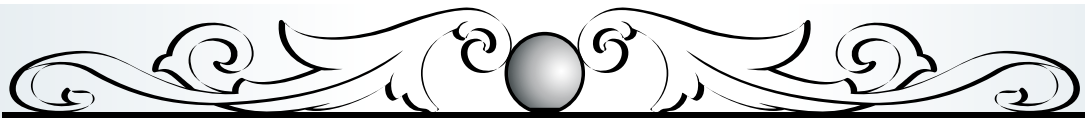
**Basel will durch Innovation
erfolgreich sein.**

Gemeinsam weiterkommen.

**Und in den Regierungsrat:
Nadine Gautschi**

www.fdp-bs.ch
#föpts





PERLEN AUS DEM ARCHIV

Das Archiv des Wirtverbandes Basel-Stadt umfasst Gastronomiebücher und Dokumente sowie andere Dinge, die mit der Geschichte des Basler Gastgewerbes zu tun haben. Für Recherche-Aufträge wenden Sie sich an unseren Archivar Mario Nanni im Restaurant Pinguin, Telefon 061 261 35 13.

TEIL 23: DER SAGENHAFTE BIERKELLER

Der Bierkeller an der Ochsen­gasse lief ausgesprochen gut. Der Gerstensaft floss in Strömen, doch kam es auch immer wieder zu Keilereien. Manchmal flogen nicht nur Gläser und Stühle von der Empore, sondern auch Gäste. Die Bilder wurden 1962 aufgenommen.



Sinnvolle Liberalisierungen

Wirtepatent bleibt – und wird modifiziert

Der Basler Grosse Rat hat beschlossen, am «Wirtepatent» festzuhalten. Damit bleibt eine wichtige Präventionsmassnahme bestehen. Gleichzeitig werden Hürden für Fachleute abgebaut.

Der Grosse Rat folgte der einstimmigen Empfehlung der vorbereitenden Justiz-, Sicherheits- und Sportkommission. Er sprach sich für die Beibehaltung des Wirtepatents aus, reformiert aber den Fähigkeitsausweis und die kantonalen Wirtefachprüfungen.

Dieser Entscheid stellt sicher, dass Personen mit wenig Vorkenntnissen sich ein Mindestmass an wichtigem Wissen aneignen, bevor sie ein Lokal eröffnen. Das ist im Interesse der Arbeitnehmer, der Konsumenten sowie der professionellen Betreiber. Auch die übrigen Gesetzesanpassungen sind zu

begrüssen, namentlich der Wegfall der altmodischen Wohnsitzpflicht und der übertrieben strikten Anwesenheitspflicht sowie die Möglichkeit,

«Personen mit wenig Vorkenntnissen müssen sich ein Mindestmass an wichtigem Wissen aneignen, bevor sie ein Lokal eröffnen.»

dass eine qualifizierte Person für mehr als einen Betrieb des gleichen Eigentümers Verantwortung tragen kann.



Hire Rush

Der Fähigkeitsausweis wird nicht abgeschafft: Das ist im Interesse der Konsumenten, der Arbeitnehmer und der professionellen Betreiber.

Wichtige Änderungen ab 2020

Der **Patentinhaber** ist nach wie vor für die einwandfreie Betriebsführung verantwortlich. Die strikte **Anwesenheitspflicht** und die **Wohnsitzpflicht** des Bewilligungsinhabers fallen aber weg. Dadurch wird es möglich, dass ein Bewilligungsinhaber für mehrere Betriebe des gleichen Eigentümers die Verantwortung tragen kann.

Künftig wird wieder der Kanton die **Wirtefachprüfungen** abnehmen. Es gibt zwei **Prüfungsfächer**: Konsumentenschutz und Arbeitnehmerschutz. Für handlungsfähige Personen über 18 ist die direkte **Prüfungszulassung** möglich. Andere

Abschlüsse und Berufserfahrung werden grosszügiger als bisher anerkannt.

Geringfügige gastronomische Tätigkeiten sind neu bewilligungsfrei, sofern kein Alkohol ausgetrennt wird und weniger als zehn Plätze auf maximal 20 Quadratmetern zur Verfügung stehen.

Verlustscheine und **Betreibungen** in erheblichem Umfang gelten nicht mehr als Grund für die Nichterteilung oder den Entzug von Bewilligungen. Relevant bleiben hingegen die Einträge im Strafregister.

Les Trois Rois

Rich in history, young at heart! Das Grand Hotel Les Trois Rois in Basel gehört zu den ersten Adressen in Europa: die Architektur beeindruckt, die Küche ist überragend und der Wohlfühlquotient hoch. Gault-Millau honoriert dies und verleiht dem Haus die Auszeichnung «Hotel des Jahres 2020».



lestroisrois.com

Einkaufsplattform

GastroSuisse und die Horego AG betreiben gemeinsam eine digitale Einkaufsplattform, exklusiv für Mitglieder. Davon profitieren insbesondere kleinere und mittelgrosse Betriebe. Der «Gastro-Pool» greift auf 170 Lieferanten zu. Betriebe haben die Möglichkeit, lokale und regionale Anbieter einzubinden.

gastro-pool.ch

Trend und Tradition

Bereits zum vierten Mal findet am 17. und 18. Oktober im Gundeldingerfeld das «Swiss Craft Spirits Festival» für handwerklich hergestellte Spirituosen statt. Es bietet einen spannenden Mix aus Trendgetränken und traditionellen Spirituosen. Am Freitag von 15.30 bis 17 Uhr öffnet das Festival ausschliesslich für Gastronomen und Fachpublikum. Mit einem «Flying Dinner» wird dafür gesorgt, dass nicht mit leerem Magen degustiert werden muss.

craftdistillers.ch



Netto-Null-Zusatzbelastung

Der Basler Gewerbedirektor Gabriel Barell kritisierte an der Gewerbetagung die Regulierungskosten für KMU. Die administrative Belastung, die Fiskalquote und die Arbeitskosten seien in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Barell plädierte für die Einführung eines neuen Prinzips: «Eine neue Regulierung oder Abgabe darf erst dann eingeführt werden, wenn an anderer Stelle eine Entlastung im gleichen Umfang beschlossen worden ist.»



To-Go-Filialen

McDonald's testet in London ein neues Format: reine To-Go-Filialen. Die Lokale haben keine Sitzplätze und ein äusserst schlichtes Dekor. Verkauft wird nur eine kleine Auswahl von Speisen und Getränken – ausschliesslich zum Mitnehmen.

Auf Kassenpersonal wird verzichtet: Bestellungen sind nur über Self-Ordering-Terminals möglich. Der Kampf um den schnellsten Service tritt in eine neue Runde.



Felix
Wehrli

Pascal
Brenneisen

Eduard
Rutschmann

Sebastian
Frehner
bisher

Gianna
Hablützel-Bürki
auch in den Ständerat



Liste 12 in den Nationalrat

Frei und sicher – SVP wählen!

#Freundlicher | www.svp-basel.ch



So wichtig sind Bewertungen

Die Kommentare anderer Menschen im Netz beeinflussen mehr als jede zweite Kaufentscheidung. Dennoch sind Kunden auch an direkten Kontakten interessiert.

Konsumenten treffen ihre Kaufentscheidungen durchdacht. Sie ziehen verschiedene Quellen heran, um sich im Voraus zu informieren und in ihrer Wahl sicher zu sein. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative GfK-Umfrage des Marketingunternehmens Greven Medien unter 1000 Frauen und Männern zwischen 18 und 74.

«Eine gut strukturierte Homepage allein ist für unternehmerischen Erfolg nicht mehr ausreichend.»

Mehr als die Hälfte der Befragten sucht nach Bewertungen oder Erfahrungsberichten im Internet (56.4%) oder besucht die unternehmenseigene Website (54.9%). Geht es darum, welche Informationsquellen den Verbraucher in seiner Kaufentscheidung besonders stark beeinflussen, liegen Empfehlungen von Freunden und Bekannten mit 47.2 Prozent ganz vorne, dicht gefolgt von unabhängigen Vergleichstests (40.3%).

Immerhin 24.6 Prozent der Befragten lassen sich in ihrer Kaufentscheidung stark oder sehr stark von Bewertungen auf Amazon beeinflussen, gefolgt von 14.9 Prozent, die sich stark oder sehr stark von Google-Bewertungen leiten lassen. Meinungen auf Online-Portalen wie Yelp oder Tripadvisor üben Einfluss auf mehr als jeden Zehnten aus (12.5%). Blogs und Foren spielen vor allem bei den 18- bis 29-Jährigen eine Rolle: Nahezu jeder Fünfte bejaht, sich stark oder sehr stark davon beeinflussen zu lassen (17.3%).

Nur 10 Prozent aller Umfrageteilnehmer geben an, dass die Unternehmenswebsite ihre Entscheidungen stark oder sehr stark beeinflusst. Ein interessantes Ergebnis, da immerhin mehr als jeder Zweite sagt, er schaue sich die Firmenwebsite an,

bevor es zu einer verbindlichen Kaufentscheidung kommt (54.9%).

«Eine gut strukturierte Homepage allein ist für unternehmerischen Erfolg heute nicht mehr ausreichend und sollte unbedingt durch weitere Massnahmen wie aktives Empfehlungsmarketing und Suchmaschinenwerbung ergänzt werden», findet Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien.

Während Bewertungen und Erfahrungen grossen Einfluss auf die Kaufentscheidung ausüben, sind Kunden natürlich auch nach wie vor am direkten Kontakt zum Unternehmen interessiert, um an Informationen zu gelangen. Immerhin ein Drittel wendet sich vor der Entscheidung direkt an das Unternehmen oder den Händler (31%).

Während Service und Beratung noch häufig im Ladenlokal oder telefonisch stattfinden, können Unternehmen ihren Kunden auch mit sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram einen Kommunikationskanal bieten – auch diese werden nach wie vor von mehr als jedem Zehnten besucht (10.9%), in der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen sogar von mehr als jedem Fünften (20.6%).

Kunden sollten im Netz ausführliche Informationen zu einem Produkt oder einer Dienstleistung finden, sei es auf der unternehmenseigenen Website, auf Shopping-Plattformen oder in sozialen Netzwerken. «Der Händler und der Dienstleister müssen da sein, wo der Kunde ist. Der Kunde ist heute definitiv online und zunehmend mobil unterwegs», resümiert Hünemohr.



Neuer Geschäftsführer

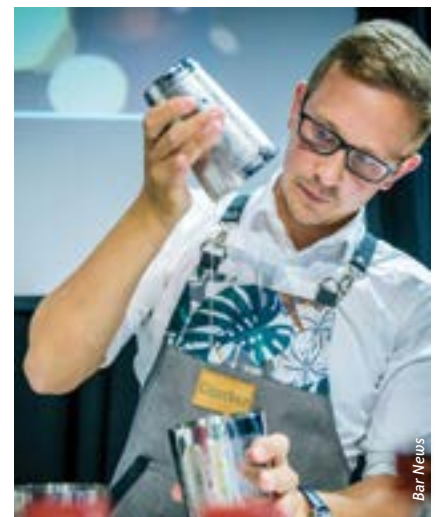
Der Vorstand des Wirtverbandes Basel-Stadt hat den Advokaten Dr. Jascha Schneider per 1. Januar 2020 zum neuen Geschäftsführer gewählt. Die Geschäftsstelle des Verbands wird auf diesen Zeitpunkt zur Advokatur Balex an die Gerbergasse 48 verlegt. Schneider löst Dr. Alex Hediger ab, der den Verband seit 1991 leitete. Den neuen Geschäftsführer werden wir im Dezember-Magazin vorstellen. Die Würdigung von Alex Hedigers Verdiensten erfolgt an der Mitgliederversammlung vom 6. Mai 2020 im Noohn.



Dr. Jascha Schneider übernimmt 2020 die Geschäftsstelle des Wirtverbandes.

Basler räumen ab

Die Barszene in Basel entwickelt sich prächtig. Bereits in den letzten Jahren hagelte es Auszeichnungen für lokale Bartender und ihre Betriebe. Nun wurde Günther Strobl von der Campari-Bar bei den Swiss Bar Awards der Titel «Barkeeper of the Year» verliehen. Der 21-jährige Maicol Pircher von der Bar L'Atelier an der Elisabethenstrasse ist «Best Barkeeper Talent».



Barkeeper of the Year: Günther Strobl von der Campari-Bar.



Aus der betreuten

Spielgruppe*

Steinzeit im Grossen Rat

Es war ja früher nicht alles besser, aber auch nicht alles schlecht. Und es gibt halt immer solche, die ganz gerne in der Vergangenheit schwelgen. Diese wurden in der September-Sitzung des Grossen Rates bestens bedient.

Es begann damit... dass nichts begann. Weder Abstimmungs- noch Audio-System im Saal funktionierten, so dass Ratspräsident Heiner Vischer in den Saal brüllte (die Mikrofone versagten nämlich ebenfalls den Dienst), man brauche noch etwas Zeit, um die Systeme neu zu starten. Ein hervorragender Start in eine Traktandenliste mit nicht weniger als 64 Punkten...

«Wenn es dem Rat im Kanton zu langweilig wird, so macht er internationale Politik.»

Vischer fand dann bei einem der Sitze, wo sonst die Kommissionssprecher wirken, doch noch ein funktionierendes Mikro und begann mit den Mitteilungen. Eine davon war regelrechte Realsatire: Das Aufnahme-System sei über die Sommerferien modernisiert worden inkl. besserer Webcams.

Leicht sarkastisch äusserte der Rats-Preesi Zweifel, ob dieses denn klappe, wenn schon einfache Mikros nicht funktionierten. Und weil eben das elektronische Abstimmungssystem auch nicht funktionierte, hielt die Steinzeit Einzug und es wurde per Handerheben abgestimmt, bis dann ein eiligst herbei gerufener Techniker doch noch den rettenden Schalter fand.

In positiver Hinsicht «Steinzeit» gab es am zweiten Sitzungstag. Der Ratspräsident wies auf die vor seinem «Bock» (Präsidenten-Hochsitz) dargebotenen Zwetschgen. Das Steinobst sei aus seinem Garten und bio, weswegen er nicht ausschliessen könne, dass sich da und dort ein Wurm eingenistet habe, «was für Nicht-Vegetarier kein Problem sein sollte». Auch handle es sich dann garantiert nicht um Würmer von bestimmten Wahlplakaten.

Verkehrstechnisch zur Steinzeit wollte die Mehrheit der Verkehrskommission. Sie beantragte einen Gesetzesparagrafen, nach dem ab 2050 der Einsatz von Benzin- und Dieselfahrzeugen in Basel und der individuelle Besitz von Fahrzeugen generell verboten werden soll.

Fahrzeuge mit alternativem Antrieb wären dann noch erlaubt, aber nur, wenn sie «geteilt» werden, sich also im gemeinsamen Besitz befinden. Im erläuternden Bericht wurden immerhin Rollschuhe und allenfalls Velos im Eigentum hingenommen. Interessant daran war, dass dieses Ansinnen als Gegenvorschlag zur Initiative «Zämme fahre mir besser» maskiert wurde, welche ein Miteinander der einzelnen Verkehrsträger und eine Abkehr vom heutigen «Auto-Verteufeln» will.

In dreissig Jahren würden Diesel- und Benzinfahrzeuge ohnehin keine Rolle mehr spielen, erklärte Mehrheitssprecher Raphael Furrer (GLB), konnte dann aber nicht schlüssig erklären, warum man etwas, was ohnehin verschwindet,

«Karotten sollen bei schlechtem Augenlicht helfen, nicht bei Lese-Unlust.»

explizit verbieten müsse. Auf den recht weitgehenden Kompromiss eines Gegenvorschlags der Initianten ging er nicht ein, was Luca Urgese zum fast schon verzweifelten Aufruf bewegte: «Ergreifen Sie nicht nur die dargebotene Hand, sondern den ganzen ausgestreckten Arm, den wir ihnen anbieten.»

Für Erstaunen sorgte der CVP-Sprecher Christian Griss, der kurz und knapp befand: «Zämmefahre isch sexy!» Und Lisa Mathys von der SP fand sogar noch einen Sexismus-Aspekt: «Wer meint, dass das Auto zu kurz kommt, der meint auch Männer kommen zu kurz.»

Als geradezu preiswürdig bezeichnete Pascal Messerli den Gegenvorschlag: «Er verdient die Goldene Himbeere oder einen Preis für den

schlechtesten Gegenvorschlag aller Zeiten.» Das wiederum liess Mehrheitssprecher Furrer nicht auf sich sitzen und stellte in Aussicht: «Ich komme am Nachmittag mit einem Cargo-Velo voller Riebli, denn einige haben wohl den Bericht nicht gut gelesen.» Er verwechselte da augenscheinlich einiges: Karotten sollen bei schlechtem Augenlicht helfen, nicht bei Lese-Unlust...

Wenn es dem Esel zu wohl ist, begibt er sich aufs Glatteis, heisst ein Sprichwort. Übersetzen auf den Basler Grossen Rat könnte man dies mit: Wenn es dem Rat im Kanton zu langweilig wird, so macht er nationale oder gar internationale Politik. Am liebsten mit einer Resolution.

«Warum muss man etwas, was ohnehin verschwindet, explizit verbieten?»

Im September schlug Links-Grün eine Resolution vor, die forderte, dass die Schweiz das Freihandelsabkommen mit den Mercosur-Staaten – darunter Brasilien – nicht ratifizieren dürfe. Der Text war fast schon komisch: «Unser Kanton hat den Klimanotstand ausgerufen. Es darf deshalb nicht sein, dass da ein neues Abkommen die klimaschädliche Brandrodung im Amazonas verstärkt.»

Was hat jetzt das eine mit dem anderen zu tun? Und weiter im Text wird es geradezu grössenwahnsinnig: «Gerade beim Abschluss von Freihandelsabkommen haben wir die Möglichkeit, international auf den nachhaltigen und ökologischen Umgang mit unserem Planeten zu pochen.» Echt jetzt? Der Grosse Rat schliesst solche Abkommen ab und pocht???

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

Stille Nacht

Das Neubad-Quartier, in welchem ich seit rund fünf Jahren wieder wohne, ist zugegebenermassen nicht der Schmelztiegel ausgefreudiger Stadtbasler. Ja, man gewinnt fast den Eindruck, abends würden ab 21 Uhr sprichwörtlich die Gehsteige hochgeklappt.

Stille Nacht... zumindest bis die Linienpiloten zum Südanflug auf den Euroairport ansetzen müssen, was ziemlich regelmässig passiert, das ganze Jahr über, um 5 Uhr morgens oder auch noch zu später Nachtstunde. Der damit verbundene Lärm stört mich nicht, gewöhnt habe ich mich längst daran. Es ist eben ein Teil der «Neubad-DNA».

«Eine Stadt, vorab der öffentliche Raum, muss leben.»

Was hat das nun aber mit dem neuen Übertretungsstrafgesetz zu tun? Hauptsächlich geht es um zwei Erneuerungen respektive Änderungen, welche zum Stein des Anstosses geworden sind, weil sie potenziell Lärmemissionen verursachen.

Einerseits ist da die Verlängerung des Nachtruhebeginns, andererseits die Streichung der Bewiligungspflicht für Lautsprecher. Die Gegner des neuen Gesetzes, vorab entlang des Kleinbasler

Rheinbords, fürchten um das Ende der Stillen Nacht.

Warum wird sich nun aber mit diesen partiellen Liberalisierungen des Übertretungsstrafgesetzes nichts ändern?

Das Lautsprecherverbot geht zurück auf eine Gesetzgebung der 70er Jahre. Mittlerweile hat jedoch jedes Mobiltelefon einen Lautsprecher. Es mutet also geradezu grotesk an, dass Musikkonsum bei Strafe verboten ist. Eine Aufhebung tut Not. Es ist jedoch mehr als vermessen anzunehmen, dies würde zu einer Dauerbeschallung der Innenstadt führen, wie von gewissen Kreisen befürchtet.

Ähnlich steht es um die Nachtruhe. Die Verlängerung um eine Stunde auf 23 Uhr reflektiert das Bedürfnis der Bevölkerung, abends tendenziell länger bzw. später unterwegs zu sein. Jedoch wird die geplante Gesetzesanpassung das Ausgehverhalten der Bevölkerung nicht ändern, sondern passt sich lediglich einem Trend an, der sich schon längst etabliert hat. Und dabei nimmt Basel beileibe keine Vorreiterrolle ein.

Denn eine Stadt, vorab der öffentliche Raum im Zentrum, muss leben. Und erst die Menschen machen eine Stadt lebendig und somit auch in posi-

tiver Weise lebenswert. Jedoch sind Augenmass und Rücksichtnahme künftig gefordert bei den Nutzern, dafür aber auch Verständnis bei den Bewohnern für ein gewisses Mass an Emissionen. Letzteres bringe auch ich auf, wie eingangs erwähnt, für den Flugverkehr. Aber es funktioniert, wenn man will. Sogar zu später Stunde.

Stimmen Sie am 24. November JA zum neuen Übertretungsstrafgesetz!



Christian Moesch
Grossrat FDP

NATIONALRATSWAHLEN
20. OKTOBER 2019

LISTE 10

EINE STARKE MITTE FÜR BASEL

#EsistZeit

grünliberale
www.bs.grunliberale.ch

Patrick Huber

Manuela Brenneis-Hobi

Daniel Albietz

Andrea Knellwolf

Balz Herter



**NICHT LINKS. NICHT RECHTS.
SONDERN VORWÄRTS. FÜR BASEL.**

LISTE 7

Nationalratswahlen
vom 20. Oktober

teamorange.ch



Heiner Vischer

Raoul Furlano

Anna Götenstedt



Appetit auf Politik

Christoph Eymann
bisher

Patricia von Falkenstein
auch in den Ständerat

LDP MENU **3**

Marketing-Ideen aus den USA

Gastronomiebetriebe stehen in einem harten Wettbewerb – nicht nur mit anderen Restaurants, sondern auch mit Take-Aways, Bäckern, Supermärkten, Kiosken und anderen Detailhändlern, die immer aggressiver versuchen, sich ein grosses Stück des Ausserhaus-Kuchens abzuschneiden. Wie überlebt man in einem solch harten Wettbewerbsumfeld? Manchmal machen kleine Ideen einen wichtigen Unterschied. Hier sind einige Beispiele aus den USA.

Randzeiten beleben

Um das Geschäft ausserhalb der Stosszeiten anzukurbeln, hat die Cornerstone Restaurant Group ein Bonussystem geschaffen: Wer zu Randzeiten bestellt, erhält zusätzliche Treuepunkte und Gratislieferungen. So gelingt es, den Arbeitsanfall gleichmässiger zu verteilen.



Serviceglocke

Bei «Del's Hideout» in San Diego erhalten Gäste bei der Bestellung an der Theke ein Gerät, mit dem Gäste einfach eine nächste Runde oder die Rechnung bestellen können. So werden die Wartezeiten erheblich verkürzt und es ist einfach, den Service zu sich zu rufen.



Taco Tuesday

Jeden Dienstag bietet das Woodhull Public House in Yarmouth, Maine, neue Taco-Varianten zu reduziertem Preis. Die Dienstagskunden werden so zu offiziellen Testessern. Ihre Reaktionen entscheiden mit, ob eine Taco-Version für längere Zeit im Angebot bleibt.



Kaffeerahm für Instagram

Statt Kaffeerahm wie üblich neben der Tasse zu platzieren, benutzt die Restaurantkette Snooze ein Rührstäbchen, um die Rahmkrügchen an die Tasse zu stecken. Das entwickelte sich zu einem beliebten Instagram-Motiv. Und für die Servicemitarbeiter ist es einfacher.



Gazpacho-Bar

Individualisierter Bestseller: Wer beim «Mercado Little Spain» in Hudson Yards, New York, eine Gazpacho geniessen will, geht zu einer Theke, auf der Krüge mit verschiedenen Kaltschalen auf Eis bereitstehen. Die Gäste können aus verschiedenen Garnituren auswählen.



Salat-Automat

Die Restaurantkette «Salad Station» in Houston stellt in Bürogebäuden und Spitälern Automaten auf, die auf Bestellung Salate fertigen. Die Kunden können zwischen grünem Salat oder Spinat als Basis wählen und damit drei Dressings und 17 Toppings kombinieren, z.B. Kirschtomaten oder Edamame.



Schnell, hochwertig, gesund

Gourmetköche mischen Fast-Food-Markt auf

Haute Cuisine und Schnellverpflegung sind nicht zwingend Gegensätze. Bekannte Köche setzen auf hochwertige Imbisse. Ganz neu ist die Idee nicht.

Im Frühling 2002 eröffnete in Strassburg der Schnellimbiss «Secrets de Table». Hinter dem Projekt stand der damalige Dreisternekoch Antoine Westermann. Es gab Sandwiches mit Auberginenpüree oder eingemachtem Entenfleisch sowie Suppen und feine Salate.

«Es gibt nun Mal viele Leute, die wenig Zeit zum Essen haben», erklärte Westermann seinen Einstieg ins Schnellverpflegungsgeschäft. Der Erfolg gab ihm Recht: Der Edel-Imbiss, heute von Westermanns Sohn Jean geführt, blieb ein fester Bestandteil der gastronomischen Szene Strassburgs.

2011 engagierte McDonald's den italienischen Spitzenkoch Gualtiero Marchesi, um für eine befristete Aktion zwei Gourmet-Burgers und ein Dessert zu kreieren. Marchesi war bekannt dafür, in seinen Restaurants traditionelle Gerichte in zeitgemässen Versionen auf den Tisch zu bringen.

Ein Jahr später eröffnete Brice Morvent, der Gewinner eines Fernseh Wettbewerbs für Hobby-Köche, in Paris ein Lokal mit hochwertigen Hamburgern und Bio-Milchshakes. Sehr schnell gab es in der französischen Hauptstadt auch Fish'n'Chips, Döner und andere Schnellgerichte in Feinschmeckervarianten.

Fast-Food war plötzlich kein verpöntes Terrain mehr: Geschäftsleute mit Anzug und Krawatte standen Schlange vor angesagten Imbisslokalen. Da gab es Kebab mit selbstgebackenem Dinkelbrot, hochwertigem Kalbfleisch, einer Rosmarin-Knoblauch-Reiswein-Marinade und grünen Tomaten aus Südfrankreich.

In der Schweiz gründete der Spitzenkoch Eduard Hitzberger eine Restaurantkette mit gehobener Schnellverpflegung. «Hitzberger» wurde in der Zwischenzeit an die Migros-Genossenschaft Zürich verkauft. Bei «Ayverdis» gibt es Trüffel-Kebab, der von einem Gourmetkoch entwickelt wurde.

In Berlin kreiert Björn Swanson, im Hauptberuf Chefkoch im Sternelokal Golvet, Hot Dogs. In seinem Lokal «The Dawg» bietet er sieben verschiedene Varianten des Fast-Food-Klassikers an. Am besten läuft der Octopussy-Dawg (9.80 Euro) mit einem Tintenfisch-Arm, Fenchelsalat, Chipotle-Mayonnaise, Koriander und Sepiabrot.

Der Classic Dawg mit Schweinswurst, Gewürzgurke, Röstzwiebeln und Remoulade im Sesambrot kostet 4.80 Euro. «Geiles Brot, gutes Fleisch und hausgemachte Saucen», so beschreibt Swanson sein Erfolgsrezept.

Der Sterne- und Fernsehkoch Mario Kotaska hat die Currywurst auf eine neue Geschmacksebene gehoben. Seine Kreationen verkauft er im Imbisswagen «Bratwerk» und über die Imbisskette «grillbar». Für die Wurstmasse hat Kotaska zusammen mit einem Metzger ein Jahr mit Gewürzen experi-

mentiert. Auf Geschmacksverstärker, Farbstoffe und Konservierungsstoffe wird verzichtet. «Es sind unsere Gewürze, die den Ausschlag geben, sowohl in der Wurst als auch in der Sauce», so Kotaska.

Burger, Kebab und Grillwürste sind teilweise aus der Fast-Food-Ecke getreten und im Gourmet-Himmel angekommen. Sie sind in sehr unterschiedlichen Qualitätsstufen erhältlich. Als Standard werden sich Gerichte wie Kebab mit Trüffel aber nur schon wegen der Preise kaum etablieren.



Hot Dog mit Tintenfisch und Sepiabrot: Das Berliner Lokal «The Dawg» setzt auf Gourmetvarianten des Fast-Food-Klassikers.



Der Fernsehkoch Mario Kotaska betreibt einen Imbisswagen und vermarktet Würste und Saucen in ganz Deutschland.



Folgen Sie uns auf Facebook!
www.facebook.com/wirteverband



Denise Neukomm,
Fachspezialistin Food
Prodega Moosseedorf.

Sebastian Graber, Geschäftsführer
Restaurant zum Löwen Messen
und Prodega-Kunde.

Alles zum günstigen Preis.

In unseren 30 Abholgrossmärkten finden Sie über 25'000 Artikel, von günstigen Eigenmarken bis zu ausgewählten Premiumprodukten. Profitieren Sie zusätzlich wöchentlich von mehr als 1'500 Aktionen.

Sie und wir – das passt.
transgourmet.ch
webshop.transgourmet.ch

Prodega Markt
Transgourmet Schweiz AG
4052 Basel

 **PRODEGA
GROWA
TRANSGOURMET**