



Juni 2023 • Ausgabe 109

baizer.ch

Gastronomie • Hotellerie • Tourismus

Unsere Themen

Künstliche Intelligenz in der Hospitality-Branche	2
Label Fait Maison in der Hasenburg	5
Nachhaltigkeit: Food-Save ohne Wenn und Aber	6
Don't fix it – oder doch?	7
Düsseldorf tut sich schwer	8
Perlen aus dem Archiv: Der Baslerhof in der Aeschen	9
Basel braucht «mediterrane Wochen»!	10
Basler Gastronomen rüsten sich für die Zukunft	11
Impressionen von der GV und vom GastroPodium	12

Zwischen High-Tech und Human Touch

Künstliche Intelligenz ist das Thema der Stunde. KI-gestützte Systeme helfen beim Verfassen von Texten, beim Komponieren von Musik oder beim Generieren von Bildern. Neuerdings sprechen sie sogar Reisetipps und Restaurantempfehlungen aus. Die Anwendungen der künstlichen Intelligenz in der Gastronomie und Hotellerie gehen aber weit darüber hinaus. Geht die menschliche Note verloren?

KI ist keine Zukunftsmusik, sondern bereits im Einsatz. So haben manche Unternehmen – nicht nur im Gastgewerbe – schlaue Chatbots eingerichtet, die auf der Website oder in Apps Fragen der Kunden beantworten. Ein grosser Teil der Fragen ist ohnehin repetitiv.

Künstliche Intelligenz ist keine Zukunftsmusik, sondern bereits im Einsatz.

KI-Systeme können beim Erstellen von Anforderungsprofilen, Stellenbeschrieben und anderen Dokumenten helfen. ChatGPT und Co. sparen viel Zeit beim Erstellen von Entwürfen, bei der Sammlung von Ideen oder beim Übersetzen von Inhalten. Sie können auch bei der Konkurrenzanalyse helfen.

Um den KI-Systemen wertvolle Informationen zu entlocken, muss man allerdings die richtigen

Fragen stellen. Weil die Tools zudem noch immer fehleranfällig sind, ist es gefährlich, sich zu sehr auf sie zu verlassen. Die Ergebnisse müssen unbedingt durch Menschen geprüft und überarbeitet werden. Das gilt in besonderem Masse für rechtsbezogene Inhalte. Die besten Systeme werden diejenigen sein, die man mit eigenen Daten gefüttert und für konkrete Anwendungen trainiert hat.

Es wird immer einfacher, riesige Datenmengen in Echtzeit auszuwerten und bestimmte Muster zu erkennen. Die KI-gestützte Bilderkennung ist inzwischen so genau, dass Self-Check-Out-Kassen Verkaufsartikel auch QR-Codes erkennen und abrechnen können. Entsprechende Versuche laufen bereits, z.B. bei Valora.

Die amerikanische Burgerkette Sonic hat Bestellkioske, die reden und lernen. Geben Gäste ihre Allergien an, werden blitzschnell unbedenkliche Angebote angezeigt. *weiter auf Seite 2*

Impressum

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

Herausgeber

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

Redaktion

Maurus Ebner
Dr. Jascha Schneider-Marfels

Gestaltung

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

Druck

Kurt Fankhauser AG, Basel
info@fankhauserdruck.ch

gedruckt in der
schweiz



■ Restaurants werden zu Tech-Unternehmen: KI-gestützte Software hilft, die Prozesse an Drive-Thru-Schaltern effizienter zu gestalten.

Fortsetzung Wer die Sonic-App auf seinem Handy hat, wird dank «Geofencing» mit Namen begrüsst. Das System fragt nach Sonderwünschen und weist auf Aktionen hin. Es kennt die Vorlieben des Gastes und erlaubt ihm, «das Gleiche wie immer» zu bestellen.

Schon vor vier Jahren begann McDonald's mit dem Einsatz von KI-Technologien, um Bestellungen in seinen Drive-Thrus vorherzusagen. Durch die Analyse historischer Daten können die Filialen die Frequenzen besser vorhersagen und sogar, welche Produkte am ehesten bestellt werden. Wo solche Prognosetools eingesetzt werden, haben sich die Wartezeiten im Durchschnitt um 30 Sekunden verkürzt.

Amazons Alexa oder Apples Siri werden zunehmend im Hotelzimmer platziert. Zu den Vorreitern gehört das Greenline Hotel Haffhus im Ostseebad Ueckermünde. Alexa wurde in die digitale Gästemappe integriert. Der

Sprachassistent hilft auch, Zusatzverkäufe im Restaurant oder Spa zu generieren.

Noch gibt es Probleme: ChatGPT tönt immer selbstbewusst, selbst wenn die Antwort völlig falsch ist. Doch die Systeme können nicht zwischen Fakten und erfundenen Informationen

Es wird immer einfacher, riesige Datenmengen auszuwerten und bestimmte Muster zu erkennen.

unterscheiden. Die Qualität und Konsistenz der Informationen ist daher noch nicht durchwegs auf einem Niveau, das hervorragende Kundenerlebnisse gewährleistet.

Die Gefahr von Falschinformationen oder diskriminierenden Inhalten werfen auch die Frage nach der Verantwortung und Haftung auf. Problematisch könnte auch der Umgang mit

personenbezogenen Daten der Gäste werden. Der Datensicherheit und dem Datenschutz sind besondere Aufmerksamkeit zu schenken.

Die Einsatzmöglichkeiten von KI sind nahezu unerschöpflich. Forscher sind sich einig, dass die künstliche Intelligenz erst am Anfang steht. So dürften schon in wenigen Jahren KI-Systeme zur Videogenerierung TikTok und andere Apps quantitativ dominieren.

Die Digitalisierung schreitet voran. Sie ergibt aber nur Sinn, wenn sie zu mehr Umsatz oder weniger Kosten führt – und zu zufriedeneren Mitarbeitern und Gästen. Werden einfache und routinemässige Aufgaben automatisiert, haben die Mitarbeitenden mehr Zeit das zu tun, wofür es nach wie vor Menschen braucht: Den Gästen ein herausragendes Erlebnis zu bieten.

Maurus Ebnetter

KI in der Hospitality-Branche

Wenn Menschen an künstliche Intelligenz in der Gastronomie denken, kommen ihnen als erstes oft kochende Roboter in den Sinn. Zwar ist es wahrscheinlich, dass Küchenroboter vermehrt zum Einsatz kommen, doch die Restaurantbranche wird sich noch auf ganz andere Weise verändern. Hier ist eine Aufzählung von möglichen Anwendungen – ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Chatbots. KI-Chatbots sind schon seit längerem im Internet anzutreffen. Sie sind in der Lage, einfache Gästeanfragen zu bearbeiten, wodurch das Personal vor Ort entlastet wird.

Neue Gäste gewinnen. Die KI-Technologie kann Gastronomen dabei helfen, besser als bisher herauszufinden, welche Art von Kunden ihr Lokal mögen könnten, um anschliessend dieses Publikum anzusprechen und zu einem Besuch zu bewegen. KI kann auch bei der Bindung von Gästen helfen.

Anrufe beantworten. Verpasste Telefonanrufe haben negative Auswirkungen auf den Geschäftsgang. Gemäss einer Umfrage von «Popmenu» suchen 83 Prozent der Kunden ein anderes Restaurant auf, wenn sie mehr als einmal nur die Mailbox erreichen. KI-Telefonbeantworter können Nachrichten entgegennehmen, Reservierungen vornehmen, einen Gast auf die Warteliste setzen oder sogar häufig gestellte Fragen beantworten.

Routinearbeiten automatisieren. Mit Hilfe von KI lassen sich viele einfache und routinemässige Aufgaben automatisieren – von der Reservationsannahme bis zur Eingabe von Bestellungen in die Kasse.

Fehler reduzieren. Wenn etwas schief geht, ist meist menschliches Versagen im Spiel. So werden oft Bestellungen falsch aufgenommen. Wenn Gäste über KI bestellen, gibt es weniger Möglichkeiten für menschliche Fehler.

Sprachgesteuerte Bestellung. In den USA nutzt bereits ein Viertel der Online-Nutzer die

Sprachsuche, um ein Restaurant in der Nähe zu finden. Künftig werden die Gäste die Möglichkeit haben, Bestellungen in ihr Smartphone zu sprechen. An Selbstbedienungs-Terminals oder bei Drive-Thrus wird eine ähnliche Technologie zum Teil schon eingesetzt.

Am Tisch bezahlen. Gäste können über Tablets am Tisch oder sogar über eigene Geräte bezahlen und die Rechnung unter sich aufteilen.

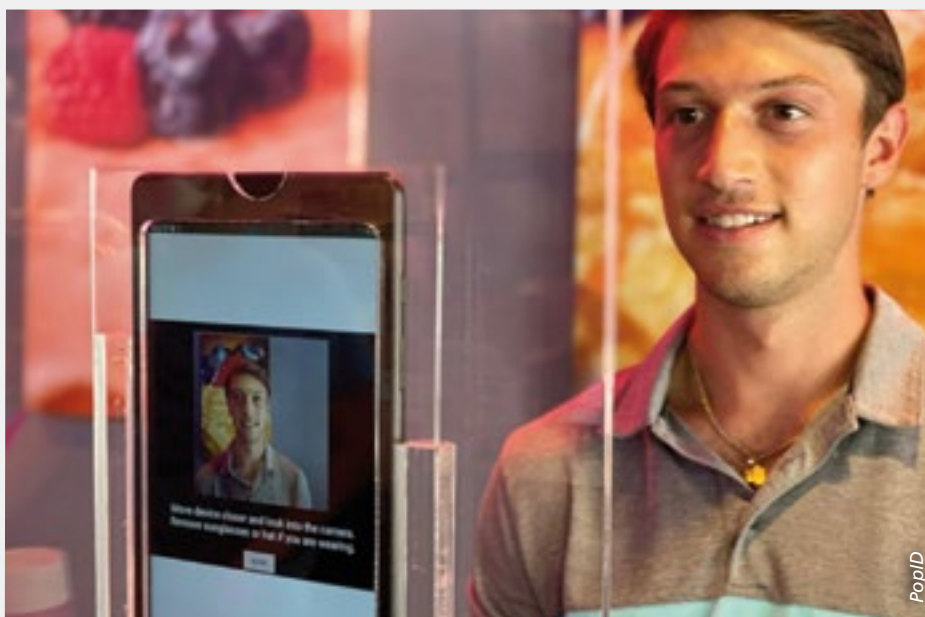
Gesichtserkennung. KFC experimentiert in verschiedenen Ländern mit Gesichtserkennung. Wiederkehrende Besucher können ihr Erlebnis auf der Grundlage ihrer früheren Bestellungen und Vorlieben anpassen. In China kann man sogar so bezahlen («smile and pay»). Auch bei Zutrittskontrollen oder für die Arbeitszeiterfassung kommt Gesichtserkennung zum Einsatz.

Individualisierte Erlebnisse. Online-Bestellungen und digitales Marketing sind zwei

Bereiche, in denen Hotels und Restaurants immer häufiger Gästedaten sammeln und diese dann nutzen, um einen personalisierten Service zu bieten – von Speiseempfehlungen bis hin zu gezieltem Marketing.

Inventarisierung und Beschaffung. Mit einer Vernetzung von POS-Systemen mit Inventar- und Einkaufssystemen kann KI-fähige Software historische Bestands- und Einkaufsdaten verfolgen, nach Trends suchen und in Echtzeit Empfehlungen für die Anzahl der zu kaufenden Zutaten und Vorräte geben. Das reduziert die Lebensmittelverschwendung und stellt gleichzeitig sicher, dass der Lagerbestand ausreichend ist.

Personalplanung. Der effiziente Einsatz von Mitarbeitenden ist matchentscheidend. Deshalb ist dies ein Bereich, in dem die KI-Technologie beliebter wird. Restaurants können Personal- und Umsatzdaten verfolgen, um Trends oder Muster in Stosszeiten und schwach frequentierten Zeiten zu ermitteln.



■ Die Gesichtserkennung wird immer raffinierter. In China kann man schon mit seinem Lächeln bezahlen.

Coworking als Chance

Der Wandel zum mobilen Arbeiten scheint unaufhaltsam. Für Hotels und Tageskonzepte besteht enormes Potential. Sind WLAN und Steckdosen ohnehin vorhanden, lassen sich mit wenig Aufwand einzelne Tische zum Coworking zur Verfügung stellen. Hotelketten wie Accor oder Ruby schaffen gezielt Micro-Offices und Workshop-Räume, um sich im Zuge von «New Work» als Alternative fürs Büro zu positionieren. Zu den Nutzern zählen mobile Berufstätige, kleine Unternehmen und Freelancer. Die meisten Coworker sind Langzeitmieter über mehrere Monate oder Jahre. Hinzu kommen Tagesgäste.



Ruby

Unterirdische Roboter

Die US-amerikanische Burger-Kette Wendy's arbeitet daran, Bestellungen direkt aus den Küchen zu bestimmten Parkplätzen zu transportieren. Autonome Roboter sollen dazu unterirdische Kanäle nutzen. Die Kunden bestellen via App oder online und fahren anschliessend direkt zum zugewiesenen Parkplatz. Wendy's will die Geschwindigkeit und Genauigkeit bei der Auslieferung erhöhen. Zudem sollen Diebstähle vermieden werden, zu denen es bei den bisher eingesetzten Abholregalen immer wieder einmal kommt. McDonald's und Taco Bell experimentieren mit oberirdischen Fördersystemen. Bereits vor einigen Wochen hatte Wendy's angekündigt, an seinen Drive-Thrus den Einsatz von künstlicher Intelligenz zu testen.



Wendy's

Optimierte Lieferprozesse. Lieferdienste setzen auf KI-Technologie, um ihre Prozesse zu optimieren. Dies hilft den Fahrern, die besten und schnellsten Routen für mehrere Lieferungen in einer Fahrt zu finden. Dabei werden Kartendaten genutzt, um Verkehr und andere Gefahren zu vermeiden. KI kann auch dafür sorgen, dass die Kunden über ihre Bestellungen auf dem Laufenden bleiben.



Samsung

■ Unkomplizierte Bestellung: Eine neue Generation von Self-Ordering-Terminals verfügt über Sprachassistenten.

Was ist künstliche Intelligenz?

KI ist, wonach sie klingt: Intelligenz, die nicht natürlich entstanden ist.

Es handelt sich um den Versuch, menschliches Lernen und Denken auf Computer zu übertragen. Statt für jeden Zweck programmiert zu werden, können die Systeme eigenständig Antworten finden und Probleme lösen.

Maschinelles Lernen hebt die KI auf eine nächste Stufe. Computer nehmen Informationen auf und lernen daraus mithilfe komplexer

Algorithmen, sodass sie auf der Grundlage historischer Muster Vorhersagen über Ereignisse oder menschliches Verhalten treffen können.

KI befindet sich in einer Hype-Phase. ChatGPT wird laufend verbessert. Google hat den Chatbot «Bard» vorgestellt, der eine Version des leistungsstarken KI-Modells LaMDA nutzt. Das chinesische Suchunternehmen Baidu setzt auf den Bot «Wenxin Yiyao».

Pascal Scherrer

Der neue Direktor von GastroSuisse heisst Pascal Scherrer. Der 49-Jährige wird sein Amt anfangs Juli 2023 antreten. Als erfahrener Intrapreneur und ausgewiesene Führungskraft verfügt er über ein breites Netzwerk in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Medien. In den vergangenen vier Jahren war er erfolgreich als Geschäftsleiter TV Regional bei CH Media tätig. Scherrer besitzt einen Executive-Masterabschluss der Universität St. Gallen.



GastroSuisse

«Bio Cuisine»

Bio Suisse lanciert «Bio Cuisine» für die Gastronomie. In drei Jahren soll es bereits 700 lizenzierte Betriebe geben, die einen zusätzlichen Bio-Umsatz von rund 120 Millionen Franken generieren. Das Label ist dreistufig aufgebaut: Mit einem, zwei oder drei Sternen werden Betriebe ausgezeichnet, die mindestens 30, 60 oder 90 Prozent Bio-zertifizierte Produkte verwenden. Basis ist der Einkaufswert der Lebensmittel und Getränke.

bio-cuisine.ch



Bio Suisse

Ihre Expertin in Treuhand für Gastronomie und Hotellerie – seit 1921

Wir erleichtern Ihren Alltag.



Wir führen Ihre Finanz- und Lohnbuchhaltung



Wir erstellen Branchenvergleiche und GastroAnalysen



Wir erstellen Ihre Steuererklärung



Wir stellen Ihnen verschiedene Kundentools zu Verfügung



Wir erstellen Ihnen ein Gutachten, unterstützen Sie bei Ihrem Businessplan und der Entwicklung Ihres Unternehmens oder Ihrer Nachfolgeregelung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf – es lohnt sich!

Gastroconsult AG Olten
Telefon 062 296 77 30, www.gastroconsult.ch

Gastroconsult  | 100 JAHRE
nahe. kompetent.

Direkt und schnell –
so einfach ist der Umstieg

www.nets.eu/de-CH/payments/gastrouisse



QR-code scannen

Rufen Sie einfach über den Link oder den QR-Code unsere exklusive Aktionsseite für Mitglieder von GastroSuisse auf und geben Sie dort bitte Ihre vollständigen Kontaktdaten an. Die Abfrage Ihres Kartenumsatzes ist wichtig, damit wir Sie gezielt beraten und das für Sie beste Angebot zusammenstellen können. Wir melden uns dann umgehend bei Ihnen, damit Ihre bargeldlose Zahlungsabwicklung so schnell wie möglich in den besten Händen ist.



Beste Gastronomie
verdient die besten
Konditionen

Angebot exklusiv für
GASTROSUISSE
Mitglieder

Nets Schweiz AG
Richtstrasse 17
8204 Wallisellen
+41 58 200 58 68
nets.eu

Nets Suisse SA
Rue des Annoncières 20
CH 1015
1015 Gland

Nets Svizzera SA
Via Cantonale 24
6802 Biura

nets

nets

Hausgemachtes in der Hasenburg

Das traditionelle Restaurant Hasenburg in der Basler Altstadt kocht mit frischen Produkten hausgemachte Speisen. Betreiber Daniel Rieder ist stolz darauf. Mit dem Label «Fait Maison» sorgt er für Transparenz gegenüber den Gästen.

Was hat Sie dazu bewogen, das Label «Fait Maison» zu beantragen?

Daniel Rieder: Wir haben schon immer auf «hausgemacht» gesetzt. Das Label wird uns helfen, dies besser zu kommunizieren.

Hat die Einführung des Labels Veränderungen für Sie bewirkt?

Ausser der Anpassung der Speisekarte hat es keine strukturelle Änderung gebraucht. Das Label motiviert uns, noch intensiver auf «hausgemacht» zu setzen.

Was versprechen Sie sich von «Fait Maison»?

Eine bessere Sichtbarkeit unseres Qualitätsverständnisses, eine bessere Transparenz und eine Abgrenzung zu Convenience-Betrieben. Und nicht zuletzt hoffen wir auch, neue Gäste zu gewinnen.



■ Daniel Rieder: «Wir haben schon immer auf 'hausgemacht' gesetzt. Das Label hilft uns, dies besser zu kommunizieren.»

Das Label «Fait Maison»

Lanciert wurde das Label «Fait Maison» 2017 von GastroSuisse, Slow Food Schweiz, der Schweizer Genusswoche und dem Westschweizer Konsumentenschutzverband FRC mit dem Ziel, hausgemachte Gerichte und damit das Können der Gastronominnen und Gastronomen zu fördern, die Geschmacksvereinheitlichung zu bekämpfen, Transparenz für Konsumentinnen und Konsumenten zu schaffen und die Regionalität und Saisonalität zu fördern.

Das Label steht landesweit allen Arten von Gastronomiebetrieben offen und stellt die «hausgemachte» Zubereitung in den Vordergrund. 450 Betriebe sind gesamtschweizerisch bereits zertifiziert. Interessenten finden auf labelfaitmaison.ch die zentralen Informationen inklusive Pflichtenheft und einem Online-Antragsformular.

labelfaitmaison.ch



«Fait Maison» in Basel

Basel

Besenstiel | besenstiel.ch

Hasenburg | hasenburg.swiss

Kozac Buvette | altemarkthalle.ch

Krafft | kraffbasel.ch (in Bearbeitung)

Kuni & Gunde | kuni-gunde.ch

Matt & Elly | matt-elly.com

Region

Frohsinn, Nunningen | henz-frohsinn.ch

Lamm, Laufen | lamm-laufen.ch

Métropole Delémont | restaurant-metropole.ch

Schlüssel, Reinach | schluessel-in-reinach.ch

Wahlievents, Arlesheim | wahlievents.ch



Folgen Sie uns auf Facebook!

www.facebook.com/wirteverband

Food-Save ohne Wenn und Aber

Was entsteht, wenn Betriebe während 365 Tagen gemeinsam gegen Food-Waste kämpfen? Geschichten über Erfolg und Misserfolg, Leid und Glück, Einsatz und Belohnung.

Als Food-Waste-Sensibilisierungsmassnahme in der Gastronomie sind in Zusammenarbeit mit dem Kanton Basel-Stadt und «United Against Waste» Erfolgsgeschichten entstanden, die zeigen, wie beispielhaft einzelne Gastronomiebetriebe ihre Überschüsse und Abfälle reduzieren.

Im Hotel Pullman Basel Europe, Mitglied der Hotelgruppe BâleHotels, setzen zwei Chefköche und ihr Team alle Hebel in Bewegung, um

Food-Waste ist keine Frage der Generation, sondern des Bewusstseins – sei es aus ökonomischen oder aus ökologischen Gründen.

den Food-Waste so gering wie möglich zu halten. Aus welcher Überzeugung – und wie sie das erreichen? Die folgende Food-Save-Story gibt einen Einblick.

In den 1950er Jahren wurde laut dem Historischen Lexikon der Schweiz knapp ein Drittel

des Bruttoeinkommens für Nahrungsmittel ausgegeben. Heute sind es gemäss Bundesamt für Statistik pro Monat noch durchschnittlich 6.5%. Der Fussabdruck im Portemonnaie ist deutlich kleiner geworden. Robert Stöckl und Daniel Uhl vom Hotel Pullman Europe zeigen, dass jener in der Umwelt deswegen nicht grösser werden muss.

Ein zukunftsweisender Blick zurück: «Am Sonntag gabs Kartoffelpüree, was übriggeblieben ist, wurde am nächsten Tag mit Mehl und Ei versetzt, eine Zwetschge hinzugefügt und Zwetschgenknödel daraus gemacht.» Die Vermeidung von Food-Waste war im Elternhaus des heute 37-jährigen Chefkochs Robert Stöckl eine Selbstverständlichkeit – weniger aus ökologischen Gründen, sondern vielmehr, weil das Haushaltsbudget knapp war.

Auch seinem 22 Jahre älteren Stellvertreter Daniel Uhl wurde schon in der Kochlehre beigebracht, sparsam mit Lebensmitteln umzugehen. Was damals primär ökonomisch begründet war, gibt er heute mit einem ökologischen Gedankengut bis an seinen Enkel weiter.

Die beiden Küchenchefs sind sich einig: Food-Waste ist keine Frage der Generation, ob private oder Hotel-Küche, sondern des individuellen Bewusstseins – sei es aus ökonomischen oder aus ökologischen Gründen. Dafür setzen sie sich täglich ein: Indem sie das Personal schulen, die Mengenplanung optimieren und die Gäste sensibilisieren, «aber» – und auch da sind sie sich einig – «wir wollen die Gäste nicht bevormunden».

Der Gast steht im Zentrum und wird individuell nach seinen Ansprüchen bewirtet, beispielsweise bei den Tellerportionen, dem zweitgrössten Food-Waste-Reduktionspotential im Betrieb. Die Portionen sind kleiner, dafür steht der Service jederzeit für einen kostenlosen Nachschlag bereit. Ein kleiner Schritt für die Gäste, ein grosser für die Waste-Reduktion im Hotel.

Der grösste Food-Waste-Posten, «Früchte und Gemüse», wurde durch Messungen um über 70% reduziert: Der tatsächliche Bedarf wird präziser erfasst und die Überproduktion minimiert. Die Messungen finden jeweils während vier Wochen statt, drei- bis viermal jährlich.

Die Einführung unterstützt hat Alexander Pabst, ehemaliger Koch und Experte für Food-Save-Massnahmen bei «United Against Waste». Auch der Mutterkonzern Coop, der selbst Partner der «Save Food, Fight Waste»-Initiative ist, brachte wertvolle Impulse ein.

Den zeitlichen Mehraufwand beziffert Daniel Uhl mit 30 Minuten pro Tag für die Messungen und eine bis anderthalb Stunden pro Woche für die Auswertung der Daten. Robert Stöckl denkt bereits über ein digitalisiertes Messsystem wie den «Waste-Tracker» nach, um den Zeitaufwand noch zu mindern.

Dennoch ist dieser schon heute mehr als kompensiert: «Wir können ungefähr 1% der Warenkosten einsparen – wodurch auch Betriebs- und Personalkosten eingespart werden – was die Gesamtkosten am Ende um bis zu 10% reduziert.» Indes, die Reduzierung von Food-Waste verlangt Anstrengungen vom gesamten Team. Das Unternehmen, die satten, aber nicht übersättigten Gäste – und die Enkel danken es ihnen.

united-against-waste.ch/erfolgsgeschichten



united-against-waste.ch

Daniel Uhl und Robert Stöckl vom Hotel Pullman Europe setzen sich vorbildlich gegen die Lebensmittelverschwendung ein.

Hotel Pullman Basel Europe

90 Mitarbeitende, davon 9 bis 15 in der Küche und 11 bis 20 im Service
29 Tische im Bistro, 14 Tische im «Les Quatres Saisons» (Catering-Service)
350 Sitzplätze (inklusive Bankett und Tagungszentren)
150 Mittagsmenüs pro Tag
2014 renoviert und neueröffnet



Accor Hotels

Weniger Food-Waste

53.5% insgesamt
95.4% bei Fleisch, Fisch, Geflügel, Tofu
70.5% bei Früchten und Gemüsen
86.3% bei Stärkebeilagen
5.2% Tellerrücklauf (trotz doppelter Anzahl geschickter Essen)



Aus der betreuten

Spielgruppe*

Don't fix it – oder doch? Und andere weltbewegende Fragen...

Wieder mal stand im Mai die Abstimmungsanlage des Grossen Rates im Mittelpunkt, die schlechter funktionierte als der VAR im Schweizer Fussball. Dazu hatte sich der Rat mit Anglizismen und weltbewegenden Fragen, gekleidet in parlamentarische Vorstösse, zu befassen.

Die Ratssitzung im Mai hatte einen denkbar schlechten Start. Schon bei der Abstimmung über einen Antrag zur Änderung der Traktandenliste versagte die Abstimmungsanlage zweimal ihren Dienst. «Oh wie freue ich mich auf die neue Anlage», stöhnte Ratspräsident Bülent Pekerman. Diese soll im Herbst kommen – und dann wahrscheinlich aufgrund vieler «Kinderkrankheiten» den Ratsbetrieb erschweren...

Ich frage mich ernsthaft, wie ich all die Jahre ohne staatlich gesponsorte Tampons überstanden habe.

Während die Technik wirklich reparaturbedürftig ist, trifft dies auf die Regelung der Partizipation der Bevölkerung bei grossen Projekten nicht zu, zumindest gemäss FDP-Jurist David Jenny. Mit einem neuen Gesetz soll die in § 55 der Verfassung festgelegte Mitwirkung nämlich konkretisiert werden, was für Jenny völlig unnötig ist: «Don't fix it, if it's not broken», erklärte Jenny, sich gleichzeitig seines etwas dialektgefärbten Englisch bewusst: «Sie können diese Video-Sequenz ja in den sozialen Medien viral gehen lassen.» Der Berichterstatter findet dazu: Anglizismen im Rat sind ohnehin ein No-Go!

Als No-Go empfindet er auch die wiederkehrenden Diskussionen über das weltbewegende Thema, ob der Staat den Frauen – oder «menstruierenden Personen», wie das besonders «Woke» nannten – die Hygieneartikel spendieren soll. Eine Petition forderte nämlich, dass auf öffentlichen Toiletten Binden und Tampons gratis aufgelegt werden müssen. Für Restaurants und Hotels soll es (vorerst?) «nur» empfohlen werden.

Die Wogen gingen hoch: Jessica Brandenburger (SP) warf Beat K. Schaller (SVP) vor, zu wenig über

den Gebrauch von Hygieneartikel zu wissen: «Es braucht nämlich mehr als einen Tampon pro Tag.» Und Daniela Stumpf (SVP) bekannte am Rednerpult entnervt: «Ich bin jetzt über 60 und frage mich ernsthaft, wie ich all die Jahre ohne staatlich gesponsorte Tampons überstanden habe.»

Die Petition wurde an den Regierungsrat überwiesen, so dass sich Teilnehmende von Junggesell(inn)en-Abschieden bald auf die «grossen Spässe» mit den Artikeln freuen können: WC verstopfen, anzünden, in Brunnen anfeuchten und als Wurfartikel verwenden...

Eine neue Kategorie von Ratsgeschäften schuf Joël Thüring als Präsident der Finanzkommission in der April-Sitzung. Den Beschluss über die Kreditsicherung für den Neubau des Departements Biozentrum der Uni bezeichnete er als «Z-Geschäft»: «Eine Entscheidung mit Zähneknirschen, aber für die Zukunft.»

Die Wahlen sind noch fern, trotzdem überbieten sich einige Ratsmitglieder bereits jetzt im Einreichen ziemlich sinnbefreiter Vorstösse. So forderte Jenny Schweizer (SVP) die Unterstützung von Wagencliquen an der Fasnacht. Da freut man sich

Die Wahlen sind noch fern, trotzdem überbieten sich einige bereits jetzt im Einreichen sinnbefreiter Vorstösse.

doch jetzt schon auf die Diskussionen, ob das dann subventionierte Wurfmaterial aus importierten Südfrüchten bestehen darf oder regionaler Herkunft (Baselbieter Chirsi?) sein muss.

Christine Keller (SP), ein wieder nachgerücktes Urgestein des Rates, erinnerte sich ebenfalls an die Grundregel für eine Wiederwahl: «Mach etwas für die FCB-Fans, die Fasnächtler und die Hündeler» und forderte «Freilaufareale für Hunde».

Den Vogel – okay, schiefes Bild – schoss aber Claudia Baumgartner (GLP) ab, die einen Anzug zu Gunsten «Runder Tisch Stadtbienen» eingereicht

hatte. Einige Ratsmitglieder vermuteten zu Unrecht, dass «Stadtbienen» ein neuer euphemistischer Ausdruck für diejenigen Damen darstellen, die in der Ochsen- und Webergasse ihre Dienstleistungen feilbieten.

Nein, es ging um die Wildbienen, welche dadurch in Basel verschärfte Konkurrenz erhalten, dass hier immer mehr Leute das Imker-Hobby entdecken und sich die Zahl der Bienenvölker deutlich vermehrt. Das weltbewegende Thema veranlasste André Auderset (LDP) zum Sinnieren, was wohl eine Biene zu diesem Vorstoss sagen würde – vielleicht «cogito ergo sum»?

Heidi Mück (GAB) störte sich daran, dass unterschiedene Regierungsräte praktisch nahtlos in Auftragsverhältnisse bei der Privatwirtschaft oder bei staatlichen Organisationen wechseln und wollte per Vorstoss Beschränkungen einführen.

David Jenny zeigte sich einmal mehr als penibler Jurist, bemängelte diverse Fehler im Text, «obwohl ich noch gar nicht alle Kommaeregeln angewandt habe» und betonte, dass mangelndes Formulierungsgeschick keinen Freipass darstelle. Jenny gestand aber ein, dass das Vorgehen gewisser Regierungsräte ein «Gschmäggle» habe. Dies müsse aber hingenommen werden, ganz nach dem Werbe-Slogan: «E bizzli stingge muess es.»

Ebenfalls ein «Gschmäggle» habe es laut David Wüest-Rudin (GLP), dass die LDP einen Vorstoss unterstütze, der eine Sperrklausel für die nächsten Grossratswahlen fordert. Das konnte LDP-Fraktionschef Raoul Furlano nicht auf sich sitzen lassen: «Wir haben kein 'Gschmäggle'; zumindest ich bin frisch geduscht.» Aber er wolle nicht noch mehr «Spasslisten» im Grossen Rat vertreten haben, wobei er präziserte: «Mit Spassliste meine ich ausdrücklich nicht die GLP!» Wobei er nicht präziserte, ob er damit die Ernsthaftigkeit der Grünliberalen betonen wollte oder ihm die GLP schlicht keinen Spass macht....

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

Düsseldorf tut sich schwer

Der Wettbewerbsdruck in Düsseldorf ist hoch, da viele neue Hotels eröffneten und weitere in den Startlöchern stehen. Der Tourismuskonjunkturmix in der nordrhein-westfälischen Metropole steht einer raschen Erholung im Weg.

Die Beherbergungsbetriebe in Düsseldorf sind stark von Geschäftsreisenden, Kongressteilnehmern und Messebesuchern abhängig. Deshalb waren die Hoteliers von Corona härter getroffen als ihre Kollegen in Städten, in denen die rasche Rückkehr von Freizeitgästen für einen gewissen Ausgleich sorgte. Grossveranstaltungen wurden, selbst wenn sie stattfinden konnten, von vielen Firmen gemieden, um das Ansteckungsrisiko zu minimieren.

Bereits vor der Corona-Krise wurden zahlreiche Markenhotels projektiert und gebaut.

Während 2018 die Zimmerauslastung der Hotels in Düsseldorf bei fast 68 Prozent und 2019 sogar bei über 70 Prozent lag, sank sie in den Corona-Jahren 2020 und 2021 um fast zwei Drittel auf 25 Prozent. Gleichzeitig rutschten die Preise in den Keller. 2021 lag die Durchschnittsrate bei gut 90 Euro – vor der Krise waren es 112 Euro. 2022 erholte sich die Belegung auf 50 Prozent, dies bei einem Durchschnittspreis von 111 Euro. Teuerungsbereinigt ist das ein schlechter Wert.

Im vergangenen Jahr verzeichneten die Düsseldorfer Hotelbetriebe gut 4.3 Millionen Übernachtungen, was 15 Prozent unter dem Spitzenwert von 2019 liegt – dies bei wesentlich höheren Kapazitäten. Bereits vor der Corona-Krise wurden zahlreiche Markenhotels projektiert und gebaut. In den Pandemie Jahren kam es zu grossen Eröffnungen: ein «Ruby

Lana» mit 455 Zimmern, ein «niu» mit 438 Zimmern, ein Holiday Inn Express mit 455 Einheiten, zudem ein Novotel am Flughafen, ein Hampton by Hilton und ein Premier Inn.

Die Zahl der Betten liegt aktuell bei rund 31'000. Bis 2024 sind in Düsseldorf über zwanzig Hotelprojekte in der Pipeline. Die Kapazität dürfte in den nächsten Jahren um mindestens 4000 Zimmer zunehmen. Zu den geplanten Hotels gehört ein Haus von «b'mine», welches über Suiten mit Stellplatz und Autoaufzug verfügt. Der Prototyp der Marke hat 2022 in Frankfurt aufgemacht.

Auch ein Hotel der Marke «Acora Living in the city» steht in den Startlöchern. Für 2024 ist ein weiteres Hotel des Budget-Anbieters «Holiday

Inn Express» angekündigt. Geplant werden Eröffnungen zudem von Hyatt Place und Essential by Dorint. Auch am Flughafen entstehen neue Häuser, unter anderem von Motel One. Der Hotelmarkt in Düsseldorf bleibt schwierig.

Düsseldorf Tourismus unternimmt viel, um vermehrt Freizeitgäste anzusprechen. In der Kommunikation werden nicht nur Menschen in ausgewählten deutschen Metropolen angesprochen, sondern gezielt auch in Grenzregionen wie den Niederlanden. Mit einigem Erfolg: 2022 wurden in den Düsseldorfer Hotels ein Viertel mehr Gäste aus dem Nachbarland verzeichnet als noch 2019. Insgesamt lagen die Zahlen der ausländischen Gäste aber noch 20 Prozent zurück.



Düsseldorf Tourismus GmbH / Sabrina Weniger

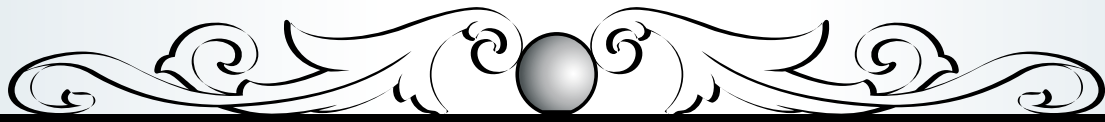
Die Altstadt von Düsseldorf ist bekannt für ihre lebendige Kneipenszene.

Food Save Basel-Stadt 2.0

Food Save von durchschnittlich 35% führt zu Einsparungen von Waren- und Vollkosten!

Exklusiv für 15 Betriebe in Basel-Stadt
Anmeldung unter www.united-against-waste.ch
oder Scan:

Nutzen Sie die einmalige Chance und nehmen Sie mit Ihrem Betrieb am Projekt **Food Save Basel-Stadt 2.0** teil. Reduzieren Sie Ihre Lebensmittelabfälle langfristig mit dem Food Save Management Ansatz von United Against Waste.



PERLEN AUS DEM ARCHIV

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

DER BASLERHOF

Eine Bauernwirtschaft im Bankenviertel? Im 19. Jahrhundert war der «Schwarze Bären» an der Aeschenvorstadt bei den Landwirten sehr beliebt, weil die dahinterliegenden Stallungen Platz für 150 Nutztiere boten. Ende der 1870er Jahre logierte im stattlichen Gasthaus ein ganzer Zirkus samt Pferden und einem dressierten Elefanten. 1901 wurde das Haus abgerissen und neu gebaut. Dabei ereignete sich ein schweres Unglück, bei dem sieben Menschen starben, weil die Fassadenmauern einstürzten. Der Neubau hiess zunächst noch «Bären», bald aber «Baslerhof».



■ Der Vorgänger des Baslerhofs hiess «Schwarzer Bären». Das Bild entstand 1893, im Jahr der FCB-Gründung. Am rechten Rand erkennt man die Einfahrt zu den Stallungen.



■ Die Bierhalle im Erdgeschoss führte Paulaner Bräu aus München. Bild aus dem Jahr 1913.



■ Liquidation des Inventars: Der geschichtsträchtige «Baslerhof» wurde 1970 abgerissen.



■ 1936 war die Vorfahrt mit dem Automobil problemlos möglich.



■ Ein Stück Basel verschwindet: Der Baslerhof kurz vor dem Abriss (1970).

Warum Basel «mediterrane Wochen» braucht

Was die Aussenöffnungszeiten angeht, hat Basel bisher zum Teil liberale, zum Teil restriktive Regelungen. Im Hochsommer braucht es auch in den Quartieren etwas mehr Toleranz und Fröhlichkeit. Das friedliche Zusammenleben wird darunter nicht leiden.

Der bisherige «Boulevardplan Innenstadt» sieht vor, dass die Terrassen in grossen Teilen des Zentrums bis 23 Uhr abends oder Mitternacht offenhalten dürfen, am Wochenende eine Stunde länger. In der «Steinen» dürfen die Boulevardbeizen sogar bis 1 Uhr, am Wochenende bis 2 Uhr offenhalten. Das ist eine liberale Regelung.

In ruhigeren Teilen der Innenstadt dürfen die Aussenwirtschaften hingegen nur bis 22 oder 23 abends offenhalten, am Freitag und Samstag eine Stunde länger. Diese Zeiten finden

Es geht nicht darum, Openair-Partys zu feiern, sondern im Sommer ein wenig länger zu «höckeln».

auch in den Quartieren Anwendung. Alle Restaurants müssen ihre Terrassen um 22 oder 23 Uhr räumen, am Wochenende um 23 Uhr oder um Mitternacht.

Einzig am Tellplatz läuft ein Versuch mit einer Öffnung bis Mitternacht unter der Woche resp. 1 Uhr am Wochenende. Das geht auf eine Petition zurück, die im Gundeli breit getragen wurde. Ähnliche Bedürfnisse gäbe es in anderen Quartierzentren, z.B. im Geviert Feldberg-Klybeck oder im St. Johann entlang der Elsässerstrasse und am Volaplatz.

An seiner März-Sitzung hat der Grosse Rat eine Motion von Laurin Hoppler (Grüne) überwiesen, die verlangt, dass Terrassenwirtschaften in den Monaten Juni bis September bis Mitternacht offenhalten dürfen, am Wochenende bis 1 Uhr. Die Überweisung erfolgte mit 72 zu sieben Stimmen bei zehn Enthaltungen: Das ist ein starkes Zeichen des Kantonsparlaments!

Im Hochsommer sind Aussenöffnungen bis 22 oder 23 Uhr zu wenig lang. Vor allem in den Monaten Juni bis August ist es abends noch lange hell und warm. Natürlich kann man sich fragen, ob es in den ruhigeren Quartieren am Wochenende eine Öffnung bis 1 Uhr braucht. Doch die Stossrichtung der Motion Hoppler ist richtig!

In unseren Augen geht es darum, den veränderten Lebensgewohnheiten Rechnung zu tragen. Der durchschnittliche Einschlafzeitpunkt der Bevölkerung hat sich in den letzten Jahrzehnten um fast eine Stunde nach hinten verschoben. Das widerspiegelt sich auch in der allgemeinen Nachtruhe, die von 22 auf 23 verlegt wurde.

Viele Betriebe in Basel haben heute das Problem, um 22 oder 23 Uhr volle Terrassen schlie-

ssen zu müssen. Es geht nicht darum, den ganzen Sommer Openair-Partys zu feiern, sondern ein wenig länger «höckeln» zu bleiben.

Eine Studie der Hochschule Luzern im Auftrag der Städtischen Sicherheitsdirektoren kam kürzlich zum Schluss, dass «mediterrane Nächte» resp. entsprechende Pilotversuche der letzten Jahre zu keiner Zunahme von Reklamationen geführt haben.

Der Bericht führt die fast durchwegs positive Bewertung unter anderem auf die Planbarkeit und Transparenz zurück, sowohl für Anwohnende als auch für die Betriebe. Garten- und Terrassenwirtschaften tragen zu einer Durchmischung der Nutzer im öffentlichen Raum bei – und damit zu mehr Sicherheit und Sauberkeit.

Bei Lärmklagen kommt es nach wie vor zu einer Einzelfallbeurteilung gemäss Umweltschutzgesetz und Cercle Bruit. Betriebe, die aufgrund von berechtigten Klagen schon jetzt eingeschränkte Öffnungszeiten haben, dürften auch bei der Einführung von mediterranen Wochen nicht länger offenhalten.

In Baselland werden alle Aussenwirtschaften grundsätzlich bis Mitternacht bewilligt, und zwar nicht nur vier Monate im Jahr. Es gibt nur drei Betriebe, die aufgrund von Lärmverfahren früher zumachen müssen. Und im Unterschied zu Basel-Stadt erfolgen solche Einschränkun-

gen nicht vorsorglich bei der Bewilligungserteilung, sondern nur aufgrund von berechtigten Einsprachen!

Anstand und Rechtsprechung legen es nahe, in Wohngebieten Rücksicht zu nehmen. An kühleren Abenden gehen die Gartenwirtschaften sowieso früher zu oder sie sind nur schwach frequentiert, an schwülen Sommerabenden hingegen liegt es im öffentlichen Interesse, dass sich soziales Leben im Freien abspielen kann – so wie das in mediterranen Ländern selbstverständlich ist.

Die Gäste sind in der warmen Jahreszeit kaum mehr bereit, sich in geschlossenen Räumen aufzuhalten – ob diese klimatisiert sind oder nicht. An besonders heissen Tagen ist die Stadt tagsüber leer. Erst im Laufe des Abends füllen sich die Boulevardplätze – nicht selten mit Anwohnern, die der Hitze ihrer Wohnungen entfliehen. Der spätabendliche Umsatz ermöglicht es den Wirten, einen Teil Ihrer Fixkosten zu decken und den Sommer finanziell zu überstehen.

Der Vorschlag von Grossrat Hoppler ist gut. Basel braucht die «mediterranen Wochen»: Sie werden nichts daran ändern, dass das Gastgewerbe – wie seit Jahrhunderten – weiterhin friedlich mit den Anwohnern zusammenleben wird.

Maurus Ebnetter



■ Im Hochsommer ist es oft noch lange hell und warm.

Basler Gastronomen rüsten sich für die Zukunft

Am 9. Mai gaben sich Vertreter und Freunde des Basler Gastgewerbes ein Stelldichein im Restaurant zur Mägd. Beim «GastroPodium» wurde über den «Gast 2030» sowie die Erfolgskriterien der Gegenwart und Zukunft diskutiert.

Maurus Ebnetter konnte 150 Mitglieder und Gäste im Saal der Mägd begrüßen. In seiner Ansprache ging der Präsident des Wirtverbandes Basel-Stadt zunächst auf den Personalmangel ein. Der Kampf um gute Talente spitze sich zu und werde dadurch verschärft, dass «viele Eltern ihre Kinder ums Verrecken ins Gymnasium schicken wollen».

Es brauche eine Stärkung der Berufsbildung, doch das werde nicht genügen. Potential sieht Ebnetter bei der Nachqualifizierung von Hilfskräften sowie bei Quer- und Wiedereinsteigern. «Wenn wir Leute mit der entsprechenden Ausbildung und Erfahrung nicht finden, müssen wir halt Mitarbeitende gewinnen, die wenigstens die richtige Einstellung haben.»

Es bestehe kein Zweifel, dass die Branche an Attraktivität gewinnen müsse, um gute Leute zu halten und anzuziehen. Neue Arbeitszeitmodelle seien ein möglicher Weg. «Wir brauchen eine Kultur, die geprägt ist von Wertschätzung und Sinnstiftung», so Ebnetter.

Um die Lücken auf dem Arbeitsmarkt zu füllen, brauche es die Zuwanderung. Der Präsident schränkte jedoch ein: «Statt Fachkräften wandern heute viele Menschen ein, die selbst wenig Potential haben, sondern im Gegenteil Fachkräfte benötigen, um betreut zu werden.»

Ein grosses Fragezeichen setzt Ebnetter hinter die soziale Hängematte: «Es kann nicht sein, dass wir händeringend Personal suchen und das Gastgewerbe statistisch eine Branche mit hoher Arbeitslosigkeit ist. Was uns den Schikanen der Stellenmeldepflicht aussetzt.»

Umso wichtiger sei es, dass die Rahmenbedingungen stimmen: «Die Politik hat dem Wirtschafts- und Tourismusstandort Sorge zu tragen und darf die Anliegen der KMU und der Stadtnutzer nicht aus den Augen verlieren», so Ebnetter. Lobend hob er die Bemühungen hervor, die Willkommenskultur während der Art Basel auf breiter Ebene zu steigern.

Eine Talkrunde unter der Leitung von Susanne Hueber diskutierte über die Gäste der Zukunft. Letizia Elia von Basel Tourismus und Raphael Wyniger von der Wyniger-Gruppe waren sich einig, dass die Nachhaltigkeit für die Konsumenten weiter an Bedeutung gewinnt. Maurus Ebnetter gab der Hoffnung Ausdruck, dass entsprechende Ziele «ideologiefrei, ohne planwirtschaftliche Instrumente und mit massvoller staatlicher Intervention erreicht werden».

Auch Megatrends wie die Digitalisierung oder die Gesundheit spielen eine grosse Rolle. In der Branche sei eine starke Systematisierung, Spezialisierung und Automatisierung festzustellen.

Wo nicht Zeitersparnis das zentrale Motiv der Gäste sei, würden Werte wie Gastfreundschaft, Gemütlichkeit, Qualität und Preiswürdigkeit entscheidend bleiben. Raphael Wyniger brachte ein Erfolgskriterium auf den Punkt: «Wir müssen auf unsere Gäste hören.»

Manche Trends wirken auf herkömmliche Betriebe bedrohlich. Dabei liegen in ihnen grosse Chancen.

Entlang der Dienstleistungskette zeichnet sich eine weitere Digitalisierung ab, meinte Ebnetter. Eine solche sei sinnvoll, wenn sie den Betreibern, Mitarbeitern und Gästen echten Nutzen bringe, zum Beispiel höhere Umsätze, tiefere Kosten, mehr Convenience, einen markanten Zeitgewinn oder ein grossartiges Erlebnis.

«Manche Trends wirken auf herkömmliche Betriebe bedrohlich. Dabei liegen in ihnen grosse Chancen. Es bedingt allerdings Offenheit und Beweglichkeit, um diese zu nutzen», lautete eine der Schlussfolgerungen. Essen und Trinken seien nur die Kernleistung. Zu stimmigen Konzepten gehörten Service, Unterhaltung und Design.

«Gastronomen müssen sich entscheiden, ob sie ein echtes Ausgeherlebnis oder reine

Zweckverpflegung anbieten», hiess es auf dem Podium. Wer Erfolg haben wolle, brauche ein klares Konzept, einen geeigneten Standort und eine unternehmerische Mission. Demgegenüber sei der Misserfolg vorprogrammiert, wenn die Zeit, das Wissen, das Gespür oder die Leidenschaft fehlen.

Das GastroPodium wurde angereichert durch eine Comedy-Einlage von Marcel Dogor, Musik von Bluesax und Köstlichkeiten aus der Mägd-Küche. GastroSuisse-Präsident Casimir Platzer überbrachte die Grüsse des Dachverbands. Dem Anlass wohnten auch Regierungsrätin Esther Keller, die Nationalräte von Falkenstein, Christ und Atici sowie Grossrätinnen und Grossräte aus allen sieben Fraktionen, Chefbesamte und zahlreiche Vertreter befreundeter Organisationen bei.

GV des Wirtverbandes

Im Vorfeld der Veranstaltung «GastroPodium» führte der Wirtverband Basel-Stadt seine 142. ordentliche Generalversammlung durch. Die statutarischen Geschäfte gingen rasch über die Bühne. Kassier Ruedi Spillmann wurde für eine weitere Amtsperiode bestätigt. Edi Stücheli und Bruno Müller wurden für 50 Jahre Mitgliedschaft geehrt.



Raphael Wyniger, Letizia Elia und Maurus Ebnetter mit der Moderatorin Susanne Hueber.



Das Branchen-Meeting in der Mägd verzeichnete 150 Besucherinnen und Besucher.

GV und GastroPodium



■ Moderatorin Susanne Hueber (Mitte) mit den Hauptakteuren des Anlasses.



■ Dem «GastroPodium» im Saal der Mägd wohnten 150 Mitglieder und Gäste bei.



■ Frohsinn und Gemütlichkeit beim Flying Dinner im Restaurant zur Mägd in Basel.



■ Ehrenpräsident Josef Schüpfer ergriff das Wort. Er kritisiert die IWB und die Energiepolitik.



■ Regierungsrätin Esther Keller mit Maurus Ebnetter und Gewerbepräsident Hansjörg Wilde.



■ Der Saal des Restaurants zur Mägd an der St. Johannis-Vorstadt war voll besetzt.



■ Casimir Platzer, Präsident von GastroSuisse, spricht zum Publikum.



■ Maurus Ebnetter ehrt Bruno Müller für 60 Jahre Mitgliedschaft.



■ Der Vorstand und die Geschäftsleitung des Wirtverbandes «on stage».



■ Walter Braun (ehemals Gifhüttli), Andreas Cavegn (Restaurant Tell) und Jürg Erzer (ehemals Linde).



■ Leitthema des Anlasses: «Wie das Basler Gastgewerbe erfolgreich bleibt».



■ Grosses Publikumsinteresse: Auf dem Podium wurde über den «Gast 2030» diskutiert.

Dienstag, 9. Mai 2023 im Restaurant zur Mägd



Raphael Wyniger von der Wyniger-Gruppe, Tourismusdirektorin Letizia Elia, Maurus Ebnetzer und Susanne Hueber.



Dr. Jascha Schneider-Marfels, Geschäftsführer des Wirtverbandes Basel-Stadt, erläutert den Mitgliedern den Jahresbericht.



Susanne Hueber im Gespräch mit Tourismusdirektorin Letizia Elia.



Marcel Dogor alias Anneliese Roggenmoser brachte das Publikum zum Lachen.



Maurus Ebnetzer mit Ehrenmitglied Edi Stücheli, der 1971 in den Wirtverband eingetreten ist.



Björn Wertli, Direktor von GastroSocial, im Gespräch mit Ruedi Spillmann, Kassier des Wirtverbandes.



SP-Nationalrat Mustafa Atici mit dem ehemaligen Bahnhofbuffetier Hans Berchtold.



Für Speis und Trank war gesorgt: Köstlichkeiten aus der Mägd-Küche von Adriano Giordano.



Unaufdringlich, aber stimmungsvoll: Ralph Zöbeli alias «Blue Sax» sorgte für die Begleitmusik.



Anna Leibundgut (Restaurant Rubino) und Hans-Peter Fontana. Vorne: SP-Grossrat Thomas Gander.



Angeregte Gespräche, hervorragende Bewirtung: Apéro-Stimmung in der Mägd.



Stephan Keller (Groupe Oniro), Gastro-Berater Lukas von Bidder und Pascal Steiner (Search Group).

Gastro Express

Der führende Online-Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe.



IMMOBILIEN



MARKTPLATZ



JOBS

www.gastro-express.ch

Heute reichst
du den Kaffee.
Morgen dir keiner
das Wasser.

Dein Diplom der HFZ bringt dich
schneller ans Karriereziel.

Neu auch
berufs-
begleitend!
www.hfz.swiss



Informiere
dich hier:
www.hfz.swiss

HOTELFACHSCHULE ZÜRICH



natura

bio
Aus einer
Hand



Das Bio-Sortiment zum Profipreis

transgourmet.ch/natura



Verschenken Sie Genuss!

Geschenkkarte für Basler Restaurants

- über 500 Akzeptanzstellen in Basel-Stadt
- mit beliebigem Betrag aufladbar
- Saldoabfrage jederzeit online oder per SMS
- kostenloser Versand innert 3 Tagen



www.lunch-check.ch/webshop