



Dezember 2024 • Ausgabe 115

baizer.ch

Gastronomie • Hotellerie • Tourismus

Unsere Themen

Igheo schaut nach vorn	2
Big Player «Gastwelt»	3
GastroSuisse setzt auf Gastro-Express.ch	4
Perle aus dem Archiv: Die Alte Bayerische	5
Frische Hausmannskost in der Ricola-Kantine	6
Der digitale Treuhänder	8
HGF: Starker Auftritt des Gastgewerbes	10
Paris zieht Reisende und Investoren an	12
Liverpool boomt	14
Women's Euro 2025: Ein grosses Fussballfest	16

Messe Basel verleiht der Wirtschaft Flügel

Messen geben substanzielle Impulse durch die Umsätze, welche durch die Messebetreiber, Aussteller und Besucher ausgelöst werden. Jeder Franken, den die MCH Group AG in Basel erwirtschaftet, löst im Kanton nochmals 4.50 Franken Wertschöpfung in anderen Branchen aus. Insgesamt generierten die Messen, Kongresse und Veranstaltungen am Standort im Jahr 2023 eine Wertschöpfung von 330 Millionen Franken. Das zeigt eine Studie von BAK Economics.

Die MCH Group AG bietet eine breite Palette von Live-Marketing-Formaten an. Darüber hinaus agiert das Unternehmen als Anbieter von

ten gehen Impulse aus, von welchen der Handel und das Gewerbe profitieren.

Die Messeaktivitäten haben einen vielschichtigen Einfluss auf die regionale Wirtschaft.

Event-Infrastrukturen. Im Jahr 2023 erwirtschaftete die MCH am Standort Basel eine Wertschöpfung von rund 50 Millionen Franken und unterhielt dabei 368 vollzeitäquivalente Stellen.

Der grösste Nutzen stammt von den Ausgaben der Besucher für Übernachtung, Gastronomie, Verpflegung, Shopping und Verkehr. Zudem kommt es durch die Ausgaben der Aussteller für Standbau, Logistik, Versicherung, Catering und Unterkunft der Crew zu nennenswerten Aufträgen für Zulieferer und Dienstleister. 2023 durch die genannten Wirkungskanäle Umsätze in Höhe von 383 Millionen Franken ausgelöst.

Der Einfluss der Messeaktivitäten auf die regionale Wirtschaft ist vielschichtig. Die MCH wirkt hier als Impulsgeber, z.B. durch ihre Aufträge an Energieversorger, Reinigungs- und Sicherheitsfirmen, Marketing-, Beratungs- oder Baufirmen. Auch von den Konsumausgaben der Angestell-

213 Millionen Franken, also zwei Drittel der Umsätze, fallen im Kanton Basel-Stadt an. Dies führt bei den Auftragnehmern zu einer Wertschöpfung von 115 Millionen Franken. Entlang der vorgelagerten Produktionsschritte entstehen nochmals zusätzliche 36 Millionen Franken Wertschöpfung bei Basler Firmen. *weiter auf Seite 2*

Impressum

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

Herausgeber

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

Redaktion

Maurus Ebnetter
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

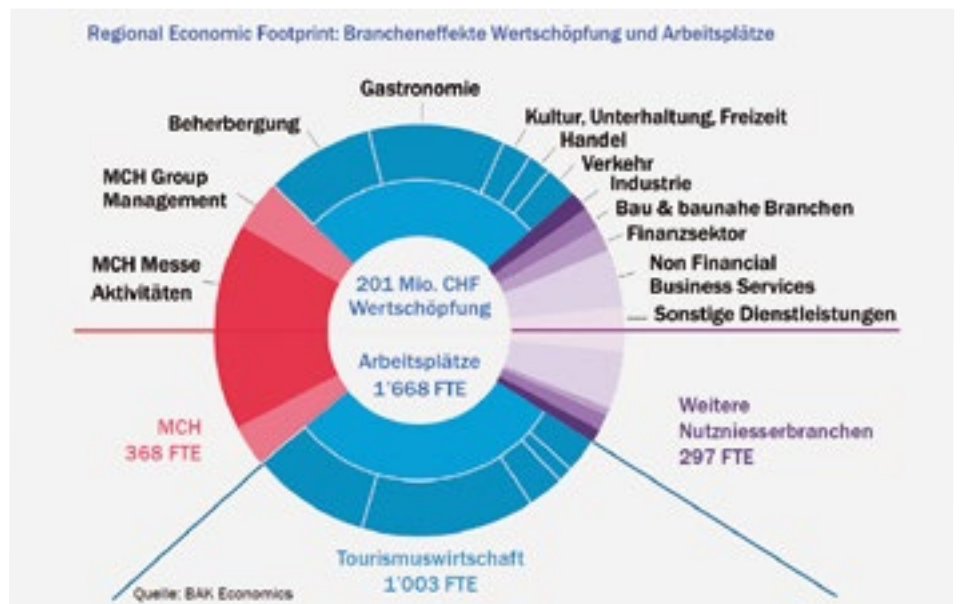


Basel ist die wichtigste Messe- und Kongressstadt der Schweiz.

Insgesamt löst die MCH im Kanton Basel-Stadt direkt und indirekt eine Bruttowertschöpfung von 201 Millionen Franken aus, verbunden mit 1300 Arbeitsplätzen und 110 Millionen Franken Gehältern. In der gesamten Schweiz beträgt der Effekt der MCH-Aktivitäten in Basel 330 Millionen Franken.

Innerhalb der Basler Wirtschaft profitiert am stärksten die Tourismuswirtschaft: Mit einer Wertschöpfung von insgesamt 105 Millionen Franken landet mehr als die Hälfte des Gesamteffekts in den Branchen Beherbergung, Gastronomie, Kultur, Unterhaltung und Freizeit, Detailhandel und Verkehr.

Befragungen bei Kongressteilnehmern belegen, dass der Messebesuch auch eine positive Imagewirkung für den Standort entfaltet. Mehr als die Hälfte der Befragten würde gerne den Aufenthalt verlängern oder als Tourist zurückkehren.



Igeho schaut nach vorn

Die nächste Igeho findet vom 15. bis 19. November 2025 in der Messe Basel statt. Gemeinsam mit Fachbesuchern aus Gastronomie, Hotellerie, Take-Away und Care feiert die Branchenplattform ihr 60-jähriges Bestehen und legt den Fokus auf die Zukunft des Hospitality-Sektors.

Bei einem Jubiläum darf eine Rückschau auf die vergangenen Jahre nicht fehlen. Doch noch wichtiger als ein Blick in die Vergangenheit ist die Gestaltung der kommenden Jahre. Für eine Plattform mit 60-jähriger Tradition ist es von grösster Bedeutung, sich mit der Zukunft der Branche zu beschäftigen.

Das Weinfestival Basel 2025 wird erstmals zeitgleich mit der Igeho stattfinden.

Der «Igeho Rising Star» zur Förderung von Start-ups wird sich den Innovationen der Food-Tech-Industrie widmen. Zudem wird eine Sonderschau «Food Tech» stattfinden, in der sich Unternehmen präsentieren, die das Potenzial haben, die Teller der Zukunft zu beeinflussen. In der «Kocharena» werden sich junge Talente und gestandene Kochstars auf der grossen Bühne präsentieren.

Wie sehen die Bedürfnisse von Hotelgästen in Zukunft aus? Das Team der Igeho wird Erkenntnisse weiterentwickeln und die Resultate präsentieren. Des Weiteren lanciert die Igeho am letzten Messetag den «Young Professionals Day», der sich an den Branchennachwuchs richtet.

Das Weinfestival Basel 2025 wird erstmals zeitgleich mit der Igeho stattfinden, somit kann sich der Hospitality-Branchentreffpunkt über einen grossen Ausstellerzuwachs freuen. Das Weinfestival wird in einer eigenen Halle stattfinden, in der Besucher rund 3000 verschiedene Weine aus aller Welt verkosten können.

In der Sonderschau «Barbesuch» werden Spirituosen und Drinks im Vordergrund stehen sowie alles, was es für eine lebendige Barkul-

tur braucht, im Vordergrund. Mit dem Award «Swiss Spirits Review», dem Verein Basel Bartender, dem Drinks Magazin und der Spirituosenakademie konnte die Messeleitung bereits namhafte Partner für die Sonderschau gewinnen.

Die Lefa, der 2023 lancierte Branchentreffpunkt für das lebensmittelverarbeitende Gewerbe, wird vollständig in die Igeho 2025 integriert und richtet sich mit seinem Angebot an

Fachkräfte aus Metzgereien, Bäckereien und Käseereien.

2023 lancierte Formate wie die «Cheminée Chats» für Podiumsgespräche und Podcast-Aufnahmen sowie das Atelier für Masterclasses, Round Tables, Präsentationen oder geführte Rundgänge wurden für die Igeho 2025 weiterentwickelt. Die Vorfreude ist gross!

igeho.ch



Die nächste Igeho findet vom 15. bis 19. November 2025 in der Messe Basel statt.

Big Player «Gastwelt»

Die Denkfabrik «Zukunft der Gastwelt» (DZG) hat zusammen mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation die Wertschöpfungszahlen für den Dienstleistungssektor Gastwelt aktualisiert. 2023 steuerten die 250'000 Gastwelt-Unternehmen 453 Milliarden Euro zum Bruttoinlandsprodukt in Deutschland bei.

«Die Gastwelt ist der zweitgrösste private Arbeitgeber des Landes und faktisch in jeder der 11'000 Gemeinden in Deutschland präsent. Wir sind damit nicht nur wirtschaftlich ein Big Player, sondern durch die Flächenpräsenz auch für ein gutes gesellschaftliches Miteinander unverzichtbar», so DZG-Präsident Gerhard Bruder.

Ausgangspunkt der Berechnungen ist eine vom Fraunhofer-Institut 2022 veröffentlichte Grundlagenstudie, in der die Branchen Tourismus, Travel, Hospitality, Foodservice und Freizeitwirtschaft zu einem vernetzten Ökosystem (inklusive Zulieferer) zusammenfasst werden. Dies führt zu einem neuen Verständnis von Gastlichkeit als branchenübergreifende Dienstleistung.

Gastlichkeit findet auf dem Weg zur Arbeit beim Bäcker oder im Coffeeshop statt, aber auch bei Events und Messen, in der Kantine

Die Gastwelt ist ohne Zweifel das Herz unserer Gesellschaft.

zum Mittagessen, in Freizeitparks, bei der Schul- und Krankenhausverpflegung, im Reisebüro oder eben in Hotels, Gastronomie- und Unterhaltungsbetrieben.

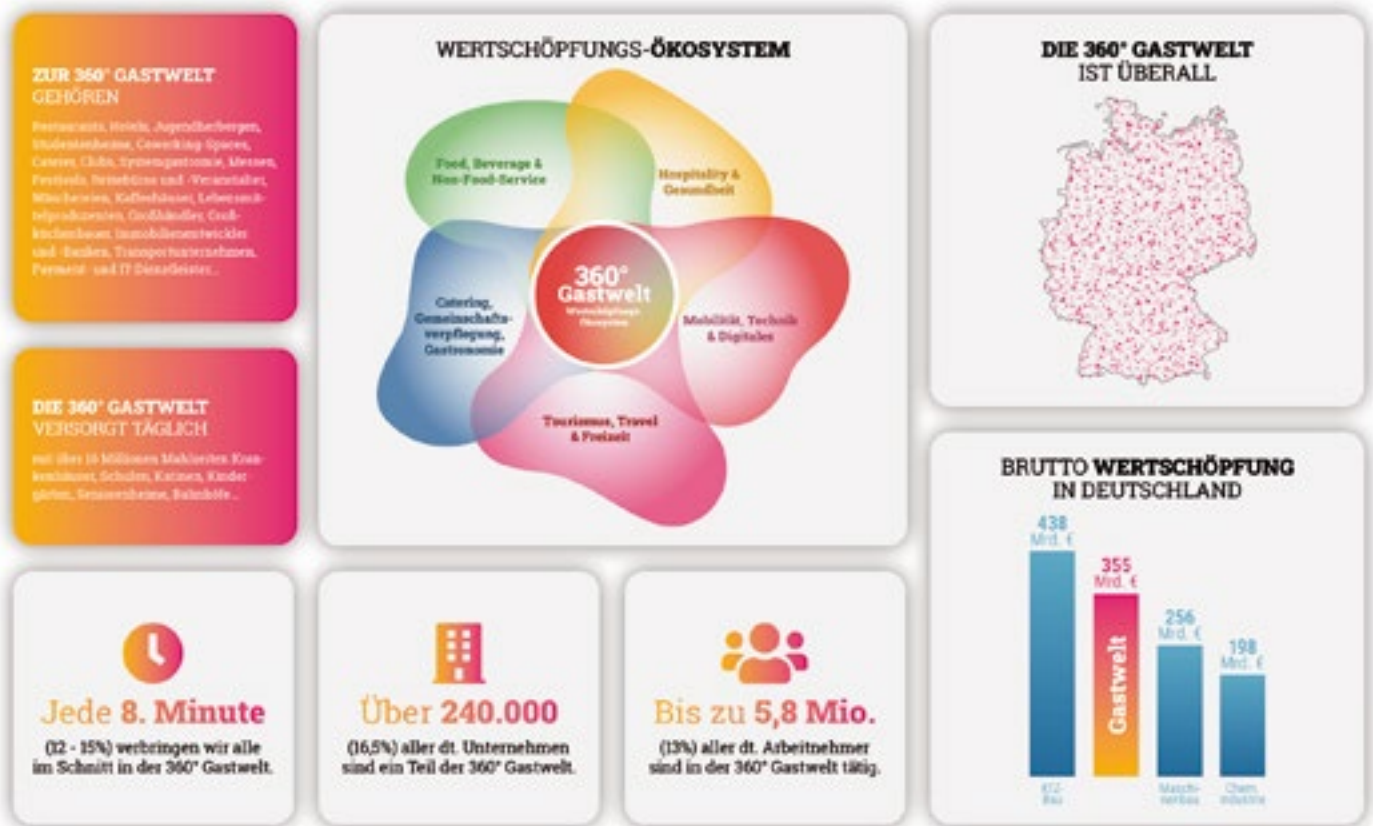
Laut Studie verbringt jeder Mensch in Deutschland durchschnittlich 12 bis 15 Prozent seiner Lebenszeit in der Gastwelt. «Die Arbeit unseres Sektors ist also kein 'nice to have', sondern

ein zentraler Eckpfeiler unseres ökonomischen Wohlstands und des sozialen Miteinanders. Die Gastwelt ist damit ohne Zweifel das Herz unserer Gesellschaft», betont Gerhard Bruder.

Neben den kumulierten Beschäftigungszahlen von 6.185 Millionen (davon 2.99 Millionen indirekt Beschäftigte) sowie einem BIP-Anteil von 453.1 Milliarden Euro wurden 2023 Investitionen von 36.3 Milliarden Euro durch Gastwelt-Unternehmen getätigt. 82 Prozent des Gastwelt-Anteils am Bruttoinlandsprodukt geht auf private Ausgaben zurück, während 18 Prozent auf den Geschäftsreisebereich entfallen.

zukunft-gastwelt.de

WIRTSCHAFTSFAKTOR 360° GASTWELT



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

GastroSuisse setzt auf die Jobbörse Gastro-Express.ch

Der nationale Branchenverband GastroSuisse ist neuerdings offizieller Partner von Gastro-Express.ch. Das stärkt die Position von Gastro-Express als führender Online-Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe.

Unter der Marke «Gastro-Express» betreibt die Gastro-Express.ch AG, eine Tochterfirma des Wirtverbandes Basel-Stadt, einen Online-Marktplatz mit offenen Stellen, gastgewerblichen Liegenschaften und Occasionsgeräten. Das Portal besteht seit 2005 und hat in der Branche eine hohe Bekanntheit.

Eine Stellenanzeige kostet 68 Franken, ein 50er-Abo gibt es für 390 Franken und für 690 Franken pro Jahr kann man unbeschränkt inserieren. Stellengesuche von Mitarbeitern sind kostenlos. Immobilienangebote kosten 35 Franken, entsprechende Abos gibt es ab 190 Franken. Anzeigen auf dem Marktplatz für Occasionen und Sonderangebote sind gratis.

Gastro-Express.ch verzeichnet pro Tag knapp 5000 Besuche und wird durch die Zusammenarbeit mit GastroSuisse weiter gestärkt, nicht zuletzt in der Westschweiz, für die neu eine französischsprachige Version geschaffen wurde.

gastro-express.ch

The screenshot shows the Gastro-Express website interface. At the top, it features the logo 'Gastro Express' with the tagline 'Der führende Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe' and the 'GASTROSUISSE' logo. Below the header, there are three main sections: 'JOBS', 'IMMOBILIEN', and 'MARKTPLATZ'. Each section displays statistics and a brief description of the services offered. The 'JOBS' section highlights '560 Offene Stellen' and '83 Stellengesuche'. The 'IMMOBILIEN' section shows '174 Verkäufe/Vermietungen' and '13 Kauf-/Mietgesuche'. The 'MARKTPLATZ' section lists '856 Verkaufsangebote' and '2 Kaufgesuche'. At the bottom, there is a footer with contact information and a logo for 'Journal'.

Wir erleichtern Ihren Alltag.



Gastroconsult - die führenden Spezialisten für Treuhand und Beratung in der Gastronomie und Hotellerie.

Gastroconsult AG
Solothurnerstrasse 259
4600 Olten
Telefon 062 296 77 30
www.gastroconsult.ch

Gastroconsult 

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.

Die Alte Bayerische

Die «Alte Bayerische Bierhalle» bestand aus zwei ursprünglich getrennten Liegenschaften in Winkelform. Durch ein grosses Eckhaus getrennt, besass sie voneinander unabhängige Fronten am Steinenberg und an der Steinenvorstadt, die beide vom Barfüsserplatz aus sichtbar waren. Der Kunstmaler Alfred Heinrich Pellegrini gab den beiden Häusern 1934 durch Fassadenmalereien einen einheitlichen Ausdruck.



■ Die «Alte Bayerische» an der Steinenvorstadt 1a wurde als nicht denkmalwürdig eingestuft und musste einem Neubau weichen, der heute das Restaurant «Hans im Glück» beheimatet.



■ Der gefeierte Komponist, Dirigent und Organist Max Reger soll hier nach seinen Konzerten im Stadtcasino jeweils gleich zwei Berner Platten bestellt haben: Gasträum am Steinenberg um 1907.



■ Unweit der Musentempel: Eine andere Ansicht des legendären Gastbetriebs am Steinenberg 23, etwa um 1917.



■ Das Bierlokal an der Steinenvorstadt war ein beliebter Treffpunkt breiter Bevölkerungsschichten.



■ Stets laut und belebt: Die Bierhalle an der Steinenvorstadt um 1917.



■ Ein bisschen wie in Montparnasse: Die «Bayrische» lag in der Nähe von Kunsthal-
le, Theater und Kasino, weshalb dort viele Musiker und Künstler verkehrten. Das
war ein Grund für die Motive der Wandmalereien.

FrISCHE Hausmannskost in der Ricola-Kantine

FrISCHE gibt's für die Ricola-Mitarbeitenden in Laufen nicht nur mit den Kräutertzältli, sondern auch im Mittagsmenü, denn in der Kantine «Fabriggli» wird frisch gekocht!

Selbst Saucenfonds und Bouillons werden von Grund auf angesetzt, dafür sorgen Küchenchef Marco Stress und sein Team. Selten kommt ein Fertigprodukt wie Pommes Frites oder ein Pastetli zum Einsatz. Diese werden im Wochenmenü gekennzeichnet als Differenzierung zu all den hausgemachten Gerichten.

Im Juni konnte das Firmenrestaurant mit dem Label Fait Maison zertifiziert werden – als erste Adresse der Gemeinschaftsgastronomie in der Deutschschweiz. Der Betrieb ist nicht öffentlich zugänglich. Wir haben bei Küchenchef Marco Stress nachgehakt.

Was bringt Ihnen das Label Fait Maison als Firmenrestaurant?

Das Label sorgt für noch mehr Transparenz und zeigt unseren Gästen genau, was auf ihrem

Teller liegt. Ich erzähle leidenschaftlich gerne die Geschichten hinter den verschiedenen Zutaten eines Gerichts. Dafür recherchiere ich beim Produzenten oder hole die Zutaten am besten direkt persönlich ab.

Dieser zusätzliche Aufwand wird durch das Label besonders hervorgehoben und stellt eine wunderbare Wertschätzung für unsere tägliche Arbeit dar.

Bedingte die Einführung des Labels eine Umstellung für Sie?

Nein, überhaupt nicht. Meine Philosophie deckt sich vollkommen mit den Anforderungen des Labels. Es ist ein Teil meines Berufsstolzes, dass die Gerichte und Speisen die Handschrift von mir und meinem Team tragen und dadurch einzigartig sind. Dies kann ich nur erreichen,

indem ich die Speisen von Grund auf selbst zubereite. «08-15» gibt es genug, darum kreierte ich mit Leidenschaft «08-17»!

Welche Reaktionen haben Sie intern erhalten?

Wir haben wunderbare Glückwünsche erhalten. Unsere Gäste freuen sich mit uns und sehen die Auszeichnung als eine besondere Wertschätzung an.

Für mich ist es von grosser Bedeutung, unseren Gästen etwas Gutes zu tun. Wenn sie ein schlechtes Meeting hatten oder einen unglücklichen Morgen, soll unser Essen ihnen helfen, das für einen Moment zu vergessen und ein Lächeln auf ihr Gesicht zu zaubern. Die Zertifizierung unterstreicht diesen Anspruch noch zusätzlich.



Marco Stress, Küchenchef in der Ricola-Kantine: «Es ist ein Teil meines Berufsstolzes, dass die Gerichte die Handschrift von mir und meinem Team tragen.»

Zertifizierte Betriebe

Basel

Besenstiel | besenstiel.ch
Beyeler im Park | fondationbeyeler.ch
Hasenburg | hasenburg.swiss
Kozak Buvette | altemarkthalle.ch
Matt & Elly | matt-elly.com
Murano | murano.ch
Roba Buona | robabuona.ch
Yoyovegi | yoyovegi.ch
Zum Tell | zumtellbasel.ch

Innert 30 Fahrminuten

Bisskid Catering, Münchenstein | bisskid.com
Frohsinn, Nunningen | henz-frohsinn.ch
Kantine Fabriggli, Laufen | nicht öffentlich
Lamm, Laufen | lamm-laufen.ch
Schlüssel, Reinach | schluessel-in-reinach.ch
Wahlievents, Arlesheim | wahlievents.ch
Métropole, Delémont | restaurant-metropole.ch

Auch in der Gemeinschaftsgastronomie

In der Westschweiz sind bereits über 150 System- und Gemeinschaftsküchen (Schulkantinen, Kinderkrippen, Alters- und Pflegeheime, Firmenrestaurants etc.) mit dem Label «Fait Maison» ausgezeichnet. Dabei muss ihr Menü aus mindestens 75% hausgemachten Angeboten bestehen. Für den Rest gilt die übliche Deklarationspflicht.

Lanciert wurde das Label «Fait Maison» 2017 von GastroSuisse, Slow Food Schweiz, der

Schweizer Genusswoche und dem Konsumentenschutzverband FRC mit dem Ziel, hausgemachte Gerichte und damit das Können der Gastronomen zu fördern, die Geschmacksvereinheitlichung zu bekämpfen, Transparenz für 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 Vorder-

grund. Über 500 Betriebe sind gesamtschweizerisch bereits zertifiziert. Interessenten finden auf labelfaitmaison.ch die zentralen Informationen inklusive Pflichtenheft und einem Online-Antragsformular.

labelfaitmaison.ch

Schub für die Steinen

Im Frühling 2024 haben sich rund um die Steinvorstadt verschiedene Akteurinnen und Akteure im Verein «Pro Steinen» zusammengeschlossen. Ihr Ziel: Sie wollen aktiv dazu beitragen, das Quartier zu einem bunten und vielfältigen Ort mit hoher Aufenthaltsqualität für die gesamte Bevölkerung, Gäste und Besucher zu entwickeln.

prosteinenbasel.ch



Pro Steinen

Zolli entwickelt sich

Der Zoo Basel stellte seine Entwicklungspläne der nächsten 25 Jahre vor. Derzeit sind der Parkplatz im Norden und die Schutzmatte im Süden die einzigen freien Flächen, die den Zoo umgeben. Bis 2049 möchte der Zolli beide Parzellen in sein Areal integrieren. Es sollen

attraktive Tieranlagen entstehen, die das Besuchererlebnis erhöhen und noch bessere Rahmenbedingungen für den Erhalt der Artenvielfalt schaffen.

zoobasel.ch



Motivierte Schnupperstifte

Im September fand im Basel Marriott Hotel am Messeplatz der «Schnuppertag» von HotellerieSuisse statt. 20 interessierte junge Menschen hatten die Gelegenheit, vier gastgewerbliche Berufe hautnah zu erleben. Sie konnten theoretische Inhalte lernen und sich in praxisnahen Aufgaben beweisen.



HotellerieSuisse Basel

Hygiene-Weiterbildung

Laut Gesetz sind Betriebsinhaber für die Hygiene-Weiterbildung ihrer Mitarbeiter verantwortlich. Bei Kontrollen sind entsprechende Bemühungen zu belegen. Auf baizer.ch finden Sie wertvolle Hilfsmittel.

Der Wirtverband Basel-Stadt hat vierzig «Hygienekarten» für die Weiterbildung im Betrieb erstellt. Jede Karte enthält auf der Vorderseite wichtige Informationen zu einem Thema (z.B. Hände waschen, Auftauen, Umgang mit Frittieröl) und auf der Rückseite Zeilen für die Unterschriften der Mitarbeitenden.

Die regelmässige Schulung «on the job» ist äusserst effektiv. Schulen Sie Ihre Mitarbeitenden und lassen Sie sie die Hygienekarten unterschreiben! So steigern Sie den Hygienestandard in Ihrem Betrieb. Und Sie können Ihre Weiterbildungs Bemühungen jederzeit belegen. baizer.ch > Verband > Downloads



Kongresse füllen Hotels

Von Januar bis Oktober 2024 wurden in den baselstädtischen Hotels 1.248 Millionen Logiernächte registriert. Das sind 3.8% mehr als im gleichen Zeitraum 2023. Zum guten Resultat haben vor allem Kongresse und der Freizeittourismus beigetragen. Die Zimmerbelegung über das Jahr lässt mit 58.5% aber noch zu wünschen übrig.

Der digitale Treuhänder: Chancen für die Gastronomie

Die Digitalisierung verändert die Spielregeln – auch in der Treuhandbranche. Begriffe wie Digitalisierung, digitale Transformation und Automatisierung sind längst keine Zukunftsvisionen mehr, sondern gelebte Realität. Doch was bedeutet das konkret für die Gastronomie?

Während es früher bei der Digitalisierung darum ging, die Buchhaltung mithilfe von entsprechenden Programmen manuell zu verarbeiten, sprechen wir heute von einer umfassenden digitalen Verarbeitung von Informationen, die weit über das einfache Erfassen hinausgeht. Unsere Vision: eine voll integrierte digitale Lösung, die den gesamten Treuhandprozess abdeckt und unseren Kunden wertvolle Zeit und Ressourcen spart.

Mit modernen Statistiktools können Auswertungen erstellt werden, die weit über Branchenkennzahlen hinausgehen.

Ein zentraler Punkt ist die Finanzbuchhaltung. In der Gastronomie ist die Buchhaltung oft aufwendig und zeitintensiv, insbesondere wenn Belege noch physisch verarbeitet werden. Stellen Sie sich vor, Ihre Lieferantenbelege gelangen direkt digital zum Treuhänder – entweder durch eigene Übermittlung oder, noch einfacher, die Lieferanten senden die Rechnungen direkt. Die Betriebe müssten die Rechnung erst sehen, wenn es um die elektronische Freigabe geht.

Ein weiterer Vorteil: Bankkonto und ERP-System können miteinander verbunden werden. Die Buchungsregeln ermöglichen es, dass wiederkehrende Bewegungen automatisch verarbeitet werden. Solche Automatisierungen reduzieren nicht nur den administrativen Aufwand, sondern minimieren auch potenzielle Fehlerquellen.

Ein weiteres relevantes Thema ist die Lohnbuchhaltung: Gastronomen haben es oft mit saisonalen Schwankungen und flexiblen Arbeitszeiten zu tun. Die Integration eines Zeiterfassungssystems in die Lohnbuchhaltung kann hier eine wertvolle Entlastung bieten.

Diese nahtlose Anbindung vereinfacht vor allem die Abrechnung für Mitarbeitende im Monatslohn und stellt sicher, dass die Gehälter korrekt und termingerecht ausgezahlt werden – ein entscheidender Faktor, der gerade in der dynamischen Gastronomiebranche nicht zu unterschätzen ist.

Stellen Sie sich vor, Ihre Lieferantenbelege gelangen direkt digital zum Treuhänder.

Neben der Lohnbuchhaltung ist auch das Kassensystem in der Gastronomie oft ein wesentlicher Bestandteil der täglichen Abläufe. Moderne Kassensysteme lassen sich problemlos in die Finanzbuchhaltung integrieren. Das bedeutet, dass Barzahlungen und Kreditkartenzahlungen nicht mehr manuell in das Buchungssystem übertragen werden müssen.

Moderne Kassensysteme lassen sich problemlos in die Finanzbuchhaltung integrieren.

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Digitalisierung ist der sichere Datenaustausch. Gerade bei sensiblen Finanz- und Personaldaten spielt die Sicherheit eine zentrale Rolle. Der Einsatz moderner Portallösungen ermöglicht es, Daten nicht nur schnell und unkompliziert, sondern auch absolut sicher zwischen Gastronomiebetrieben und Treuhändern auszutauschen. An einer solchen Lösung arbeitet Gastroconsult und plant die Einführung in naher Zukunft.

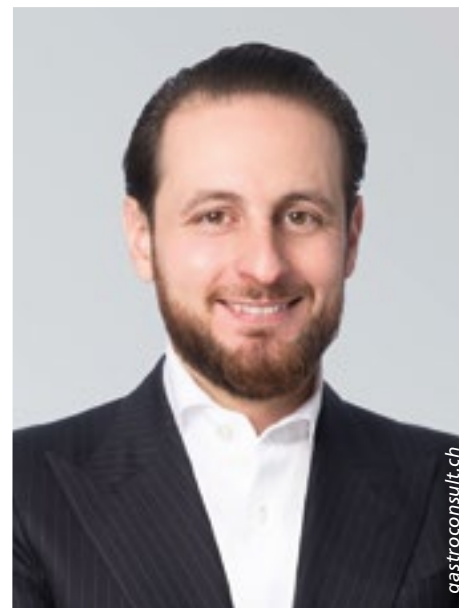
Eine der grössten Chancen der Digitalisierung liegt in der gezielten Analyse und Auswertung von Daten. Gerade in einer wettbewerbsintensiven Branche wie der Gastronomie ist es entscheidend, den Betrieb kontinuierlich zu optimieren. Mit modernen Statistiktools können kundenspezifische Auswertungen erstellt

werden, die weit über allgemeine Branchenkennzahlen hinausgehen.

Obwohl die Digitalisierung viele Arbeitsprozesse effizienter gestaltet, bleibt die Gastronomie ein «People Business». Gerade in der persönlichen Betreuung und Beratung der Kunden sieht Gastroconsult durch die Digitalisierung eine grosse Chance.

Letztlich steht im Zentrum der Digitalisierung nicht die Technik, sondern der Mensch. Die neuen Technologien geben die Möglichkeit, Gastronomen auf einem noch höheren Niveau zu unterstützen und ihnen die Werkzeuge an die Hand zu geben, die sie brauchen, um sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: ihre Gäste und den Erfolg ihres Betriebs.

gastroconsult.ch



■ Enzo Pontoriero
CEO und VR-Delegierter Gastroconsult AG



Wir brauchen den «Professional Bachelor»!

Die höhere Berufsbildung ist eine Erfolgsgeschichte: Die Schweizer Wirtschaft hat ihr fast 30'000 Top-Fachleute pro Jahr zu verdanken. Im Ausland und bei global tätigen Unternehmen wird das System aber nicht verstanden. Es braucht Titelzusätze, die den Tertiärstatus der Abschlüsse unmissverständlich signalisieren.

Die Schweiz hat ein hervorragendes und nach oben durchlässiges Berufsbildungssystem. Die Möglichkeit, sich nach der beruflichen Grundbildung weiter zu qualifizieren, sorgt dafür, dass wir von hochqualifizierten Fachleuten mit starkem Praxisbezug profitieren.

Statt immer mehr Leute auf Kosten der Steuerzahler durch die Unis zu schleusen, ist die höhere Berufsbildung zu stärken.

Leider gerät das System unter Druck, weil es in einer Welt, in der nur noch Bachelor- und Masterabschlüsse genügend Strahlkraft zu haben scheinen, nicht verstanden wird. Dabei ist beispielsweise ein eidgenössisch diplomier-

ter Küchenchef manchen Universitätsabgänger überlegen, zumal die Hochschulen mit «Mickymaus-Studiengängen» Leute heranzüchten, auf die man in der Privatwirtschaft nicht gerade wartet.

Die Kombination aus Unterricht und Berufspraxis ist auch auf der Tertiärstufe sehr wertvoll. Statt immer mehr Leute auf Kosten der Steuerzahler durch die Unis zu schleusen, ist die höhere Berufsbildung als alternativer Weg an die Spitze zu stärken. Dieser Weg ermöglicht motivierten Leuten eine Spezialisierung, vertieftes Fachwissen und Qualifikationen, die zum Ausüben verantwortungsvoller Positionen erforderlich sind.

Um die besten Berufsleute daheim und im Ausland noch wettbewerbsfähiger zu machen, wären Titel wie «Professional Bachelor» und «Professional Master» enorm wichtig. Deutschland und Österreich haben ähnliche Titelzusätze erfolgreich eingeführt und damit die höheren Berufsabschlüsse aufgewertet. Die Schweiz muss dringend nachziehen.

Darüber hinaus braucht es eine faire Finanzierung aller Bildungswege. Es kann nicht sein,

dass Berufsleute, die eine praxisnahe Karriere verfolgen, gegenüber dem rein akademischen Weg krass benachteiligt werden.



■ Maurus Ebner
Präsident Wirtverband Basel-Stadt

DAS LABEL DER KOCHENDEN RESTAURANTS
www.labelfaitmaison.ch

Starker Auftritt der HGF

Die gastgewerblichen Verbände der Nordwestschweiz hatten einen gemeinsamen Auftritt an der Basler Berufs- und Weiterbildungsmesse. Das Nachwuchsmarketing läuft auf Hochtouren und zeitigt Erfolge: Die Zahl der Lernenden steigt wieder an.

Das Basler Gastgewerbe war an der Berufs- und Weiterbildungsmesse prominent vertreten. Zum ersten Mal war in der Region der neue Stand von «Berufe Hotel Gastro» zu sehen, der die Vielfalt, Kreativität und Leidenschaft der Branche noch besser hervorhebt.

«Berufe Hotel Gastro» verbindet als schweizweite Plattform von Hoteliersuisse und GastroSuisse junge Menschen im Berufswahlalter mit den vielfältigen Karrieremöglichkeiten in der Branche. Mit Leben gefüllt wurde der Messestand von der «Hotel & Gastro formation Nordwestschweiz».

Gemäss Zahlen im Jahresbericht der HGF haben in Basel-Stadt und Basel-Land im laufenden Jahr insgesamt 199 junge Leute eine gastgewerbliche Ausbildung angefangen, davon 143 eine dreijährige EFZ-Lehre. Die Zahlen zeigen erstmals seit langem wieder nach oben, auch wenn sie noch rund einen Viertel unter den Höchstwerten liegen.

berufehotelgastro.ch



■ Gastronomen, Hoteliers und Arbeitgebervertreter kämpfen gemeinsam für mehr beruflichen Nachwuchs.



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



■ Am Messestand konnten Interessierte Gewürzmischungen herstellen und mit nach Hause nehmen.



■ Schülerinnen und Schüler wurden am Stand der Hotel & Gastro formation Nordwestschweiz kompetent beraten.



■ Das Gastgewerbe bietet interessante Ausbildungsberufe an – von der Restauration über die Küche bis zur Hauswirtschaft und Systemgastronomie.

Barbara Jenzer neue HGF-Präsidentin

An der Mitgliederversammlung der Hotel & Gastro formation Nordwestschweiz vom 17. Oktober 2024 wurde das erste Geschäftsjahr der neuen Organisation abgeschlossen.

Maurus Ebnetter, der zuvor schon 13 Jahre lang die HGF Basel-Stadt präsidiert hatte und Gründungspräsident der HGF Nordwestschweiz war, stellte sich nicht mehr zur Verfügung. Zur neuen Präsidentin wurde Barbara Jenzer vom Gasthof zum Ochsen in Arlesheim gewählt.

Der Wirtverband Basel-Stadt wird im Vorstand der HGF neu durch Alexandre Kaden von der Groupe Oniro vertreten. Die Vorstandsmitglieder Ramona Altermatt (HGU Bern-Nordwestschweiz), David Simon (Säge, Rothenfluh BL) und Emanuel Buchmann von der Confiserie Buchmann in Münchenstein wurden einstimmig für eine weitere Amtsperiode gewählt. Die Geschäftsstelle der regionalen HGF wird von GastroBaselland betreut und steht unter der Leitung von Thomas Nussbaumer.

Seit 2022 ist die gastgewerbliche Berufsbildung in beiden Basel durchgehend bikanton-

nal organisiert. GastroBaselland, die Basler Hoteliers, der Wirtverband Basel-Stadt und die Arbeitnehmerorganisation Hotel & Gastro Union Bern-Nordwestschweiz kümmern sich über den Verein «Hotel & Gastro formation Nordwestschweiz» sozialpartnerschaftlich um

die überbetrieblichen Kurse für die Lernenden, die bikantonalen Lehrabschlussfeiern sowie Aktivitäten im Bereich Lehrstellen- und Nachwuchsmarketing.

hotelgastro-basel.ch



■ Der neue Vorstand der HGF Nordwestschweiz: Ramona Altermatt, Emanuel Buchmann, Geschäftsführer Thomas Nussbaumer, David Simon, Präsidentin Barbara Jenzer und Alexandre Kaden.

Gastro Express

Der führende Online-Marktplatz für das Schweizer Gastgewerbe.



IMMOBILIEN



MARKTPLATZ



JOBS

www.gastro-express.ch

Paris zieht Investoren und Reisende gleichermaßen an

Der Tourismus in Paris hat sich schon vor der Corona-Krise als robust erwiesen. Nun knüpft die französische Hauptstadt wieder dort an. Sie lockt Reisende und Investoren gleichermaßen.

Bereits 2022 übertraf der durchschnittliche Erlös pro verfügbares Zimmer (RevPAR) das Niveau von 2019 um fast einen Fünftel.

2023 belief sich das Transaktionsvolumen für Hotels auf 1.7 Milliarden Euro.

Es waren vor allem internationale und besonders amerikanische Freizeitgäste, die in überraschend hoher Zahl zurückkehrten und hohe Zimmerpreise ermöglichten. 2023 hatte auch die Belegung fast wieder das Vorkrisen-Niveau erreicht.

Paris war schon immer eine der beliebtesten Städtedestinationen der Welt. In der Zehnjah-

resbetrachtung (2013 bis 2023) gemäss «European Hotel Valuation Index» liegt die Metropole auf Rang eins – deutlich vor London und noch deutlicher vor Zürich, Amsterdam, Rom und Genf.

Die Zimmerbelegung in Paris liegt im Jahresdurchschnitt bei gut 70 Prozent. Zwar liegt dieser Wert in London, Madrid oder Barcelona etwas höher, doch die erzielten Durchschnittspreise sind mit fast 300 Euro pro Zimmer in der französischen Hauptstadt in einer eigenen Liga. Insgesamt ergibt das den höchsten RevPAR aller europäischen Metropolen.

Die boomende Hotellerie ruft auch Investoren auf den Plan. Im Jahr 2023 stieg das Hotelangebot in Paris um 40 Häuser. Aktuell befinden

sich 26 Hotels mit fast 4000 Zimmern in oder knapp vor der Bauphase.

Im Jahr 2023 belief sich das Transaktionsvolumen für Hotels im Grossraum Paris auf 1.7 Milliarden Euro. Nicht selten kommen die Käufer

Die Zimmerbelegung in Paris liegt im Jahresdurchschnitt bei gut 70 Prozent.

aus dem Mittleren Osten. So hat allein die Dubai Holding 650 Millionen Euro für das Westin Paris bezahlt. Das Mandarin Oriental Hotel in Paris wurde für 205 Millionen Euro von einer italienischen Gruppe übernommen.



Der Tourismus in Paris trägt rund 40 Milliarden Franken zur Wirtschaftsleistung bei – Tendenz steigend.

Noch an der Spitze

In keiner Stadt der Welt trägt der Tourismus mehr zum Bruttoinlandprodukt bei als in Paris. Dies zeigen Zahlen des World Travel & Tourism Council (WTTC). Doch schon bald werden Peking und Shanghai an der französischen Hauptstadt vorbeiziehen.

2022 trug die Tourismusbranche in Paris 36 Milliarden US-Dollars an das Bruttoinlandprodukt bei. Der WTTC prognostiziert, dass diese Kennzahl innert zehn Jahren auf

49 Milliarden anwächst. Das wird allerdings nicht mehr für den Spitzenplatz reichen, weil das BIP des Tourismus in Peking im gleichen Zeitraum von 33 auf 77 Milliarden Dollars anwachsen wird. Shanghai wird Paris ebenfalls überholen und von 30 auf 71 Milliarden Dollars wachsen.

An vierter Stelle wird Orlando liegen (aktuell auf Rang 3). Das BIP des Tourismussektors beträgt dort 31 Milliarden, in zehn Jahren dann 45 Milliarden Dollars. Las Vegas wird

den fünften Platz halten und den BIP-Beitrag des Tourismus von 23 auf 36 Milliarden Dollars steigern. In Orlando beträgt der Anteil des Tourismus an der gesamten Wirtschaftsleistung 20.4 Prozent und in Las Vegas sind es 16.5%, während es in Paris lediglich 3.5% waren. Zu den Aufsteigern in den nächsten 10 Jahren werden auch Destinationen wie Hong Kong, Macao, Singapur, Bangkok und Tokyo gehören.

Hotel der Superlative

Im Juli ging das «H4 Wyndham Paris Pleyel Resort» an den Start. Auf 40 Etagen gibt es 697 Gästezimmer und zahlreiche gastronomische Einrichtungen. Zugleich erhält die Region ein weiteres Kongresszentrum. Das Haus beschäftigt 250 Mitarbeitende.

Die oberen Zimmerkategorien ermöglichen den Zugang zur Executive Lounge auf der 26. Etage. Von dort gibt es einen Blick auf die Stadt samt Wahrzeichen wie dem Eiffelturm.

Auf einer Fläche von 10'000 Quadratmetern befinden sich 16 Tagungsräume.

Eine noch spektakuläre Sicht hat man von der 38. Etage, auf der sich der höchste Pool Frankreichs, ein Fitnessbereich und eine Sky-Bar befinden.

Der 140 Meter hohe Pleyel-Turm ist nach einer Klaviermanufaktur benannt, die auf dem Gelände angesiedelt war. Zuletzt wurde das Haus als Bürogebäude genutzt. Der Umbau dauerte drei Jahre. Für die Innenarchitektur zeichnet die Agentur Axel Schoenert aus Paris verantwortlich.

Im Erdgeschoss serviert das Restaurant «Le Pleyel» modern interpretierte Gerichte aus

verschiedenen französischen Landesgegenden. Im Restaurant «Le Marché Pleyel» finden 380 Personen Platz. Zudem gibt es ein Frühstücksrestaurant.

Das Hotel bietet eines der grössten Kongresszentren in der Region Paris. Auf einer Fläche

von 10'000 Quadratmetern befinden sich 16 Tagungsräume mit einer Kapazität von gesamthaft 2600 Personen. Der 1180 Quadratmeter grosse Plenarsaal weist eine Deckenhöhe von acht Metern auf.



■ Auf einer Fläche von 10'000 Quadratmetern befinden sich 16 Tagungsräume.

Wie nachhaltig darf es sein?

Manchmal werde ich gefragt, wie nachhaltig unsere Branche sei. Wenn wir Nachhaltigkeit umfassend verstehen, und das halte ich für zwingend, sind wir gut unterwegs. Doch die Politik läuft Gefahr, das Augenmass zu verlieren.

Was das Soziale angeht, braucht sich das Gastgewerbe nicht zu verstecken, spielen wir doch für das gesellschaftliche und kulturelle Leben eine wichtige Rolle. Hotels, Restaurants, Cafés und Bars sind zudem regelrechte Ausbildungs- und Integrationsmaschinen. Von den vorläufig Aufgenommenen, die arbeiten, tut dies ein Drittel in unserem Wirtschaftszweig!

Von den vorläufig Aufgenommenen, die arbeiten, tut dies ein Drittel in unserem Wirtschaftszweig.

Bei der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit gibt es markante Unterschiede zwischen den Unternehmen. Die Fluktuation in der Branche ist hoch, doch gibt es auch viele Betreiber, die ihre Produktivität im Griff haben und während langer Zeit erfolgreich am Markt sind.

Und ökologisch? Gute Unternehmer gingen mit ihren Ressourcen schon immer haushälterisch um. Wir sind uns bewusst, dass eine saubere Umgebung und eine intakte Natur wichtige Grundlagen unseres Geschäfts sind. Wir

achten nur schon aus Eigeninteresse auf die Umwelt. Unsere Gäste fordern dies auch ein.

Ohne fossile und nukleare Energie wird es nicht gehen, wenn wir wettbewerbsfähig bleiben wollen.

Themen wie die regionale Wertschöpfung, der Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung, die Verbesserung der Energieeffizienz oder umweltgerechte Verpackungslösungen sind relevant. Wir tun mit, wenn es darum geht, den CO₂-Verbrauch zu verringern, obwohl es da und dort einen Investitionsstau gibt. Wir müssen uns allerdings zunehmend fragen, ob der Aufwand noch in einem gesunden Verhältnis zum Nutzen steht.

Dabei ist eine Reduktion der fossilen Energieträger nur schon aus geopolitischen Gründen sinnvoll. Bei der Klimadiskussion bleibt jedoch der gesunde Menschenverstand oft auf der Strecke. Auf lokaler und nationaler Ebene können wir kaum Einfluss auf das Weltklima nehmen. Das Netto-Null-Ziel in kürzester Zeit überfordert viele Unternehmen, Menschen und letztlich den Staat.

In anderen Erdteilen sind sie froh, noch länger auf günstiges Öl zählen zu können, während wir hier meinen, alles elektrifizieren zu müssen. Es ist ein Irrglauben, elektrische Heizungen und Elektrofahrzeuge seien immissionsfrei. In Tat und Wahrheit fliesst in ganz Europa aus physikalischen Gründen der gleiche Strommix, und der beinhaltet noch immer fast 40% fossile Energien, obwohl schon enorme Summen für staatliche Subventionen und Anreize ausgegeben wurden.

Es steht nicht gut um die energiepolitische Unabhängigkeit der Schweiz. Ohne fossile und nukleare Energie wird es noch längere Zeit nicht gehen, wenn wir wettbewerbsfähig bleiben wollen. Doch viele haben die Klima-Ideologie schon zu sehr verinnerlicht, um solche Zusammenhänge zu erkennen. Oder sie erkennen sie, nehmen die Schwierigkeiten in ihrem Moraltaumel aber in Kauf, weil sie von einem radikal anderen Wirtschaftsmodell und einer neuen Gesellschaftsordnung träumen.

Maurus Ebnetter

Comeback der alten Handelsstadt

Es ist noch nicht lange her, da galt Liverpool als verstecktes Juwel. Heute ist die Stadt im Nordwesten Englands ein florierendes Tourismus- und Geschäftszentrum.

Vom 18. bis zum frühen 20. Jahrhundert war Liverpool eine wichtige Hafen- und Handelsstadt, verlor danach aber an Bedeutung. Die Renaissance begann 2008, als die Metropole bei der Mündung des Mersey Rivers in die Irische See «Kulturhauptstadt Europas» wurde.

Liverpool durchläuft eine Phase der Erneuerung und des touristischen Wachstums.

Seither durchläuft die Destination eine Phase der Erneuerung und des touristischen Wachstums. Liverpool gehört zu den fünf britischen Städten mit dem höchsten Anteil an internationalen Gästen. Die Stadt ist Durchführungsort für hochkarätige Veranstaltungen und Konferenzen. Sie setzt geschickt auf ihr Erbe und ihre Geschichte, um sich von der besten Seite zu zeigen.

Liverpool ist eine «Unesco City of Music» und hat unzählige bekannte Künstler hervorgebracht, darunter Frankie Goes to Hollywood und natürlich die Beatles. Dem Thema Musik ist auch die permanente Ausstellung «British Music Experience» gewidmet.

Bei einem Besuch des Heimstadions des FC Liverpool an der Anfield Road schlagen Fussballherzen höher. Wer hoch hinaus will, kann von der Aussichtsplattform des Royal Liver Building einen atemberaubenden Rundblick geniessen.

In Liverpool gibt es mehr Kunstgalerien und Museen als in jeder anderen Stadt Grossbritanniens ausser London. Ob ein köstlicher Brunch im Georgian Quarter, ein Abendessen im Baltic Triangle oder Shopping im «Liverpool One»: Die Stadt hat für jeden etwas zu bieten.



Der Cavern Club, wo die Karriere der Beatles ihren Anfang nahm, befindet sich nicht mehr am Original-Standort.



Das Royal Liver Building in Liverpool, fotografiert von einer benachbarten Rooftop-Terrasse.

Liverpool boomt

Der Tourismus in der Region Liverpool generierte 2023 erstmals Einnahmen von mehr als 6 Milliarden. Mehr als 60 Millionen Menschen besuchten die Region, wobei mehr als 6 Millionen mindestens eine Nacht blieben. Das zeigt eine Studie, die von der «Liverpool Visitor Enterprise Partnership» in Auftrag gegeben wurde.

Die touristischen Umsätze in der «Liverpool City Region» beliefen sich 2023 auf 6.25 Milliarden Pfund, was etwa sieben Milliarden Franken entspricht. Gegenüber dem Vorjahr betrug der Zuwachs 21 Prozent.

Die Besucherzahlen stiegen um 4.4 Millionen auf 60.3 Millionen. Davon waren sechs Milli-

onen Übernachtungsgäste (in allen Beherbergungsformen). Die Zahl der Tagesbesucher belief sich auf 54.3 Millionen. Der Tourismus sorgt für 58'000 Arbeitsplätze, was gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs von 13 Prozent darstellt.

Der Tourismus in Liverpool sorgt für 58'000 Arbeitsplätze.

In Liverpool gibt es 7500 Hotelzimmer, wovon etwa die Hälfte seit dem Kulturhauptstadt-Jahr 2008 geschaffen wurde. Die Auslastung stieg 2023 um 2.2 Prozentpunkte auf 76.5%. Der durchschnittliche Zimmerpreis (ADR) erhöhte sich um 7%. Für 2024 werden

erstmal seit 2018 wieder mehr als zwei Millionen Roomnights erwartet, was knapp drei Millionen Logiernächten entsprechen dürfte.

Liverpool folgt zudem einem nationalen Trend. Die Zahl der Besucher, die in Unterkünften ohne Service übernachten, stieg um 4.4%. Gemäss VisitBritain ist Liverpool die Stadt mit der dritthöchsten Anzahl an Übernachtungen im Rahmen von Kurzzeitvermietungen.

visitoliverpool.com

So profitierte Liverpool vom ESC

Eine Studie im Auftrag der Behörden und verschiedener Organisationen in der Region Liverpool untersuchte die Auswirkungen des «Eurovision Song Contest» 2023 auf die Wirtschaft.

Im Rahmen der Studie wurden mehr als 3500 Personen befragt, um mehr über das Ausgabeverhalten der Besucher und der heimischen Bevölkerung zu erfahren. Ergänzend wurden sekundäre Quellen herangezogen, z.B. Daten zum Kartenverkauf, Mobilfunkdaten und offizielle Berichte.

Der ESC hat die Destination für ein breites Spektrum von Veranstaltungen attraktiver gemacht.

Der ESC 2023 zog insgesamt 473'000 Besucher in die Innenstadt von Liverpool. Davon stammte jeder zehnte von ausserhalb Grossbritanniens. Es reisten etwa 100'000 Briten von ausserhalb der Region an. Die Befragungen zeigen, dass die Besucher den Anlass überwältigend positiv empfanden.

Fast zwei Drittel (65%) der Befragten würden Liverpool auf jeden Fall wieder besuchen. 54% der Umfrageteilnehmer haben ihre Wahrnehmung von Liverpool positiv verändert. 26% der Befragten waren zum ersten Mal in Liverpool – und 68% von ihnen wollen Liverpool wieder besuchen.

Die Besucher gaben gesamthaft 75.6 Millionen Pfund aus. In diesem Betrag sind allerdings auch Reisekosten und andere Ausgaben ausserhalb des Zielgebiets enthalten. Die Bruttoausgaben vor Ort werden auf 54.9 Millionen Pfund geschätzt.

Unter Berücksichtigung von Mitnahme- und Verdrängungseffekten beliefen sich die zusätzlichen Nettoausgaben der Besucher in Liverpool gemäss Studie auf 42.3 Millionen Pfund. Am meisten gaben die Besucher für Speisen und Getränke (35%) sowie für Unterkünfte (31%) aus.

Auf Vollzeitäquivalente hochgerechnet, wurden durch den ESC schätzungsweise 589 Stellen geschaffen. Für den gesamten Nordwesten Englands wird der Beschäftigungseffekt

auf 698 Vollzeitäquivalente beziffert. Allein in der Stadt Liverpool löste der ESC 2023 eine zusätzliche Bruttowertschöpfung von 23.5 Millionen Pfund aus.

Hinzu kommen immaterielle Vorteile durch die positive Wahrnehmung bei einem vielfältigen Publikum in aller Welt. Die Untersuchung zeigt ferner, dass die Veranstaltung bei der heimischen Bevölkerung das Gemeinschaftsgefühl stärkte.

Laut Studie hat der ESC die institutionellen Kapazitäten Liverpools für die Ausrichtung künftiger Events gestärkt und die Destination für ein breites Spektrum von Kultur-, Unterhaltungs- und Sportveranstaltungen attraktiver gemacht.



Die «Liverpool Arena» bietet 11'000 Plätze.

«Die Kronenhalle der Ostschweiz»

Das Restaurant Baratella am Unteren Graben in St. Gallen wurde zum «Historischen Restaurant des Jahres 2025» gekürt. Das Lokal ist seit Jahrzehnten eine Institution in der Gallusstadt.

1905 kam der junge italienische Einwanderer Salvatore Baratella in die Ostschweiz. Er integrierte sich schnell und konnte eine klassische Bierkneipe zu einem Tempel der italienischen Küche ausbauen. Der Umbau in den 1930er Jahren bleibt bis heute prägend für den historischen Look.

Der Umbau in den 1930er Jahren bleibt bis heute prägend für den historischen Look.

1963 übergab die Familie Baratella das Zepter an den Koch des Hauses, Benjamino Marchesoni, und dieser später an seinen Sohn Franco, der die Tradition in jeglicher Hinsicht weiterführt. Die Speisekarte ist auch nach 100 Jahren italienisch. Die Rezepturen wurden über Generationen hinweg übernommen.

Als «Historisches Hotel des Jahres 2025» wurde das Kreuz in Herzogenbuchsee ausgezeichnet. Damit würdigt die Jury die umfassenden und fachgerechten Anstrengungen, die in die Restaurierung und Instandhaltung dieses 1787 errichteten Betriebs eingeflossen sind.

Mit der Auszeichnung «Historisches Hotel» und «Historisches Restaurant» werden gastgewerbliche Betriebe für die Erhaltung und Pflege historischer Bausubstanz gewürdigt.

Die Auszeichnungen basieren auf der Zusammenarbeit von Denkmalpflege, Gastgewerbe und Tourismus.

icomos.ch



Der Speisesaal des «Baratella» ist mit lindengrün angemalten Holztäfern, weiss gedeckten Tischen und Thonet-Stühlen ausgestattet.

Ein grosses Fussballfest für die Bevölkerung und die Gäste

Im Sommer 2025 ist die Schweiz Gastgeberin der UEFA Women's Euro 2025. Basel steht als Haupt Austragungsort besonders im Fokus. Der grösste Frauensportevent Europas bietet der Stadt die Gelegenheit, sich gastfreundlich und eindrucksvoll zu präsentieren.

Am 2. Juli 2025 steigt das Eröffnungsspiel mit der Schweizer Nationalmannschaft im St. Jakob-Park. Zudem finden dort vier weitere Spiele statt, darunter das Finale am 27. Juli. Wir unterhielten uns mit Sabine Horvath, Projektleiterin der Host City Basel.

Die Fussball-Europameisterschaft der Frauen hat Dimensionen angenommen, die man vor einigen Jahren noch für unmöglich gehalten hätte. Wie kam diese Entwicklung zustande?

Wie erwarten ein anderes Publikum als bei Männerspielen. Ich sehe darin eine Chance, in Bezug auf die Verpflegung neue Massstäbe zu setzen.

Diese Entwicklung hängt mit der Begeisterung für den Fussball der Frauen und der Tatsache, dass immer mehr Mädchen und Frauen Fussball spielen wollen, zusammen. Die Kurve in Bezug auf die Anzahl Spielerinnen, dem Publikumszuwachs und dem Sponsoreninteresse zeigt steil nach oben.

Basel ist der wichtigste Austragungsort des Turniers. Auf wie viele Besucher dürfen wir uns freuen?

In Basel finden das Eröffnungs- und Finalspiel sowie drei weitere Partien statt. Für die fünf Spiele bietet der St. Jakob-Park eine Besucherkapazität von insgesamt rund 180'000 Perso-

nen. Es ist das grosse Ziel von allen involvierten Akteuren, die besten Fussballspielerinnen aus Europa vor vollen Rängen spielen zu sehen.

Woher kommen die Besucher? Und wie setzt sich das Publikum zusammen?

Das Turnier findet im Ferienmonat Juli statt und wir gehen davon aus, dass ein Match-Besuch bei vielen Familien zum Ferienprogramm gehören wird. Wir rechnen mit einem hohen Frauenanteil und vielen Personen, die erstmals überhaupt ein Fussballspiel in einem Stadion besuchen werden.

Das tönt nicht nach dem Publikum, welches wir von Fussballspielen der Männer gewohnt sind. Was können sich Gewerbe und Handel darauf vorbereiten, den Besuchern ein einmaliges Erlebnis zu bieten?

Ein entscheidender Faktor ist die gelebte Gastfreundschaft, welche die Erinnerung an Basel prägen und sich nachhaltig auf weitere Besuche auswirken wird.

Tatsächlich erwarten wir ein anderes Publikum als an einem Männerfussballspiel. Der Fussball und der Ausgang der Matches in den Stadien werden wichtig sein, aber es geht uns um mehr: Wir möchten gemäss unserem Motto «Aus Leidenschaft am Ball» ein grosses Fussballfest für die Bevölkerung und die Gäste in Basel organisieren und einen nachhaltigen Bei-

trag zur Förderung des Frauen- und Mädchensports leisten. Hierfür braucht es Menschen, die sich für den Fussball von Frauen und Mädchen engagieren und dies unterstützen. Und das gerne auch in anderen Sportarten.

Basel hat sich auf die Fahne geschrieben, den Grossanlass möglichst nachhaltig durchzuführen. Was muss man sich darunter vorstellen?

Wir sprechen von einer Grossveranstaltung und wollen versuchen, in Bezug auf die Nachhaltigkeit neue Massstäbe zu setzen. Dieses Ziel teilen wir mit den anderen sieben Host Cities des Turniers und wir werden zu diesem Zweck eine gemeinsame Nachhaltigkeits-Charta erarbeiten. Ein Kernelement ist die ÖV-Integration im Match-Ticket. Gleichzeitig sind die gesellschaftliche Inklusion und Gleichstellung wichtige Anliegen. Nicht zuletzt legen wir ein Augenmerk auf nachhaltige Beschaffung und regionale Produkte, etwa bei der Verpflegung.

Auf die Gastronomie heruntergebrochen: Was wird von uns erwartet?

Freude und Mut, bei diesem Frauensportanlass neue und innovative Angebote zu schaffen und zu überraschen. Wie erwähnt erwarten wir ein anderes Publikum als bei Männerfussballspielen und ich sehe darin eine Chance, im Rahmen der Women's Euro 2025 auch in Bezug auf die Verpflegung neue Massstäbe zu setzen. Und wir werden den Mut mit Freude kommunikativ unterstützen.

weiter auf der nächsten Seite



Kanton Basel-Stadt

■ Sabine Horvath, Projektleiterin der Host City Basel: «Es sind die kleinen Dinge, die den Unterschied ausmachen.»

Mit welcher regionalen Wertschöpfung rechnen Sie? Wie nachhaltig werden die wirtschaftlichen Effekte sein?

Wir rechnen mit einem hohen Frauenanteil und vielen Personen, die erstmals überhaupt ein Fussballspiel in einem Stadion besuchen werden.

Diese Frage interessiert mich natürlich ebenfalls, ich werde sie aber erst nach dem Turnier beantworten können. Die Zahl an Übernachtungen wird sich erahnen lassen, wenn wir wissen, welche Teams in der Gruppenphase in Basel spielen. Ein entscheidender Faktor wird

auch die gelebte Gastfreundschaft sein, welche die Erinnerung an die Host City Basel prägen und sich nachhaltig auf weitere Besuche auswirken wird. All dies werden wir mit Befragungen und Studien begleiten und auswerten, um letztlich über den Nutzen des Grossanlasses Auskunft geben zu können.

Was können das Gastgewerbe und andere Akteure entlang der Customer-Journey dazu beitragen, den Besuchern ein unvergessliches Erlebnis zu bieten?

Es sind die kleinen Dinge, die den Unterschied ausmachen, etwa durch das Mittragen der Women's Euro-Farben in der Stadt, Schaufensterdekorationen, die Sensibilisierung des Personals oder mit einem besonderen Angebot

für Gäste mit Fussball-Trikot der jeweiligen Partie an den fünf Matchtagen überraschen. Basel Tourismus wird eine Kampagne vorbereiten und dem Gastgewerbe wie auch Detailhandel entsprechende Vorschläge und konkrete Angebote unterbreiten. Und natürlich hoffe ich, dass die Möglichkeit der Match-Übertragungen genutzt wird.

Zum Schluss bitte einen Tipp: Aus welchem Land stammen die künftigen Europameisterinnen?

Uiii, ich werde mich hüten, diese Frage zu beantworten. Mein Team und ich werden allen Spielerinnen und den Fans ein unvergessliches Fussballfest versprechen, welches auch bei einer Niederlage in bester Erinnerung bleibt.



Das Schweizer Team wird beim Eröffnungsspiel im St. Jakob-Park hoffentlich erneut Grund zum Jubeln haben. Zudem finden vier weitere Spiele in Basel statt, darunter das Finale.

Starkes Signal für unsere Stadt!

Das Basler Stimmvolk hat mit einer klaren Mehrheit von über 66 Prozent dem Kredit für den «Eurovision Song Contest» zugestimmt. Die Bürgerinnen und Bürger haben erkannt, dass es sich um Standortmarketing vom Feinsten handelt.

«Mit dem deutlichen Ja zum ESC 2025 beweist Basel, dass es bereit ist, auf der internationalen Bühne zu glänzen», freut sich Reto Baumgartner, Direktor des Gewerbeverbands Basel-Stadt.

Der ESC wird unserer Stadt Tausende von internationalen Gästen beschern und ein hohe Wertschöpfung generieren. Mit über 160 Millionen TV-Zuschauern weltweit und einem So-

cial-Media-Gewitter sondergleichen wird Basel im Rampenlicht stehen.

Basel beweist, dass es bereit ist auf der internationalen Bühne zu glänzen.

Durch das klare Ja hat Basel die Möglichkeit, die einzigartige Bühne optimal zu nutzen. Die

Stadt wird als Wirtschaftsstandort, Kongressdestination und Veranstaltungsort weiter gestärkt. Das Stimmvolk hat dies verstanden: Basel ist mutig und ergreift die Chance!

eurovision.tv



Wo Begriffe fehlen...

«Wo Begriffe fehlen, da stellt ein Wort zur rechten Zeit sich ein», dieses geflügelte Wort von Johann Wolfgang von Goethe scheint die Leitlinie des Basler Grossen Rates in der zweiten Jahreshälfte zu sein. Da wurde ellenlang versucht, denselben Inhalt in möglichst vielen Varianten zu schildern, wörtliche «Neuschöpfungen» verwirrten die Geister und dem sonst schlagfertigen «juristischen Gewissen» des Rates fehlten tatsächlich für einmal die Worte.

Es ging steil los nach den Sommerferien: ESC-Beitrag und PUK-Kantonspolizei lauteten die ersten beiden Geschäfte. Eine PUK wurde relativ klar abgelehnt. Dies obwohl Antragstellerin Michaela Seggiani (SP) sich vehement dafür einsetzte mit der Begründung: «Wir brauchen hier eine Wurzelbehandlung, nicht nur etwas Zähneputzen.» JSD-Chefin Stephanie Eymann wehrte sich: «Ich sehe mich nicht als Dentalhygienikerin. Ich habe bereits Massnahmen ergriffen – und die gehen durchaus an die Wurzeln.»

Ein typisches Beispiel für «Es ist schon alles gesagt, aber noch längst nicht von allen» war dann die Debatte über die ESC-Investition mit über zehn (oft ziemlich deckungsgleichen) Voten. Obwohl die 37.4 Millionen Franken an Steuergeldern faktisch unbestritten war, mussten viele – ja, sehr viele – betonen, wie wichtig und toll der Anlass und die Tatsache seien, dass Basel ihn beheimatet.

Und man knüpft riesige Hoffnungen, dass durch diese schräge Parade Basel «on the map» kommt. «Haben Sie ohne den ESC jemals an Malmö gedacht – und wie oft haben Sie WEGEN des ESC an Malmö gedacht?», fragte Lorenz Amiet (SVP). Die Antwort des Chronisten: Für ihn ist «Malmö» mit Fussball oder Eishockey verbunden...

Sehr euphorisch erklärte auch Anina Ineichen (GLP), gerne «Gästinnen» und Gäste in Basel begrüssen zu dürfen – und schob prophylaktisch nach, «Gästinnen steht im Duden». Der Chronist schaute nach und kann dies bestätigen. Es stehen auch andere seltsame Worte drin wie «Sabbeltante» oder «Hüftgold».

Einen steilen Vergleich machte Franz Xaver Leonhardt (Mitte): «Der ESC ist wie ein Schwingfest – einer gewinnt.» Und dies drei Tage nach dem Jubiläumsschwingfest in Appenzell, dass von ZWEI Bösen gewonnen wurde.

Eine weitere Woche später stellte sich den Räten ein neues Hindernis: die fehlerfreie Aussprache eines Geschäftes. Es ging um den Kredit für die Bereitstellung einer – und jetzt kommt's: «Mobilen Gefahrstoffübungsanlage auf Wechselladeabrollbehälter».

Der Grossratspräsident scheiterte in mehreren Anläufen glorios, hörbar geübt hatten die Kommissionspräsidentin Barbara Heer (SP) und Regierungsrätin Stephanie Eymann. Wahrscheinlich wegen der sprachlichen Hürde traute sich sonst niemand ans Mikrophon und die Zustimmung war einhellig.

Manchmal muss man mehrfach mit dem Kopf in die Wand rennen, bis sich die Wand bewegt.

Der zweite Tag der Oktober-Sitzung fand nach den Wahlen statt, was man der deutlich entspannteren Atmosphäre auch anmerkte. Einmal mehr einen Mehrfrontenkampf hatte aber Tanja Soland zu führen – und das mit viel Engagement und wenig Erfolg.

So wurde ein Vorstoss von Michael Hug (LDP) für mehr Transparenz bei projektbezogenen Anstellungen überwiesen, obwohl die Finanzministerin den Motionären beschied, «auf dem Holzweg» zu sein.

Und auch Totalobstruktion nützte nichts: Der Rat liess einen Anzug von Michaela Seggiani (SP) stehen, der forderte, dass man sich beim Kanton anonym für eine Stelle bewerben könne. «Ihr könnt den Anzug stehenlassen, aber ich werde nichts tun», erklärte Soland – der Rat liess trotzdem stehen. Sie kann sich nun immerhin in der Tradition des früheren Erziehungsdirektors Christoph Eymann sehen, der einmal zu einem missliebigen Vorstoss erklärt hatte: «Wir werden ihn zwei

Jahre gut abhängen lassen und dann wieder zum Abschreiben vorlegen.»

Soland versuchte es dann erneut mit Widerstand gegen einen Anzug von Laurin Hoppler (GAB) für niedrigere Gebühren bei Registerauszügen, «auch wenn ich heute nicht gerade erfolgreich bin». Und tatsächlich, auch hier folgte ihr der Rat nicht. «Es ist eben nicht mein Tag», seufzte die geplagte Regierungsrätin. Immerhin war es drei Tage zuvor ihr Tag, als sie mit dem besten Resultat aller «Gschpäänli» wiedergewählt wurde.

Schon etwas seltsam wurde es bei der Diskussion, ob Basel-Stadt eine Standesinitiative einreichen solle mit der Forderung, die beiden Basel zu Vollkantonen aufzuwerten, damit sie auch je zwei Stimmen im Ständerat haben.

Viele Redner wiesen zu Recht daraufhin, dass die Forderung schon mehrfach gestellt wurde und hoffnungslos sei. Joel Thüring (SVP) nannte es einen «Wahlkampf-Gag» der Grünliberalen und David Jenny (FDP) verglich die Befürworter mit Trotsköpfen und warnte: «Wir machen uns und den Regierungsrat, der das dann in Bern vertreten muss, lächerlich.»

Der so angesprochene Regierungspräsident Conradin Cramer beruhigte sibyllinisch: «Ich habe keine Angst, mich lächerlich zu machen – und schliesslich repräsentiere ich ja Sie!» Cramer ergänzte, manchmal müsse man halt mehrfach mit dem Kopf in die Wand rennen, bis sich die Wand bewegte.

Dies bewegte André Auderset (LDP) zur Frage, ob dies in der Hoffnung gründe, «der Klügere gibt nach», und David Jenny zur besorgten Frage, ob Cramer denn wenigstens einen Velohelm tragen werde.

*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.



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

Schweiz Tourismus.



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



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



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



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

Alle Vergünstigungen im Detail finden Sie hier:



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

Protekta

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



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



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



natura

bio
Aus einer
Hand



Das Bio-Sortiment zum Profipreis

transgourmet.ch/natura