



Tribüne

Berner Tourismus – aus der Krise in die Zukunft

Die Tourismuswirtschaft muss sich auf die Zeit nach der Krise vorbereiten.

Claude Meier

Februar ist normalerweise Hochsaison im Berner Wintersporttourismus. Die Stimmung ist aber getrübt – nicht nur im Berner Oberland, sondern noch viel mehr in Städten wie Bern, Thun, Biel oder Interlaken. Die Pandemie macht dem Tourismus auch im dritten Jahr schwer zu schaffen.

Der Tourismus ist ein wichtiger Pfeiler der Berner Volkswirtschaft. Im Jahr 2019 betrug die Bruttowertschöpfung des Sektors rund 2,9 Milliarden Franken. Dies entspricht 3,6 Prozent der gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung des Kantons. Allein das Gastgewerbe beschäftigt im Kanton rund 32'000 Mitarbeitende. Zur gesamten touristischen Wertschöpfungskette gehören verschiedene Leistungserbringer: **Hotellerie**, Gastronomie, Bars, Clubs, Eventanbieter aus Sport, Kunst und Kultur, der Detailhandel und viele mehr. Der Tourismus zählt zu denjenigen Sektoren, die am härtesten von den wirtschaftlichen Konsequenzen der Pandemie betroffen sind. Im Jahr 2019 konnten noch rund 5,6 Millionen Logiernächte in der Berner **Hotellerie** verbucht werden, im Jahr 2020 folgte ein massiver

Rückgang von 39 Prozent. Auch für das Jahr 2021 wird ein Rückgang von gegen 28 Prozent im Vergleich zum Jahr vor der Krise erwartet.

Der gesamtgesellschaftliche Digitalisierungsschub der vergangenen zwei Jahre wird den Geschäftstourismus nachhaltig verändern. In der internationalen Geschäftswelt wird in Zukunft nicht mehr für jedes mögliche Meeting von München nach Bern gereist – was ökologisch absolut sinnvoll ist. Zudem werden durch die Homeoffice-Erfahrungen bei vielen künftigen Gästen Berufswelt und Freizeit enger verschmelzen. Die Tourismusunternehmen stellen sich diesen neuen Gästebedürfnissen und passen sich an. Dafür braucht es Innovationsgeist und Qualität, eine bessere Nutzung neuer Technologien und digitaler Möglichkeiten, eine klare unternehmerische Positionierung auf dem Markt und schliesslich auch höhere Standards bezüglich der Nachhaltigkeit.

Aber auch die Politik ist weiterhin gefordert. Solange die öffentliche Hand aufgrund der Pandemie staatliche Eingriffe in die Wirtschaftsfreiheit vornimmt, sind die darunter

leidenden Unternehmen über Härtefallgelder zu unterstützen. Mittel- bis langfristig braucht es weiter eine Politik, die den wettbewerbsorientierten Tourismus – gerade in den Städten – nicht abwürgt oder behindert, sondern zulässt und fördert. Nach der Annahme der Zweitwohnungsinitiative und den damit verbundenen wirtschaftlichen Einschränkungen ist im Interesse des Bergtourismus eine Förderung nötig, um den Strukturwandel im Berner Oberland nicht weiter zu bremsen. Auch die Anbindung ans Netz des internationalen öffentlichen Verkehrs ist nicht zu vernachlässigen.

Als standortgebundene Exportwirtschaft und personalintensiver Wirtschaftssektor sind wir darauf angewiesen, dass der Faktor Arbeit durch Steuern, Abgaben, Bürokratie und Regularien nicht noch weiter belastet wird. Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, ist das inländische Fachkräftepotenzial für den Tourismus besser auszuschöpfen. Investitionen und Anreize zur Förderung für das lebenslange Lernen gerade im Bereich der Basisqualifikationen und der beruflichen Grundbildung sind daher zentral.

Es gilt jetzt, die Chancen zu erkennen und den Tourismuskanton Bern auf die Zeit nach der Krise vorzubereiten.

Claude Meier ist Direktor von **Hotelleriesuisse**.