

**Generalversammlung Seilbahnen
Schweiz;
Meiringen,
16. September 2004**

*Grussadresse von Frau Regierungsrätin
Elisabeth Zölch-Balmer,
Volkswirtschaftsdirektorin des Kantons Bern*

**SEILBAHNEN BILDEN DAS RÜCKGRAT DES
TOURISMUS UND DER REGIONALEN
WIRTSCHAFT!**

Sehr geehrter Herr Präsident (Louis Moix,
Téléverbier SA)
Sehr geehrte Damen und Herren

Der Tourismus in der Schweiz ist ohne
Seilbahnen nicht denkbar! Oder können
Sie sich Zermatt ohne die
Gornergratbahn vorstellen? Das Engadin
ohne die Seilbahn auf den Corvatsch?
Grindelwald ohne die Firstbahn?
Meiringen ohne die Meiringen-Hasliberg-
Bahn?

Touristische Transportanlagen

- gehören zu den wichtigsten Leistungsträgern im touristischen Angebot,
- prägen das Image einer Destination und
- gehören in ihren jeweiligen Regionen zu den wichtigen Arbeitgebern und
- sind deshalb von grosser regionalpolitischer Bedeutung.

Ich freue mich sehr, dass die Seilbahnen Schweiz ihre diesjährige Generalversammlung in Meiringen durchführen und ich heisse Sie im Namen des Regierungsrates des Kantons Bern ganz herzlich willkommen. Als Volkswirtschaftsdirektorin liegen mir die Entwicklung des Tourismus und damit auch die Zukunft der Seilbahnen ganz besonders am Herzen.

Der Tourismus ist volkswirtschaftlich von Bedeutung.

Tourismus geht uns alle an: Mit einem schweizweiten Umsatz von rund 22 Milliarden Franken ist der Tourismus nach der Maschinen- und Metallindustrie sowie der chemischen Industrie die dritt wichtigste Exportbranche der Schweiz. In einzelnen Regionen hängt praktisch die ganze Wirtschaft vom Tourismus ab. Im Berner Oberland beträgt der Anteil des Tourismus am kantonalen BIP über 26 Prozent. In den traditionellen Tourismusdestinationen wie Grindelwald, Interlaken, Wengen, Adelboden oder Gstaad sind es sogar über 90 Prozent. Das gleiche Bild präsentiert sich im Wallis, in Graubünden und in andern Regionen. Der Tourismus bildet in weiten Teilen des Berggebietes **das** Kerngeschäft. Ohne Tourismus gibt es dort kaum Arbeitsplätze. Im Berner Oberland etwa bieten allein die

touristischen Transportunternehmungen
über 2'000 Arbeitsplätze an.

Die Tourismusbranche ist gefordert.

Der Tourismus in der Schweiz
steht trotz einem weltweit einmaligen
Angebot vor grossen Herausforderungen.

Ich nenne nur folgende Stichworte:

- Die Konkurrenz im Alpenraum -
unter den einzelnen Ländern,
Destinationen und Betrieben - ist
gross.
- Der moderne Gast ist
anspruchsvoll und zugleich
preisbewusst.
- Diese Entwicklung verlangt laufend
nach Modernisierungen und damit
nach Investitionen.
- Nötig ist aber auch eine
Verstärkung der Kommunikation
und des Marketings. Wir müssen
unser einmaliges Angebot den
Gästen im In- und Ausland immer
wieder neu vermitteln.

Viele Unternehmungen der Tourismusbranche haben diese Herausforderung angenommen. Restrukturierungen, Fusionen, Kooperationen und strategische Neupositionierungen waren die Antwort darauf. Der Strukturwandel ist zwar noch nicht abgeschlossen. Jene Betriebe, die innovativ sind, die sich auf klar definierte Segmente fokussieren und qualitativ hochstehende Leistungen anbieten, dürfen jedoch optimistisch in die Zukunft blicken.

Der Staat hat eine Mitverantwortung im Tourismus.

Welche Rolle soll und darf der Staat im Tourismus einnehmen? Die öffentliche Hand kann einen Beitrag leisten für die Entwicklung des Tourismus. Dabei gilt es aber, ordnungspolitische Grundsätze und das

Subsidiaritätsprinzip zu beachten. Ich sehe die Priorität bei der Schaffung von optimalen Rahmenbedingungen. So ist der Tourismus beispielsweise ganz elementar auf eine gute Verkehrsinfrastruktur angewiesen. Oder auf eine flexible Handhabung der Ladenöffnungszeiten. Weiterführende Massnahmen zugunsten einzelner Subbranchen oder Betriebe können nur sehr gezielt eingesetzt werden. Wir dürfen keine Strukturerhaltung betreiben.

Der Kanton Bern steht zu seinen Regionen und zum Tourismus. Zurzeit revidieren wir das Tourismus**förderungs**gesetz aus dem Jahre 1990 zu revidieren. Mit dem neuen Tourismus**entwicklungs**gesetz wollen wir künftig weniger die Hardware - d.h. die touristische Infrastruktur - sondern vermehrt die Softkills - Marketing, Weiterbildung usw. - unterstützen. Was meinen wir damit?

- Mit angebotsseitigen Strategien verfolgen wir das Ziel, die

qualitative und quantitative
Wettbewerbsfähigkeit der Berner
Tourismuswirtschaft zu
verbessern.

- Mit nachfrageseitigen Strategien
soll die Nachfrage im In- und
Ausland belebt werden.

Die touristische Infrastruktur im
engeren Sinn - dazu gehören auch die
Seilbahnen - wollen wir künftig mit den
Instrumenten der Regionalpolitik weiter
unterstützen. Wir wollen weiterhin
Investitionshilfedarlehen gewähren.
Aufgrund des grossen Investitionsbedarfs
kann aber der Kanton die touristische
Infrastruktur nur gemeinsam mit dem
Bund fördern. Und die Unterstützung
erfolgt nach klaren Kriterien. Bevor wir auf
ein Gesuch überhaupt eintreten, müssen
Grundvoraussetzungen wie die
Integration in das jeweilige
Destinationsmarketing oder das Vorliegen
eines Businessplanes erfüllt sein. Ein
Projekt muss auch ganz klare regional-
und volkswirtschaftliche Kriterien erfüllen,
d.h.

- von der Beschäftigungswirkung und vom Investitionsvolumen her bedeutend sein und
- eine klar definierte Stellung im Markt und im regionalen Angebot haben.

Selbstverständlich müssen jeweils auch Kapazitäts- und Erschliessungsfragen gelöst und betriebswirtschaftliche Vorgaben erfüllt sein.

Der Kanton Bern nimmt seine Verantwortung wahr. Wir erwarten vom Bund - und haben dies auch so kommuniziert - dass er im Rahmen seiner Regionalpolitik auch seine Verantwortung weiterhin wahrnimmt. Gerade im Bereich der Seilbahnen lässt die Neue Regionalpolitik des Bundes aber zu viele Fragen offen. Der Regierungsrat hat entsprechend interveniert und fordert in seiner Stellungnahme zur Neuen Regionalpolitik vom Bund spezifische

Massnahmen für die
Seilbahnfinanzierung.

Seilbahnen sind für die Zukunft gewappnet.

In den vergangenen Jahren haben die Seilbahnen in der ganzen Schweiz auf die strategischen und operativen Herausforderungen reagiert. Fusionen, die konsequente Nutzung von Synergien, Modernisierungen der Anlagen sowie verstärkte Marketinganstrengungen haben ihre Position verbessert. Dieser Prozess war schwierig; er war aber nötig - und er ist noch nicht abgeschlossen.

Nehmen Sie im Interesse der Bergregionen die Herausforderungen an. Ich danke Ihnen dafür und wünsche Ihnen viel Erfolg!