

Motion

1017 Heuberger, Oberhofen (GFL)
Bieri, Goldiwil (EVP)
Müller, Thun (SP)
Oppliger, Thun (SVP)
Schärer, Bern (GB)
Staub-Beccarelli (FDP)

Weitere Unterschriften: 0

Eingereicht am: 14.02.2005

Tourismusförderung und Kulturgüter

Der Regierungsrat wird aufgefordert, rasch Massnahmen zu ergreifen, um eine einheitliche und verbesserte „Vermarktung“ der Kulturgüter im Kanton Bern zu erreichen. Für die Kulturgüter, die von der öffentlichen Hand unterstützt werden oder im Besitze des Kantons sind, und die öffentlich zugänglich sind, ist ein Konzept eines einheitlichen „Marketing-Auftritts“ zu erarbeiten, der es ermöglicht, diese Objekte für das Publikum bekannter und attraktiver zu machen und so grössere Besucherströme anzulocken.

Im Hinblick auf die Beratung des Tourismus-Entwicklungs-Gesetzes im Grossen Rat müssen die Grundlagen geschaffen werden, mit einem eigentlichen Vermarktungs-Konzept über den ganzen Kanton eine verbesserte Bekanntmachung, Signalisation und Nutzung von Kulturgütern, touristischen Attraktionen und Einzelobjekten von überregionaler und nationaler Bedeutung zu erreichen.

Begründung:

In vielen Gegenden des Kantons Bern sind Kulturgüter, touristische Attraktionen und Einzelobjekte von überregionaler und nationaler Bedeutung anzutreffen, die den durchreisenden Touristen unbekannt bleiben, wenn sie nicht durch Hinweise darauf aufmerksam gemacht und zum Besuch verlockt werden. Die Nationalstrassen werden zum grossen Teil nur als Korridore zu im Voraus bestimmten Destinationen benützt, ohne dass Hinweise darauf vorhanden sind, dass eine reiche, kulturell und touristische attraktive Gegend durchfahren wird, die zu besuchen und zu besichtigen sich lohnen würde.

Die heute gebräuchlichen braunen Hinweisschilder an den Autobahnen weisen in der überwiegenden Mehrzahl lediglich auf abstrakte Regionsbezeichnungen hin, die den fremdländischen Touristen keine oder kaum Information liefern und in aller Regel nur unverständliche Namen und bestenfalls verborgene Hinweise über Attraktionen liefern. (Beispiele: „Region Emmental“ / „Schweizer Mittelland“ / „Heidiland“ / „Tor zu den Alpen“ / „Oberhasli“).

Hinweise an der Autobahn z. B. auf die „Schlösser und Kirchen am Thunersee“ mit entsprechender Folgebeschilderung bis vor die Einzelobjekte hin könnten viel mehr Besucher

anlocken als die Beschilderung „Region Thunersee“, die man nur durchfährt, um nach Hasliberg zu gelangen.

Im Gegensatz hiezu werden in Deutschland, Italien, Frankreich und ganz besonders in England die Touristen durch entsprechende (vereinheitlichte) Hinweise an den Hauptverkehrsachsen auf touristische, besonders aber auf kulturelle Höhepunkte und „must-go“ Objekte hingewiesen und zum Besuch verführt. Die potentiellen Besucher werden konsequent mit den entsprechenden, immer gleichen Hinweisen bis vor die Tore dieser Objekte geführt und so konsequent „verführt“, innezuhalten und das Objekt oder die Landschaft oder den speziellen Ort zu besuchen.

Eine einheitliche Marketingstrategie im Kanton Bern kann in gemeinsamen Internetauftritten, einheitlicher Signalisation an National- und Kantonsstrassen, gezielten Printinformationen im In- und Ausland, gemeinsamer Bearbeitung des Marktes der europäischen Tourismusbranche oder Erarbeitung von PR-Material für ein einheitliches Auftreten bestehen. Der Kanton Bern soll dabei selbstverständlich Bestrebungen für einheitliche Konzept-Lösungen der Kultursignalisation in der gesamten Schweiz unterstützen.

Solche Massnahmen können zu einer verbesserten Nutzung der Kulturgüter und vieler Kantonsliegenschaften und somit zu einer vermehrten Wertschöpfung dieser Objekte führen. Dies kann sich als besonders wichtig erweisen, wenn viele dieser Liegenschaften im Rahmen der Verwaltungsreform für eine andere Nutzung frei werden.

Eine sinnvolle Folgebeschilderung auf den Kantons- und Gemeindestrassen kann auch zur Folge haben, dass unnötiger Suchverkehr und die Enttäuschung potentieller Besucher verhindert wird.

Es wird Dringlichkeit verlangt.

Gewährt: 21.02.2005

Antwort des Regierungsrats

Die Motion will eine einheitliche und verbesserte Vermarktung der Kulturgüter im Kanton Bern erreichen. Öffentlichkeitsarbeit für Kulturgüter kann aus zwei verschiedenen Beweggründen gemacht werden: Einerseits als allgemeine, kulturpolitisch begründete Massnahme und andererseits als Massnahme zur Förderung des Tourismus. Die Motion und damit auch die Antwort des Regierungsrats konzentrieren sich auf die Förderung des Tourismus. Eine kulturpolitisch begründete Öffentlichkeitsarbeit für die Kulturgüter bleibt unabhängig von der Antwort auf die vorliegende Motion möglich.

Der Kanton fördert die Ausschöpfung und Weiterentwicklung seiner touristischen Potenziale (gemäss Artikel 1 des Tourismusentwicklungsgesetzes TEG; gemeinsamer Antrag von Regierungsrat und Kommission vom 9. März 2005). Die Stossrichtung der Motion stimmt grundsätzlich mit dem Wirkungsziel des TEG überein, die vorhandenen touristischen Potenziale auszuschöpfen. Näher geklärt werden muss, wie weit die Kulturgüter ein touristisch nutzbares Potenzial enthalten. Der Markt verlangt heute mehr als die blosser Kennzeichnung touristischer Sehenswürdigkeiten. Ohne Verbindung mit den übrigen touristischen Leistungen wie Transport, Übernachtung und Verpflegung bleibt auch die zusätzliche Wertschöpfung aus, die mit der verbesserten Vermarktung erzielt werden soll. Deshalb sind zusätzliche Abklärungen unumgänglich, welche Kulturgüter in welcher Form in die Vermarktung einbezogen werden sollen.

Weder das geltende Recht noch das TEG sehen eine aktive Rolle des Kantons in der touristischen Marktbearbeitung vor. Diese Aufgabe kommt vielmehr den Destinationen zu. Eine Vermarktung der Kulturgüter muss deshalb von den Destinationen ausgehen und Teil ihrer Marketingstrategie sein. Nicht der Kanton, sondern die verschiedenen Destinationen müssen die Massnahmen zur Umsetzung des Anliegens ergreifen. Dem Kanton kommt höchstens eine koordinierende Funktion zu (soweit er selber Eigentümer ist, wird er in die-

ser Rolle mitwirken). Zu prüfen ist auch, wie weit Schweiz Tourismus eine Vermarktung der kulturellen Sehenswürdigkeiten der Schweiz aufbauen wird.

Die in der Motion ebenfalls angesprochene Signalisation auf den Autobahnen wird sich einerseits in ein Gesamtkonzept der Vermarktung der Kulturgüter einfügen müssen. Andererseits sind die Vorgaben des Bundesrechts bezüglich der touristischen Signalisationen zu beachten.

Die rechtlichen Voraussetzungen für eine zusätzliche Unterstützung eines entsprechenden Projekts - neben den jährlich wiederkehrenden Beiträgen zur Marktbearbeitung - werden mit dem TEG geschaffen: Gemäss Artikel 7 können Projektbeiträge ausgerichtet werden, wenn mehrere Destinationen gemeinsam innovative neue Angebote schaffen.

Weil die aufgeführten Fragen noch geklärt werden müssen und die Federführung nicht beim Kanton liegen wird, beantragt der Regierungsrat die Annahme als Postulat.

Antrag

Annahme als Postulat

An den Grossen Rat