

# Samstagsinterview

Wochenkommentar

## Warum wir die Armen brauchen

Die jüngsten Zahlen des Bundesamts für Statistik sind erschreckend. 3,5 Prozent der Menschen können abgetragene Kleider nicht ersetzen – schlicht, weil sie das Geld dafür nicht haben. 8,7 Prozent können sich eine Woche Ferien nicht leisten. Und fast jede fünfte Person könnte eine unerwartete Rechnung in der Höhe von 2500 Franken nicht innert Frist bezahlen. Zum Beispiel eine Zahnarztrechnung. Oder eine Nebenkostenabrechnung, wie sie dieser Tage noch für manch eine böse Überraschung sorgen wird.

Besonders von Armut betroffen sind Menschen ohne Ausbildung, Alleinerziehende, Menschen mit Migrationshintergrund. Und, besonders bedenklich: Kinder. Die neueste Statistik des Bundes zeigt, dass niemand mehr von materieller und sozialer Entbehrung betroffen ist als junge Menschen bis 17 Jahre. Das gilt noch verschärft für Städte: In Biel etwa lebt jedes fünfte Kind unter solch prekären Verhältnissen, dass es Sozialhilfe benötigt.

Das müsste natürlich nicht so sein: Dass sich ein Kind nicht aufs Skilager freuen kann, weil es in geliehenen Klamotten und zu grossen Skischuhen einen eisigen Hang wird hinunterrutschen müssen. Zum ersten Mal, und unter den spöttischen Blicken der anderen. Oder dass es sich nicht traut, Freundinnen und Freunde zu sich nach Hause einzuladen. Weil die sich ja etwas dabei denken könnten, bei der engen Wohnung, der Mutter, die am Küchentisch sitzt, dem Zimmer, das sich das Kind mit seinen Geschwistern teilt.

Das alles in einem Land, das in nicht einmal einer Woche 259 Milliarden Franken bereitstellen kann, um eine grosse Bank zu retten. Das aber auch immer wieder bei der Unterstützung für die Bedürftigsten schmürzelt. So zum Beispiel im Kanton Bern, der den Grundbedarf in der Sozialhilfe seit zwölf Jahren nicht angepasst hat und auch eine Teuerungsanpassung ablehnt hat.

Dabei wären die Mittel da, die in einer mutigeren Sozialpolitik umverteilt werden könnten. Damit Kinder, die ja ihre Armut noch nicht durch Faulheit oder Unfähigkeit verdient haben können, mindestens in den ersten Lebensjahren noch ein wenig unbeschwert leben könnten.

Statt Symptome zu bekämpfen, liessen sich aber auch Ursachen von Armut angehen.

Zum Beispiel die tiefen Löhne für Arbeiten, die zwar niemand verrichten möchte, die aber verrichtet werden müssen: Putzen, Abwaschen, alte Menschen pflegen. Das würde jener Hälfte aller Armutsbetroffenen helfen, die trotz Arbeit kein ausreichendes Einkommen zu erzielen vermögen.

Zum Beispiel die Mieten, die in der Schweiz oft illegal hoch sind. Und die in den letzten 15 Jahren Immobilienbesitzern 68 Milliarden Franken zugeschanzt haben. Pro Wohnung gingen so auch im günstigen Biel durchschnittlich 160 Franken pro Monat verloren. Oder 30 000 Franken über 15 Jahre.

Aber die reiche Schweiz will weder die Symptome noch die Ursachen von Armut angehen. Einmal aus dem offensichtlichen Grund, weil es die Bessergestellten ein kleines Etwas kosten würde. Aber vor allem auch, weil unsere Leistungsgesellschaft die Armen braucht. Und das heute dringender denn je.

Wie viele Umfragen zeigen, glaubt die aktuelle Generation nicht, dass sie dereinst ein besseres Leben leben wird als ihre Eltern.

Deshalb ist es kaum die Hoffnung, die die Menschen auch bei mühsamen Arbeiten und tiefen Löhnen bei Laune zu halten vermag. Sondern es ist viel eher die Furcht vor dem Abstieg, die Menschen ein Arbeitsleben lang aus dem Bett und von Tieflohnjob zu Tieflohnjob jagt. Und gerade hier spielen die noch Ärmere, die bereits Abgehängten, die Abgestiegenen eine Schlüsselrolle: Als Abschreckung für all jene, die noch dort landen könnten.

Das klingt zynisch – liesse sich aber ändern. Die Mittel dazu wären da. Was noch fehlt, ist der entsprechende politische Wille.



Jérôme Lécho  
jerome.lecho@bielertagblatt.ch

# «Man hat keine Chance, in den Rebbergen Geld auszugeben»

Die Attraktionen im Seeland sollten besser miteinander verknüpft werden, sagt Tourismusforscherin Monika Bandi Tanner aus Kallnach. Sie sieht aber auch die Grenzen, die das touristische Potenzial in der Region hat.

Interview: Carmen Stalder

**Monika Bandi Tanner, Iseltwald am Brienzensee wird von koreanischen Touristen überrannt – wegen einer Szene in einer Netflix-Serie. Wird es in Zukunft immer mehr solcher Hypes geben?**

Monika Bandi Tanner: Man weiss schon seit Langem von der Macht, die touristische Bilder in Filmen auf die Anziehungskraft eines Ortes haben können. Mich erinnert dies an das Schilthorn, das durch James Bond bekannt wurde, oder an den Titlis, der in Bollywood-Filmen vorkommt.

**Es ist also nichts Neues?**

Das nicht. Doch es hat eine gewisse Zufälligkeit. In der Schweiz werden x Filme gedreht, deswegen gibt es nicht immer neue berühmte Plätze. Es ist nicht planbar, dass eine Szene so einschlägt wie in Iseltwald.

**Nun verlangt die Gemeinde fünf Franken Eintritt und hat ein Drehkreuz installiert, um den Ansturm zu bewältigen. Eine gute Geschäftsidee?**

Es könnte zu einem Sicherheitstechnischen Problem werden, wenn zu viele Leute auf dem Steg sind. Mit dem Drehkreuz will man die Besucherströme regulieren. Und dann ist es natürlich ein relativ simpler Mechanismus, um Wertschöpfung zu generieren. Die Gemeinde hätte ja auch eine Beiz oder eine Mini-golfanlage eröffnen können.

**Die Touristen reisen im Car an, knipsen ein Bild und fahren wieder davon. Das Dorf hat also wenig vom Rummel. Wie sieht im Gegenteil dazu nachhaltiger Tourismus aus?**

Alle entschleunigten Formen des Tourismus können dazugehören. Eine nachhaltige Entwicklung bedeutet aber noch mehr und ist facettenreich. Es geht darum, mit minimalen gesellschaft-

lichen und ökologischen Kosten ökonomisch zu profitieren. Wir wissen, dass touristische Entwicklungen immer Ressourcen verbrauchen und etwa zu Abfall und Abwasser führen.

**Ist nachhaltiger Tourismus dann nicht per se unmöglich?**

Streng genommen ist Tourismus nicht nachhaltig. Er kann aber nachhaltiger werden oder zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Doch die Gratwanderung ist brutal schmal. Es gibt Kipp-Punkte – so wie in Iseltwald –, bei denen eine Gemeinde sagt: Stopp, jetzt müssen wir handeln. Die touristische Entwicklung sollte daher der regionalen Wirtschaft einen Mehrwert bringen. Grundsätzlich ist der Tourismus stark wachstumsabhängig. Je mehr Gäste eine Bergbahn oder ein Hotel nutzen, desto besser. Doch werden es zu viele Leute, zerstören sie das, was sie eigentlich suchen: die Natur und Kultur – das ursprüngliche Potenzial des Tourismus.

**Inwiefern könnte sich das Seeland als nachhaltige Destination positionieren?**

Dank der flachen Topografie sind wir das Veloland schlechthin. Wir sind gut an den öffentlichen Verkehr angeschlossen und verfügen über naturverbundene Aktivitäten. Das Thema Wasser ist im Seeland einzigartig.

**Seen hat es auch in anderen Regionen.**

Schon, aber in der Innerschweiz hat es steile Berge um die Seen.

**Und der Bodensee?**

Der ist vergleichbar. Bei uns gibt es dann noch die Zweisprachigkeit als Alleinstellungsmerkmal. Wir haben ein Einzugsgebiet aus beiden Sprachregionen. Den berühmten Röstigraben sehe ich eher als Röstibrücke, über die man sich bewegen und mit-

einander im Austausch stehen kann. Das verleiht der Region viel Charme. Man muss aber auch sehen, dass wir durch die Lage im Mittelland vorwiegend ein Freizeitgebiet sind.

**Was heisst das?**

Ein Gast ist schnell da und auch wieder weg. Das macht es schwieriger, die Leute zum Verweilen zu animieren.

**Was für Angebote bräuchte es, damit die Touristen länger bleiben?**

Eine Dienstleistungskette. Im Seeland haben wir vielmals isolierte Attraktionen. Nehmen wir das Papiliorama in Kerzers: Rundherum hat es nichts Weiteres. Man muss bis nach Murten, um als Familie in der Jugendherberge zu übernachten. In Kerzers hat es zwei Gasthöfe mit ein paar Zimmern und einige Restaurants.

**Fehlt es nicht auch an Sehenswürdigkeiten, welche die Menschen in die Region locken?**

Man baut kein Hotel, wenn man nicht davon überzeugt ist, dass die Gäste auch kom-

men. Nehmen wir Erlach, ein Stedtl mit schöner Ambiance und einem Alleinstellungsmerkmal durch die St. Petersinsel. An schönen Tagen hat es zu wenig Betten, und wenn dann noch Tagesgäste kommen, ist es schnell überlaufen. Die Kapazität ist nicht so gross. Um diese durch Hotels zu vergrössern, bräuchte es Mut – und integrierte Konzepte. Man kommt dann aber rasch an den Punkt, an dem man so viel bauen müsste, dass es fast ein wenig zum Disneyland würde.

**Wo sehen Sie im Seeland noch ungenutztes Potenzial?**

Die Natur muss zugänglich sein. So ist es beispielsweise schade, dass der Seeweg nicht durchgängig am Ufer verläuft. Es macht keinen Spass, 300 Meter weiter hinten zu spazieren. Oder die Rebberge: Man hat keine Chance, dort Geld auszugeben.

**Tatsächlich gibt es entlang des Rebenwegs kaum Einkehrmöglichkeiten. Könnte man aus der Weinregion nicht viel mehr herausholen?**

Im Wallis wird die Önologie wirklich zelebriert. Da sieht man den Stellenwert, den der Tourismus im Seeland hat: einen kleinen. Er ist ein Nebenprodukt.

**Die Region hat es also gar nicht nötig, auf den Tourismus zu setzen?**

Die touristische Entwicklung ist überschaubar und dient in erster Linie der Freizeitbeschäftigung für die eigene Bevölkerung. Das ist ja auch nicht schlecht. Man darf dann aber nicht die grossen Ansprüche an den Tourismus stellen.

**Würde es sich denn lohnen, höhere Erwartungen zu haben?**

Das Netz der Attraktionen ist zu wenig dicht, sie sind zu weit auseinander. Deshalb lautet die

«Werden es zu viele Leute, zerstören sie das, was sie eigentlich suchen.»



«Es ist schade, dass der Seeweg nicht durchgängig am Ufer verläuft», sagt Tourismusforscherin Monika Bandi Tanner, hier am Bootshafen von Täuffelen.

Bild: Matthias Käser

Strategie wohl eher, punktuelle Leuchttürme zu schaffen. Jedoch ohne Anspruch, dass es ein durchgängiges touristisches Angebot in jedem Dorf hat. Da wäre das Potenzial dann doch auch beschränkt.

#### In einem Interview mit dem «Bieler Tagblatt» haben Sie 2018 gesagt, dass es im Seeland touristisch noch viel Luft nach oben gebe. Was hat sich seither getan?

Durch die Pandemie haben die Menschen gelernt, dass man auch vor der Haustür Ferien machen kann. Ausserdem wird die Arbeitszeit dank Homeoffice teils sehr flexibel aufgeteilt. Man arbeitet lieber noch an einem Abend länger und macht dafür ab Freitag frei. Manche haben jede Woche ein verlängertes Wochenende.

#### Und davon kann das Seeland profitieren?

Man könnte es noch stärker in der Verbindung von Geschäfts- und Freizeitdestination positionieren. Dafür benötigt es mehr Co-Working-Spaces. Um hier im Seeland eine schöne Zeit zu verbringen, braucht es nicht viel Aus-

rüstung. Selbst ein Velo kann man sich ausleihen.

#### Aber was gab es an konkreten Verbesserungen?

Da gibt es von der neuen Regionalpolitik unterstützte Projekte wie das Saunafloss oder der Themenweg zu Friedrich Dürrenmatt. Das Thema Wasser ist toll, um touristische Angebote zu schaffen, die zum Seeland passen. Solche Leuchttürme führen dazu, dass man von ausserhalb in die Region kommt. Für die Gäste ist es nicht entscheidend, wenn ein Hotel nur zwei Sterne hat, sie können auch damit umgehen, wenn es keinen Fernseher hat. Hauptsache, die Qualität stimmt.

#### Es braucht also keine neuen Luxushotels.

Überhaupt nicht, das würde nicht passen. Es ist schön, wenn es gute Bed and Breakfast gibt, Campingplätze und zwei, drei Hotels mit funktionierenden Konzepten. Oder ein neues Hotel, wie das Courtyard by Marriott, das im Herbst in Biel eröffnet. Die touristische Entwicklung geht in die richtige Richtung. Man ist aber nach wie vor her-

ausgefordert, dem Tourismus auf lokaler Ebene das nötige Gehör zu verschaffen.

#### Weil er einen zu wenig grossen Stellenwert hat?

Ja, und ehrlich gesagt wird das wohl so bleiben. Wir haben hier in der Region Alternativen für die wirtschaftliche Entwicklung. Bedenken sollte man jedoch, dass sich viele touristische Angebote auch an die Einheimischen richten. Am Wochenende wollen sich die Seeländerinnen und Seeländer erholen, sie wollen ans Wasser. Eine Gemeinde punktet nicht nur mit tiefen Steuern, ausgebauter Infrastruktur und Erreichbarkeit. Die Leute suchen auch nach weichen Standortfaktoren wie Natur- und Freizeitangeboten.

#### Es braucht also gar keine ausländischen Touristen im Seeland?

Vermutlich nicht – aber Gäste aus der Schweiz sind ja auch toll. Die Gemeinden kommen nicht darum herum, sich mit dem Tourismus zu beschäftigen. Es braucht ein Mindestmass an Aufmerksamkeit bei neuen Attraktionen: Wie reisen die Gäste an? Was ma-

chen wir mit den sanitären Anlagen und dem Abfall? Wo gibt es Konfliktpunkte? Dort, wo viele Leute zusammenkommen, gibt es Regulierungsaufgaben.

#### Worauf würden Sie als hiesige Tourismusdirektorin den Schwerpunkt legen?

Ich würde Tourismusdirektor Oliver von Allmen und sein Team auf ihrem jetzigen Weg

«In Biel gibt es ein paar Perlen, aber man muss sie eher suchen.»

bestätigen. Ich würde mir aber wünschen, dass die Umsetzung von der Idee bis zum realisierten Projekt schneller und kraftvoller würde. Angebote wie das Saunafloss sollten schneller zum Blühen gebracht werden. Dann würde ich den Blick auf die Ausweitung der Dienstleistungsketten halten. Was machen die Gäste vor und nach dem Saunabesuch, welche Angebote gibt es da? Ich könnte mir zudem noch vermehrt den Einsatz von smarten digitalen Hilfsmitteln für die Steigerung der Erlebnisqualität vorstellen.

#### Was meinen Sie damit genau?

Wir müssen unglaublich sensibel sein mit dem Bau von weiteren Infrastrukturen. Deshalb lohnt sich die Überlegung, wie man etwas bereits Bestehendes mit mehreren Erlebnissen bespielen kann. Im Europapark gibt es eine Bahn, die man dank VR-Brille auf verschiedene Arten erleben kann. Oder es gibt die Möglichkeit, sich mit QR-Codes Audio-guides aufs Handy zu laden. Im Seeland gibt es die Geschichte um Jean-Jacques Rousseau, die man vor allem auf der St. Petersinsel mitbekommt. Auch das An-

gebot für Kinder hat noch Potenzial. Da spreche ich als Mutter von zwei Kindern aus Erfahrung.

#### Gibt es eine Tourismusregion, die das besser macht?

Beim Schwarzersee gibt es einen Drachenspielplatz. Für fünf Franken haben wir dort eine Holzkugel für eine Murmelbahn gekauft. Diese Kugel liegt noch heute bei uns herum – und führt dazu, dass es heisst: «Mama, wann gehen wir wieder auf den Drachenspielplatz?»

#### Das ist geschicktes Marketing.

Am Walensee haben sich mehrere Spielplätze mit der Schifffahrtsgesellschaft zusammengeschlossen, um für Familien ein Angebot zu schaffen. Kinder haben keine Lust, zwei Stunden den See entlangzugehen. Jetzt gibt es eine Schifffahrt von Spielplatz zu Spielplatz – das zieht. Man hat Bestehendes anders verknüpft. Wenn man dann noch eine Geschichte dazu erzählt ... Haben wir eigentlich ein Maskottchen im Seeland? Ich glaube nicht. Das Saanenland hat die Saani-Geiss, die Lenzerheide hat lange mit Globi geworben.

#### Und das Bündnerland hat die Steinböcke Gian und Giachen.

Halt etwas Spielerisches, das auch die Erwachsenen anspricht.

#### Welches Maskottchen würde zum Seeland passen?

Es müsste etwas zum Thema Wasser sein. Ein Fisch oder eine Schildkröte. Oder eine Ente?

#### Wie sieht es eigentlich mit der Positionierung von Biel als Tourismusstadt aus?

Touristisch nimmt Biel eine Nischenposition ein, es ist nach wie vor eine Industriestadt. Zwar gibt es ein paar Perlen, aber man muss sie eher suchen. Es ist schwierig, eine mentale Karte zu haben, wo es durchgeht. In Bern ist das einfach: Man startet am Bahnhof, geht geradeaus und kommt zum Bärengraben. In Biel wurde das in der Vergangenheit städtebaulich weniger berücksichtigt. Es hat nicht viele erhaltenswerte Gebäude wie ein Münster, eine Zytglogge oder ein Waisenhaus.

#### Das sind nicht gerade gute Aussichten.

Am Ende gilt es, dies einfach zu akzeptieren. Es gibt ja auch keine grosse Notwendigkeit, dass sich der Tourismus in Biel messbar entwickeln muss. Da ist auch das Potenzial nur bedingt vorhanden. Die DNA von Biel kann man nicht verändern. Die ist, wie sie ist – und es wäre verfehlt, wenn der Tourismus sie verändern würde.

#### Zur Person

In Scheuren aufgewachsen, wohnt in Kallnach, verheiratet, Mutter von zwei Kindern, 40 Jahre alt. Studierte an den Universitäten Bern und Bergen (Norwegen) Volkswirtschaft, Psychologie und Betriebswirtschaft, leitet die Forschungsstelle Tourismus der Universität Bern. Die Schwerpunkte liegen auf der Tourismuspolitik, dem touristischen Strukturwandel, der nachhaltigen Entwicklung und Innovation im Tourismus sowie auf touristischen Kooperationen. (cst)