

Bericht des Gemeinderats

Postulat Reto Nause (CVP): EURO-Erfolg nachhaltig sichern vom 03. Juli 2008: Strategie für den touristischen Erfolg Berns in Holland jetzt umsetzen (08.000253)

Mit SRB 059 vom 12. Februar 2009 wurde die folgende Motion in ein Postulat umgewandelt und erheblich erklärt:

Ich fordere den Gemeinderat auf, zur nachhaltigen Sicherung des Erfolgs der EURO 08 eine Strategie zu entwickeln: Insbesondere soll diese geeignete Massnahmen aufzeigen, wie in Zukunft vermehrt Touristinnen und Touristen aus den Ländern, welche ihre Gruppenspiele in Bern ausgetragen haben, an unsere Stadt als Ferien- und Reisedestination gebunden werden könnten. Insbesondere steht dabei Holland im Vordergrund.

Begründung:

Die Erinnerung an das „kleine Wunder von Bern“ ist namentlich in Holland sehr wach:

- äusserst erfolgreiche Gruppenspiele,
- warmer Empfang durch die Bernerinnen und Berner
- und unvergessliche Fanfeste auf den schönsten Plätzen unserer Stadt sind die Stichworte.

Für den Berner Tourismus war die EURO 08 ein grosser Erfolg, den es in die Zukunft fortzusetzen gilt. Dies ist alles andere als gewiss, hat der Gemeinderat doch Bern Tourismus die Beiträge der Stadt gekürzt. Umso wichtiger ist es nun, dass die Stadt die durch die EURO gewonnene Publizität nutzen kann: Als geeignete Massnahmen einer zukünftigen Strategie könnten etwa folgende Elemente in Betracht gezogen werden:

1. Anbahnung einer Städtepartnerschaft
2. Jährliches Freundschaftsspiel mit Oranjefest im Stade de Suisse
3. Schaffung bleibender Erinnerungen an die EURO 08 in Bern: Ausstellung mit den schönsten Erinnerungsfotos und Erinnerungsstücken, kleiner Holland-Park mit Originalrasen aus dem Stade de Suisse
4. Publikumswirksame Verlosung einer Bernreise in Holland für den besten Oranjefan etc.

Insbesondere ist der Gemeinderat auch dazu aufgerufen, dem sportlichen Erfolg nun den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg folgen zu lassen. Mit geeigneten Massnahmen ist dabei nicht allein der Tourismus zu fördern, sondern es sind auch die Vorzüge der Stadt als Standort für Unternehmungen aktiv zu vermarkten.

Bern, 3. Juli 2008

Motion Reto Nause (CVP), Henri-Charles Beuchat, Mario Imhof, Bernhard Eicher, Dannie Jost, Karin Feuz-Ramseyer, Thomas Balmer, Jacqueline Gafner Wasem, Anastasia Falkner, Christoph Zimmerli

Bericht des Gemeinderats

Im April 2010 veröffentlichte das Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern den wissenschaftlichen Abschlussbericht zur EURO 2008 in der Schweiz. Die umfassende Studie mit dem Titel *UEFA EURO 2008 und die Nachhaltigkeit* untersucht eingehend die Auswirkungen der Fussball-Europameisterschaften auf die Schweiz im Allgemeinen und die vier Host Cities im Detail. In der Studie wird festgehalten, dass Bern im Vergleich zu den übrigen Spielorten besonders viele neue ausländische Gäste begrüssen durfte. Für 82 % der ausländischen Gäste war es nämlich der erste Besuch in der Bundeshauptstadt. Erfreulicherweise bestätigt die Studie die subjektiven positiven Eindrücke aus der Zeit der EURO 2008. So wusste Bern die Gäste aller Nationen bezüglich Gastfreundlichkeit zu überzeugen. 95 % der befragten Gäste aus Holland fühlten sich in Bern willkommen. Aber auch die Gäste aus Frankreich, Italien und Rumänien erlebten Bern als eine gastfreundliche Stadt. In keiner der anderen Host Cities fühlten sich die Besucherinnen und Besucher dieser Länder mehr willkommen. Die Studie bestätigt auch, dass Besucherinnen und Besucher sowie Einwohnerinnen und Einwohner die friedliche Atmosphäre während der EURO 2008 gleichermassen schätzten. Die Stadt Bern hat es verstanden, optimalen Nutzen aus der Durchführung der EURO 2008 zu ziehen.

Der Gemeinderat hat durch verschiedene Massnahmen auf unterschiedlichen Kanälen den nachhaltigen Erfolg der EURO 2008 gefördert. Dabei wurden sowohl Massnahmen zur Tourismusförderung wie auch Massnahmen zur Stärkung des Standorts Bern ergriffen. Die Stadt Bern hat dank der EURO 2008 vor allem in den Niederlanden an Bekanntheit dazu gewonnen. Die ergriffenen Massnahmen konzentrierten sich deshalb vorderhand auf dieses Land. Der Gemeinderat setzte dabei auf die Strategie, die anlässlich der EURO 2008 aufgebauten Beziehungen weiter zu vertiefen und so die Verbundenheit mit Holland zusätzlich zu stärken.

Bern Tourismus (BET) bearbeitet den niederländischen Markt seit 2008 aktiv. Gemeinsam mit der Destination Berner Oberland realisierte BET bis Mitte 2010 eine Hollandkampagne. Dabei wurde mittels einer eKampagne, mehreren Medienreisen und Messeauftritten der Wochenend- und Geschäftstourismus MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events) gefördert.

Während der Wintersaison 2009/2010 gab es ein wöchentlicher Charterflug Bern-Rotterdam-Bern. Von 15. Dezember 2010 bis 27. April 2011 werden die Skywork Airlines neu zwei Flüge pro Woche von Rotterdam nach Bern anbieten, wodurch die Stadt Bern zunehmend Besucherinnen und Besucher aus den Niederlanden erwartet.

Die Entwicklung der Logiernächte von Gästen aus den Niederlanden ist erfreulich. Vergleicht man die Jahre 2007 und 2009 miteinander, ist ein Anstieg von 30 % festzustellen. Das Potential des niederländischen Markts wird durch die Destinationserweiterung ab Januar 2011 noch vergrössert.

Bern ist mit der EURO 2008 in den Niederlanden zu einem Begriff geworden und nutzte diesen Schwung optimal. So schaffte es die Website von BET im September 2010 in die ersten 10 der niederländischen Google-Charts.

Die Wirtschaftsförderung Region Bern nutzte den Erfolg der EURO 2008 um die Konzeption für Grossveranstaltung vorwärts zu treiben. Zudem wurde die Eiskunstlauf Europameisterschaft 2011 erfolgreich akquiriert und Akquisitionsversuche für weitere Grossanlässe getätigt. Bei den jeweiligen Bewerbungen konnte unter anderem die EURO 2008 als Referenz für die Kompetenz Berns als Organisator von Grossveranstaltungen aufgeführt werden.

In die Vermarktung des Wirtschaftsstandorts Bern spielen verschiedene Faktoren mit hinein. Das verfügbare Gewerbeflächen, die Vernetzung mit Geschäftspartnern, die Nähe zu Kunden und Lieferanten und die Verfügbarkeit von gut qualifizierten Mitarbeitenden werden bei der Standortwahl unter anderem berücksichtigt. Die Marke Bern wurde dank der EURO 2008 gestärkt und die Vermarktung des Standorts Bern wurde dadurch einfacher. In Präsentationen und Medienartikeln wird die EURO 2008 von der Wirtschaftsförderung Region Bern weiterhin als positives Beispiel herangezogen. Für die Vermarktung des Wirtschaftsstandorts Bern im Ausland ist allerdings die Wirtschaftsförderung des Kantons zuständig. Diese arbeitet mit der „Greater Geneva Berne area“ (GGBa) zusammen. Für die GGBa sind die Niederlande allerdings kein Schwerpunktland. Dafür ist die GGBa in den Ländern Italien und Frankreich tätig. Neben Holland waren Italien, Frankreich und Rumänien die Berner Gastnationen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die EURO 2008 für die Wirtschaftsförderung Region Bern bei der Ansiedelung von Unternehmen kein wesentlicher Standortfaktor darstellt. Deshalb wurden diesbezüglich auch keine grösseren Bestrebungen angestellt. Der Wirtschaftsstandort Bern konnte jedoch von der Stärkung der Marke Bern bei der Vermarktung profitieren und setzt emotionsgeladenes Film- und Fotomaterial von der EURO 2008 bei der Vermarktung weiterhin gezielt ein.

Nach den Gruppenspielen der EURO 2008 hatten Stadt und Kanton Bern in niederländischen Zeitungen ein Dankesinserat geschaltet. Diese Aktion wurde in Holland äusserst positiv aufgenommen. Die Aktion wurde im Sommer 2010 vor dem WM Final Spanien gegen Holland wiederholt. Per Inserat wünschten Stadt und Kanton Bern, Gastro und Hotellerie, BET und das Stade de Suisse Wankdorf der „Elftal“ alles Gute für den Final. Damit wurde den guten Beziehungen, die vor zwei Jahren entstanden sind und sich seither positiv weiterentwickelt haben, Ausdruck verliehen.

Bern und Holland pflegen seit der EURO 2008 eine äusserst freundschaftliche bilaterale Beziehung. So konnte auch Holland sich bei verschiedenen Gelegenheiten in Bern präsentieren, dabei konnten auch die Bernerinnen und Berner mit profitieren. So wurden 5 Monate nach der EURO von der holländischen Botschaft 20 000 Tulpenzwiebeln am Zibelemärit 2008 verteilt. An der BEA 2010 war dann Holland das offizielle Gastland. Geschichten, Waren und Menschen aus Holland standen dabei im Mittelpunkt. Im Rahmen der BEA wurde auch der traditionelle Feiertag „Koninginnedag“ gefeiert.

Im Mai 2010 besuchte ein holländisch-belgisches All Star Team den Berner Bundesplatz. Die Truppe war Teil des holländisch-belgischen Bewerbungskomitees, das sein Dossier für die Fussball WM 2018 oder 2022 an FIFA-Präsident Joseph Blatter überreichen wollte. Die Gruppe rund um Ruud Gullit hatte es ausdrücklich gewünscht auf dem Weg nach Zürich in der Stadt Bern halt zu machen. Neben einem Besuch im Stade de Suisse leiteten Stars wie Edwin van der Saar, Aron Winter und Jean-Marie Pfaff einen Workshop für Kinder und machten beim Torwandschiessen mit.

Bern Mobil führte seinerseits im Juni 2009 eine Kampagne zum Thema Klimaschutz durch. „Bern spart CO2 - Holland dankt“ bestätigte dabei auf seine Weise die Freundschaft mit dem Land am Meer.

Zu den im Postulat vorgeschlagenen Massnahmen:

Zu Punkt 1:

Die Stadt Bern pflegt aktiv Beziehungen zu verschiedensten Städten. Diese Beziehungen sind meist organisationsbezogen (gemeinsame Organisationen wie Städteverband) oder themenbeziehungsweise projektspezifisch. In der Strategie 2020 betont der Gemeinderat die Wichtigkeit einer besseren internationalen Vernetzung Berns. Der Aufbau einer Städtepartnerschaft soll während dieser Legislatur erfolgen. Derzeit wird das Potential von diversen Städten geprüft, die für eine Städtepartnerschaft in Frage kommen.

Zu Punkt 2:

Die Durchführung von Fussballländerspielen ist für die Stadt Bern natürlich wünschenswert. Dazu zählen auch Freundschaftsspiele gegen attraktive Gegner. Für die Durchführung der Länderspiele und die Auswahl des jeweiligen Austragungsorts ist alleine der Schweizerische Fussball Verband (SFV) zuständig. Die Stadt kann darauf keinen direkten Einfluss nehmen.

Zu Punkt 3:

Im August 2010 wurden auf der Kornhausbrücke die üblichen Strassenschilder durch orange, in Holländisch angeschriebene Strassenschilder ersetzt. So wurde am dem Ort in Bern, der neben dem Bundesplatz und dem Stadion für die holländischen Fans die grösste Bedeutung hat, eine bleibende Erinnerung angebracht. Das Buch „Das orange Wunder“ wurde bereits Mitte August 2008 veröffentlicht und eine DVD ergänzte das Angebot an Erinnerungsmaterial. Weiter wurde am 11. Oktober 2008 in medienwirksamer Weise dem niederländischen Verband und dem niederländischen Supporters-Club den in Plexiglas gegossenen Anspielpunkt des EURO 2008-Rasens im Stade de Suisse als Erinnerung und Glücksbringer übergeben.

Zu Punkt 4:

Bern Tourismus und die Destination Berner Oberland haben im Rahmen ihrer Kampagne ähnliche Aktionen erfolgreich durchgeführt.

Der Gemeinderat ist der Auffassung, dass Bern mit der erfolgreichen Durchführung der EURO 2008 seine Chance gepackt und das Image der Stadt nach aussen positiv beeinflusst hat. Seit dem orangen Wunder von Bern gibt es zwischen Bern und Holland eine spezielle Verbindung. Diese Beziehung gilt es auch künftig weiter zu pflegen, damit die Verbundenheit langfristig bestehen bleibt. Die Aktionen in Erinnerung an die Oranje Tage sollten allerdings verhältnismässig bleiben und nicht überstrapaziert werden. Die EURO 2008 ist nämlich Geschichte, die WM 2010 in Südafrika hat neue Geschichten geschrieben und die europäischen Nationalmannschaften kämpfen bereits um die Teilnahme an der EURO 2012 in Polen und der Ukraine. Die Zeit bleibt nicht stehen und Bern machte mit der Durchführung der Eishockey WM 2009 weiter beste Werbung in eigener Sache. Bereits Anfang 2011 erhält Bern seine nächste Chance sich international zu präsentieren. Mit der Durchführung der Eiskunstlauf EM 2011 steht ein weiterer sportlicher Grossanlass mit einem internationalen Publikum vor der Türe.

Bern, 3. November 2010

Der Gemeinderat