

«Ich hoffe, es tönt nicht nur gut»

Seit fünf Monaten ist Volkswirtschaftsdirektor Andreas Rickenbacher im Amt. Diese Woche stellte er seine politischen Schwerpunkte regionalen Wirtschaftsvertretern vor – und erntete nicht nur Zustimmung.

MARTINA RETTENMUND

Als sich Andreas Rickenbacher am 1. Juni in Bern zum ersten Mal hinter den Schreibtisch setzte, ging eine Ära zu Ende. Denn die Volkswirtschaftsdirektion war zuvor jahrelang in den Händen der bürgerlichen Parteien geblieben. Mit Rickenbacher war nun aber ein Sozialdemokrat in die Räumlichkeiten am Berner Münsterplatz eingezogen. Es ging denn auch nicht lange, bis sich skeptische Stimmen aus der Wirtschaft meldeten. So malte insbesondere Kathrin Anderegg, Präsidentin der Berner KMU, ein düsteres Bild der neuen rotgrünen Regierung. Somit wagte sich Andreas Rickenbacher am Montagabend in die Höhle des Löwen, als er einer gemeinsamen Einladung des Swiss Marketing SMC Biel-Seeland und der Wirtschaftskammer Biel-Seeland folgte: Denn zu seinen Zuhörern zählten fast ausschliesslich Vertreter von kleinen und mittleren Unternehmen.

Lobende ...

Rickenbacher referierte vor ihnen über die Herausforderungen und Chancen für den regionalen Wirtschaftsstandort und wagte einen Ausblick ins Jahr 2010 der Berner Volkswirtschaft. Dabei stellte er jene Massnahmen vor, die für ihn als Volkswirtschaftsdirektor eine besonders hohe Priorität geniessen (siehe Infobox). Sie zählen zu den politischen Schwerpunkten, die sich die Berner Volkswirtschaftsdirektion für die Legislaturperiode 2006–2010 gegeben hat. Die Frage ist, ob diese Ziele mit den Bedürfnissen und Erwartungen der Wirtschaft übereinstimmen. Denn auffallend an den Schwerpunkten ist, dass sich darunter viele sogenannte weiche Faktoren befinden, etwa die familienexterne Kinderbetreuung oder die Einführung von Blockzeiten.

Eine Umfrage im Anschluss an das Referat zeigt, dass die regionale Wirtschaft «ihrem» Volkswirtschaftsdirektor grundsätzlich wohlgesinnt ist. Dies hat vor allem damit zu tun, dass Rickenbacher einst selbst Unternehmer war. Andererseits attestieren ihm



Kritisches Publikum: Regierungsrat Andreas Rickenbacher vor regionalen Wirtschaftsvertretern.

Bild: Patrick Weyeneth

Die Schwerpunkte von Rickenbacher

- Ausbau der familienexternen **Kinderbetreuung**
- Promotion des Wohnstandortes Kanton Bern
- Einführung von Blockzeiten in der **Volksschule**
- Optimierung des Wissenstransfers **Wirtschaft-Wissenschaft**
- Administrative Vereinfachung von Verfahren
- Realisierung von Massnahmen aus den Mobilitätsstudien der Regionen Biel, Bern, Thun und Burgdorf (mar)

die Wirtschaftsvertreter, dass er keine ideologischen Scheuklappen trägt. «Andreas Rickenbacher macht eine saubere Sachpolitik, keine Parteipolitik», meint etwa Beat Müller, Leiter Geschäftsregion Bern bei Swiss Life. Als positiv wird hervorgehoben, dass sich der neue Volkswirtschaftsdirektor auf einige wenige Ziele konzentriert und nicht einen ganzen Massnahmenkatalog präsentiert hat. «Lieber wenige Massnahmen, dafür diese gut umsetzen», so Müller. Auch Sophie Ménard, Geschäftsführe-

rin der Wirtschaftskammer Biel-Seeland, begrüsst die klare Fokussierung auf einige wenige Schwerpunkte, die «realisierbar erscheinen», wie sie sagt. Max Etter vom Lysser Informatikspezialisten In4U AG, der selbst viele Lehrlinge ausbildet, hätte sich noch eine stärkere Betonung des Bereichs Ausbildung gewünscht: «Ich zweifle, ob seine Massnahmen genügen, um das Ausbildungs- und Bildungswesen nachhaltig zu fördern.» Der Mangel an Fachkräften sei schliesslich auch im Kanton Bern ein Problem.

... und kritische Stimmen

Längst nicht alle wollen nur loben. Zu reden gibt besonders die Steuerpolitik der neuen Regierung. «Über die Höhe der Steuern müssen wir uns Gedanken machen, aber dieses Element ist bei weitem nicht das wichtigste», findet Rickenbacher. Gerade hier ist die Wahrnehmung vieler Wirtschaftsvertreter eine andere. «Aus Sicht der KMU sind die Steuern ein zentrales Thema», sagt Adrian Tschanz von der Tschanz Treuhand AG in Lyss. Die Massnahmen, die Rickenbacher favorisiere, seien zwar vom Ansatz her gut. «Für mich ist aber nicht ganz klar, wie er diese umsetzen und finanzieren will.» Hier

sieht auch Bernhard Aeschbacher, Präsident des HIV Biel-Seeland, Fragezeichen. «Wenn Andreas Rickenbacher etwa den Bildungsbereich effektiver gestalten will, so wird dies auch etwas kosten.» Dies bedinge entweder Einsparungen oder Steuererhöhungen. Beides zusammen gehe nicht, so Aeschbacher. In Bezug auf die Steuern dürfe Rickenbacher die Wahrnehmung ausserhalb des Kantons nicht ausser

Acht lassen: «Bern gilt vielerorts als Kanton mit hoher Steuerbelastung.» Der HIV werde darauf achten, dass die Balance zwischen den einzelnen Schwerpunkten eingehalten werde. Und der HIV-Präsident spricht aus, was manch anderem an dem Abend ebenfalls durch den Kopf ging – persönliche Sympathie hin oder her: «Rickenbachers Programm ist erfrischend. Ich hoffe aber, es tönt nicht nur gut.»

Die Region in Zahlen

mar. Anlässlich seines Vortrags am Montagabend in Biel nahm Andreas Rickenbacher auch eine Einordnung der Region Biel-Seeland innerhalb des Kantons Bern vor. Dabei zeigte sich: Wirtschaftlich gehört der Raum Biel-Seeland zum vorderen Drittel im Kanton. Der Anteil am BIP betrug 2005 13 Prozent. Hier liegt Biel hinter Bern-Mittelland (53%) und dem vom Tourismus geprägten Berner Oberland (15%). Der starke Vorsprung von Bern-Mittelland erklärt sich durch dessen Zentrumsvorteile und die Bedeutung als Bundesstaat. Ähnlich sieht es mit dem Anteil der Er-

werbstätigen aus: Hier liegt Biel mit 14 Prozent hinter dem Berner Oberland (17%) und dem Berner Mittelland (48%). Punkto wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit und Produktivität kommt Biel-Seeland auf den zweiten Rang zu liegen. Dies hat auch mit der Verteilung der erwerbstätigen Bevölkerung auf die drei Sektoren zu tun: Am meisten Leute arbeiten in der Region im Dienstleistungssektor (65%), etwas weniger (31%) sind im Bereich Handel und Industrie tätig. Im wertschöpfungsarmen landwirtschaftlichen Sektor arbeiten bloss 5 Prozent der Erwerbstätigen.

Gefragter Ferienort Schweiz

Die Schweiz erlebt einen **Tourismusboom**: Nach einer starken Sommersaison hält das Wachstum trotz Abschwächung auch in der Wintersaison an.

sda. Im Sommerhalbjahr 2006 nahm die Zahl der Hotelübernachtungen um 5,7 Prozent zu, wie der gestern publizierten Schätzung des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) zu entnehmen ist. Grund für den Boom sei das anhaltende Wirtschaftswachstum im In- und Ausland sowie die «hohe Attraktivität» der Schweizer Destinationen.

Städte legten zu

Wachstumstreiber waren die Städte Basel, Bern, Genf, Lausanne und Zürich. Hier nahm die Zahl der Hotelübernachtungen um mehr als zehn Prozent zu. Die Entwicklung in den Alpenregionen verlief dagegen sehr hetero-

gen. Der stärkste Zuwachs findet mit einem Plus von neun Prozent in den Städten statt.

In der Wintersaison (November 2006 bis April 2007) dürften die Zahl der Hotelübernachtungen gegenüber dem Vorjahr um 1,2 Prozent zulegen. Das Wachstum komme hauptsächlich dank der anhaltend günstigen Konjunkturlage im In- und Ausland und der besseren finanziellen Lage der Haushalte zustande, schreibt das Seco. Die ausländische Nachfrage wird 1,4 Prozent zulegen, das ist wie bereits in den Jahren zuvor eine leicht bessere Entwicklung als bei der Binnennachfrage (+0,9 Prozent). Angetrieben werde das touristische Wachstum weiterhin von den Städten. Bezüglich der Herkunftsmärkte sieht das Seco für die Fernländer günstige Perspektiven. Für «neue» Herkunftsländer wie Russland oder China sei die Schweiz eine «sehr attraktive Destination». Dagegen dürfte die erwartete Konsumflaute in Deutschland auf den Schweizer

Tourismus durchschlagen. 2007 werden die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht mehr ganz so günstig sein wie 2006, hält das Seco weiter fest. Für die Sommersaison 2007 ist mit einer Zunahme der touristischen Nachfrage um noch 1,0 Prozent zu rechnen.

Keine Steigerung in Sicht

Das bereits sehr hohe Nachfrageniveau lasse sich kaum weiter steigern. Bei den Schweizer Gästen rechnet das Seco mit einem Plus von 0,4 Prozent, die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland dürfe um 1,4 Prozent wachsen. Insgesamt dürfte die Zahl der Hotelübernachtungen im Tourismusjahr 2006/07 um 1,1 Prozent zunehmen. Das Wachstum der ausländischen Nachfrage schätzt das Seco auf 1,4 Prozent, jenes der Binnennachfrage um 0,6 Prozent. Die mittelfristige Entwicklung im Schweizer Tourismus werde von der Fussball-EM 2008 geprägt.

Sunrise hat im dritten Quartal weniger umgesetzt, aber mehr verdient. Der **Telekomanbieter** hat zwar Kunden gewonnen, die Preise aber sind im Keller.

sda. Der Umsatz der Sunrise schrumpfte im dritten Quartal um 2,9 Prozent auf 495 Mio. Franken. Der Reingewinn stieg aber um 11,5 Prozent auf 58 Mio. Franken, wie Sunrise gestern mitteilte. Schuld am Umsatzrückgang sei der Preiskampf in der Branche, heisst es. Deshalb setzte die Tochter des dänischen Telekomkonzerns TDC den Sparhebel an und senkte den Betriebsaufwand um 5,8 Prozent. Sunrise baut im laufenden Jahr 145 Stellen ab. Dank den tieferen Kosten legte der Betriebsgewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (Ebitda) um 5,3 Prozent auf 138 Mio. Franken zu. Obwohl die Ge-

samtanzahl im Vergleich zum Vorjahr erneut abnahm, konnte der Abwärtstrend gestoppt werden. Ende des dritten Quartals hat Sunrise 22 000 Kunden mehr als im Vorquartal (+1 Prozent). Insgesamt zählt Sunrise 2,167 Mio. Kunden. Der Zuwachs im letzten Vierteljahr ist vor allem dem Mobilfunkgeschäft zu verdanken. Hier wurde die Zahl der Kunden gegenüber dem Vorjahr um 4,6 Prozent und gegenüber dem Vorquartal um 2,2 Prozent auf 1,317 Mio. gesteigert. Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 1,6 Prozent auf 316 Mio. Franken.

In der Festnetztelefonie dagegen büsste Sunrise Kunden und Umsatz ein. Der Kundenstamm schrumpfte im Vergleich zum Vorjahr um 6,1 Prozent auf 504 000. Der Aderlass bei den Festnetzdiensten konnte allerdings gestoppt werden. Im Vergleich zum zweiten Quartal schrumpfte die Kundenzahl noch um 0,2 Prozent.

Sunrise spürt den Preisdruck

NACHGEFRAGT

«Möchten noch weiterwachsen»

mar. Gestern wurde die Lokalgruppe Biel des Businessclubs Business Networking International (BNI) gegründet. Sie veranstaltete deshalb einen Besuchertag. Christoph Grupp, Mitgliederkoordinator des neuen BNI-Chapters in Biel und Inhaber der Kommunikationsfirma ecomm, über das Echo.

Herr Grupp, wie gross war das Interesse am gestrigen Besuchertag der BNI?

Christoph Grupp: Die Nachfrage war erfreulich gross. Insgesamt kamen 70 Interessierte. Wir waren positiv überrascht.

Wie viele Mitglieder haben Sie bereits gewonnen?

Jemand hat sich aus dem Stand heraus angemeldet. Bei fünf weiteren Personen ist eine definitive Anmeldung im Laufe der Woche sehr wahrscheinlich. Die Statistik solcher Anlässe zeigt, dass sich bloss etwa jeder Siebente anmeldet. Wir können also zufrieden sein. Zurzeit zählt unser Chapter 20 Mitglieder – wir möchten aber gerne noch ein wenig wachsen.

Was ist das Ziel von BNI?

Das Hauptziel ist, untereinander Geschäftsempfehlungen auszutauschen. Dazu treffen wir uns immer dienstags um 7 Uhr zum gemeinsamen Frühstück. Dabei stellen sich die Mitglieder gegenseitig kurz vor. Dies ist wichtig, weil Weiterempfehlungen nur möglich sind, wenn man das betreffende Unternehmen auch wirklich gut kennt.

Wer kann mitmachen?

Wichtig ist, dass man regelmässig an den wöchentlichen Sitzungen teilnimmt. Zudem muss man bereit sein, sein Kontaktnetz einzubringen. Als BNI-Mitglied ist man Bauer, nicht Jäger, um es bildhaft auszudrücken. Das heisst: Es geht nicht darum, in kurzer Zeit möglichst viele Aufträge fürs eigene Unternehmen zu gewinnen. Ganz wichtig ist auch die Branchenausschliesslichkeit: Es können nur Leute teilnehmen, deren Branche nicht bereits im Chapter selbst vertreten ist.

INFO: Interessierte können sich bei der BNI-Präsidentin Tatjana Greber-Probst melden, Tel. 032 365 60 06, oder Mail info@global-translations.ch.

NACHRICHTEN

Arbeitslosigkeit in Frankreich gesunken

sda. Die Arbeitslosigkeit in Frankreich ist im September auf den niedrigsten Stand seit fünf Jahren gesunken. Die Arbeitslosenquote fiel binnen eines Monats von 9 auf 8,8 Prozent. Die Zahl der Arbeitssuchenden verringerte sich gegenüber dem August um 30 400 auf 2,129 Millionen Menschen, wie das Arbeitsministerium in Paris mitteilte. Dies ist der niedrigste Stand seit August 2001.

Detailhandel setzt weniger um

sda. Die deutschen Detailhändler haben im September überraschend weniger verkauft als im August. Der Umsatz sei nominal um 1,4 Prozent und preisbereinigt (real) um 1,7 Prozent gesunken, so das Statistische Bundesamt.

Jahresteuierung in der Eurozone gesunken

sda. Die Jahresteuierung in der Eurozone ist im Oktober leicht auf 1,6 Prozent gesunken. Dies teilte das Europäische Statistikkamt (Eurostat) gestern auf Basis einer ersten Schätzung mit.