



Mediengespräch „Besuch in Vietnam“ vom Dienstag, 27. April 2010

SPEAKING NOTES BARBARA HAYOZ, VIZESTADTPRÄSIDENTIN, DIREKTORIN FÜR
FINANZEN, PERSONAL UND INFORMATIK

Es gilt das gesprochene Wort

Präsenz für die Stadt Bern

Der Besuch in Hanoi bot die Gelegenheit für die Stadt Bern, Präsenz zu markieren und sich als Tourismusdestination und fortschrittliche westliche Wirtschaftsstandort zu empfehlen.

Seinem grossen Nachbarland China folgend, befindet sich Vietnam seit Anfang der 1990er Jahre in einem Übergangsprozess von einer Plan- zu einer Marktwirtschaft mit sozialistischer Orientierung. Die eingeleitete Erneuerungspolitik hat bemerkenswerte wirtschaftliche Erfolge erzielt. So kann das Land hohe jährliche Wachstumsraten vorweisen (2009: 5,3 %; 2008: 6,25 %; 2007: 8,5 %) und hat sowohl seine Exporte (wichtigste Exportgüter sind: Rohöl, Textilien und Bekleidung, Schuhe, Meeresfrüchte und Reis) als auch ausländische Direktinvestitionen steigern können. Vietnam ist seit Jahren eine der dynamischsten und schnellst wachsenden Volkswirtschaften weltweit.

Dies hat zur Folge, dass die Kaufkraft der Vietnamesinnen und Vietnamesen steigt. Eine wachsende Mittelschicht kann sich Auslandsreisen leisten. Vietnam und dem asiatischen Raum kommen für Bern als Tourismusstandort wachsende Bedeutung zu. Früher stammte ein bedeutender Teil der asiatischen Gäste aus Japan. Mit dem breiten Wirtschaftswachstum auf dem asiatischen Kontinent werden die asiatischen Gäste heterogener. Abgesehen von einem starken Einbruch im Jahr 2009 infolge der weltweiten Wirtschaftskrise und der Schweinegrippe stieg die Zahl von Gästen aus Vietnam im Kanton Bern in den letzten Jahren an.

Aber nicht nur für Bern als Tourismusdestination spielt Vietnam eine zunehmend wichtigere Rolle, auch der produzierenden Industrie ergeben sich Chancen für neue Ex-

portmöglichkeiten. Für die Wirtschaft der Stadt Bern ist es wichtig, dass die Schweiz in den asiatischen Ländern präsent ist.

Während des kurzen Besuches habe ich persönlich den Eindruck gewonnen, dass die vietnamesische Gesellschaft aufgeschlossen und ehrgeizig ist. Die Menschen wollen Fortschritt, sie wünschen Entwicklung. Dass die Marke „Bern“ in möglichst vielen Köpfen verankert ist, kann nur ein Vorteil sein.

Stadt Bern hilft bei der Realisation einer Blumenuhr in Hanoi mit

Anlässlich des Besuches des vietnamesischen Staatspräsidenten in Bern wurde Stadtpräsident Alexander Tschäppät ein nicht eingelöstes Versprechen der Stadt Genf, die Realisation einer Blumenuhr im Zentrum von Hanoi, zugetragen. Die Stadt Bern hat die Gelegenheit genutzt und wird nun zusammen mit Genf, das inzwischen wieder aufgesprungen ist, eine Blumenuhr realisieren. Diese Blumenuhr kommt nicht irgendwohin, sondern auf einen Platz, der als wichtiger Verkehrsknotenpunkt dient und sich in der Nähe des Hoan Kiem Sees, wo der Legend nach die Stadtgründung von Hanoi stattgefunden haben soll, befindet. Mit der Blumenuhr erhält Bern die Möglichkeit, auf einem der prominentesten Plätze Hanois Präsenz zu markieren.

Die Vietnamesinnen und Vietnamesen haben eine hohe Affinität zu Schweizer Uhren. Insbesondere geniesst die Marke Longines hohes Ansehen. Long bedeutet auf Vietnamesisch „Drache“. Ein Drache ist Symbol der Kraft und soll zu Urzeiten Vietnam vor Invasoren geschützt haben.

Die neue Blumenuhr wird die Schweiz mit der Region Bern als „watch country“ weiter verankern.

Vielleicht lächeln Sie über die ganze Symbolik und stellen den Nutzen für die Stadt Bern in Frage. Ich kann Ihnen nur sagen, dass die Stadtberner Delegation sehr grosse Wertschätzung bis auf höchster Staatsebene erfahren durfte. Dies ist Beleg genug, dass symbolische Aktionen von grosser Bedeutung sind. Ich bin überzeugt, dass die Blumenuhr zu einem Sympathieträger in Hanoi für die Stadt Bern werden wird.

In den zahlreichen Gesprächen konnte ich feststellen, dass die Schweiz den Vietnamesinnen und Vietnamesen ein Begriff ist. Mit „Sweden“ wird „Switzerland“ nicht ver-

wechselt und die Genfer Konferenz von 1954, an welcher Vietnam entlang des 17. Breitengrads getrennt worden ist, gehört zum Wissen eines jeden Schulkindes.

Die Stadt Bern geht den eingeschlagenen Weg weiter

Bern als Hauptstadt will künftig die Hauptstadtregion verstärkt auch im Ausland verankern. Es wird dabei nicht soweit kommen, dass Bern, wie dies andere Hauptstädte tun, eigene „foreign affairs“-Büros betreibt und teure PR-Kampagnen sponsert. Bern wird beim finanziellen Mitteleinsatz bescheiden bleiben. Dennoch sind wir gewillt, eine gewisse Zurückhaltung aufzugeben und die Hauptstadt aktiver als bisher zu positionieren.