



Stellungnahme von THUNcity zum Postulat "Marschhalt bei der Tourismusförderung - Übertourismus vorbeugen"

Thun, 7. November 2025 - THUNcity steht für eine lebendige Innenstadt, in der sich Menschen gerne begegnen, verweilen, einkaufen und geniessen. Deshalb nehmen wir das eingereichte Postulat mit grossem Befremden zur Kenntnis. Die Forderung nach einem Marschhalt bei der Tourismusförderung verkennt die Realität in Thun und würde den städtischen Detailhandel, die Gastronomie und die lokalen Dienstleister empfindlich schwächen.

Nach den Medienberichten zum Postulat haben sich bei THUNcity zahlreiche Gewerbetreibende gemeldet – viele waren regelrecht entsetzt. Unsere Geschäftsstelle und auch unsere Vorstandsmitglieder mussten diverse Telefonate entgegennehmen, in denen die Unternehmer ihre Sorgen und ihren Unmut über die Diskussion zum Ausdruck brachten. Dieses direkte Echo zeigt, wie gross die Verunsicherung ist: Viele kämpfen mit sinkenden Kundenzahlen und rückläufigen Umsätzen und verstehen nicht, weshalb nun ausgerechnet über einen Stopp der Tourismusförderung diskutiert wird.

Tourismus ist kein Gegensatz zu einer lebenswerten Innenstadt – er ist ihre Energiequelle. Dass diese Energie in Thun keineswegs im Übermass vorhanden ist, bringt Tom Christen, Leiter des Warenhauses LOEB Thun, treffend auf den Punkt:

„Wann war Thun zuletzt so überlaufen, dass man sich durch die Innenstadt kämpfen musste? Wir leben von jeder Frequenz, von jedem Besuch, von jedem Franken, der in unserer Innenstadt ausgegeben wird. Der Tourist ist keine Bedrohung, sondern unsere Lebensader. Was wir brauchen, ist kein weniger, sondern ein bewusstes mehr: mehr qualitative Gäste, mehr Leben in der Stadt, mehr Gründe, um länger zu bleiben – und natürlich mehr Umsatz für unsere Geschäfte, Restaurants, Bars und Dienstleister als Sicherung unserer Arbeitsplätze und unseres Wohlstandes.“

Diese Einschätzung teilen wir voll und ganz. Der Tourismus in Thun ist weit entfernt von Überlastungsszenarien, wie sie international in Metropolen oder klassischen Hotspots wie in Interlaken auftreten. Die Herausforderungen hier vor Ort liegen vielmehr in der rückläufigen Frequenz, in veränderten Konsumgewohnheiten und der zunehmenden Konkurrenz durch den Onlinehandel.

Diese Entwicklung bestätigt auch Marco Ramseier, Gastronom der Chillounge:

„Nach der Corona-Zeit war das erste Jahr für viele Detailhändler und auch für die Gastronomie erfreulich – die Umsätze waren stark und die Stimmung positiv. Leider geht es in den letzten drei Jahren jedoch stetig bergab. Wer sich einmal die Mühe macht, an einem beliebigen Wochentag am Abend durch die Stadt zu gehen, sieht sofort, wie leer sie ist.“

Sowohl der Detailhandel als auch die Gastronomie brauchen die Einnahmen aus dem touristischen Einkauf und Konsum dringend. Schon ein Rückgang von 10 Prozent beim Umsatz bedeutet, dass der Gewinn vollständig wegfällt. Bei 20 Prozent können Betriebe nicht mehr rentabel arbeiten. Viele Geschäfte haben keine Luft mehr – jede Frequenz und jeder Franken zählt.



Unsere Aufgabe ist es, diesen Tourismus gezielt und qualitätsorientiert zu fördern – nicht zu bremsen. Denn nur so sichern wir gemeinsam die Zukunft unserer Innenstadt und stärken das lokale Gewerbe nachhaltig.

THUNCity plädiert deshalb klar gegen einen Marschhalt bei der Tourismusförderung. Thun verdient eine lebendige Innenstadt mit wirtschaftlicher Stärke, Qualität und Herz.

Freundliche Grüsse

THUNCity

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Y. Schediwy", is positioned above the name.

Yvonne Schediwy, Präsidentin

A handwritten signature in black ink, appearing to read "U. Flück-Arbeiter", is positioned above the name.

Ursula Flück-Arbeiter, Geschäftsführerin

und der Gesamtvorstand