



Werbezeitschrift:
Bern stellt sich
der Schweiz vor

**Konsument
Frenkel**

Katz oder Hund – das ist hier die Frage

Beni Frenkel
saldo-Redaktor



Wir haben seit drei Monaten einen Kater zu Hause. Er heisst Alvin (sprich: «Älwin, runter vom Tisch!») und ist zweifarbig: orange und weiss. Unser Herz hat Alvin noch nicht so richtig erobert. Dazu beisst und kratzt er uns zu häufig. In den meisten Fällen grundlos. Ein kleines Jucken des Fingers deutet er bereits als Kampfansage. Dann macht er einen Satz und beisst rein.

Zuvor hatten wir uns lange überlegt: Hund oder Katze? Ich rechnete nach: Eine Katze ist viel günstiger im Unterhalt als ein Hund. Alvin reichen zwei kleine Beutel Fleisch pro Tag. Das kostet mich bei Migros oder Coop nur 50 Rappen.

Alvin macht aber nicht die geringsten Anstalten, sich für die 50 Rappen Lebenskosten ein bisschen erkenntlich zu zeigen. Sitze ich vor dem Fernseher und würde gerne mit ihm etwas kuscheln, hockt er stur in zwei Metern Entfernung da und starrt mich eine halbe Stunde an.

Manchmal frage ich mich, ob ein Hund nicht doch besser wäre. Die fressen zwar kostenintensiver, und ich müsste in Zürich eine teure Hundeschule mit ihm besuchen. Aber so ein Hund ist wohl anschmiegsamer als Alvin, und ich könnte ihn wahlweise auch als Wachhund verwenden.

Katze oder Hund? Eine schwierige Frage. Zumal Alvin gestern doch auf meinen Schoss sprang und sich kraulen liess. Er schnurrte sogar! Ich glaube, wir behalten ihn doch. Er erinnert mich an meine Frau. Bei ihr musste ich auch lange betteln, bis wir uns endlich fanden.

Bern: Steuergelder für Hochglanzwerbung

Der Kanton Bern erhält mehr als 1 Milliarde Steuerfranken von andern Kantonen. Und produziert damit unter anderem eine Hochglanzzeitschrift, in der er sich den Miteidgenossen als Tourismusziel vorstellt.

Tipps für luxuriöse Grandhotels, einen Text zur Lauberhorn-Abfahrt, das Fondurezept des Berner Kochs Ivo Adam, dazu ein Vorwort von Altbundesrat Adolf Ogi: Darauf hat die Schweiz kaum gewartet. Die 52-seitige Hochglanzbroschüre nennt sich «Made in Bern». Sie lag im November der «Sonntags-Zeitung» und «Le Matin Dimanche» bei. Auflage: 365 000. Herausgeber ist die «BE! Tourismus AG», die Marketingorganisation des Kantons Bern. Die Broschüre wird in den nächsten drei Jahren sechs Mal erscheinen.

Über 400 000 Franken pro Ausgabe

Das geht ins Geld: Der Druck einer Ausgabe kostet gemäss Angaben einer Druckerei über 70 000 Franken. Der teuerste Posten ist die Spedition mit den Sonntagszeitungen. Das kostet

gemäss Tarif rund 332 000 Franken. Dazu kommen Honorare für Autoren, Fotografen, Layouter und Autoren. Harry John, Direktor der «BE! Tourismus AG», sagt, der Betrag sei «um ein Vielfaches tiefer». Aufwand und Ertrag ständen «in einem sehr guten Verhältnis». Konkrete Zahlen nennt er aber nicht.

Die Marketingorganisation des Kantons Bern lebt von Steuergeldern: Der Kanton zahlt 2,4 Millionen Franken. Das ist rund die Hälfte des Budgets. John sagt dazu, dass auch Tourismusorganisationen im benachbarten Ausland meist zu 100 Prozent öffentlich finanziert seien.

Touristen zahlen mit Kurtaxe für Tourismuswerbung

Über Beherbergungsabgaben der Berner Tourismusdestinationen fliessen nochmals rund 2,4 Millionen Franken in die Kasse. Das heisst: Die Bern-Touristen zahlen mit der Kurtaxe auch gleich die Tourismuswerbung. Und nicht nur sie: Die Steuerpflichtigen aus andern Kantonen tragen im Rahmen des Finanzausgleichs ebenfalls ihren Teil bei. Bern erhält 1,2 Milliarden Franken von den andern Kantonen.

sz