

## WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

## Von Kollege zu Kollege

Die Kampagne «Willkommen in Biel» hat sich auf die Schweiz ausgedehnt. Welche Ziele hat sie bisher erreicht?

VON ISABELLE WÄBER

«Wenn Sie Fragen zu Biel haben, sind 235 Personen bereit, ihnen diese zu beantworten», sagt Julien Steiner. Der Bieler Vize-Stadtschreiber zeigt sich zufrieden mit der Aktion «Willkommen in Biel» und ist zuversichtlich, dass sich das Image der Stadt, mit der Zeit, verändern wird. «Es gibt mehrere Hinweise darauf, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Die Besucherzahlen unserer Webseite sind innerhalb dieses Jahres um zehn Prozent gestiegen, wir verzeichnen 20 000 Besucher.»

**National.** Die Kampagne wurde im August über die Wirtschaftspartner auf das ganze Land ausgedehnt. Zusätzlich hat die Stadt sie in den sozialen Medien gezielt eingesetzt bei jenen, die in Fachgebieten wie etwa der Mikrotechnik eine Anstellung suchen.

Diese Massnahmen tragen in der Deutschschweiz Früchte: Am 23. Oktober berichtete das SRF in der Sendung «Schweiz Aktuell» darüber. Zu sehen waren neben Stadtpräsident Erich Fehr zwei «Kolleginnen»: Julie Lovens, die von Lea aus Lyss kontaktiert worden ist, sowie Mélissa Hotz. Lovens ist Fotografin. «Lea und ich fanden heraus, dass ihr Partner der Chef des besten Freundes meines Partners ist.»

Die zweite «Kollegin», Mélissa Hotz, ist Therapeutin und zog vor zehn Jahren aus Kanada nach Biel um. Eine Person aus Lyon (F) hat

sie kontaktiert. «Ihre Bedenken galten hauptsächlich der Sprache, weil Biel als sehr deutschsprachig empfunden wird.» Mélissa Hotz fühlt sich aber gut in Biel und «liebt die Vielseitigkeit der Stadt».

**Reaktionen.** Die Grünliberale Stadträtin Sandra Gurtner-Oesch sagt, sie habe «einige Reaktionen aus anderen Städten erhalten, die uns zu dieser Kampagne gratulieren». Virginie Borel ihrerseits «erhielt» eine Zürcher Studentin. «Ein Teil ihrer Bachelor-Arbeit bestand darin, eine unbekannte Stadt zu entdecken. Gemäss Borel, Direktorin des «Forum für Zweisprachigkeit», hat die Studentin Biel «sehr geschätzt».

Die Imagekampagne wurde, ausgehend von zwei Erkenntnissen, Anfang 2017 von der Stadt in Partnerschaft mit verschiedenen Unternehmen und Institutionen aus der Wirtschaft lanciert: «Erstens haben Unternehmen Schwierigkeiten, qualifiziertes Personal zu finden, weil die Menschen gegenüber Arbeit in Biel voreingenommen sind. Zweitens nehmen die meisten, die in Biel arbeiten, hier nicht unbedingt Wohnsitz», erklärt Julien Steiner.

**Investitionen.** Insgesamt wurden 600 000 Franken in das Projekt investiert, davon 400 000 von der Stadt. Die Unternehmen wendeten 200 000 Franken auf. «Das mag teuer erscheinen, aber zum Vergleich kostet die Ausstrahlung eines zehnkündigen Spots auf allen E-Panels in der Schweiz mehr als 100 000 Franken pro Woche. Aber unser Projekt ist nachhaltig.» Auf der Webseite stellen sich die Bieler «Kolleginnen

und Kollegen» mit persönlichen Statements und ihren Interessen vor. Einige schrecken weder vor Produktplatzierungen zurück (wie etwa Armbanduhren) noch vor Werbevideos.



Die Fotografin und Bloggerin Catherine Bergeon hat bisher erst eine Nachricht erhalten, diese allerdings zu kommerziellen Zweck. Sie fühlt sich «ausgenutzt». Julien Steiner tut das leid. Er weist darauf hin, dass die «Kollegen» für den Inhalt verantwortlich sind. «Es ist wie eine Social Media-Plattform. Jeder ist frei zu senden, was er will. Wir prüfen nur, dass es keine Beleidigungen sind oder ähnliches. Aber eine Polizei gibt es nicht.» Über die Auswirkungen der Kampagne für die privaten Investoren kann Steiner vor Jahresende nichts sagen: «Im Dezember findet eine Sitzung mit unseren Partnern statt, in welcher wir eine Bilanz ziehen», so Steiner.

**Julien Steiner:**  
«Jeder ist frei, das zu senden, was er will.»

**Julien Steiner:**  
«C'est comme une plateforme de réseau social. Chacun est libre de mettre ce qu'il souhaite.»

La campagne «Bienvenue à Bienne» s'étend désormais à toute la Suisse.

Quels buts a-t-elle atteints jusqu'ici?

Cette mesure a déjà commencé à porter ses fruits Outre-Sarine: le 23 octobre dernier, SRF Schweiz Aktuell a consacré un reportage à ce sujet. En plus du maire Erich Fehr, deux «amies», Julie Lovens et Lea de Lyss qui l'a contactée, ainsi que Mélissa Hotz y apparaissent. La première est photographe. «Avec Lea, on a réalisé que son partenaire était le chef du meilleur ami de mon partenaire.»

La deuxième, Mélissa Hotz, est thérapeute, arrivée à Bienne, il y a 10 ans depuis le Canada. Une personne de Lyon (F) l'a contactée. «Son inquiétude était surtout liée à la langue, car Bienne est perçue comme très alémanique.» Mélissa Hotz pour sa part se sent bien à Bienne, et «adore son côté éclectique».

**Réactions.** Sandra Gurtner-Oesch, conseillère de Ville vert/libéral, déclare avoir uniquement eu «quelques réactions d'autres villes qui nous félicitent pour cette campagne.» Virginie Borel, quant à elle, a reçu une étudiante de Zurich. «Elle avait pour mission, dans le cadre de son travail de bachelier, de partir à la découverte d'une ville inconnue.» La présidente du Forum du bilinguisme précise que l'étudiante a «beaucoup apprécié» Bienne.

Pour rappel, la campagne avait été lancée, début 2017 par la Ville de Bienne, en partenariat avec différentes entreprises et institutions issues de l'économie, partant d'un double constat. «Première-

ment, les entreprises peinent à trouver du personnel qualifié, car les personnes ont des préjugés à venir travailler à Bienne. Deuxièmement, le nombre de ceux qui viennent travailler à Bienne ne s'y installent pas forcément», explique Julien Steiner.

**Investissements.** Quelque 600 000 francs ont été investis dans ce projet, dont 400 000 par la Ville. Les entreprises y ont contribué à hauteur de 200 000 francs. «Ça paraît beaucoup, mais à titre de comparaison, la diffusion d'un spot de 10 secondes sur tous les «e-panels» de Suisse coûte plus de 100 000 francs par semaine. Or notre projet est durable.»

Ce site présente donc notamment les «amies et amis» biennois, leur devise et leurs centres d'intérêts, voire des tuyaux personnels. Certains n'hésitent pas à faire du placement de produit, montre au poignet ou vidéo publicitaire à l'appui. La politique s'y retrouve en filigrane, avec des allusions au contournement Ouest de l'A5.

La photographe et blogueuse Catherine Bergeon a quant à elle reçu un seul message et à but commercial. En l'occurrence, elle dit s'être sentie «utilisée». Julien Steiner déclare en être désolé. Il précise que les «amis» sont responsables du contenu. «C'est comme une plateforme de réseau social. Chacun est libre de mettre ce qu'il souhaite. On vérifie seulement qu'il n'y ait pas d'injures ou ce genre de choses, mais il n'y a pas une police».

Quant à connaître les retombées de cette campagne sur les investisseurs privés, Julien Steiner ne peut pas répondre avant la fin de l'année: «Nous aurons en décembre une séance avec les partenaires pour faire un bilan», indique-t-il. [www.bienvenueabienne.ch](http://www.bienvenueabienne.ch)

Die stellvertretende Schulleiterin der Musikschule Biel freut sich, in die 15. Saison der «Cadenza»-Konzerte einzutauchen.

VON RENAUD JEANNERAT

**BIEL BIENNE:** Als Sie vor fünf Jahren die Verantwortung für die Konzertreihe «Cadenza» übernommen haben, sagten Sie, sie sei das Schaufenster der Musikschule. Was werden Sie «ausstellen», um das 15-jährige Bestehen zu feiern?

**Isabelle Lehmann:** Wir werden acht Konzerte präsentieren, in denen wir erneut zahlreiche Musikstile erkunden. Wirklich speziell in diesem Jahr ist die Zusammenarbeit mit anderen Konzertveranstaltern, das sind die Bielersee Schiffsahrtsgesellschaft, «Konzerte Evillard», die reformierte Kirchgemeinde Biel und der Farel-Kulturverein.

«Cadenza» findet ausserhalb der Schulhausmauern statt. Gibt es neue Konzerte? Ja, das MS Rousseau auf einer winterlichen Bielerseerundfahrt, der Gemeindefeier in Leubringen und die Stadtkirche in Biel, wo «Cadenza» noch nie stattgefunden hat. Der «Rotonde» bleiben wir treu, eine ausgezeichnete Zusammenarbeit, ebenso der HKB Burg. Auch ins Farelhaus kehren wir zurück.

Das Programm war bisher immer vielseitig für eine Schule mit eher klassischem Image. Sind ihre Lehrer immer noch so offen für andere musikalische Welten?

Wir heissen nicht mehr Konservatorium und in unserer Abteilung Jazz/Pop/Rock bilden wir einen Drittel unserer 1200 Schüler aus. Das Eröffnungskonzert kombiniert beispielsweise zeitgenössische Musik von John Cage und dem Berner Komponisten Xavier Dayer mit Brahms, Schumann und Berlioz. Das war die Idee unserer neuen Gesangslehrerin Laure-Anne Dayer-Payot. Eine weitere Premiere in der «Cadenza»-Reihe ist das «60 Miles»-Konzert. Das Jazz-Trio von Klavierlehrer Nicolas Gerber spielt zum Muttertag seine eigenen Kompositionen in der «Rotonde».

«Cadenza» war mit «concert brunch» innovativ. Haben Sie dieses kulinarische Angebot beibehalten? Ja, auf jeden Fall. Alle Konzerte werden kulinarisch begleitet, sei es ein Aperó oder ein Buffet à discrétion. Einer unserer Lehrer betreibt den Catering-Service «Nosh Kitchen», der uns mit saisonalen Aperós beliefert.



Stehen auf der Agenda der Musikschule weitere wichtige Anlässe?

Natürlich unser Weihnachtskonzert am 12. Dezember, an dem mindestens 100 Schüler in verschiedenen Formationen in der Stadtkirche spielen. Anfang nächstes Jahr geben junge Talente im Farelhaus in Biel und im Kulturzentrum «La Prairie» in Bellmund Konzerte. Und natürlich das Musikschule-Fest vom 14. bis zum 16. März mit einem Tag der offenen Türen.

[www.musikschule-biel.ch](http://www.musikschule-biel.ch)

**Isabelle Lehmann:**  
«Wir erkunden zahlreiche Musikstile.»

**Isabelle Lehmann:** «Tous les concerts Cadenza sont accompagnés d'un côté gourmand.»

**BIEL BIENNE:** Quand vous avez repris la responsabilité de Cadenza il y a cinq ans, vous avez dit que c'était la vitrine de l'École de Musique. Qu'allez-vous y exposer pour fêter les 15 ans de ce cycle de concerts?

**Isabelle Lehmann:** Nous allons «exposer» huit concerts en explorant à nouveau de nombreux styles musicaux. Ce qui est vraiment spécial cette année, c'est que nous collaborons avec d'autres organisateurs de concerts,

dont la Société de Navigation du Lac de Bienne, «Konzerte Evillard», l'Eglise réformée de Bienne et Farel Culture.

*Cadenza a l'habitude de sortir des murs de l'École. De nouveaux lieux de concerts cette année?*

Oui, le MS Rousseau avec une croisière hivernale sur le lac de Bienne, la salle communale d'Evillard, et le Temple allemand, où Cadenza n'a jamais été. Sinon, nous restons fidèles à La Rotonde, une collaboration magnifique, et à la HEAB au Bourg. Nous retournons aussi à Farel.

*Il y a toujours eu une programmation très éclectique pour une école qui a une image plutôt classique. Vos professeurs sont-ils toujours aussi ouverts à d'autres univers musicaux?*

Nous ne nous appelons plus Conservatoire et le domaine Jazz Pop Rock accueille quand même un tiers de nos 1200 élèves. Le concert d'ouverture marie par exemple la musique contemporaine

d'un John Cage ou du compositeur bernois Xavier Dayer à Brahms, Schumann et Berlioz. C'est l'idée de notre nouvelle professeure de chant classique Laure-Anne Dayer-Payot. Une autre première dans la série, le 60 Miles jazz trio de Nicolas Gerber, professeur de claviers, jouera ses propres compositions pour faire jazer la fête des mères à la Rotonde.

*Cadenza avait innové avec les concerts brunch. Avez-vous conservé ce côté gourmand?*

Oui, bien sûr, tous les concerts sont accompagnés d'un côté gourmand, soit avec un apéro, soit avec des buffets à discrétion. Un de nos professeurs a aussi un service de catering, Nosh Kitchen qui nous fournit des apéros de saison.

*Est-ce que l'École de musique a encore d'autres événements importants à son agenda?*

Naturellement, notre concert de Noël le 12 décembre, avec au minimum 100 élèves dans différentes formations au Temple Allemand. En début d'année prochaine, nous aurons des concerts de jeunes talents à Farel et à La Prairie à Belmont. Et bien sûr, du 14 au 16 mars, la Fête de l'École de Musique avec ses portes ouvertes.

[www.ecoledemusique-bienne.ch](http://www.ecoledemusique-bienne.ch)

FÜNF FRAGEN AN ... / CINQ QUESTIONS À

## Isabelle Lehmann

La directrice adjointe de l'École de Musique de Bienne se réjouit de souffler les bougies de la 15<sup>e</sup> saison des concerts Cadenza.

Zitat der Woche

«In der Region Biel kann man kein Spaghetti mehr zeichnen, das noch nicht von Ingenieuren untersucht worden ist.»  
**Jürg Röthlisberger**, Direktor Bundesamt für Strassen, über den Westast-Konflikt in der «NZZ am Sonntag».



Citation de la semaine

«Dans la région de Bienne, on ne peut plus dessiner le moindre spaghetti s'il n'a pas été d'abord examiné par des ingénieurs.»  
**Jürg Röthlisberger**, directeur de l'Office fédéral des routes à propos du conflit autour de l'axe Ouest dans la «NZZ am Sonntag».