

Region

Samstag, 27. Mai 2023

Bürgerliche Allianz wehrt sich gegen Sprachzwang in der Werbung in Biel

Ein neues Bieler Reklamereglement will unter anderem vorschreiben, dass Reklame in beiden Amtssprachen daherkommt. Doch dagegen wehrt sich ein Nein-Komitee mithilfe von Werbern aus Zürich.

Deborah Balmer

Sei es Werbung für Swatch, Rivella oder Zweifel-Chips – für die AMAG, die Migros oder Spiele des EHC Biel. In Zukunft soll jede Art von Reklame auf öffentlichem Grund in der Stadt Biel nur noch in den beiden Amtssprachen Deutsch und Französisch ausgehängt werden dürfen. Eine Werbebotschaft, die nur in einer der beiden Sprachen daherkommt, soll als Verstoss geahndet werden. Damit soll die Zweisprachigkeit per Gesetz geschützt werden.

Dies schreibt der Artikel 5 im neuen Bieler Reklamereglement vor, das vom Stadtrat bereits gutgeheissen wurde und bei dem die Bieler Stimmbevölkerung am 18. Juni das letzte Wort hat.

Bei den Werberinnen und Werbern in der gesamten Schweiz, bei Vertretern von Bieler KMU, bei bürgerlichen Politikerinnen von FDP, PRR, GLP und SVP und auch bei Vertretern des EHC Biel kommt das neue Reklamereglement allerdings nicht gut an – vor allem wegen des besagten Artikels 5. Am Freitag hat sich das «Nein-Komitee» in der «La Werkstadt» in Biel Medienvertretern präsentiert und gleichzeitig eine Kampagne lanciert, die sich gegen «diesen Zwang zur Zweisprachigkeit in Biel» richtet. Ab Montag wirbt das Komitee in der Stadt – natürlich auf Reklameplakaten – für ein Nein am 18. Juni. Die Kosten für die Kampagne beschränken sich auf einen tiefen Tausenderbetrag. Das sagt die Co-Leiterin des Komitees und Geschäftsführerin von Aussenwerbung Schweiz (AWS), Nadja Mühlemann.

Die Kampagne sei gesponsert durch die lokalen und national beteiligten Mitglieder des Komitees, sagt sie: al-



In diesem Fall vorbildlich: Werbung soll nur noch auf Französisch und Deutsch daherkommen – ein Entweder-oder ist nicht mehr möglich. Das letzte Wort hat die Bieler Stimmbevölkerung am 18. Juni.

Bild: Carole Lauener

so Werbeverbände wie Aussenwerbung Schweiz, der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA), Kommunikation Schweiz (KS/CS) und der Schweizer Markenartikelverband Promarca. Insgesamt sollen vor der Abstimmung 33 000 Flyer in die Bieler Haushalte verteilt werden.

«Zweisprachigkeit ist eine Haltung»

Die Gegner argumentieren, dass bereits heute etwa ein Drittel der Plakate auf Französisch und zwei Drittel auf Deutsch gestaltet würden. Und Biel sei eine zweisprachige, weltoffene und tolerante Stadt. Bilinguismus lasse sich nicht per Gesetz erzwingen. «Zweisprachigkeit muss freiwillig bleiben, sie ist eher eine Haltung als ein Zwang», sagt Nadja Mühlemann.

Grundsätzlich spreche nichts dagegen, das bestehende Reklamereglement zu aktualisieren. Doch man müsse den Zwang entfernen, findet der Co-Leiter des Komitees und der SWA-Direktor Roland Ehrler. «Der Artikel 5 ist eine versteckte Sprachbombe, die man dringend entschärfen muss», sagt der in Biel geborene Werber, der davon ausgeht, dass mit dem Artikel künftig Werbung in anderen Sprachen wie Italienisch oder Englisch faktisch verboten wären. «Die Sprachfreiheit muss erhalten bleiben», sagt Ehrler.

Davon wären laut Ehrler auch Slogans wie «Ici c'est Bienne!» des EHCB betroffen. Dieser müsste neu immer auch auf Deutsch übersetzt werden: «Hier ist Biel!» Das sei unsinnig und auch gar nicht so ge-

wünscht. Betroffen wären laut Ehrler ebenso Unternehmen wie Nespresso («What else?») oder Omega («Mission to the Moon») oder Nike («Just do it!»), die ihre Reklamen für die ganze Welt in Englisch konzipieren.

Mitglied im Nein-Komitee ist auch die frühere Bieler Gemeinderätin Silvia Steidle (PRR). Das neue Reklamereglement fördere das Verständnis der Sprachgruppen füreinander nicht. «Gerade in Biel, wo man ganz natürlich von einer Sprache in die andere wechselt, spaltet eine solche Forderung die Gesellschaft eher», sagt die frankophone Politikerin.

Auch der Marketing-Direktor und das Geschäftsleitungsmitglied des EHC Biel, Thomas Burkhardt, sprach sich am Freitag gegen das neue Reklamere-

«Eine solche Forderung spaltet die Gesellschaft.»

Silvia Steidle
ehemalige Gemeinderätin

glement aus: Gerade in der Werbung gehe es doch oft darum, eine kurze Botschaft zu vermitteln, die innert Sekunden aufzunehmen ist. «Wenn ein Plakat immer zweisprachig sein muss, wird das nicht mehr funktionieren», sagt Burkhardt, der überzeugt ist, dass gerade in der Stadt Biel jeder eine kurze Botschaft versteht – auch in einer anderen Sprache.

Generell wird befürchtet, dass Biel durch eine Restriktion Einnahmen verliert. Dass der Stadt am Ende Geld fehlt, sich grosse Werbefirmen eher zurückziehen würden aus Biel, statt sich etwas vorschreiben zu lassen.

Laut den Befürwortern geht es um Solidarität

Die Befürworter des neuen Reklamereglements – in dem es un-

ter anderem auch darum geht, dass Werbeplakate nicht die Verkehrssicherheit gefährden oder dass Reklamelicht nachts niemanden stört – argumentieren, man müsse den Minderheitenschutz ernst nehmen.

So sagt etwa der Bieler SP-Stadtrat Levin Koller: «Biel ist die grösste Bilingue-Stadt der Schweiz, worauf wir stolz sein können. Wenn es also den Frankophonen ein Anliegen ist, dass die Zweisprachigkeit in der Werbung mehr beachtet wird, will ich das als Deutschsprachiger unterstützen.»

Schliesslich sei in der Stadt Biel jede Bushaltestelle und jede Strasse auf Deutsch und Französisch angeschrieben. Laut Koller ist es also nur logisch, dass die Spielregeln auch für Werberinnen und Werber klar sind: Geworben werden muss in beiden Sprachen, und zwar ausgeglichen. Er stört sich daran, dass sich in der Nein-Kampagne Vertreter von Zürcher Werbevereinigungen in Bieler Angelegenheit einmischen.

Der Präsident des Parti Socialiste Romand (PSR), Hervé Roquet, sagt im Namen seiner Partei, dass es bei der Bilinguismus-Förderung vor allem darum geht, dass grosse Firmen von ausserhalb Biels nicht nur auf Deutsch werben, wie das heute oft der Fall sei. «Wer durch die Stadt geht, dem fällt von blosserem Auge auf, dass die Werbung viel weniger häufig auf Französisch daherkommt als auf Deutsch.»

Dabei hätten nationale Firmen, die ja auch in der Westschweiz werben, die Reklame bereits in beiden Sprachen bereit. «Es ist wichtig, darauf aufmerksam zu machen, dass wir in Biel zweisprachig sind und die Werbung dies ebenfalls sein sollte. Ein grosser Mehraufwand ist das nicht», sagt Roquet.

REKLAME



Leuchten montage? defekter Schalter?

Der Elektriker für ihr Anliegen
Persönlich, rasch & zuverlässig

Glaus & Kappeler AG | Wasserstrasse 5
2555 Brügg | Info@g-k.ch
www.g-k.ch | Tel: 032 374 77 77

Glaus & Kappeler

Bevölkerung von Ried will das alte Schulhaus behalten

Die Gemeindeversammlung von Ried bei Kerzers lehnt den Verkauf des Schulhauses ab.

Heinz Kofmel

Die Riederhalle ist gut besetzt. 88 Stimmberechtigte (8 Prozent), davon alleine 28 aus dem Dorfteil Agriswil, lassen erahnen: Dieser Dorfteil bangt um etwas. Der Grund ist das aus dem Jahre 1813 erbaute Schulhaus. Der Gemeinderat stellte der Versammlung den Antrag, das alte Gebäude zum Mindestpreis von 600 000 Franken zu verkaufen. Seit der Fusion der Gemeinden Agriswil und Ried 2006 wurde das ehemalige Schulhaus nicht mehr für Gemeindefürsorge genutzt. Seit Jahren wird im Gebäude eine Wohnung vermietet. Das alte Gebäu-

de ist in schlechtem Zustand und vom Grund bis zum Dach stark sanierungsbedürftig. Es würden Kosten von mindestens einer halben Million Franken entstehen, erklärt der zuständige Gemeinderat Bruno Muggli.

Gegen den Verkauf wehrt sich nicht nur geschlossen die Agriswiler Fraktion in der Versammlung. «Wir fühlen uns vom Dorf abgehängt, wenn dieses Bijou aus der Hand gegeben wird», ist mehrfach aus den Voten zu vernehmen. Das Dorf würde gespalten. Ein solches Gebäude mit emotionalem Wert, in das viele der Anwesenden noch zur Schule gegangen seien, müsse im Besitze der Ge-

meinde bleiben. Die Zusicherung des Gemeinderates, das Gebäude inklusiv des Ofenhauses bleibe als erhaltenswertes Haus und als Kulturgut erhalten, nützte nichts. Mit 47 nein zu 30 ja lehnte die Versammlung den Verkauf des Schulhauses ab.

Ein weiteres Glanzergebnis in der Jahresrechnung der Gemeinde präsentierte Gemeinderat Rudolf Moser. War es vor einem Jahr knapp eine Million, sind es für 2022 im Steuerhaushalt gut 1,2 Millionen Franken. Praktisch alle Bereiche ausser der Bildung unterschritten im letzten Jahr die budgetierten Zahlen.

Die Versammlung genehmigte die Rechnung 2022 einstimmig. Die übrigen Vorlagen wurden grossmehrheitlich angenommen, darunter der Kredit von 70 000 Franken für den Umbau der Essensausgabe in der Riederhalle.

Rechnung 2022

Aufwand: 4 898 845 Franken
Ertrag: 6 165 296 Franken
Gewinn: 1 266 451 Franken
Nettoinvestitionen: 1 274 254 Franken
Steuerfuss: 72.5 Prozent