

Wieder einmal werden die Bieler und Bielerinnen zur Urne gerufen, um über einen konstruierten Unsinn zu befinden. Im neuen Bieler Reklamereglement entwickelt der Artikel 5 bei kritischen Bürgern und Bürgerinnen mehr als nur Missmut. Reklamen auf Plakaten in Biels Strassen müssen in Zukunft in den beiden Bieler Amtssprachen konzipiert werden. Dann wären also englische Werbesprüche («Nice to sweet you») in Zukunft tabu, wie auch italienische («Barilla – pasta all'uovo»), spanische («mejor jamón») oder Mundart-Werbung («no meh Bio»). Also keine Werbung mehr für die 10 Prozent Italiener in Biel und für die 30 Prozent fremdsprachiger Bewohner. Die sollen Werbung anderswo konsumieren. Nicht in der Bilingue-Stadt.

Nein, nein, versuchen die Befürworter des unvermeidlichen Passus zu argumentieren, das Reglement sei *large* zu interpretieren. Gewiss sei fremdsprachige Werbung gestattet, da gebe es doch Umsetzungs-Spielraum. Aber was ist das für ein Reglement, das *large* interpretiert werden kann? In einer Stadt eingeleichter Paragrafenreiter? Und warum wurde das im Artikel 5 nicht *expressis verbis* festgehalten? Wo es doch deutlich heisst: *Alle Reklamen müssen, gestützt auf die in der kantonalen Verfassung verankerten und in der Stadt Biel geltenden Prinzipien zur Zweisprachigkeit, in den beiden offiziellen Amtssprachen konzipiert werden.* Heisst es da etwas von andern Sprachen? Es heisst doch deutlich «alle Reklamen». Und auf welchen Artikel der kantonalen Verfassung berufen sie sich überhaupt? Unklarheit herrscht.

Wer ursprünglich darauf gekommen ist, lässt sich wohl nicht mehr schlüssig nachwei-

sen, auf alle Fälle haben die Sozialdemokraten und die Grünen – ohne ihre Hirnzellen besonders zu aktivieren – den obsoleten Passus im neuen Reklamereglement im Stadtrat durchgeboxt. Man wollte der welschen Sprachminderheit den Schmus bringen, dachte aber nicht, welche Welle man damit auslöste.

Höhenflug für Unsinn

In Zürich haben sofort verschiedene Werbeverbände schon im Vorfeld der Diskussionen gegen das Bieler Vorhaben protestiert, weil die Innovationskraft für Kundenideen eingeschränkt werde und man in Zukunft lieber einen Bogen um Biel mache, da die Attraktivität für kreative Werbung nicht mehr gegeben sei. Und ein bürgerliches Bieler Komitee «gegen Zwang zu zweisprachiger Werbung» wurde aus dem Boden gestampft, wobei sich verschiedene Rechtsparteien, die KMU und sogar der EHC Biel vereint gegen diesen im Detail überhaupt nicht klaren Passus auflehnen. Für sie sind die wirtschaftliche Freiheit und der freie Wettbewerb höher zu gewichten, zudem könne man Unternehmen nicht vorschreiben, in welchen Sprachen sie zu werben haben. Auch sei die absurde Bieler Idee international wohl einmalig.

Die Idee zum Sprachenzwang ist – weil dumm – zu wenig ausgegoren. Wer würde in Zukunft kontrollieren, ob die Plakate wirklich zweisprachig oder separat in beiden Sprachen aufgehängt wurden? Die Securitas? Die Sicherheitspolizei? Oder eine neue noch zu schaffende und vom Stimmbürger zu bezahlende Kontrollstelle? Oder zählt man auf aufmerksame Bürger, die die Verstösse kontrollieren und für eine Denunzia-



Mario Cortesi über eine geplante Werbe-Einschränkung.

Mario Cortesi à propos du projet de restriction de la publicité.

tion sogar noch bezahlt werden? Und würden fehlbare Werber und ihre Auftraggeber verwahrt, gebüsst oder mit einem Bieler Werbeverbot belegt?

Mit der Förderung der Zweisprachigkeit hat diese Idee überhaupt nichts zu tun. BIEL BIENNE als einzige zweisprachige Zeitung der Schweiz hat sich – wie auch alle seine Leser – noch nie geängert, dass der grösste Teil der Inserate nur in deutscher Sprache erscheint und dass es kaum zweisprachige oder übersetzte Inserate gibt. Da lesen deutsch- und welschsprachige Bieler seit 45 Jahren eine zweisprachige Zeitung und haben sich noch nie aufgeregt, wenn sie die Inserate in der andern Sprache lesen mussten. Wahrhaftig gelebte Zweisprachigkeit. Und ein Lob der welschen Minderheit für ihre Toleranz.

Das Verbot von «Reklamen auf Werbeträgern» in einer anderen Sprache als den beiden Amtssprachen ist ein klarer staatlicher Missbrauch und sollte von höherer Stelle gehandelt werden. Ob nämlich mit der sprachlichen Einschränkung nicht auch das Rassendiskriminierungs-Gesetz in Betracht gezogen werden muss, ist so wenig klar, wie der Entscheid, dass das liberale «Alle Reklamen sollen» durch das diktatorische «Alle Reklamen müssen» ersetzt wurde, was den unnötigen Flächenbrand auslöste. ■

Sommet de bêtises

Une fois de plus, le souverain biennois est convoqué aux urnes pour se prononcer sur un non-sens construit de toutes pièces. Dans le nouveau Règlement biennois sur la réclame, l'article 5 suscite plus qu'un simple mécontentement chez les citoyens et citoyennes critiques. Les affiches publicitaires dans les rues de Bienne devront à l'avenir être conçues dans les deux langues officielles de Bienne. Les slogans publicitaires en anglais («Nice to sweet you») seraient donc à l'avenir tabous, tout comme les publicités en italien («Barilla pasta all'uovo»), en espagnol («mejor jamón») ou en dialecte («no meh Bio»). Donc plus de publicité pour les 10% d'Italiens à Bienne et pour les 30% d'habitants de langue étrangère. Ils doivent consommer de la publicité ailleurs. Pas dans la ville bilingue.

Non, non, tentent d'argumenter les partisans de ce passage déraisonnable, le règlement doit être interprété de manière large. Certes, la publicité en langue étrangère est autorisée, il y a donc une certaine marge de manœuvre. Mais qu'est-ce que c'est que ce règlement qui peut être interprété de manière large? Dans une ville de parangons investés? Et pourquoi cela n'a-t-il pas été stipulé *expressis verbis* dans l'article 5? Alors qu'il est

clairement stipulé que «*Toutes les réclames doivent être conçues dans les deux langues officielles, conformément au principe du bilinguisme consacré par la Constitution cantonale et pratiqué à Bienne.*» Est-il question d'autres langues? Toutes les publicités sont clairement mentionnées. Et à quel article de la Constitution cantonale se réfère-t-il? Le flou règne.

Impossible de savoir qui en est à l'origine, mais les socialistes et les Verts ont en tout cas réussi à faire passer cette idée obsolète dans le nouveau Règlement sur les réclames au Conseil municipal – sans activer particulièrement leurs neurones. On voulait faire avancer la cause de la minorité linguistique romande, sans penser à la vague que l'on déclencherait ainsi.

À Zurich, différentes associations publicitaires ont protesté contre le projet biennois avant même que les discussions ne commencent, car la force d'innovation pour les idées des clients serait limitée et qu'il serait préférable d'éviter Bienne à l'avenir, car l'attractivité pour une publicité créative ne serait plus donnée. Et un comité bourgeois biennois «contre l'obligation de publicité bilingue» a été créé de toutes pièces, plusieurs partis de droite, les PME et même le HC Bienne s'insurgent ensemble contre cet article pas du tout clair dans le détail. Pour eux, la liberté économique et la libre concurrence doivent avoir plus de poids, et on ne peut pas imposer aux entreprises les langues dans lesquelles elles doivent faire de la publicité. De plus, l'idée absurde de Bienne est sans doute unique au niveau international.

L'idée de l'obligation linguistique n'est – parce qu'elle est stupide – pas

assez élaborée. Qui contrôlerait à l'avenir si les affiches sont réellement bilingues ou si elles sont apposées séparément dans les deux langues? Securitas? L'Inspection de police ou un nouveau service de contrôle à créer et à payer par les électeurs? Ou comptent-on sur des citoyens attentifs qui dénonceraient les infractions et qui seraient même rémunérés pour cela? Et les publicitaires fautifs et leurs commanditaires recevraient-ils un avertissement, une amende ou une interdiction de publicité à Bienne?

Cette idée n'a absolument rien à voir avec la promotion du bilinguisme. BIEL BIENNE, en tant que seul journal bilingue de Suisse, n'a jamais été contrarié – comme tous ses lecteurs – par le fait que la majeure partie des annonces ne paraissent qu'en allemand et qu'il n'y a pratiquement pas d'annonces bilingues ou traduites. Les Biennois germanophones et francophones lisent depuis 45 ans un journal bilingue et ne se sont jamais énervés lorsqu'ils devaient lire les annonces dans l'autre langue. Un véritable bilinguisme vécu. Et un éloge à la minorité romande pour sa tolérance.

L'interdiction des «réclames sur les supports publicitaires» dans une autre langue que les deux langues officielles est un abus évident de l'État et devrait être sanctionné par une instance supérieure. En effet, ce n'est pas clair: est-ce que la loi sur la discrimination raciale ne doit pas être prise en compte avec cette restriction linguistique suscitée par la décision de remplacer le libéral «Toutes les réclames devraient» par le dictatorial «Toutes les réclames doivent», ce qui a déclenché l'incendie inutile. ■