

Region

Mittwoch, 31. Mai 2023

«Die Zweisprachigkeit fällt nicht einfach vom Himmel»

Bei der Abstimmung vom 18. Juni über das neue Bieler Reklamereglement arbeite das Nein-Komitee mit falschen Argumenten, so der Parti Socialiste Romand (PSR). Und die Partei sagt, welche Firmen den Romands zu wenig Beachtung schenken würden.

Deborah Balmer

Die Debatte um die Pflicht zur zweisprachigen Werbung auf bewilligungspflichtigen Reklametafeln in Biel geht in die nächste Runde: Nachdem die Gegner diese Woche eine Nein-Kampagne lanciert haben, hat die weltweite SP gestern im «Haus pour Bienne» zur Medienkonferenz geladen. Das Nein-Komitee arbeite mit unwahren Argumenten, sagen Vertreterinnen und Vertreter des Parti Socialiste Romand (PSR).

«Ici c'est Bienne» oder «Fight for Biel-Bienne» dürfen auch bei einer Annahme des neuen Reklamereglements am 18. Juni noch als Slogan genutzt werden. «Die Aussagen der Gegner erstaunen uns sehr. Etwa die Behauptung, man dürfe künftig in keiner anderen Sprache als Deutsch oder Französisch mehr werben», sagt der Präsident des PSR, Hervé Roquet. «Gegen englische Slogans hat sicher auch in Zukunft niemand etwas einzuwenden», sagt er. Ein totales Verbot von anderssprachiger Werbung wäre unverhältnismässig. Und, was den Befürwortern ganz wichtig ist: Das neue Reklamereglement lasse in jedem Fall einen grossen Spielraum für eine pragmatische Umsetzung zu.

Nur 17 Prozent der Werbung auf den erwähnten Reklametafeln kommen heute in der Bieler Innenstadt auf Französisch daher. Hingegen seien 60 Prozent der Reklame ausschliesslich auf Deutsch formuliert. 6 Prozent der Werbung seien bereits auf Deutsch und Französisch und erfüllen somit die Forderung der Befürworter. Die restlichen Plakate sind auf Englisch geschrie-

ben oder sie kommen ganz ohne Sprache aus. Aktuell machen die Romands aber 43 Prozent der Bevölkerung aus – die Tendenz ist steigend.

Die genannten Zahlen habe eine Stichprobe des PSR ergeben. Die Zahlen des Nein-Komitees, das sich aus Bürgerlichen, verschiedenen Werbefirmen, aber auch Vertretern des EHC Biel zusammensetzt, sind laut PSR zwar ein bisschen höher, zeigen aber genauso einen deutlichen Unterschied, der problematisch sei.

Das Nein-Komitee spricht von einem 30-Prozent-Anteil frankophoner Reklame in Biel. Für den PSR ist es wichtig festzuhalten, dass lokale Unternehmen und auch Kulturveranstalter bereits heute in den allermeisten Fällen zweisprachig werben. Diese wären vom «Artikel 5» auch ausgenommen.

Es seien also die grossen externen Firmen, die in Biel den Romands zu wenig Beachtung schenken. Den Grund dafür sehe man unter anderem darin, dass es für diese schlicht bequemer sei, nur auf Deutsch zu werben. Sie würden die Zweisprachigkeit zu wenig ernst nehmen, so der PSR.

Das alte Reglement ist in die Jahre gekommen

Das aktuelle Reklamereglement ist über 20 Jahre alt. Es geht der Stadt Biel also auch darum, mit der rasanten Entwicklung im Werbemarkt mitzuhalten. So soll etwa der Umgang mit digitaler Werbung klarer geregelt werden. Solche Werbung darf die Aufmerksamkeit von Verkehrsteilnehmenden nicht so stark auf sich ziehen, dass die Sicherheit im Strassenverkehr tan-



Kulturveranstalter sind vom «Artikel 5» im neuen Reklamereglement ausgenommen. Für den PSR macht das Sinn: «Diese halten sich bereits heute in den meisten Fällen vorbildlich an die Zweisprachigkeit.»

Bild: Carole Lauener

giert wird. Zudem soll leuchtende Reklame nachts keine Lichtverschmutzung verursachen. Und neu soll das Reklamereglement dafür sorgen, dass auf Hausdächern keine Firmen werben, die gar nicht im Gebäude ansässig sind.

Für den PSR ist klar: Biel ist nicht Las Vegas und eine Auffrischung des Reklamereglements unterstützt man grundsätzlich. Der Partei geht es in erster Linie um den besagten «Artikel 5». In der Politik, in der Verwaltung, im

Sport und in den lokalen Medien sei der Bilinguismus heute Realität, sagt Stadträtin und Co-Präsidentin der PSR-Fraktion, Josefine Stolz. «Da ist es doch nur logisch, dass auch die Werbung mitzieht.» Laut Stolz ist diese Abstimmung also die Gelegenheit zu zeigen, dass Biel am Bilinguismus festhält, und zwar nicht nur in Worten, sondern auch in Taten.

Die Gegner des neuen Reklamereglements argumentieren hingegen auch damit, dass der

Bilinguismus stets freiwillig bleiben müsse. Er sei eine Haltung und dürfe nicht unter Zwang durchgesetzt werden. «Nein», sagt Vinzenz Binggeli dazu. Er ist Mitglied im Vorstand der SP Biel. Zweisprachigkeit sei kein Zwang, sondern eine Realität, die tagtäglich gelebt werde. Und bei der die lokalen Akteure sich bemühen würden, sie zu respektieren.

Enttäuscht zeigt sich der PSR von denjenigen, die die Wirtschaftsfreiheit über die Zweisprachigkeit stellen würden, denn die-

se sei nicht zuletzt auch in der Bundesverfassung und in der Verfassung des Kantons Bern verankert.

PSR-Präsident Hervé Roquet sagt weiter: «Die gelebte Zweisprachigkeit ist ein grosser Erfolg für unsere Stadt. Aber sie fällt nicht einfach vom Himmel.» Bestimmte Regeln seien notwendig, um eine Ausgewogenheit zwischen Deutsch und Französisch zu gewährleisten.

Nicht zuletzt betont Nicolas Gschwind vom PSR, dass man in Biel eine pragmatische Sicht auf den Bilinguismus habe. «Wir übersetzen nicht immer jedes Wort. Manchmal beginnen wir einen Satz in einer Sprache und wir beenden ihn in einer anderen. Wichtig ist, dass die beiden Sprachen im öffentlichen Raum ausgewogen vertreten sind.» Deshalb sei es nötig, die gesetzliche Anpassung vorzunehmen.

Ein Schritt, den auch die SBB beeinflusst?

Das gesamte Bahnhofsgelände bliebe übrigens von der neuen Regelung ausgeschlossen. Die Stadt Biel hat keinen Einfluss darauf, wie und in welcher Sprache beispielsweise in der Bahnhofsunterführung geworben wird. Trotzdem erhoffen sich die Befürworter, dass es auch der SBB nicht egal wäre, wenn die Zweisprachigkeit in der Werbung neu im Gesetz festgehalten würde.

Bleibt die Frage, was passiert, wenn künftig ein grosser Werber die Romands einfach vergisst. Was hätte das für Folgen? Der PSR spricht von einer Ermahnung an die entsprechende Firma. Unsicher ist man, ob es zu einer Busse kommen würde.

Das steckt hinter den Fusionsabklärungen der Tornos-Gruppe

Die Tornos-Gruppe aus Moutier hat den Prozess für eine Fusion mit der Starrag-Gruppe eingeleitet. Was heisst das für die Arbeitnehmer?

Dan Steiner/pam

Auf der einen Seite ist die Tornos-Gruppe mit einem Jahresumsatz von 180 Millionen Franken und 700 Angestellten, von denen 350 am Hauptstandort in Moutier arbeiten. Auf der anderen Seite die Starrag-Gruppe mit Sitz im St. Gallischen Rorschacherberg, die einen Jahresumsatz von 320 Millionen Franken erwirtschaftet und insgesamt 1300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

Diese beiden Unternehmen denken nun darüber nach, sich zusammenzuschliessen. Hinter diesem Plan steckt Walter Fust, der 48 Prozent der Tornos-Aktien und die Mehrheit der Starrag-Aktien besitzt. Die Botschaft: Beide Marken sollen bestehen und die treibenden Kräfte erhalten bleiben. Das bestätigt Stéphane Pittet, Finanzdirektor

des Werkzeugmaschinenherstellers Tornos: «Fest steht, dass wir den Namen Tornos, das hier aufgebaute Know-how und das Produktionszentrum erhalten wollen.» Auch wolle man keinen Personalabbau, im Gegenteil.

Der Fusionsvorschlag von Seiten Starrag liegt bei Tornos in Moutier seit einiger Zeit schon auf dem Tisch. Bevor man sich im Berner Jura zu konkreten Gesprächen bereit erklärte, wäge das Unternehmen die Chancen und Risiken dieses Unterfangens genau ab. Weil beide Industriefirmen börsennotierte Unternehmen sind, waren sie verpflichtet, innerhalb eines Tages nach der Entscheidung den Fusionsprozess einzuleiten und öffentlich zu informieren.

Tornos-Finanzchef Stéphane Pittet sagt, dass es zwei Varianten gebe, wieso Firmen eine Fusion ins Auge fassen. Ent-

weder, so Pittet, überschneiden sich die Produktionsschwerpunkte der Unternehmen und man erhofft sich, durch den Zusammenschluss Produktionskosten und somit Arbeitsplätze einzusparen.

«Oder aber», so der Finanzchef, «die Produktionen überschneiden sich nicht, sondern ergänzen sich.» Das sei bei Tornos und Starrag der Fall.

Gegen Konkurrenz aus Japan

Das sei denn auch die Idee von Walter Fust, übrigens der Gründer des nach ihm benannten Haushaltgeräteherstellers und Mitglied des Verwaltungsrats der beiden Industriekonzerne: Ressourcen und Kompetenzen zu bündeln, um Synergien optimal zu nutzen, aber auch die Präsenz und Marktdurchdringung der beiden Partner zu stärken. Ziel sei es, in

allen Zielmärkten zu wachsen. «Die meisten unserer Kunden und Lieferantinnen sind identisch, auch wenn unsere Produkte unterschiedlich sind», sagt Pittet.

Stéphane Pittet ist der Ansicht, dass die beiden Unternehmen die Möglichkeit haben, ihre Attraktivität für Kunden, ihre Vertriebskapazität und ihren Kundendienst zu verbessern und sich vor allem gegenüber ihren Konkurrenten, insbesondere denen aus Japan, zu behaupten. Der Finanzchef des Konzerns aus dem Berner Jura betont: «Es geht um eine Stärkung und nicht um eine Übernahme. Tornos will von der St. Galler Schlagkraft in den USA oder in China profitieren.

Die beiden börsennotierten Unternehmen, die in allen Teilen der Welt tätig sind, sind noch nicht vereint. Laut der Presse-

mitteilung, die gestern verschickt wurde, befinden sich die Gespräche zwischen ihnen «noch in einem sehr frühen Stadium». Es wird auch angemerkt, dass der Entscheid des Verwaltungsrats von Tornos, eine Fusion näher zu prüfen, ohne die Stimme von Walter Fust oder Till Fust, seinem Enkel und ebenfalls Mitglied des Verwaltungsrats von Tornos, getroffen wurde.

Bis Ende Jahr

Sollten die Verhandlungen erfolgreich verlaufen, so der Unternehmer aus Moutier, müssten die Aktionäre der beiden Unternehmen an einer ausserordentlichen Generalversammlung über die Fusion abstimmen. «Wir stehen im Moment vor einem weissen Blatt Papier», fügt Stéphane Pittet hinzu, «aber der Prozess ist von der Börse stark reguliert und wir hoffen, dass diese Fu-

sion bis Ende des Jahres getätigt sein wird.» Dann wird es nur noch einen Verwaltungsrat geben, nämlich die des neuen Konzerns.

Und Moutier?

Während der Sitz von Tornos in Moutier bleiben wird, muss der Sitz der Holding noch festgelegt werden. Die Stadt Moutier, die mit ihren Finanzen zu kämpfen hat, ist auf jeden Fall kein Verlierer. Stéphane Pittet spricht bei Tornos von einem gesunden Unternehmen, in dem die Rationalisierung bis zum Äussersten vorangetrieben wurde.

Von rund 240 Millionen Franken sei die Rentabilitätsschwelle auf rund 140 Millionen Franken gesunken. «Was ausgelagert werden konnte, wurde ausgelagert, was die nicht strategischen Bereiche betraf», so der Finanzchef.