

Am kommenden Samstag gehts los: In der Nidaugasse startet der traditionelle Bieler Weihnachtsmarkt. Für Geschäftsinhaber zwischen Zentralplatz und Kanalgrasse die beste Zeit im Jahr. 80 Holzhäuschen, Kunsthandwerk, dazu Glühwein und Wurststände. Drei Wochen lang ein Publikumsmagnet. Für viele stimmig. Trotz Dezemberkälte.

Bildwechsel: Ein schwülheisser Sommertag im Juni 2006 am See. Auf der Terrasse des früheren Restaurants Baràplage im Bieler Strandbad. Im Schatten der Sonnenschirme versammelt sich gegen 12 Uhr eine grössere Gruppe Bieler Geschäftsinhaber. Leute

die man gewinnen will. Und von einer engagierten Person (40-Prozent-Pensum), die zu suchen sei. Mit Erfahrung in Eventorganisation und Kommunikation.

Nach zwei Stunden sind die meisten Teilnehmer an Bord. Zumal die Stadt, das damalige Stadtmarketing unter **Thomas Gfeller** Gygax, vorab in Aussicht gestellt hatte, ein schlagkräftiges Konzept finanziell mit einem Start-Zuschuss zu unterstützen.

Ein Konzept, das dem heutigen «First Friday» in der Bieler Altstadt nicht allzu fern lag. Nur einfach 10 Jahre früher. Doch die alteingesessenen grossen Nidaugasse- und Bahnhofstrasse-«Leiste», konkret deren Präsidenten **Paul Müller** und **Karl Villiger**, sahen sich mit der Idee in ihrer eigenen Vereinigung konkurrenziert, möglicherweise sogar sabotiert. Sie boten nicht Hand. Somit hatte das Konzept vom See auch keine Chance.

Interessant. Heute gibt es in der Innenstadt neben Altstadt- und Nidaugassleis-



Roland Itten (*) über die zwingende Modernisierung der Geschäftsvereinigung «City Biel-Bienne».

Roland Itten* à propos de la modernisation urgente de l'association de commerçants «City Biel-Bienne».

traktiv. Für kleine Inserate von wenigen Zentimetern Grösse bezahlen Geschäfte neben ihrem Mitgliederbeitrag zusätzlich pro Jahr mehrere hundert Franken. Die Internetseite von «City Biel-Bienne»? Die ist grau, bei manchen Mitgliedern fehlt sogar ein Weblink zum eigenen Geschäft. Facebook –

Samedi prochain, c'est parti: la rue de Nidau démarre son traditionnel Marché de Noël. La meilleure période de l'année pour les commerçants entre la place Centrale et la rue du Canal. 80 maisonnettes en bois, de l'artisanat, du vin chaud et de bonnes saucisses.

Mein Biel Ma Bienne

aus Detailhandel, Gastronomie, Schmuck-Design, Sport und Lifestyle. Auf Initiative von **Markus Gygax** hin, dem Inhaber der schweizweit renommierten Bieler Boutique Bijoux.

In der Bieler Innenstadt waren in den vergangenen Monaten erneut diverse Geschäfte quasi über Nacht zugegangen. Besonders an bester Lage – in Nidau und in der Bahnhofstrasse. Die Schaufenster leer. Oder abgedeckt mit altem Zeitungspapier.

«**W**ir müssen versuchen, dem schleichenden Ladensterben und der zunehmenden ‚Friedhofisierung‘ der Innenstadt zu trotzen!» So eröffnet Gygax das private Treffen. Mit kreativen Ideen. Kleinen aber feinen Events, die man zum gleichsam Profit aller Geschäfte umsetzen könne. Es folgt ein Brainstorming. Sandwiches wurden gereicht.

Man spricht von einem kleinen, finanzierbaren Budget, einem guten Kommunikations-Konzept. Von Sponsoren und lokalen Medien,

keine Leiste mehr. Die der Bahnhofstrasse, Zentralstrasse, Marktgrasse – sie alle haben hingeschmissen. Sind heute nicht mehr en vogue.

Noch gibt es «City Biel-Bienne» (CBB). Doch auch dieser Vereinigung laufen langjährige Mitglieder mehr und mehr davon. Restaurants, Geschäfte. Zwar gibt es (als gemeinsames Marketing-Instrument) den beliebten Geschenkgutschein. Und den noch wenig bekannten Hauslieferdienst «Eins, zwei – Domicile». «Doch ‚City Biel-Bienne‘ bringt keinen wirklichen Nutzen mehr», sagen diverse Kleinunternehmer, die hier nicht genannt werden wollen.

«Die Solidarität, ‚City Biel-Bienne‘ auch ohne eigenen Profit zu unterstützen, steht bei manchen Leuten leider nicht mehr an erster Stelle», sagt der langjährige Präsident **Peter Winkler**, der sich wie der gesamte Vorstand ehrenamtlich engagiert. Und sein Amt zur Verfügung stellt, wenn jüngere Nachfolger gefunden würden.

Das eigene «City Biel-Bienne»-Magazin (es erscheint sechsmal im Jahr als Beilage im *BIELER TAGBLATT*) wirkt in dieser Form veraltet. Unat-

als schnelles, günstiges und publikumsträchtiges Marketinginstrument – gibts bei CBB auch nicht. Die Kommunikation scheint im 20. Jahrhundert stecken geblieben zu sein.

Wie wird «City Biel-Bienne» künftig überleben? Sicher ist, CBB muss im Zeitalter von Tablets, Smartphones, Apps, Facebook, Instagram und Twitter zu einem zeitgemässen, kommunikationsfreundlichen «City-Management» mutieren. Die Modernisierung von «City Biel-Bienne», die Findung eines professionellen Koordinators, sind zwingend. Sonst droht eine weitere Schwächung der Innenstadt. Das dürfte auch **Thomas Gfeller**, als städtischem Delegierten für Wirtschaft, nicht ganz unwichtig sein ...

Une attraction pour les badauds durant trois semaines, avec beaucoup d'ambiance malgré les frimas de décembre.

Changement de décor: une journée de canicule en juin 2006 au bord du lac. Sur la terrasse de l'ancien restaurant Baràplage à la plage de Bienne. A l'ombre des parasols, un important groupe de commerçants biennois se rassemble vers midi. Des professionnels du commerce de détail, de la gastronomie, de la bijouterie, du sport et du «lifestyle». A l'initiative de **Markus Gygax**, le propriétaire des renommées boutiques biennoises Bijoux.

Les mois précédents, dans le centre-ville biennois, divers magasins avaient à nouveau quasi subitement fermés. Sur-tout aux meilleures places, aux rues de Nidau et de la Gare. Des vitrines vides ou recouvertes de vieux journaux.

«**N**ous devons tenter de faire front à la mort lente des magasins et de la transformation croissante du

centre-ville en cimetière!» C'est ainsi que **Markus Gygax** a ouvert cette réunion privée. Avec des idées créatives, des événements limités mais de qualité, que l'on peut réaliser au profit de tous les magasins. Un brainstorming a suivi, agrémenté de sandwiches.

On a parlé d'un petit budget, finançable, d'un bon concept de communication. De sponsors et de médias locaux que l'on voulait gagner à la cause. Et d'une personne engagée avec un pensum de 40%, encore à recruter. Avec une expérience en organisation d'événements et en communication.

Après deux heures, la plupart des participants étaient partants. Même la Ville, l'ancien marketing municipal, sous la houlette de **Thomas Gfeller**, avait qui avait proposé à **Markus Gygax** de soutenir financièrement un concept efficace avec une allocation de départ.

Un concept pas très éloigné de l'actuel «First Friday» à la vieille ville, mais simplement dix ans plus tôt. Mais les grandes guildes bien établies depuis longtemps à la rue de Nidau et à la rue de la Gare, respectivement leurs président **Paul Müller** et **Karl Villiger**, ont vu dans cette idée une concurrence à leurs

propres associations, voire même un sabotage. Ils n'ont pas tendu la main et ainsi, le concept du lac n'a eu aucune chance.

Intéressant, aujourd'hui au centre-ville, à part les guildes de la vieille ville et de la rue de Nidau, il n'y en a plus d'autres. Celles de la rue de la Gare, de la rue Centrale, de la rue du Marché, ont toutes jeté l'éponge, elles n'ont actuellement plus la cote.

Il reste encore «City Biel-Bienne» (CBB). Mais cette association aussi voit ses membres de longue date la quitter peu à peu, des restaurants, des magasins. Certes il reste comme instrument de marketing commun les bons-cadeaux apprê-

* **Roland Itten**, notre chroniqueur invité, journaliste RP, est depuis de longues années présentateur de débats à *TELEBIELINGUE*. C'est un grand connaisseur de l'actualité régionale. Il a repris ses commentaires dans *BIEL BIENNE* et apporte un éclairage critique à des événements. **Son opinion ne représente pas forcément celle de la rédaction.**

ciés. Et le service encore peu connu de livraison à domicile «1-2 domicile». «Mais City Biel-Bienne n'est plus vraiment utile», concèdent divers petits entrepreneurs qui ne tiennent pas à être nommés ici. «La solidarité pour soutenir City Biel-Bienne sans en tirer un profit personnel n'est vraiment plus au premier plan pour beaucoup de gens», avoue son président de longue date **Peter Winkler**. Ce dernier s'engage bénévolement, comme tout son comité, et il remettrait volontiers son mandat si un successeur plus jeune pouvait être trouvé.

«Le site Internet de City Biel-Bienne? C'est tout gris!»

C'est possible. Mais les raisons sont aussi différentes: le magazine de City Biel-Bienne, qui paraît six fois l'an en supplément du «*BIELER TAGBLATT*», a une forme plutôt désuète, peu attractive. Pour de petites annonces de quelques centimètres, les commerces doivent déboursier plusieurs centaines de francs par an en plus de leur cotisation annuelle. Le site Internet de City Biel-Bienne? C'est tout gris, et pour bien des membres, il manque le lien vers leur propre site. Et CBB n'est pas non plus sur Facebook, l'instrument de marketing le plus rapide, le meilleur marché et le plus fréquenté. La communication semble être restée figée au XX^e siècle.

Comment City Biel-Bienne va-t-elle survivre? Il est certain que CBB doit entrer dans l'ère des tablettes, des smartphones, des apps, de Facebook, Instagram et Twitter pour muter dans un «city-management» avec un sens de la communication de notre temps. La modernisation de City Biel-Bienne, la quête d'un coordinateur professionnel sont impératives! Sinon la menace d'un nouvel affaiblissement du centre-ville plane. Cela ne devrait pas laisser indifférent **Thomas Gfeller**, le délégué municipal à l'économie...

(*) Unser Gastkolumnist **Roland Itten**, Journalist BR, ist seit Jahren erfolgreicher Talker im *TELEBIELINGUE* und kennt die regionale politische und gesellschaftliche Szene. Er beleuchtet in loser Folge Geschehnisse kritisch. Seine Meinung muss sich nicht mit der Meinung der Redaktion decken.

**ROADSHOW:
VIENS DÉCOUVRIR LA BMW i8 GRANDEUR
NATURE À LA PLACE DE LA VILLE À NIDAU**



«JE L'AI VUE, LA BMW»

Viens découvrir la fascinante BMW i8 grandeur nature lors du roadshow du 30.11.2016, de 17h00 à 18h00, à la place de la ville à Nidau. Participe au concours de Canal 3 et, avec un peu de chance, c'est toi qui conduiras gratuitement la BMW i8 pendant toute une année! Nous nous réjouissons de ta visite sur place. Bonne chance!

REMPORTE-MOI!

Envoie «Je l'ai vue, la BMW» en indiquant «l'heure» et le «lieu» sous forme de message vocal par WhatsApp au 079 342 22 22

AUTOVERKEHR
BIEL - BIENNE

Autoverkehr AG Biel/Bienne, chemin du Long-Champ 90, 2504 Bienne
Tél. 032 366 79 00, www.autoverkehr.ch

Canal 3
biennentendu