

Bern



Polit-Kampf via Social Media
Flavia Kleiner will, dass Politik wieder etwas Cooles ist. 21

Im Dickicht des Berner Label-Dschungels

Fast im Jahrestakt bekommt die Stadt Bern ein zusätzliches Label. Wie viele es sind, weiss die Stadtverwaltung nicht. Die Tourismus-Expertin Therese Lehmann sagt, die Aussagekraft der Labels werde überschätzt.

Simon Gsteiger

Es ist nicht einfach, sich in all den Bezeichnungen zurechtzufinden: Bern hat ein Unesco-Zertifikat für die Altstadt und ein Energiestadt-Label. Bern ist – das bestätigt die Weltgesundheitsorganisation WHO – altersfreundlich und gehört zur Blue Community, weil die Stadtverwaltung vor allem Leitungs- und kein gekauftes Flaschenwasser ausschenkt. Und dann will Bern eine Velostadt wer-

«Labels haben auch die Funktion eines politischen Commitments.»

Therese Lehmann, Forschungsstelle Tourismus, Universität Bern

den, ist bereits eine Wohn- und Sportstadt und bald eine Geranium City. Umweltdirektor Reto Nause (CVP) führt diesen Trend fort: Er will auf das Gütesiegel «Fair Trade Town» hinarbeiten («Bund» vom Freitag).

Eher Programm als Gütesiegel

Label ist aber nicht gleich Label: Oftmals sind es lediglich Logos, Etiketten oder Slogans, die kurz und griffig ein bestimmtes Thema benennen. Sie dienen den Behörden zur Kommunikation nach aussen, dahinter steckt aber – so verheissungsvoll der Name auch klingen mag – mehr Programm denn Qualität.

Solche Etiketten und Slogans kommen auch in Bern zur Anwendung: «Begriffe wie Velostadt machen es der Verwaltung, den Parteien und den verschiedenen Organisationen leichter, Vorhaben und Forderungen in einen Gesamtkontext zu stellen», sagt Walter Langenegger, Leiter des Informationsdienstes der Stadt Bern. Logos und Signete wiederum dienen als Wiedererkennungselement etwa bei der Information über öffentliche Dienstleistungen. Der Begriff «Velostadt» etwa soll zeigen, dass die Stadt Bern sich bemüht, bessere Bedingungen für den Veloverkehr zu schaffen. Dem pflichtet Therese Lehmann, stellvertretende Leiterin der Forschungsstelle Tourismus Cred der Universität Bern, bei. «Labels haben durchaus auch die Funktion eines politischen Commitments: Eine Stadt bekennt sich beispielsweise dazu, nachhaltig zu sein und faire Arbeitsbedingungen zu schaffen.»



Die Berner Altstadt ist Unesco-Weltkulturerbe. Aber nicht nur deshalb zieht sie Touristen an. Foto: Valérie Chételat

Den Produkten ein Gütesiegel zu verleihen, ist ein allgemeiner Trend, der sich durchgesetzt hat. Das kommt durchaus nicht nur in der öffentlichen Verwaltung vor. Dasselbe lässt sich auch bei Dienstleistern oder Herstellern beobachten – gerade deshalb, weil mit einem Label jeweils eine gewisse Qualitätssicherheit zum Ausdruck kommt. «Eine Stadtverwaltung kann sich diesem Trend nicht einfach entziehen», sagt Langenegger. «Labels sollten aber auch nicht inflationär erworben werden. Wichtig ist, Augenmass zu wahren.»

In erster Linie ein Suchfilter

Für Bern kommt fast im Jahrestakt ein neues Label hinzu. Nicht alle entfalten aber erkennbare Wirkung: «Bei Labels unterscheidet man zwischen Innen- und Aussenwirkung», so Lehmann. «Gegen innen können Labels etwa helfen, Arbeitsprozesse zu verbessern oder Kosten zu senken.» Die Aussenwirkung zeige sich für den Konsumenten oder Touristen nur indirekt. «Er erlebt etwa eine hö-

here Servicequalität, also freundliche und rasche Bedienung.» Längerfristig dienen Labels oft dazu, fairere Rahmenbedingungen und bessere Lebensqualität zu schaffen. «Dies zeigt sich dann beispielsweise im Arbeits- oder Wohnungsmarkt.» Wenn eine Stadt ein Label als erste erhalte, könne sich dies positiv auf das Image auswirken und für mediale Aufmerksamkeit sorgen.

Entscheidet sich aber eine Reisegruppe nun bewusst für einen Abstecher in eine Stadt, die mit «Blue Community» wirbt? Mitnichten: «Die Aussagekraft von Labels wird in ihrer direkten Wirkung nicht selten überbewertet», so Lehmann. «In erster Linie dienen die Gütesiegel einfach als Suchfilter.» So lasse sich etwa ermitteln, ob eine Stadt insgesamt auf Rollstuhlfahrer ausgerichtet sei, ob sie sich als Ausflugsziel für ältere Menschen eigne oder ob Nachhaltigkeit gefördert werde.

«Es gibt aber auch globale Labels wie Unesco, die mit strengen Kriterien verbunden sind und den Trägern daher Ein-

zigartigkeit und hohe Authentizität verleihen», sagt Lehmann. So erkannten Touristen beispielsweise die Berner Altstadt als Weltkulturerbe und suchten diese bewusst auf.

Noch nicht «kinderfreundlich»

Wie viele Labels Bern mittlerweile trägt, ist nicht klar. «Sehr viele», sagt Umweltdirektor Nause. «Und jedes einzelne hat seine Berechtigung.» Die Stadtverwaltung führt jedenfalls nicht Buch darüber. «Die Labels sind mit bestimmten Themen verknüpft, die von unterschiedlichen Direktionen und Abteilungen betreut werden. Deshalb haben wir bisher darauf verzichtet, eine Übersicht zu erstellen», sagt Walter Langenegger. Läuft alles nach Plan, kommen für Bern bald zwei weitere Labels hinzu. Neben Nauses Bestrebungen sucht Sozialvorsteherin Franziska Teuscher (GB) den Kontakt zu Kindern und Jugendlichen. Bern gilt gemäss Unicef-Richtlinien nämlich noch nicht als «Kinderfreundliche Stadt».

Unesco-Label Berner Altstadt

Seit 1983 ist die Berner Altstadt als Unesco-Weltkulturerbe geführt. Voraussetzung dafür ist ein «weltbedeutendes» Mass an Einzigartigkeit. Laut der schweizerischen Unesco-Kommission ist «das Erbe der Züringer ein positives Beispiel dafür, wie eine mittelalterliche Stadtstruktur beibehalten und dennoch angepasst werden kann, um auch zunehmend komplexe zeitgenössische Funktionen zu erfüllen.» Hervorgehoben werden die Häuserzeilen, Arkaden, Keller, Türme und Brunnen, «die zu einem Grossteil in ihrer originalen Substanz erhalten sind». (gss)



Aus dem Hahn als Protest

Stadtpräsident Alexander Tschäppät (SP) bekannte sich 2013 «zu einem sorgsamem Umgang mit Wasser und dazu, dass die Wasserversorgung eine zentrale öffentliche Aufgabe ist und bleibt». Seit die Stadt Bern das Label «Blue Community» trägt, gibt es an den Sitzungen und im Kontakt mit Einwohnern «wann immer möglich» nur noch Leitungswasser zu trinken – als Protest gegen die zunehmende Privatisierung der Wasserversorgung. Dies kam allerdings nicht überall gut an: Der Verband der schweizerischen Mineralquellen kritisierte das Engagement der Stadt Bern. (gss)



Goldmedaille für Energiepolitik

Die Goldmedaille hat die Stadt Bern seit 2010, erst letztes Jahr wurde ihr diese erneut verliehen. Im Rahmen des Labels «Energiestadt» wird anhand einer Vielzahl von Kriterien untersucht, wie umweltfreundlich die Energiepolitik einer Gemeinde ist. Für den Gold-Status müssen 75 Prozent der Kriterien erfüllt sein. Bern war nach Münsingen die zweite Gemeinde im Kanton, die das Label erhielt. Ins Gewicht fallen gemäss Bericht insbesondere die Förderung des Velo- und Fussverkehrs sowie die Areale, die bereits den «Kriterien der 2000-Watt-Gesellschaft» genügen. (gss)

Energiestadt

Unicef Prädikat Kinderfreundlich

Seit Anfang 2015 ist Sozialvorsteherin Franziska Teuscher (GB) daran, das Unicef-Label «Kinderfreundliche Stadt» zu erarbeiten. Nach ausführlicher Analyse kam das UNO-Kinderhilfswerk zum Schluss: In Bern besteht noch Nachholbedarf: Kinder unter fünf Jahren sollen selbstständig den nächsten Spielplatz erreichen können, die Mitwirkung von Jugendlichen bei Schulhausbauten erweitert und Kinder mit Behinderung besser integriert werden. Das Jugendamt befragt noch bis Ende Februar Kinder zu den Lebensbedingungen in Bern. Aus den Antworten entsteht dann ein Aktionsplan. (gss)



Ask-Force

Wo ist Ihr Ehrgeiz, Frau G.?



Sie trage die Frage schon lange mit sich herum, schreibt uns Frau M.G. aus W. Bisher habe sie sich aber nicht getraut, sich jemandem anzu-

vertrauen. Dies aus Angst, als «Psycho» abgestempelt zu werden. Da sei es ihr doch noch lieber gewesen, «mit der Last einer offenen Frage auf den Schultern durchs Leben zu schreiten». Diese Last sei nun aber immer schwerer geworden, weshalb sie sich «nach langem Ringen mit meinem Ego» entschieden habe, die Reissleine zu ziehen: «Liebe Ask-Force! Bitte hilf mir!!! Manchmal habe ich das Gefühl, ich sei nicht ganz normal, da ich eine eigenartige Vorliebe habe. Wenn ich einen Fussgängerstreifen mit Ampel überquere, ist es mir enorm wichtig, mich als Erste in Bewegung zu setzen, sobald es grün wird.» Und sie fährt fort, dass sie sich jeweils teuflisch freue, wenn sie ihre Mitstreiter – die von allem nichts mitbekommen – «so richtig abtrocknen» könne. «Allerdings», fährt Frau G. fort, «verliere ich nach ein paar Metern das Interesse. Es ist nie mein Ziel, als Erste auf der anderen Strassenseite anzukommen.» Und mit folgenden Worten endet die Frage: «Was genau ist mein Problem?»

Eines gleich vorweg, Frau G.: Es wird uns auf den folgenden Zeilen nicht möglich sein, zu beurteilen, ob Sie normal sind. Eine solche Diagnose wäre schlicht unseriös. (Dafür bedürfte es mindestens 25 Therapiesitzungen à 150 Franken pro Stunde. Die Krankenkassen übernehmen nichts, da sie die Ask-Force noch immer nicht anerkennen.) Wir stellen aber fest, dass Sie so hoffnungslos nicht sein können, haben Sie sich doch an uns gewandt.

Nun aber zu Ihrer Frage: Wir sagen es ungerne, aber Ihnen fehlt es an Ehrgeiz. Es ist Ihnen zwar unheimlich wichtig, schnell aus den Blöcken zu kommen. Hier aber endet Ihre Gemeinsamkeit mit einem 100-Meter-Läufer. Während dieser bis zum Schluss der Schnellste sein will, reicht Ihnen die Annahme, dass Sie als Erste auf der anderen Seite ankommen könnten, wenn Sie denn wollten.

Das ist nicht per se ein Problem. Problematisch wird es aber dann, wenn Sie anfangen, diese Haltung auf andere Lebensbereiche zu übertragen. Wenn Sie zum Beispiel Ihren Traumjob ablehnen und sich damit zufrieden geben, dass Sie ihn hätten haben können. Wo kämen wir da hin, Frau G.? Damit es gar nicht erst so weit kommt, empfehlen wir Ihnen, bereits auf dem Fussgängerstreifen an sich zu arbeiten. Überwinden Sie sich, ziehen Sie Ihren Lauf durch. Das kann auch auf eine spielerische Art sein. Nach Ihrem Schnellstart können Sie versuchen, nur die gelben Balken zu berühren oder eben gerade nicht. Lassen Sie Ihre Gegner wissen, dass Sie mit Ihnen im Wettstreit stehen und rufen Sie laut «Achtung, fertig, los!». Oder lassen Sie sich nach Ihrem Lauf so auf den Boden fallen, als wäre Ihnen gerade ein Touchdown gelungen. Danach reissen Sie die Arme in die Luft und schreien «Weltmeisterin!». Sie werden sich grossartig fühlen. Und wenn nötig, wenden Sie beim nächsten Jobinterview dieselbe Methode an.

P.S.: Wir schicken Ihnen die Rechnung über Fr. 637.95 per Post.

Die Ask-Force nimmt ihre Aufgabe als staatlich nicht anerkannte Beratungsstelle wahr: askforce@derbund.ch