

WARUM IST DIE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG DER STADT BIEL SO ERFOLGREICH?

Biel war schon immer eine Stadt im Spannungsfeld zwischen Extremen. Eine strassenverkehrstechnisch ungünstige Lage, hohe Steuern, eine nicht immer bestens funktionierende Uhrenindustrie, der Verlust von 3'500 Arbeitsplätzen und infolgedessen eine Arbeitslosenrate von 10% im Jahr 1993 sowie eine Abwanderung von 14'000 Einwohnern zwischen 1994 und 1996 – all das sind Faktoren, die die Sensibilität und Hellhörigkeit der Bieler erhöht und dazu geführt haben, dass mit Hilfe der Wirtschaftsförderung und neuer Strategien eine beeindruckende Anzahl von Unternehmen des Telekommunikations-, Informatik- und Callcenter-Bereichs angesiedelt werden konnten.

Nach den grossen Schwankungen der Nachkriegszeit sah sich Biel dazu gezwungen, eine neue Strategie für einen Wirtschaftsaufschwung zu erarbeiten. In erster Linie mussten die Steuern erhöht werden. Das zu Beginn der Neunziger Jahre von Hans Stöckli entwickelte, unter der Bezeichnung Spar- und Investitionspolitik bekannte Konzept ermöglichte jedoch die Erschliessung neuer Einkommensquellen (z.B. das Casino).

Hans Stöckli
1952
Rechtsanwalt
Stadtpräsident und Finanzdirektor der Stadt Biel seit 1990

Dies führte zuerst einmal zu einer deutlichen Verbesserung des städtischen Budgets. In der Folge waren eine deutliche Verringerung des effektiven Defizits pro Einwohner und eine Verdreifachung der Investitionen zu beobachten. Auch die Einwohnerzahl nahm dank Renovierungsarbeiten und neuer Überbauungen wieder zu. Es wurden neue Arbeitsplätze geschaffen. Biel hatte den früheren, verloren geglaubten Elan wiedergefunden.

Die beiden letzten Jahre waren durch die Ansiedlung zahlreicher neuer Unternehmen des Telekommunikations-, Informatik- und Callcenter-Bereichs gekennzeichnet. In der vorliegenden Untersuchung soll analysiert werden, welche Elemente Biel für die Unternehmen dieser Branchen so attraktiv gemacht haben.

DIE ENTWICKLUNG ZU EINER STADT DER KOMMUNIKATION

Vor etwa einem Jahrzehnt wurde die Initiative "Biel, Stadt des Dialogs" initiiert. Da sie jedoch nicht den erwarteten Erfolg hatte, wurde sie zu "Biel, Stadt der Telekommunikation" weiterentwickelt. Zu SwissTXT und SAP, die sich in den Achtziger Jahren angesiedelt hatten, kam 1992 das BAKOM (Bundesamt für

Kommunikation) hinzu, womit sich der erste Erfolg dieser neuen Strategie einstellte. Dies war der Beginn des Übergangs von einer Industriestadt zu einer Dienstleistungsstadt.

BIEL/BIENNE, DIE ZWEISPRACHIGE UHRENSTADT

Kommunikation war in Biel schon immer ein Thema. Die Kultur, die Unternehmen und die Bildungseinrichtungen der Stadt haben in hohem Mass dazu beigetragen. Ihre Zweisprachigkeit und ihre starke Exportorientiertheit (laut Marc-Alain Langel ist die Region Biel für mehr als 70% des gesamten Exportaufkommens des Kantons Bern verantwortlich) sind grosse Vorteile, die es französisch-, deutsch- oder englischsprachigen Unternehmen ermöglichen, sich in Biel anzusiedeln, ohne sich auf vollkommen fremdem Terrain zu bewegen. Die Zweisprachigkeit hat den zusätzlichen Vorteil, dass auf Grund der Nähe leicht Kontakte mit der anderen Sprachgruppe geknüpft werden können.

Marc-Alain Langel

1965

Lic. ès sc. écon. MIM/MBA

Direktor der Wirtschaftsförderung der Stadt Biel seit 1994

Tatsächlich sind viele Bieler zweisprachig oder sogar dreisprachig.

Biel ist nicht nur die grösste zweisprachige Stadt der Schweiz, sondern sie weist darüber hinaus die Besonderheit auf, dass die Aufteilung der drei Amtssprachen in etwa derjenigen auf Bundesebene entspricht: 53% der Bevölkerung sprechen deutsch, 30,7% französisch und 7,6% italienisch. Jede Kultur ist somit entsprechend vertreten, keine ist benachteiligt.

Auch die Industrie Biels ist seit langem auf Kommunikation ausgerichtet, denn schliesslich sind Uhren unverzichtbar für die Verständigung!

Die Automatisierung und Diversifizierung in der Uhrenindustrie hat die Unternehmer veranlasst, ihre Produktivität durch den Einsatz moderner Kommunikationsmittel zu verbessern. Die Bieler Ingenieursschule leistete einen grossen Beitrag zur technischen Weiterentwicklung der Unternehmen des sekundären Sektors. Somit ist das Konzept "Biel, Stadt der Kommunikation", wie Marc-Alain Langel betont, eine logische Folge aus dem Verlauf der Entwicklung der Uhrenindustrie.

Mit der Ansiedlung des BAKOM im Jahr 1992 hielt schliesslich die Massenkommunikation Einzug in der Region. Die verschiedenen Schulen und öffentlichen Bildungseinrichtungen, insbesondere das SAWI (Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation) trugen ebenfalls zur Verbesserung ihres Images und ihrer Glaubwürdigkeit bei.

DIE INFRASTRUKTUR

Die Bieler Behörden hatten gut daran getan, während der Rezession zahlreiche Grundstücke zu erwerben. Heute besitzen sie laut Hans Stöckli beinahe ein Viertel der Fläche der Stadt. Diese Flächen können zum Bau neuer Wohn- und Geschäftshäuser verwendet werden. Die Preise der Grundstücke sind verhandelbar und bilden oft den Ausschlag bei der Entscheidung eines Unternehmens, sich in Biel niederzulassen.

Bestehende, ungenutzte Gebäude ermöglichen es neuen Unternehmen, sich praktisch direkt anzusiedeln, ohne Neubauten errichten zu müssen. Dies beschleunigt und erleichtert den Ansiedlungsprozess beträchtlich.

Grundstücke, Gebäude, aber auch der Bau der A5 sind wichtige Faktoren für die Attraktivität von Biel. Die Autobahn wird die Stadt für Einzelpersonen leichter erreichbar machen und es den Firmen ermöglichen, Arbeitnehmer aus der Umgebung einzustellen. Darüber hinaus konnten durch den Bau der Autobahn die Grundstückspreise erhöht werden, wodurch die Stadt mehr Mittel für neue Investitionen zur Verfügung hat.

DIE LAGE

Biel liegt im Herzen der Schweiz, zwischen den beiden Polen Genf und Zürich, die auch auf internationaler Ebene von Bedeutung sind, was die Kommunikation anbetrifft.

Die Vorteile von Biel gegenüber diesen beiden Städten sind die niedrigeren Preise und Kosten und die Nähe mehrerer Flughäfen (Belp, Zürich, Basel, Genf). Qualifizierte Arbeitskräfte sind um 10 bis 15% billiger als z.B. in Zürich. Die Staugefahr und die Umweltverschmutzung sind gering, die Lebensqualität ist höher. Diese Kriterien seien analysiert und in den Ansiedlungsangeboten als Faktoren genannt worden, die die Wettbewerbsfähigkeit fördern würden, erklärt Marc-Alain Langel.

Anders als in Genf und Zürich, wo die Arbeitslosigkeit erstaunlich rasch verschwand, suchten in Biel noch immer viele Menschen Arbeit. Durch die ausgezeichnete Zusammenarbeit mit dem RAV (Regionales Arbeitsvermittlungszentrum) war es möglich, auch für diese Menschen einen geeigneten Arbeitsplatz zu finden.

DIE EXPO.02

Die Expo.02 wird sich positiv auf den Marketing- und Kommunikationssektor sowie auf das Image der Stadt Biel auswirken, die schliesslich die grösste

Arteplage im Gebiet der drei Seen besitzt. Die bleibenden Infrastruktureinrichtungen werden die Attraktivität der Stadt weiter erhöhen.

DIE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Das Ziel der Wirtschaftsförderung ist es, in Biel ein wirtschaftsfreundliches, der Entwicklung der industriellen Monokultur zuträgliches Umfeld zu schaffen, wobei dies sowohl für bereits ansässige Firmen als auch für neue Unternehmen, insbesondere aus dem Telekommunikationsbereich, gelten soll. Die letztgenannten sollten die bestehenden Unternehmen ergänzen, ohne ihnen Konkurrenz zu machen, meint Marc-Alain Langel.

Erreichen will man diese Ziele u.a. durch direkte finanzielle Beihilfen, indirekte Hilfe, Beratung, Herstellung von Kontakten und Bereitstellung wirtschaftlicher Informationen.

Die Wirtschaftsförderung finanziert Unternehmen, die keine Marktkonkurrenz für lokale Firmen darstellen, bis zu einem Drittel des Gesamtfinanzbedarfs auf drei Jahre. Neue Interessenten müssen daher Zugang zum nationalen bzw. sogar internationalen Markt haben, Arbeitsplätze schaffen und investieren.

Die von der Wirtschaftsförderung zur Verfügung gestellten Mittel bestehen in Risikokapital (20% des liberierten Aktienkapitals, maximal jedoch CHF 50'000), Darlehen bis CHF 300'000.-- und Bürgschaften für Investitionsgüter in Form von Maschinen bis zu CHF 300'000.--. Auch Beihilfen für Ausbildungskurse bis zu CHF 8'000.-- werden gewährt. Die Unterstützung beträgt theoretisch also bis zu CHF 658'000.--.

Diese finanzielle Unterstützung durch die Wirtschaftsförderung war und ist ein interessantes Argument für KMU, so z. B. Aartsys, Nebus, die BNS-Gruppe oder Mercury. Bei der Ansiedlung grosser Unternehmen (Orange, DiAx, Ecom) stellten die Beihilfen einen vernachlässigbaren Anteil an den Investitionen dar, da sich letztere in diesen Fällen auf 30, 9 bzw. 100 Millionen Franken beliefen bzw. belaufen werden. In diesen Dimensionen sind die finanziellen Beihilfen somit wohl kein ausschlaggebendes Element für die Standortwahl eines Unternehmens.

Auch die steuerlichen Aspekte sind zu berücksichtigen. Sonderbestimmungen der Stadt Biel und des Kantons Bern schaffen positive Rahmenbedingungen sowohl für bereits ansässige Firmen als auch für jene, die noch nach Biel kommen möchten.

Doch Steuerbegünstigungen und finanzielle Hilfen sind nicht die einzigen Elemente, die die Unternehmen veranlassen, sich in Biel anzusiedeln. Das Coaching bei der Ansiedlung sei der entscheidende Faktor, dem grosse Bedeutung beizumessen sei, betont Marc-Alain Langel. Die Unternehmer werden beraten; die Entwicklung ihrer Firmen wird verfolgt.



Entente **B** **Bernoise**

Postfach 5464, 3001 Bern

DER ERFOLG VON BIEL

Das Wichtigste sei, auf die richtigen Firmen zu setzen und keine Zeit mit Branchen zu verschwenden, die keine Entwicklungschancen haben, meint Marc-Alain Langel.

Von entscheidender Bedeutung ist es, solche Firmen in das lokale Netz zu integrieren, die dieses zu ergänzen vermögen. Nicht nur die Unternehmen, sondern auch die Region sollen profitieren und gewinnen. Unverzichtbar ist auch eine Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Schulen. Wenn dieser Rückhalt fehlt, sinkt das Innovationspotential sehr rasch. Es müssen spezifische Ausbildungskurse angeboten werden, damit das Know-how vor Ort erworben werden kann.

Biel sei bestrebt, nicht alles auf die Callcenters zu setzen, da auf diesem Gebiet bereits Rückschläge zu verzeichnen waren, erklärt Hans Stöckli.

In Biel sind übrigens ca. 36'000 Arbeitnehmer beschäftigt, davon nur 3'000 in der Telekommunikationsbranche. Man sollte also nicht vergessen, welch grossen Stellenwert der sekundäre Sektor noch immer besitzt.

KURZE ZUSAMMENFASSUNG:

1. Biel besitzt günstige Rahmenbedingungen aufgrund der vorhandenen Grundstücke und Gebäude, dem Preisniveau und der Zweisprachigkeit der Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen.
2. Die Wirtschaftsförderung der Stadt Biel öffnet nicht nur die Türen, sondern unterstützt die Unternehmen auch durch finanzielle Hilfen.
3. Das Ziel der Wirtschaftsförderung besteht darin, in der Stadt Unternehmen anzusiedeln, die eine Ergänzung zu den bereits vorhandenen bilden.

DIE UNTERNEHMEN AUS DER TELEKOMMUNIKATIONSBRANCHE UND DIE GESCHAFFENEN ARBEITSPLÄTZE

Unternehmen	Tätigkeitsbereich	Ansiedlung	Geschaffene Arbeitsplätze
Pre-Carrier-Selection Center der Swisscom	Telekom	1999	41
Nebus	Callcenter	1999	16
Mercury Communications	Callcenter	1999	30
DiAx Callcenter (heute Sunrise)	Telekom	1999	126-30
BNS-Gruppe	Dienstleistungen für Unternehmen	2000	80+40
Medienzentrum	Ausbildungszentrum	2000	-
Orange Communications	Telekom	2000	320 (Mitte 2001)
Kommunikationszentrum für die Expo 02	Telekom	2001	150 (2002)
Artesys		2001	25 (2002)
Ecom	Datenbankverwaltung	2002	150