



Direktion Bildung, Kultur und Sport
Direction de la formation, de la culture et du sport

Parlons culture!

Ergebnisse der Analysen und Vorschläge *Résultats des analyses et propositions*

Arbeitsgruppe I - Ressourcen
Arbeitsgruppe II - Angebot und Nachfrage
Arbeitsgruppe III - Infrastrukturen
Arbeitsgruppe IV - Kommunikation
Arbeitsgruppe V - Schnittstelle Stadt

Groupe de travail I - Ressources
Groupe de travail II - Offre et demande
Groupe de travail III - Infrastructures
Groupe de travail IV - Communication
Groupe de travail V - Interface Ville

September 2014
Septembre 2014

Ressourcen	Arbeitsgruppe I				Datum: 31. August 2014
Ressources	<i>Groupe de travail I</i>				<i>Date:</i>
Mitglieder / <i>Membres:</i>	Sibylle Thomke (P)	Franz Hostettler	Daniel Mueller	Robert Spycher	Esther Thahabi

Themen	<i>Thèmes</i>	Vorschläge (Die Herausforderungen der Zweisprachigkeit sind miteinzubeziehen) <i>Propositions (Les enjeux du bilinguisme devront être pris en considération)</i>	Wichtigkeit <i>Importance</i>	Dringlichkeit <i>Urgence</i>	Kosten <i>Coûts</i>	DK SC
<u>Innovations- oder Förderungsfond:</u> - Leistungen? - Äufnung? - Förderkriterien - Verantwortlichkeiten Weitere Massnahmen?	<u><i>Fonds pour l'innovation</i></u> - <i>prestations</i> - <i>alimentation</i> - <i>critères de soutien</i> - <i>responsabilités</i> <i>Autres mesures?</i>					
<u>Ressourcen nicht-finanzieller Natur</u> - Dienstleistungen (Beratung, Koordination, administratives Kulturbüro) - Kulturkiosk (zentrale Verkaufs- und Informationsstelle, Orientierungshilfen, Beratung) - Wo sind sie anzusiedeln?	<u><i>Ressources non financières</i></u> - <i>Services (conseils, coordination, mise en réseaux, bureau culturel)</i> - <i>Kiosque culturel (Info, billets, conseils pour public)</i> - <i>de qui doivent-elles dépendre?</i>					
<u>Freiwilligenarbeit</u> - Geeignete Formen der Anerkennung und der Wertschätzung	<u><i>Travail bénévole</i></u> - <i>comment le reconnaître et le valoriser ?</i>					
<u>Diverses</u>	<u><i>Divers</i></u>					

Wichtigkeit / <i>Importance</i>	Minimum	Medium	Maximum
Dringlichkeit / <i>Urgence</i>	0	5	10
Kosten / <i>Coûts</i>	1	6	10

Übergeordnete Ausgangslage

In den Zielen des Gemeinderates für die gegenwärtige Legislaturperiode wird festgehalten, dass sich die Stadt Biel als **zweisprachiges Zentrum der Kreativität und der Ausbildung** positioniert.

Im Detail heisst das (*zitiert aus „Schwerpunkte der gemeinderätlichen Politik 2013-2016, Biel-Bienne“, hervorgehoben sind diejenigen Punkte, die den Bereich Kultur betreffen*):

1.1 Biel wird mit der Ansiedlung des Campus der Berner Fachhochschule als hochrangiges Ausbildungszentrum wahrgenommen. **Dank der Hochschule der Künste Bern sowie dem Schweizerischen Literaturinstitut gilt dies auch für den Kultur- und Kunstbereich.**

1.2 Der Schweizerische Innovationspark wird parallel zum Campus angesiedelt. Biel ist als Netzwerkstandort im Rahmen des nationalen Konzepts für die Innovationsparks anerkannt.

1.3 Biel positioniert sich als nationales Kulturzentrum. Die Kulturräume und Kulturakteure werden aufgewertet. Die Kreativität, insbesondere im Bereich der zeitgenössischen Kunst, wird in Zusammenarbeit mit den Partnern gefördert. Es werden neue Möglichkeiten gesucht, um Lokale zur Verfügung zu stellen.

1.4 Biel stärkt seine Positionierung als Sportstadt und ideales Zentrum für nationale Verbände (Stades de Bienne, nationales Zentrum für Frauenfussball, Sport-Kultur-Studium).

1.5 Biel kommuniziert seine Stärken als zweisprachiger Wohn- und Wirtschaftsstandort aktiv und gezielt. Die Kommunikationsinstrumente und -kanäle werden erweitert und erneuert.

Auslegeordnung

Aus den Schwerpunkten der gemeinderätlichen Politik 2013-2016 können für den Kulturbereich 3 Stossrichtungen abgeleitet werden. Um die Aufgaben der verschiedenen Arbeitsgruppen in einen präzisen Kontext zu setzen, scheint es wichtig, zuerst die 3 Stossrichtungen genauer zu analysieren und die verschiedenen Themenbereiche in dem resultierenden Raster einzuordnen. (Das untenstehende Raster ist eine erste Skizze und nicht komplett – dieses zu komplementieren erachten wir als Aufgabe der Dienststelle für Kultur – die eigentlich als generelle Grundlage, noch vor den Tables Rondes, hätte gemacht und kommuniziert werden sollen...) Erst daraus resultieren mögliche, genauere Untersuchungsbereiche und Projekte!

Die 3 Stossrichtungen sind:

- **Nationales Kulturzentrum/Kulturräume und -akteure stärken**
- **Im Bereich zeitgenössische Kultur Partnerschaften stärken**
- **Lokale zur Verfügung stellen**

1) Nationales Kulturzentrum/Kulturräume und -akteure stärken

Heute schon gut (Stärken)	Chancen/Möglichkeiten für die Zukunft	Zust. Arbeitsgruppe
Bildende Kunst :		
Centre Pasquart	Sichtbarmachen der Qualität	
Jouph	Sichtbarmachen der Qualität	
Schweizerische Plastikausstellung	Sichtbarmachen der Qualität	
Theater/Oper/Musik :		
TOBS	Sichtbarmachen der Qualität	
Spectacle francais	Sichtbarmachen der Qualität	
Nachwuchsförderung :		
AJZ		
Prix Anderfuhren		
Auslandstipendien		
	Nachwuchsförderung stärken	
Werkförderung :		
Kultur- und Kunstkommission	Sichtbarkeit der Arbeit der Kommissionen	Kommissionen
	Sammlungszwecke konsolidieren	Kommissionen
	Generell :	
	Stark verbesserte Kommunikation	Kommunikation
	Stärken der Kultur gegen aussen	Komm./(Ressourcen)
	Stärken der Freiwilligenarbeit	Ressourcen

2) Im Bereich zeitgenössische Kultur Partnerschaften stärken

Heute schon gut (Stärken)	Chancen/Möglichkeiten für die Zukunft	Zust. Arbeitsgruppe
Leistungsvereinbarung Centre PasquArt	(Muss jedoch gestärkt werden) USP des Museums stärken z.B. als Brücke zwischen West und Ost	
Unterstützung schweizerische Plastikausstellung / Jouph	Verstärkt in Vermarktungskonzept der Stadt Biel integrieren (WEBSEITE)	Kommunikation
	Stärkere Vernetzung zwischen Kultur / Wirtschaft / Stadtmarketing / Tourismus	Ressourcen
	Stärkere Vernetzung der versch. Akteure u.a. mit der Hochschule der Künste/Literaturinstitut/FH/Inno-Campus	Ressourcen
	Bessere Sichtbarmachung /Wertschätzung privater Spender/Unterstützungsvereine	Ressourcen
	Neue Ressourcen bilden für spez. Projekte	Ressourcen

3) Lokale zur Verfügung stellen

Heute schon gut (Stärken)	Chancen/Möglichkeiten für die Zukunft	Zust. Arbeitsgruppe
Ateliers zu kostendeckenden Preisen vermietet	Alternativen für subventionierte günstige Ateliers	Infrastrukturen
Ateliers im Ausland		
Palace		
	Mit privaten Eigentümern Areale für Zwischennutzungen finden. Diesbezüglich auch ein für Eigentümer interessantes Konzept ausarbeiten - z.B. in Zus.-arbeit mit der FH	Infrastrukturen
	Kulturbüro	Infrastrukturen

Themenbereiche der Arbeitsgruppe Ressourcen

Die Arbeitsgruppe nimmt Stellung zu Themen, die sich im obenstehenden Raster ergeben und verwendet daher nicht die zur Verfügung gestellte „hors contexte“ Tabelle.

Es wird generell zwischen Ressourcen finanzieller und nicht finanzieller Art unterschieden.

Zum Thema - Nationales Kulturzentrum/Kulturräume und -akteure stärken:

1a) Stärken der Kultur gegen aussen – Ressource nicht finanzieller Art

Feststellung:

- Die Dienststelle für Kultur leistet sehr gute administrative Arbeit im „Innern“.
- Gegen aussen wird die Kultur nur ungenügend und wenig pointiert /charismatisch vertreten. Erfolge werden nicht aktiv verwertet!

Chancen und Möglichkeiten für die Zukunft:

- Die Interessen der Kultur viel aktiver gegen aussen vertreten, Brücken zur Politik und Wirtschaft bauen, die gemeinsamen Interessen etc. stärken / koordinieren/ kommunizieren.
- Diese „Aussenministerfunktion“ kann entweder beim Stadtmarketing angesiedelt oder aber von der Direktion für Bildung und Kultur übernommen werden.

1b) Stärken der Freiwilligenarbeit – Ressource nicht finanzieller ArtFeststellung:

- Die Stadt honoriert die Freiwilligenarbeit im Kulturbereich anlässlich eines jährlich stattfindenden Anlasses.

Chancen und Möglichkeiten für die Zukunft:

- Durch Freiwilligenarbeit generierte Ressourcen zielgerichteter (und damit wertschätzender) einsetzen z.B. durch die bessere Organisation und Vorbereitung von Anlässen wie „Parlons culture“ und durch die bessere Kommunikation des legislativen Ziels und den Strategien zu dessen Erreichung.
- Steigerung des Qualitätsmanagements und der Motivation im Bereich der Freiwilligenarbeit, durch z.B. eine Zusammenarbeit mit BENEVOL mit dem Ziel gemeinsam mit den Institutionen und Vereinen Massstäbe für Qualität, Engagement, Kommunikation etc. festzulegen.

Zum Thema - Im Bereich zeitgenössische Kultur Partnerschaften stärken:

2a) Stärkere Vernetzung zwischen Kultur / Wirtschaft / Stadtmarketing / Tourismus – Ressource nicht finanzieller ArtFeststellung:

- Die Dienststelle für Kultur arbeitet sehr autonom in Bezug auf die übrigen städtischen und regionalen Akteure. Generell wird zu wenig gegen aussen und mit anderen Organisationen kommuniziert / zusammengearbeitet.
- In diesem Zusammenhang ist auch die schon wieder überarbeitete Gestaltung der Kulturagenda und deren Publikation im Anzeiger zu hinterfragen. Ist das attraktive Kulturvermarktung? Können damit Öffentlichkeit und Partner angesprochen werden?

Chancen und Möglichkeiten für die Zukunft:

- Die Kommunikation zwischen Stadtmarketing und Dienststelle für Kultur verstärken.
- Auszeichnungen, besondere Leistungen, interessante Projekte im Kulturbereich aktiv vermarkten und z.B. im „A propos“ veröffentlichen. Als sog. direktes Kommunikationsmittel der Stadt Biel mit ihren Einwohnern muss es mit Erfolgsgeschichten aus der Kultur erweitert werden. (z.B. *Das TOBS, hat dieses Jahr die höchste Auszeichnung für Jugendtheater gewonnen – drei „goldene Vögel“ an den Papageno Awards 2014 in Salzburg für beste Produktion, bester Hauptdarsteller und bester Nebendarsteller!*)
- Das Gefäss der Newsletters der WIBS (die Stadt Biel ist grösstes Mitglied) nutzen und die Wirtschaft direkt erreichen / informieren.

- Mit Seeland Tourismus und Jura&Trois Lacs das Kulturgesehen aktiver und besser kommunizieren und als touristische Attraktion platzieren. Die Tourismusmitarbeiter motivieren, begeistern und ausbilden! Dies anstelle eines Kulturkiosks - Macht im digitalen Zeitalter als konkreten Ort wenig Sinn – allenfalls Tourismusbüro am BHF mitnutzen (hierfür Kommunikationskonzept erarbeiten)
- Auftrag des Gemeinderates an die BKS die Agenda ganz neu, frisch und modern zu erfinden, damit sie auch zu einem wirklich brauchbaren Arbeitsinstrumente wird.
- Verstärkte Zusammenarbeit mit BT und anderen regionalen Medien –PROAKTIVE KOMMUNIKATION

2b) Stärkere Vernetzung der versch. Akteure u.a. mit der Hochschule der Künste/Literaturinstitut/FH/Inno-Campus – Ressource nicht finanzieller Art

Feststellung:

- Dito 2a)

Chancen und Möglichkeiten für die Zukunft:

- In Zusammenarbeit mit der WIBS z.B. NRP Projekte erarbeiten:
 - z.B. Wissenstransfer zwischen Schulen und Akteuren stärken – wie die Vermittlung von Masterarbeiten.
- z.B. Coaching für Kulturschaffende
- In Zusammenarbeit und in den Lokalitäten von Innocampus ein Kulturbüro umsetzen und hier Möglichkeiten von Coachings (die der Innocampus ja für Start-ups macht) und interdisziplinärer Vernetzungsmöglichkeiten etc. prüfen.

2c) Bessere Sichtbarmachung /Wertschätzung privater Spender/Unterstützungsvereine – Ressource nicht finanzieller Art

Feststellung:

- Mit der jährlichen Ehrung für besondere kulturelle Verdienste setzt die Stadt ein gutes Zeichen.
- Die Bieler Kulturinstitutionen verfügen über eine ganze Reihe privater Gönner- und Förderorganisationen. (sh. Beilage 1)
- So richtig professionell aufgestellt für juristische Personen als Gönner ist vor allem das in kulturellen Kreisen viel kritisierte FFFH...

Chancen und Möglichkeiten für die Zukunft:

- Schaffung eines städtischen Kulturlabels für juristische und private Gönner – analog Donatoren EHCB

2d) Neue Ressourcen bilden für spez. Projekte – Ressource finanzieller ArtFeststellung:

- Werk- und Nachwuchsförderung wird in der Stadt Biel von diversen Kommissionen und Stiftungen betrieben.

Chancen und Möglichkeiten für die Zukunft:

- Schaffung eines Förderfond als PPP für spezielle Projekte der inhaltlich komplementär zu den bereits bestehenden Vehikeln ist:
 - 1) um keine Redundanz zu bereits bestehenden Gefässen und Organisationen zu schaffen.
 - 2) um NEUE Gelder zu akquirieren, die sich nicht mit den bereits vorhandenen Spenden konkurrenzieren. (Die Stadt kann bei der Akquisition von Privatgeldern beraten – ein Netzwerkpartner sein – jedoch selbst keine Gelder bei Privaten akquirieren.)
 - Die Stadt speist den Fonds mit nicht verwendeten Mittel der Kultur- und Kunstkommission. (Damit kann verhindert, werden, dass man Geld ausgibt, ohne dass möglicherweise Projekte oder Arbeiten vorhanden sind, die förderungs- oder dokumentationswürdig sind.)
 - Eine hochdotierte, medienwirksame, interdisziplinäre und vor allem nicht nur lokale Fach- und Sachjury (die auch private Geldgeber motivieren kann) und die unabhängig von den Stadt eigenen Kommissionen operiert, bestimmt über die Vergabe der Gelder mit folgenden Förderungskriterien:
 - Überregionale Ausstrahlung
 - Prägnanz und Einzigartigkeit der „Geschichte“ des Projekts
 - Neue Fragen und frische Themen, vermittelt in noch nie dagewesenem Format
 - Coaching der Kulturschaffenden bezüglich Kommunikation und Spendensuche bei Privaten .z.B. in Zus.-arbeit mit Innocampus – sh. oben unter Vernetzung.
 - Äufnung - nur wenn ein Projekt die oben erwähnten Kriterien erfüllt – also nicht regelmässig und nicht allzu oft!

Beilage 1

TOBS

Sponsoren:

Regiobank (Hauptpartner), Baloise Bank SoBa (Konzerte), Coop (Junges Publikum), ESB, Solothurner Zeitung, BT und JdJ

Partner und Förderer:

Freunde des Stadttheaters Solothurn und Arbeitsgruppe Gönnerclub
Forum Junges Theater Biel
Stiftung zugunsten des Sinfonie Orchesters Biel
Theaterverein Biel
Verein Freunde des Sinfonie Orchester Biel Solothurn

Andres & Lefert, Biel
APG SGA
Arthur Flury AG
Atelier Bundi, Grafik
Bijouterie Maegli
Camille Bloch
Dienststelle für Kultur Biel
Ediprim
Elisabeth Bachtler-Stiftung
Energie Service Biel
Ernst Göhner Stiftung
Fondation Suisa
Forum für die Zweisprachigkeit
Funicar
Hans Gutjahr-Stiftung

Jaquart Champagner
Verena Heusser-Lüthy
Jeanne Huber-Stiftung
Kanton Basel-Landschaft, Fachausschuss Musik
Lotterie- und Sport-Toto-Fonds, Kanton Solothurn
Madeleine und Stani Elmer
Josef Maushart
Paul Schiller Stiftung
Pro Helvetia
repla espace Solothurn
Ria & Arthur Dietschweiler Stiftung
Roswitha Klöti
Rotary Club Biel
Serigraphie Uldry
Vreni Steinegger
Stiftung jugend + musik
Stiftung Schweizer Orchesternachwuchsförderung SON
Stiftung Thiébaud-Frey
Stiftung Vinetum
Von Graffenried und Partner Biel
Sandro Wyssbrod

Gegenleistung – namentliche Erwähnung auf Homepage, und wahrscheinlich diverse nicht genannte Leistungen

Verein Freunde des Sinfonie Orchesters Biel Solothurn - Namen nicht bekannt - CHF 50 für Einzelpersonen, CHF 70 für Ehepaare, CHF 120 Gönnermitglied

Gegenleistung -

5% Rabatt auf den Abonnements des Sinfonie Orchesters Biel, Reduktionen auf Eintrittspreisen, Vorkaufsrecht bei Spezialanlässen und Erstinformationen über die neuen Konzertprogramme. Einladung an Arbeitsproben, Neujahrskonzert mit Apéro

Théâtre de poche und spectacles francais – nichts gefunden

Freundeskreis des Kunsthauses - Namen nicht bekannt - CHF 750 für Private, CHF 1000/Jahr für Firmen

Gegenleistung -

Exklusive Ausstellungspreview 1x/Jahr, Apéro od. Frühstück mit Führung der Direktorin, Kontingent an Gratisentritten, Gratisexemplare der Publikationen, Sondertarife für die Raummiete im Kunsthaus.

Sponsoren des Kunsthauses

Stiftung Vinetum (Kunstvermittlung für Kinder und Jugendliche)

Fondation Nestlé pour l'art (partenariat)

Stiftung Kunsthaus Sammlung - Gönnerverein – Namen nicht bekannt - CHF 1000/Jahr)

Gegenleistung –

Einladung an Vernissagen, Gemeinsame Feier mit Künstlern bei Ankauf in Sammlung, 1x/jr. Nachtessen, Podiumsgespräche im PasquArt

Mitglieder Verein Photoforum PasquArt Kunsthauses - Namen nicht bekannt - CHF 25 Studierende, CHF 50 für Einzelpersonen, CHF 80 für Paare, CHF 100/Jahr für Firmen, CHF 500 Gönner

Gegenleistung - Ausstellungseinladungen per Post, Gratisentrtritt ins Museum CentrePasquArt (inkl. PhotoforumPasquArt) und Musée de l'Elysée (Lausanne), 10% Rabatt auf Büchereinkäufen im PhotoforumPasquArt, Kostenlose Teilnahme am jährlichen Wettbewerb Prix Photoforum SELECTION | AUSWAHL

Mitglieder Kunstverein

(Der Kunstverein Biel gehört mit über 1200 Mitgliedern zu den grössten und ältesten Vereinen der Region. Seine wichtigsten Ziele: die Förderung des CentrePasquArt und seiner Aktivitäten, die Pflege der bildenden Künste ganz allgemein und die Förderung des Verständnisses für zeitgenössische Kunst. Erstes Anliegen des Vereins ist der Kontakt zur regionalen Kunstszene, den Künstlerinnen und Künstlern der Region.)

- Namen nicht bekannt - CHF 30 Studierende, CHF 65 für Einzelpersonen, CHF 100 für Paare, CHF 210/Jahr für Firmen

Gegenleistung - Ausstellungseinladungen per Post, Gratisentrtritt ins Museum CentrePasquArt (inkl. PhotoforumPasquArt), Kunstreisen, vergünstigter Erwerb Jahresblatt (Kunstdruck) Aktion Miete etc.

Verein der Freunde des NMB (Neues Museum Biel) – Namen nicht bekannt - - CHF 60 für Einzelpersonen, CHF 100 für Ehepaare, CHF 600 juristische Person, hier kann man den Mitgliederbeitrag auch durch aktive Mitarbeit erbringen

Gegenleistung – freier Eintritt in das Museum und in die Wechselausstellungen, regelmässige Informationen über die Aktivitäten des Museums, 10% Reduktion auf NMB-Publikationen (Kataloge und Postkarten)
sowie auf Führungen und Miete von Museumsräumlichkeiten

.....

Freunde des FFFH – Fan – CHF 100/Pers, Club Privilège CHF 1200, Donatoren CHF xy, Die Gastfreundschaft CHF xy Gegenleistung – Freikarten, Werbung in Broschüren und Vorspann zu Filmen, Apéros, Previews etc.

Angebot und Nachfrage	Arbeitsgruppe II				Datum: 15. August 2014
Offre et demande	Groupe de travail II				Date:
Mitglieder / Membres:	Thomas Oechslin (P)	Catherine Kohler	Marcel Meier	Gaudenz Badrutt	David Gaffino

Themen	Thèmes	Vorschläge Propositions	Wichtigkeit Importance	Dringlichkeit Urgence	Kosten Coûts	DK SC
<u>Kulturelle Vielfalt und Charakter</u> - Schwerpunkte - kultureller Reichtum - Kultur von Migranten - Laboratorium - Innovation - Stellung der Avant-Garde - Stellung der Kreationen - Gewichtung der Sparten/Sprachen	<u>Diversité culturelle et profil</u> - <i>points forts</i> - <i>richesse culturelle</i> - <i>la culture des migrants</i> - <i>laboratoire - innovation</i> - <i>place de la culture d'avant-garde</i> - <i>place des créations</i> - <i>le poids des domaines / langues</i>	<ul style="list-style-type: none"> Fachkommission Bieler Kulturpolitik Die Schwerpunkte der Bieler Kulturpolitik durch eine Fachkommission (zusammengesetzt aus Fachleuten verschiedener Sparten) ausarbeiten lassen. Die Fachkommission sollte aus Mitgliedern, die die Bieler Kulturszene von innen her kennt sowie aus Mitgliedern von ausserhalb Biel bestehen. (regard extérieur) Innovation fördern : - Innovation stellt schon heute einen Schwerpunkt der Kulturlandschaft dar. - Werkbeiträge und Fördermittel inhaltlich öffnen: als Gefäss erweitern und auf das Niveau von 2013 erhöhen. Die kantonalen Mittel sollen voll ausgeschöpft werden (jeder Franken wird verdoppelt...) Der Gewinn, der auf Grund der neuen gesetzlichen Grundlage (Kulturförderungsgesetz) resultiert, muss in die Kultur zurückfliessen. - Technische Entwicklungen (z.B. digitale Medien, neue Präsentations- und Diffusionsformen) berücksichtigen. Kulturelle Vielfalt berücksichtigen - Der Mehraufwand für ein zweisprachiges Kulturangebot muss bei der Budgetierung berücksichtigt werden. - Die kulturelle Vielfalt muss erhalten bleiben und bei herausragenden kulturellen Leistungen sollen gleichzeitig Schwerpunkte gesetzt werden. Mutig zu den Kulturinstitutionen und zur Alternativkultur stehen. 	8-10	10		
<u>Publikum</u> - sein Publikum kennen (1) - Kulturvermittlung (2) - neues Publikum gewinnen (3)	<u>Le public</u> - <i>connaître son public</i> (1) - <i>médiation culturelle</i> (2) - <i>acquérir de nouveaux publics</i> (3)	<ul style="list-style-type: none"> - 1 Umfragen, Zielgruppen, Öffnungszeiten... - 2 ausserschulische, Erwachsene, Migranten, etc - 3 Kulturpass, Gratistage, Kulturvermittlung... 	5			
<u>Kulturvermittlung</u>		Ziel:				

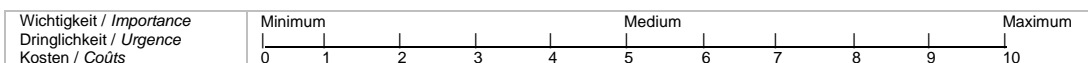
		<p>Publikum erweitern, gewinnen, Publikum ist vielfältig interessiert/ kennt die kulturelle Vielfalt, transmettre des valeurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Créer une instance de coordination - Adhérer à <i>kulturvermittlung.ch</i> - Zielgruppen erweitern - Koordination zur Schule (Kanton/Stadt) + Kulturvermittlung über Kultur - Laboratorium Kinder- + Jugendkultur entwickeln (Ort für jugendliches kulturelles Schaffen) - Kultur von Migranten: die communities und ihre kulturellen Aktivitäten kennen (z.B. Centre culturel africain), Interesse an kultureller Mitwirkung abklären, favoriser les ponts, ouvrir acces par la (par exemple) world music... 	7-8			
<u>Vernetzung</u>		<p>Ziel: Organisationen zusammenbringen und Perspektiven öffnen, Koordination zukünftiger Entwicklungen</p> <p>Gesprächskultur über die Sparten hinweg pflegen</p> <p><i>Reden wir über Kultur / Parlons culture</i> Diese Gespräche (Runde Tische) sollten alle 2 od. 3 Jahre durchgeführt werden</p> <p>créer des lieux de rencontres</p>	7-8			
<u>Diverses</u>	<u>Divers</u>	<p>Ziel: Kulturelle Akteure von Ausländer sind bekannt. Ausländerkultur en sich ein Bild verschaffen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interesse an Migrantenkultur Biel abklären - S'intéresser et les intéresser - Centre culturel africain - Favoriser les ponts - World music 	6-7			

Wichtigkeit / <i>Importance</i> Dringlichkeit / <i>Urgence</i> Kosten / <i>Coûts</i>	Minimum	Medium								Maximum
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Arbeitsgruppe:	III. Infrastrukturen					Datum: 18.8.2014
Groupe de travail:	III Infrastructures					Date:
Mitglieder / Membres:	Toby Müller	Jürg Saager	Daniel Schneider	Felix Blösch	Blaise Dutoit	Catherine Kohler

Themen	Unterthemen	Vorschläge <i>Propositions</i>	Wichtigkeit <i>Importance</i>	Dringlichkeit <i>Urgence</i>	Kosten <i>Coûts</i>	DK SC
<u>Räume und Säle</u> - Ausstattung, Tarife, Zugänglichkeit, Verfügbarkeit... - Lücken benennen - Verbesserungsvorschläge - Ergänzungsvorschläge	- <i>Liste/Auflistung</i>	Eine Liste erstellen, die eine Übersicht über das Angebot der Räume und Säle in Biel gibt. Die Liste soll die wichtigsten Merkmale, Kontakte und Ausstattung sowie Fotos enthalten und in 2 verschiedenen Versionen erstellt werden : Eine für die Bestandesaufnahme mit allen Mängeln und Einschränkungen und eine für den öffentlichen Gebrauch (zur Verfügungstellung durch DK). Koordination über DK, Interesse für die Weiterentwicklung : D. Schneider & B. Dutoit.	8	6	Ca. 7 Tage	
	- <i>Saal mit Kapazität 1500 Pax</i>	In Biel fehlt ein praktischer, modulierbarer Saal mit der Kapazität von ca. 1500 Personen (800-1'000m ²). Kriterien für eine optimale Nutzung : Ebensoviele m ² für Nebenräume : Garderobe, Foyer, Backstage, Lager. Dieser Saal muss multifunktional, d.h. Blackbox, leer, Tribüne modulierbar sein, um möglichst viele auch auf die Zukunft ausgerichtete Optionen offen zu lassen.	10	5	Gross	
	- <i>Arbeitsgruppe, Pool für Umbauten, Renovationen, Neubauten</i>	In Biel besteht ein grosses Knowhow für Nutzung und Betrieb von Sälen. Um Leerläufe und unfunktionale Bauten zu vermeiden, sind Profis und Spezialisten einzubeziehen, möglichst mit einem Koordinator. Künftige Nutzer und Spezialisten sollen sich in einem Pool organisieren. Leute aus diesem Pool sind von der Stadtplanung/dem Bauamt bei geplanten Umbauten/Neubauten einzubeziehen. So auch beim geplanten Saal vom Campus. Nicht dass der gleiche Fehler wie beim Volkshaus passiert.	10	10	Klein	
	- <i>Freiflächen</i>	Es besteht eine Nachfrage nach Freiflächen für Outdoor-Produktionen. Die Fläche des ehemaligen Expopark Biel/Nidau ist ideal wegen der Grösse, Lage und Erreichbarkeit. Um einen Betrieb von Veranstaltungen zu gewährleisten, müssen diese Flächen auch in Begegnungs-, Nacht- oder Kulturzonen eingeteilt werden. Eine einfache aber basisorientierte Infrastruktur erspart auch der Stadt Kosten (z.B. jährlich mehrfache Kostendeckung von Strominstallationen am Strandboden). Eine weitere mögliche Fläche ist das Gurzelen-Fussballstadion. Eine Arbeitsgruppe sollte sich dem annehmen.	5	5	Mittel	
	- <i>Mieten/Vermieten</i>	Die Lokale für Gastspiele und Vermietungen müssen präsenter und aktiver sein und Ausstrahlung zeigen. Ein Haus braucht Identität. Z.B. am Volkshaus : Anbringen von Plakattafeln, Laufschrift für Programm, im Internet ein Gesamtprogramm. Der Betrieb darf nicht nur auf eine Verwaltung reduziert sein. Dies betrifft alle städtischen Häuser : Volkshaus, Palace, théâtre de poche usw.	8	8	Mittel	

<u>Alternative Räume</u> - Zwischennutzungen leerer Räume und Gelände - private Räume - Koordination	- Ateliers : <i>Miete vs. Mietbedingungen</i>	Die Mietdauer von 3 bis maximal 5 Jahre ist gerechtfertigt, wenn der Mietpreis subventioniert ist. Marktübliche und kostendeckende Mieten sind für städtische Ateliers nicht gerechtfertigt. Es soll ein einheitliche Mietschlüssel vorhanden sein : m ² -Preis nach Ausstattung (WC, Lage, Zugänglichkeit, Wärme, usw.).	10	10	?	
	- Anzahl Ateliers	Mittelfristig muss die Nachfrage analysiert werden. Darauf kann mit dem Angebot reagiert werden, je nach Analyse : Mehr für Musik statt für bildende Kunst. Beim Angebot sollten auch die umliegenden Gemeinden einbezogen werden. In der Agglomeration gibt es auch viele Leerstände. Diese könnten mit Koordination von Biel vermietet werden.	5	5	Klein	
	- Koordination freistehender Immobilien der Stadt	Eine zentrale Datenbank für Leerstände wäre möglich. Diese macht aber vor allem Sinn, wenn grössere Immobilienfirmen auch teilnehmen. Deren Teilnahme ist aber ungewiss. Deshalb schlagen wir eher eine Schlichtungsstelle vor, die bei geplanten Aktionen (wie z.B. Biotop) helfen kann, eine langfristige Lösung zu finden -> Kulturbüro ! Mögliche Objekte in der Stadt sind das Dufourschulhaus und das ehemalige Technikum Alpenstrasse. Eine Arbeitsgruppe für eine Zwischennutzung dieser Objekte ? Zuerst muss aber eine Initiative aus der « Szene » kommen.	2	3	Mittel	
<u>Kulturbüro</u> - Leistungen: Büroinfrastruktur, Materialien, Technik und Techniksupport - existierende Dienstleister - Koordination, Kooperationen, Synergien - allenfalls Raumbedarf / Ansiedlung	- Materialvermietung - Ort : <i>Kulturzentrum Dufour ?</i>	Bisherige Kulturbüros sind bisher nur in grösseren Zentren situiert. Biel hat aber den Vorteil, dass ein Link zwischen französisch- und deutschsprachigen Schweiz gemacht werden kann. In einem vorerst 3-5 jährigen Probetrieb soll in einem ersten Schritt nicht Materialvermietung stattfinden, sondern vermittelt werden (Räume, Ateliers, Kulturschaffende-Technikanbieter, Unterstützung bei Projekten usw.). Einmietbarer Arbeitsplatz mit einer Büroinfrastruktur und Arbeitsplätze für Foto- und Filmarbeitsplätze ergänzen das Angebot und generieren Einnahmen. Die Zusammenarbeit mit dem Kulturbüro Bern, mit dem Materialpool Burgdorf sowie regionale Technikanbieter soll vom Büro vermittelt werden. Das Zielpublikum ist in der ganzen Region zu finden. Das Büro soll deshalb auch von der ganzen Region (RKK) getragen werden. Die Finanzierung darf nicht zulasten des bisherigen « kleinen » Kulturbudget geschehen : Zusätzliche Gelder, Migros-Kulturprozent, Lotteriefonds, RKK, Vermietung und Serviceangebote). Nach der 3-5 jährigen Probephase wird evaluiert und der definitive Betrieb geplant und umgesetzt. Ein Mögliche Ort wäre das « Kulturzentrum Dufour » mit seinen künftigen Ateliers, Kulturbistro usw...	6	6	Max. 30'000 .-	



Kommunikation	Arbeitsgruppe IV				Datum:
Communication	Groupe de travail IV				Date: 5 septembre 2014
Mitglieder / Membres:	Emanuela Tonasso (P)	Julien Steiner	Romeo Burkhalter	Marynelle Debétaz	Karin Rickenbacher

Themen	Thèmes	Vorschläge Propositions	Wichtigkeit Importance	Dringlichkeit Urgence	Kosten Coûts	DK SC
<u>Kommunikation</u>	<u>Communication</u>	<p>Ziel / Objectif :</p> <p>Klar und aktuell informieren / diffuser des informations claires et actuelles</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Leistungen der Dienststelle für Kultur sind klar zu definieren und aufzuzeigen. Priorität: Aktualisierung der Internetseiten der Dienststelle für Kultur, klare Struktur, Kurzinformationen zu Institutionen, Zur Verfügung stellen von Tools, Künstlerporträts (Aussagekraft erhöhen) - Mehr Mittel/eine Stelle für Kommunikation schaffen oder externe Ressourcen für die Kommunikation mandatieren - Instrumente der Kommunikation zusammen mit den Medien entwickeln - Netzwerke entwickeln für die Kommunikation <p>- Définir clairement les prestations du Service de la culture. En priorité : mise à jour du site internet de la Ville/du Service de la culture, → structure claire</p> <p>→ séparer :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) services aux acteurs culturels, règlements de subventions, ateliers, etc. 2) présentation des institutions avec courtes informations sur les institutions (descriptif des activités, év. des lieux, et spécificités de chaque organisation) 3) présentation des artistes (portraits d'artistes) <ul style="list-style-type: none"> - Augmenter la qualité de l'information, mettre en valeur des événements par des petits textes rédactionnels (changements fréquents, cf. idée Blog) - Engager des moyens/créer un poste communication ou recourir à des ressources extérieures (personne ayant une vue d'ensemble de l'offre culturelle, connaissant les institutions, capable de trier l'information et de voir ce qui peut/doit être mis en avant) - Développer les outils de la communication propres à la ville. P.ex. mise en place d'un blog culturel interdisciplinaire pouvant couvrir les activités des institutions, de la scène plus underground et l'actualité « officielle » touchant à la culture (ex. implication de la nouvelle LEAC) → ex : http://www.geneveactive.ch. → coordonné par un/e professionnel/le ou avec un collectif de rédaction (indépendance de la rédaction) 				

		<p>→ Le contenu pourrait être repris comme « fil d'actualité » par le site Internet de la ville, les sites des institutions, sur facebook, etc. (effet viral)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer les outils de la communication avec les médias <p>→ Favoriser au moins par le dialogue et l'échange (pas forcément par un apport financier) le développement de « formats » faisant une place à la culture dans les médias régionaux</p> <p>→ N.B. de tels formats sont en plein boum dans d'autres régions : nouvelle émission culturelle hebdomadaire d'1h sur GRRIF « culturbitacées » (JU) ; émission hebdomadaire « Marmelade » sur la TV Canal9 (VS); rubrique quotidienne « actu culturelle » dans le journal de La Télé (VD-FR) et émission hebdomadaire « Ça reste entre nous » avec une personnalité du monde de la culture locale sur La Télé.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer les réseaux de la communication 				
<u>Teilnahme der Institutionen an den Kommunikationsanstrengungen</u>	<u>Participation des institutions aux efforts de communication</u>	<p>Ziel / Objectif :</p> <p>Synergien nutzen, Qualität der Informationen sicherstellen / Profiter de synergies, garantir la qualité des informations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufnehmen und verteilen der Informationen anderer Kulturinstitutionen - Eintrag und Pflege der eigenen Informationen in der Agenda, Text und Fotos verfügbar machen - Automatisches zur Verfügung stellen von Text- und Bildmaterial zu unterstützten Projekten/Institutionen für die Kommunikation durch die Stadt (Website/Stadtmarketing etc.). - Demander une participation active des institutions sous contrats de prestations (éventuellement insérer dans le contrat de prestations une clause) : <ul style="list-style-type: none"> → Accueillir et promouvoir les informations des autres institutions culturelles, d'autres domaines également (p.ex. accorder un espace pour les flyers, programmes des autres institutions locales dans les foyers) → Insérer et soigner les données dans l'agenda et mettre à disposition photos et textes de présentation 				
<u>Koordination</u>	<u>Coordination</u>	<p>Ziel / Objectif : Zusammenarbeit fördern, Synergien ausschöpfen / encourager les collaborations, profiter des synergies</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regelmässige Koordinationssitzung : Die Dienststelle für Kultur kreiert und unterhält eine Plattform für den Austausch mit den Kultur-Akteuren und dem Marketing - Für die Kultur wird ein gemeinsames Adressbuch (Adressdatenbank) erstellt. Ziel: Vereinfachung der Versände und verhindern von Doppelspurigkeiten. 				

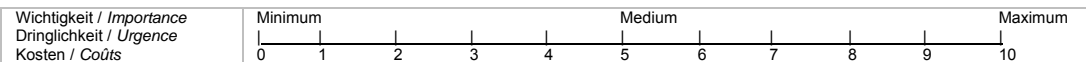
		<ul style="list-style-type: none"> - Séance de coordination régulière : le Service de la culture crée et entretient une plateforme d'échange avec les acteurs culturels et le marketing - Créer un carnet d'adresses commun pour la culture 			
<p><u>Marketing für die Stadt dank der Kultur</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen: welche heutigen Angebote gehören ins Marketing? - Vorschläge für Marketingmassnahmen 	<p><u>La culture dans le marketing pour la Ville</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - bases: <i>quelles offres existantes doivent avoir une place dans le marketing?</i> - <i>proposition de mesures de marketing</i> 	<p>Ziel / Objectif :</p> <p>Die Vorteile der Kultur für die Stadt aufzeigen, insbesondere der Bevölkerung und den Politikern, das ermutigt die private Förderung / Montrer les avantages que procure la culture à la Ville, notamment à la population et aux politiciens, cela encouragera subsidiairement le soutien privé</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verstärkung der Verbreitung von Kulturinformationen : Die Kanäle Richtung Publikum, Institutionen und Kulturschaffende verbessern. - Die Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing für die Bewerbung des Kulturangebots, der Kultur und die Wahrnehmung ihrer Wichtigkeit stärken und das Synergiepotential voll ausschöpfen. - Von den Institutionen mit Leistungsverträgen eine aktive Beteiligung verlangen (eventuell eine entsprechende Klausel in die Verträge aufnehmen, damit auch Aktivitäten anderer Sparten beworben werden) - Den Erfolg von Preisträgerinnen und Preisträgern nutzen, um unseren Stolz zu zeigen und vom Abglanz profitieren - Renforcer la promotion de la culture : améliorer les canaux d'information envers le public, les institutions et les artistes - Renforcer la collaboration avec le marketing de la Ville pour la promotion de l'offre culturelle, de la culture et de la perception de son importance et exploiter le potentiel de synergie au maximum - Mettre en avant la richesse de l'offre culturelle régulière dans la ville (programmation de spectacles, d'expositions, de cycles cinématographiques, etc.) et surtout ne pas se limiter seulement aux événements spéciaux (FFFH, SRF bi de Lüt) en donnant faussement l'impression qu'il ne se passe rien d'exceptionnel le reste de l'année. - Utiliser et mentionner les événements culturels à travers les différents supports déjà mis en place par le service Marketing Profiter du succès de personnes ayant obtenus un prix pour monter notre fierté et profiter de la retombée sur Bienne - Mettre à disposition un « Kit culture » (regroupant les programmes des différentes institutions) pour les entreprises et leur employés. 			

<p><u>Neue Anlässe mit Ausstrahlung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - weiter zu entwickelnde existierende Anlässe - markierende Anlässe: Vorschläge - Kulturfest, Festival, Kulturpreis 	<p><u>Nouveaux évènements à rayonnement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - évènements existants à développer - évènements marquants: propositions - Fête de la culture, festival, Prix de la Ville 	<p>Ziel / Objectif :</p> <p>1.) Regionale Ausstrahlung 2.) Kulturschaffende mit Wertschätzung und Sichtbarkeit unterstützen um Private zur Kulturförderung zu animieren /</p> <p>1) Rayonnement régional 2) Soutenir les artistes par reconnaissance et visibilité, afin de motiver les privés à encourager eux-mêmes la culture</p> <ul style="list-style-type: none"> - Den Kulturpreis in volksnäherem Rahmen übergeben, anlässlich eines Sonder-Tages, in Synergie mit einer existierenden Veranstaltung oder im Rahmen eines das die Institutionen zusammenführt (auf gleicher Ebene wie den Sportpreis behandeln, gleicher Rahmen, mehr kultureller Inhalt). - Attribuer le Prix de la culture dans un cadre plus populaire et glamour, lors d'une journée spéciale, en synergie avec une manifestation existante ou dans le cadre d'une fête réunissant les institutions culturelles (le traiter à pied d'égalité avec le Prix du sport = cadre similaire avec plus de contenu culturel) <p>Ziel / Objectif :</p> <p>Nationale Ausstrahlung / Rayonnement national</p> <ul style="list-style-type: none"> - Das « Laboratorium : Freiheit fürs Erschaffen » und dieses sichtbar machen. - Institutionen als Leuchttürme bewerben. - Choisir le « laboratoire : espace de liberté pour créer » et lui donner plus de visibilité. - Promouvoir des institutions phares. 			
<p><u>Kulturmarketing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Signaletik Plakataushang, Plakatkampagnen, weitere Werbemaßnahmen, Neue Medien, Alternativen - Kulturagenda - Kooperationen, Synergien 	<p><u>Marketing culturel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Affichage, publicité, campagne d'affichage, nouveaux médias, alternatives - Agenda culturel - Coopération, synergies 	<ul style="list-style-type: none"> - Ziel / Objectif : Kulturorte werden von Ortsfremden leicht gefunden / les lieux de culture sont trouvés aisément par des externes - améliorer la signalétique dans la ville et à proximité des lieux de culture. - Ziel / Objectif : Qualität der Informationen über Kulturangebote verbessern / Augmenter la qualité des informations sur l'offre culturelle - Die Zusammenarbeit mit den lokalen Medien stärken, (indem zum Beispiel ein Preis für den besten redaktionellen Beitrag oder ein anders Förderinstrument geschaffen wird) - Einen Botschafter der Kultur bestimmen. (siehe separater Punkt) - Die Kultur an Personen/Persönlichkeiten knüpfen. - Budget Kulturmarketing: Die Agenda dem/der Kommunikationsverantwortlichen anvertrauen mit guten Kenntnissen der Kulturszene und redaktionellen Fähigkeiten; eventuell einen/mehrere Journalisten beauftragen, die 			

		<p>Instrumente und Diffusionskanäle variieren (App, Blog mit redaktionellen Beiträgen, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Von den Institutionen mit Leistungsvertrag eine aktive Beteiligung an der Agenda verlangen - Développer les outils de la communication propres à la ville. → cf. idée blog culturel interdisciplinaire (cf. thème « communication ») - Renforcer la collaboration avec les médias locaux (cf. thème « communication ») Personnaliser la culture (lui donner des visages pour être plus « proche des gens ») - Budget pour promotion : Confier l'agenda au chargé de communication, éventuellement à un ou à des journalistes, varier les supports de communication et leur mode de diffusion (App, blog avec partie rédactionnelle, etc.) - Demander une part active des institutions sous contrats de prestations pour l'Agenda - Mettre en place un point central d'information en ville où on pourrait être renseigné, obtenir des billets etc. pour l'ensemble des institutions/activités culturelles. 				
Netzwerkbestrebungen fördern.		Bestrebungen zur Vernetzung mit anderen kulturellen Organisationen in der Region oder über die Region hinaus sollten speziell gefördert und angeregt werden. Solche Verbindungen sind für das Image und die Kommunikation sehr wichtig. Aus diesem Grund sollten Mitgliedschaften oder Teilnahmen an Zusammenarbeitsprojekten als Chance wahrgenommen und speziell unterstützt werden. Es muss ein Mittel gefunden werden, dass diese nicht als Doppelsubventionierungen angesehen werden.	-	-	-	
Zusätzliche Representationstätigkeit der Stadt		Die Representationsfunktion gegen Aussen (Politik und Bevölkerung) sowie gegen Innen (Kulturszene) muss verstärkt werden. Dafür sind nötige Ressourcen vorzusehen. Dabei ist es wichtig, dass einerseits die Rolle und der Nutzen der Stadt sichtbar werden und andererseits das Gefühl eines positiven, kulturfrendlichen Klimas spürbar wird. Die Funktion eines Botschafters/einer Botschafterin für die Bieler Kultur muss geschaffen werden.				
Groupe travail communication/culture Complément	Pour le groupe, Emanuela Tonasso Demmler Bienne, 2 septembre 2014	<p>Le groupe constate qu'une certaine confusion règne dans la répartition des rôles et les prestations du service de la culture. Ainsi, il considère qu'avant toute offensive dans le secteur de la communication, il faut définir clairement les prestations.</p> <p>Une répartition claire des prestations permettrait à chaque acteur de se concentrer sur ses tâches, sachant ce qu'il doit fournir et ce à</p>	-	-	-	

		<p>quoi il a droit.</p> <p>Le groupe de travail aspire à un changement d'état d'esprit au sein des instances en charge de la culture. L'approche, jugée actuellement administrative, voire policière par certains, devrait devenir plus positive et enthousiaste. Le but est de renforcer la promotion de la culture.</p> <p>Pour ce qui est de la communication, des moyens supplémentaires sont absolument nécessaires. Il faut créer un poste supplémentaire ou recourir à des ressources extérieures (mandats) affectées à la communication culturelle, ainsi qu'à l'agenda. Il doit s'agir de professionnels et non de stagiaires.</p> <p>L'une des priorités consiste à améliorer les canaux d'information envers les artistes et le public. La mise à jour du site internet paraît incontournable. La ville devrait également créer une App pour Smartphones faisant office d'agenda culturel et présentant les principaux lieux culturels.</p> <p>En outre, les synergies avec le service du marketing doivent être absolument améliorées. Il faut montrer les avantages que procure la culture et une vie culturelle animée à la ville, notamment au public et aux politiciens. Par effet boule de neige, les milieux économiques pourraient apporter un soutien.</p> <p>Une séance de coordination régulière ou une plateforme commune entre le service de la culture, les principaux acteurs culturels et le service du marketing pourrait améliorer les échanges et créer des synergies pour améliorer la communication culturelle.</p> <p>Les institutions sous contrat de prestations ou subventionnées devraient être tenues de présenter des photos et des textes de présentation de qualité, dans les deux langues, qui seront ensuite utilisées pour la promotion tant au niveau culturel que marketing.</p> <p>Les institutions culturelles doivent renforcer les synergies entre elles. Dans le contrat de prestation, on pourrait envisager une clause en faveur de synergies/échanges entre les institutions. Par exemple, le PasquArt promeut le théâtre et vice versa... Il y a lieu d'envisager la création d'un guichet culturel/d'une boutique culture. Moyennant une petite formation, la bibliothèque municipale (ou une autre institution employant des personnes intéressées à la culture) pourrait assumer cette tâche.</p> <p>La ville doit mettre en valeur les personnes/institutions qui se sont distinguées dans le monde culturel en obtenant des prix ou des bourses importants et profiter des retombées prestigieuses que cela engendre pour elle. L'idée est aussi de montrer que le soutien de la ville à la culture est «payant». Les artistes et les institutions sont priés d'annoncer les lauréats.</p> <p>Le Prix de la ville devrait être attribué dans un cadre plus populaire (non pas dans le sens de volkstümlich, mais bien dans l'idée d'attirer un public plus large). Le prix culturel doit devenir plus glamour et être</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>mis sur pied d'égalité avec le prix du sport.</p> <p>La remise pourrait avoir lieu lors de Pod'Ring ou lors d'une fête réunissant d'autres prix (bourses offertes par des fondations, etc...).</p> <p>L'idée serait aussi de créer une fête annuelle réunissant les institutions culturelles, avec éventuellement un tournus entre les institutions pour l'accueil, et des portes ouvertes un peu dans tous les lieux culturels. Le prix de la ville pourrait être décerné à cette occasion (le budget pour les festivités du prix de la ville pourrait aller à la fête).</p> <p>Pour renforcer la communication, la ville devrait aussi choisir des points forts (exemple : Vevey – dotée d'un excellent concept culturel - a réussi à se vendre comme «Ville d'images» et fait de la concurrence à nos Journées photos). Aux yeux des participants, la force de Bienne réside dans son esprit libertaire qui influence la création. Il faut mettre en valeur le laboratoire créatif biennois, fondé sur la liberté régnant dans la ville.</p> <p>En plus des points forts, il faudrait choisir une sorte de ministre/ambassadeur de la culture (avec un éventuel tournus annuel ou quadriennal). Cela permettrait de «personnaliser la culture. Les membres du groupe sont persuadés que l'offre culturelle biennoise est foisonnante : il s'agit seulement de la rendre plus et mieux visible.</p> <p>Les médias locaux n'accordent qu'une place limitée à la culture. La collaboration devrait être renforcée et il faudrait envisager d'offrir des contributions rédactionnelles toutes faites. Autre moyen de tenter d'améliorer l'offre en proposant un prix pour la meilleure contribution journalistique consacrée à la culture.</p> <p>Au niveau de l'affichage, il est essentiel d'améliorer la signalétique. Un visiteur arrivant de la gare, par exemple, doit être en mesure de trouver rapidement le Théâtre de poche, par exemple</p> <p>Un carnet d'adresses commun aux acteurs culturels devrait être envisagé. Cela permettrait de concentrer les envois sur des personnes intéressées et d'éviter les envois multiples, économisant par la même occasion des frais postaux.</p>			
--	--	--	--	--	--



Propositions finales du Groupe de travail V : Interface Ville / Schnittstelle Stadt

29.08.2014

Contexte

Le groupe de travail¹ s'est réuni à deux reprises, les 6 et 12 août 2014. Chaque membre a délivré son analyse, en se fondant à la fois sur sa propre expérience et sur sa lecture de la documentation issue des Tables rondes du processus "Parlons culture". A l'issue de ce travail, le groupe transmet ses propositions comme suit :

- D'une part (section 1), une présentation complète des mesures concrètes, avec les objectifs généraux correspondants.
- D'autre part (section 2, p. 5), une présentation selon le formulaire officiel.

1. Principes, propositions et mesures concrètes

A. Adopter une attitude constructive à l'égard de la scène culturelle biennoise

Plusieurs sources ont témoigné d'une impression de manque de considération généralement positive de la part du Service de la Ville à l'égard des acteurs culturels biennois. Bien qu'il soit clair que l'encouragement de la culture ne puisse pas, de fait, satisfaire toutes les demandes, il est important que le Service de la Ville adopte une attitude globalement positive et constructive.

Mesures concrètes

A1 Renforcer la présence du Service de la Culture et des membres des commissions dans les activités culturelles biennoises.

A2 Mise sur pied d'un Kiosque Culture / Kulturkiosk.

But: offrir un soutien sous forme de permanence hebdomadaire (p. ex.: 14h-17h chaque vendredi) à destination des artistes en quête d'une information avancée ou d'un soutien particulier. La prestation peut être assurée aussi par des artistes confirmés. Das Fachwissen, die Erfahrungen und das Wissen der existierenden Kunstschaaffenden/Veranstalter nutzen und gemeinsame Tools schaffen die allen dienen. Diese Experten sind korrekt honoriert (100.- ph). Beispiel: im neuen Kulturkiosk, der sich künftig vielleicht im Palace Kulturhaus befindet ist jeweils am Freitag zwischen 14 - 17h eine wechselnde Fachperson anwesend. Wer, resp. welches Fachgebiet ist auf Website veröffentlicht.

B. Simplifier les procédures administratives et favoriser le contact direct avec les acteurs culturels

Im Kulturschaaffen werden viele Mittel (Geld, Energie, Zeit) durch die administrativen Abläufe wie Eingabe von Projekten, Begutachtung der eingegebenen Projekte, Abrechnung der Projekte usw. gebunden und dem eigentlichen Kulturschaaffen d.h. der kreativen Arbeit entzogen. Die administrative Belastung muss der Wichtigkeit der Gesuche entsprechen. Die administrative Verfahren für die Gesuchsteller sollten daher vereinfacht werden. Die Kultur des konstruktiven Feed-back über die Leistungen des Kulturdienstes sollte mehr unterstützt werden. Die Kultur eines konstruktiven Feed-backs zu den Leistungen des

¹ Membres: Frédéric Joye-Cagnard (Prdt), Daniela de Maddalena, Charlotte Huldi, Manon Pierrehumbert, Matthias Rüttimann.

Kulturdienstes könnte zu vereinfachten Abläufen führen und sollte unterstützt werden. D'une manière générale, le Service de la culture pourrait privilégier la rencontre directe pour clarifier les processus administratifs, et disposer de procédures claires pour recueillir des avis issus du terrain.

Mesures concrètes

B1 Vereinfachung der administrativen Verfahren anhand Standardsverfahren und « best practices » von vergleichbaren Städte

Vorschlag: die Komplexität der Defizitdeckungsgarantie kann und muss reduziert werden: Bei der Defizitdeckungsgarantie wird Budget für nur 1 Vorstellung abgeschafft. Gesuchsteller können also bei Serien in verschiedenen Städten dasselbe Budget verwenden für alle Gesuche. Die Stadt behält bei, dass nur 1 Vorstellung unterstützt wird (anteilmässig berechnet). Wer einen Werkbeitrag für Produktion erhält, erhält automatisch Defizitdeckungsgarantie für Aufführungen in Biel ohne nochmals ein Gesuch einreichen zu müssen. Gesuchsteller können Werkbeitrag und Defizitdeckungsgarantie für 1. Vorstellung zusammenfassen in 1 Gesuch. Kulturschaffende und Veranstalter, die regelmässig Gesuche einreichen, profitieren von vereinfachtem Verfahren (auf Vertrauensbasis): einfaches Formular für notwendige Daten, Budget für alle Aufführungen oder für mehrere Veranstaltungen, Abrechnung ohne Belege (nur auf Nachfrage). Wer erstmals oder sehr unregelmässig ein Gesuch stellt, reicht ausführlichere Unterlagen ein.

B2 Box für Verbesserungsvorschläge und Feed-backs via anonymisierte E-mail Adresse auf der Website der Dienststelle für Kultur

B3 Regelmässige Durchführung einer anonymisierten Befragung über die Zufriedenheit der Kunden der Dienststelle für Kultur mit dem Ziel die Dienstleistungen stetig zu verbessern.

B4 Examen régulier des besoins des artistes et des types de soutien délivrés / Anpassungen der Förderungspraxis und der Vergabe von Preisen

Proposition 1: dans le soutien aux échanges culturels, les expositions sont actuellement exclues de cette possibilité de soutien. Dies soll nur für Ausstellungen in kommerziellen Galerien gelten. Ausstellungen in Museen und Kunsthäuser sollen hier explizite in Form von persönlicher Unterstützung betreffend Reisekosten, Unterbringungskosten, Lebenskosten etc. unterstützt werden. Begründung: Auch Theaterschaffende oder Musiker werden bei ihren Auftritten unterstützt. Heute sind Ausstellungen oft nicht mehr verbunden mit kommerziellem Erfolg. Die Produktionskosten der Kunstwerke bleiben genauso bei den KünstlerInnen, wie für Musiker oder Theaterschaffende.

Proposition 2: Le principe du Prix de la Ville et de la Distinction pourrait être revu. Le groupe plaide pour un prix attribué tous les 2 ans, avec une révision des dotations financières à la hausse: 15'000 CHF pour le Prix, 5'000 CHF pour la Distinction; on pourrait aussi créer une nouvelle catégorie de Prix d'encouragement (Förderpreis) de 5'000 CHF.

C. Aménager un encouragement graduel basé sur la confiance réciproque

A tort ou à raison, le contrat de prestation traduit en général un rapport de confiance entre la Ville de Bienne et certains bénéficiaires de subventions. Le domaine du soutien individuel à la création ou à des projets, alors même qu'il s'agit de montants bien plus modestes, ne dispose pas d'un mécanisme similaire. Pourtant, il s'adresse aussi à des artistes reconnus, tant par la Ville que par d'autres instances de financement public (comme le canton de Berne, p. ex.). Le Groupe considère comme important et urgent de réfléchir aux possibilités d'aménager un mode de soutien individuel aux artistes confirmés basé sur un rapport de confiance. Z. B.: Die Stadt übernimmt die Beiträge, welche die Institutionen von 'lokaler Bedeutung' vom Kanton verlieren ab 2016 nach Prüfung der Bedürfnisse vollständig.

Mesures concrètes

C1 Aménagement d'une procédure simplifiée pour le dépôt d'une demande spécifique par un artiste confirmé

Proposition: Garantie de couverture de déficits:

- a) *Pour les premières demandes, ainsi que pour des requérants qui n'ont pas eu d'expérience régulière en matière de soutien par la Ville de Bienne, privilégier le soutien par le biais de la garantie de couverture de déficits. Prévoir une procédure simplifiée et une séance d'explication concrète, si possible par téléphone.*
- b) *Pour les requérants qui ont déjà bénéficié de 2 à 3 subides au titre de la garantie de couverture de déficits, le Service de la culture peut accorder des soutiens ponctuels fermes, fondés sur le budget présenté par le requérant. Ce dispositif permet d'établir un lien de confiance entre les interlocuteurs.*

C2 Kulturfonds für aussergewöhnliche und grosse Projekte einrichten

Projekte wie Cyclope, Festival Spot, Symposium Nine Dragon Heads 2011, spartenübergreifende Grossprojekte usw. sprengen das Budget der Werkbeiträge. Daher wird ein Kulturfonds errichtet, der als Spezialfinanzierung über jeweils 3 Jahre 150'000 Franken für aussergewöhnliche Projekte bereit stellt. Dieser Kulturfonds erlaubt eine flexiblere Förderpraxis, die erlaubt aussergewöhnliche Projekte zu fördern. Nach Ablauf der 3 Jahre fliessen allenfalls verbleibende Mittel ins Budget der Werkbeiträge. Für diesen Kulturfonds kann die Stadt Biel auch Dritte gewinnen, Mäzene und Firmen.

C3 Projektunabhängige Förderung von Kulturschaffenden ohne Subventionsvertrag (Entwicklungsbeitrag)

Die Kulturkommission kann auf Gesuch hin anerkannten Ensembles und KünstlerInnen, die seit mind. 3 Jahren in Biel regelmässig arbeiten und Projekte kreieren, mit projektunabhängigen Beiträgen für 1 bis 3 Jahre fördern und unterstützen. (Diese Förderung hilft Ensembles und KünstlerInnen sich künstlerisch zu entwickeln.)

D. Améliorer l'information et renforcer la transparence des procédures administratives

Plusieurs remarques traduisent un manque de connaissance de l'action du Service, des procédures administratives et des critères utilisés dans l'évaluation des demandes. Bien que la plupart des éléments d'information existent déjà, il paraît nécessaire de les regrouper en un seul emplacement du site internet, afin de disposer d'une information claire, systématique et facile à trouver. D'autre part, le renforcement de la transparence des principales procédures administratives devrait s'accompagner d'une formalisation officielle d'usages tacites, qui ne sont pas toujours connus des administrés.

Mesures concrètes

D1 Rendre explicites des pratiques ou usages actuellement tacites

Proposition 1: Clarifier les usages relatifs à la composition des commissions et à la durée des mandats. Les points suivants devraient être précisés par écrit, soit dans l'Ordonnance sur les commissions (RDCo 423.11, 424.11), soit dans des Directives édictées par le chef du département:

- *Die Kunstkommission und die Kulturkommission arbeiten voneinander unabhängig. Mitglieder der jeweiligen Kommission können nicht gleichzeitig in der anderen Einsitz nehmen.*
- *Die Amtszeit der Mitglieder ist auf maximal 4 Jahre beschränkt, die Amtszeit des Präsidenten und Vizepräsidenten auf 6 Jahre.*
- *Ein direkter Wechsel von der Kunstkommission zur Kulturkommission und umgekehrt ist nicht möglich. Ein zeitlicher Unterbruch der Kommissionstätigkeit von mindestens 4 Jahren ist einzuhalten. Dies gilt für die Mitglieder wie auch für die Präsidenten der Kommissionen.*
- *Eine abermalige Einsitznahme in dieselbe Kommission ist erst nach 6 Jahren möglich.*

- Für grosse Sparten (wo es viele Anfragen gibt z.B. Bühnenschaffen, Musikschaffen, ...) braucht es mehr als 1 Experten in der Kommission, insbesondere solche, die mit dem zeitgenössischen Schaffen der Sparte vertraut sind.

Proposition 2: Les critères et procédures pour le Prix de la Ville et pour la Distinction devraient être récapitulés et rendus explicites par le biais d'un aide-mémoire. Sans quoi il se dégage constamment une impression de décalage entre les critères réels (pas ceux qui figurent dans le règlement) et la réalité du terrain.

Proposition 3: Les critères propres à l'évaluation de chaque type de soutien, y compris le travail des commissions, devraient être réexaminés avec un groupe de travail constitué d'acteurs culturels du-des domaines concernés et du Service de la Culture. Les critères doivent être facilement accessible aux requérants.

D2 Diffusion sur le site internet des montants accordés selon les types de soutiens, y compris les contrats de prestations (sans les annexes)

D3 Die Website der Stadt Biel informiert in klarer und systematischer Weise auf einer Hauptseite über:

- a) *Unterstützungstypen: Institutionen mit Leistungsvereinbarung; Werkbeiträge, Defizitgarantie, kultureller Austausch, Stipendien, Ateliers, etc.; Kunst am Bau; KulturPreis + Ehrung; Andere*
- b) *Gebrauchsanweisung für Gesuchsteller*
- c) *Welches sind die administrativen Verfahren, inkl. Grundinformationen zur Finanzverteilung ? Wer sind die Kommissionsmitglieder (mit Bild, kleine CVs, zuständig für was?) ?*
- d) *Welches sind die Evaluationprozeduren für die Leistungsvereinbarung ? Welches sind die Hauptkriterien für die Werkbeiträge und anderen Förderungsmassnahmen ?*

Bemerkungen:

- *Fast alle Informationen sind schon irgendwo vorhanden, aber schwer zu finden, da auf verschiedenen Web-Seiten verteilt.*
- *Jeder Unterstützungstyp sollte unter den gleichen Aspekten erklärt werden : gesetzliche Basis, Förderungstyp (LV, individuelle Gesuche, usw.), Grundmechanismus, heutige Empfänger, formelle Kriterien, Höhe (CHF) der Finanzierung, Kontaktpersonen, etc...*

E. Favoriser le dialogue avec la scène culturelle et renforcer l'intérêt du public

Le processus « Parlons Culture » a été salué par beaucoup d'acteurs biennois, tant dans la scène culturelle, par le monde politique ou par des citoyens. Il a créé les conditions d'un dialogue entre les acteurs culturels et avec d'autres domaines et d'autres visions qui a nourri les échanges sur les manières d'améliorer l'action de la ville en matière de culture. Il est important de conserver cette dynamique positive et de la cultiver à l'avenir.

Mesures concrètes

E1 Schaffung einer jährlichen Bieler Kulturkonferenz

Die Bieler Kulturkonferenz findet jährlich statt (z.B. im Spätherbst). Leute aus Kultur (dabei ist auf eine ausgewogenen Vertretung der einzelnen Sparten zu achten), Wirtschaft und Politik diskutieren gemeinsam mit den Kulturschaffenden über brisante und relevante Themen in der Bieler Kultur. Diese Veranstaltung in Form eines öffentlichen Symposiums wird begleitet von kulturellen Veranstaltungen aus verschiedenen Sparten des Bieler Kulturlebens. Im Rahmen dieser Veranstaltung können auch der Kulturpreis sowie der Anerkennungspreis für besondere kulturelle Verdienste verliehen werden.

2. Formulaire Service de la Culture

Arbeitsgruppe: **V. Schnittstelle Stadt / V Interface ville**

Mitglieder / Membres: Frédéric Joye-Cagnard, Daniela De Maddalena, Charlotte Huld, Manon Pierrehumbert, Matthias Rüttimann

Themen	Thèmes	Vorschläge [Detail: siehe oben] <i>Propositions [Détail: voir section précédente]</i>	Wichtigkeit <i>Importance</i>	Dringlichkeit <i>Urgence</i>
Aufgabe der Dienststelle für Kultur - Dienstleistungen - Informationen - Flexibilisieren, Vereinfachen - Perspektiven	Mission du Service de la culture - <i>services</i> - <i>informations</i> - <i>flexibiliser, simplifier</i> - <i>perspectives</i>	A1 Présence dans les activités culturelles biennoises.	9	7
		A2 Kiosque Culture / Kulturkiosk.	9	9
		B1 Vereinfachung der administrativen Verfahren	9	10
		B2 Box für Vorschläge	7	7
		B3 Zufriedenheitsbefragung	7	7
		B4 Examen des besoins des artistes et des types de soutien délivrés	8	8
		C1 Procédure simplifiée pour artiste confirmé	9	8
		C2 Kulturfonds für aussergewöhnliche und grosse Projekte	8	8
		C3 Projektunabhängige Förderung von Ensembles und EinzelkünstlerInnen ohne Subventionsvertrag	8	8
		D1 Rendre explicites des pratiques ou usages actuellement tacites	7	7
		D2 Diffusion sur le site internet des montants accordés	7	7
		D3 Die Website der Stadt Biel informiert in klarer und systematischer Weise	8	8
		E1 Schaffung einer jährlichen Bieler Kulturkonferenz	9	9
Rolle der Kommissionen - Zusammensetzung - Auftrag	Rôle des commissions - <i>composition</i> - <i>mandat</i>	D1 Rendre explicites des pratiques ou usages actuellement tacites	7	7
		D3 Die Website der Stadt Biel informiert in klarer und systematischer Weise	8	8
Förderkriterien - Kenntnisnahme der Kriterien - Kritische Analyse - Probleme aufzeigen - Lösungsvorschläge	Critères de soutien - <i>prise de connaissance des critères existants</i> - <i>analyse critique</i> - <i>identifier les problèmes</i> - <i>propositions de solutions</i>	B4 Examen des besoins des artistes et des types de soutien délivrés	8	8
		C1 Procédure simplifiée pour artiste confirmé	8	8
		C2 Kulturfonds für aussergewöhnliche und grosse Projekte	8	8
		D1 Rendre explicites des pratiques ou usages actuellement tacites	7	7

