Zeitschrift: Bulletin suisse de linguistique appliquée / VALS-ASLA

Herausgeber: Vereinigung für Angewandte Linguistik in der Schweiz = Association suisse de linguistique appliquée

Band: - (2012)

Heft: 95: Répresentations, gestion et pratiques du plurilinguisme = Images, management and practices of multilingualism at work = Vorstellungen, Handhabung und Praktiken der Mehrsprachigkeit am Arbeitsplatz

Artikel: Eine Stadt der Kommunikation : urbane Mehrsprachigkeit als Wirtschaftsstrategie?

Autor: Flubacher, Mi-Cha / Duchêne, Alexandre

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-978559

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Eine Stadt der Kommunikation: urbane Mehrsprachigkeit als Wirtschaftsstrategie?

Mi-Cha FLUBACHER & Alexandre DUCHÊNE
Institut für Mehrsprachigkeit, Murtengasse 24, CH-1700 Freiburg
mi-cha.flubacher@unifr.ch, alexandre.duchene@unifr.ch

De nombreuses recherches ont mis en évidence que les transformations des espaces de travail – en particulier en lien avec l'arrivée de la nouvelle économie – ont conduit à considérer la langue comme instrument clé du travail contemporain, caractérisé par une forte présence des activités de communication, d'information et de traduction. Le plurilinguisme devient en ce sens une valeur marchande dans le marché du travail globalisé et transformé en capital (surtout par des entreprises et des institutions). Si ce phénomène a été avant tout étudié dans le cadre des entreprises, nous cherchons dans cet article à montrer que d'autres espaces, en l'occurrence des villes, s'inscrivent dans cette logique économiste des langues. L'exemple dont nous traiterons dans cet article est la ville bilingue de Biel/Bienne, qui depuis les années nonante se présente comme "ville de la communication". Par ce label, la municipalité conçoit les compétences langagières de la population locale comme une stratégie économique, permettant d'attirer des entreprises (par ex. des centres d'appels) sur le territoire local, en fournissant une main d'œuvre plurilingue. Dans cet article, nous montrerons que la commune de Biel/Bienne construit discursivement le plurilinguisme comme une ressource économique et comme une valeur ajoutée du territoire biennois.

Mots-clés:
bilinguisme biennois, commodification du plurilinguisme, marché linguistique, nouvelle économie / capitalisme tardif, idéologie langagière, analyse discursive, sociolinguistique critique

1. Einleitung

> "Willkommen in Biel, der grössten zweisprachigen Stadt der Schweiz. Biel ist Uhren-Weltmetropole und Kommunikationsstadt zugleich. Die Stadt Biel liegt am See, am Fuss des Juras, im Herzen des Mittellandes und heisst Sie mit einem ‹Grüessech-Bonjour› herzlich willkommen!" (www.biel-bienne.ch)

Dieses Zitat ist der Webseite einer Schweizer Stadt im Kanton Bern entnommen: Biel/Bienne. Es befindet sich auf der Willkommensseite der offiziellen Webseite der Stadt und versinnbildlicht die strategische Repositionierung, welche Biel seit der Wirtschaftskrise anfangs der 1990er Jahre verfolgt. Auf der einen Seite hat sich die Stadt einer historischen Kontinuität verschrieben, nämlich derjenigen der Uhrenindustrie, die aus Biel einen Hauptort der Uhrenproduktion geschaffen hat. Auf der anderen Seite verdeutlicht das Zitat, dass die Stadt ihre geografische Lage zwischen See und Bergen dazu nutzt, sich als attraktiven Ort für Tourismus und Wohnen zu präsentieren. Darüber hinaus hebt das Zitat zwei Elemente der diskursiven Konstruktion der Stadt hervor: die Zweisprachigkeit ("Grüessech-Bonjour") und ihre Positionierung im Dienstleistungssektor, insbesondere in demjenigen

© 2012 Centre de linguistique appliquée
Université de Neuchâtel

der Kommunikation ("Kommunikationsstadt")[1]. Die Zweisprachigkeit verfügt über identitätsstiftenden Symbolcharakter und ist im Selbstverständnis der Bieler Bevölkerung verankert. Im Zusammenhang mit der für die UNESCO neu zu erstellenden "Liste der lebendigen Traditionen in der Schweiz" wurde die "gelebte Zweisprachigkeit Biels" vom Kanton Bern gar als immaterielles Kulturerbe der Schweiz vorgeschlagen[2]. Der Zweisprachigkeit wird nebst all dem auch ein wirtschaftlicher Vermarktungseffekt zugeschrieben. Dies zeigt sich in Aktivitäten des Stadtmarketings und der Wirtschaftsförderung, wo die Zweisprachigkeit als Label und "Unique Selling Proposition" benutzt wird. Tatsächlich haben sich in den letzten 20 Jahren etliche Unternehmen im Bereich der Kommunikation, Telekommunikation und Dienstleistung angesiedelt und so rund 2'500 Arbeitsplätze geschaffen[3].

Die beiden Argumente Zweisprachigkeit und Kommunikationsbranche resp. ihre diskursive Verbindung bilden den Kern dieses Artikels. Es ist kein Zufall, dass beide Argumente in den Promotionsdiskurs der Stadt Eingang gefunden haben. Im Gegenteil, ihre Ko-Präsenz unterstreicht die historischen Prozesse, welche sowohl die Zweisprachigkeit als auch die industrielle Entwicklung der Stadt betreffen. Beide werden vom Marketingdiskurs zur Positionierung der Stadt Biel im Standortwettbewerb aufgenommen, um sich für die Ansiedlung oder Expansion von Unternehmen (d. h. für die Schaffung neuer Arbeitsplätze) attraktiv zu gestalten, insbesondere im Bereich der Kommunikationsindustrie. Ausserdem dienen beide Argumente im Standortwettbewerb als Unterscheidungsmerkmal zu den mit Biel in Konkurrenz stehenden Städten.

Im Rahmen dieses Artikels versuchen wir darzustellen, unter welchen Bedingungen das Label "Kommunikationsstadt" auftauchte, d. h. welche sozioökonomischen, historischen und politischen Bedingungen diese Entwicklung begünstigten. Es ist das Ziel dieses Beitrags, die Zusammenhänge zwischen der Expansion des Dienstleistungs- und Kommunikationssektors und der Frage der Zwei- resp. Mehrsprachigkeit Biels zu ergründen[4]. Dabei gehen wir

---

1 Die zwei Varianten "Stadt der Kommunikation" und "Kommunikationsstadt" werden auf offizieller Seite beide ohne ersichtliche Differenzierung verwendet. Auf Französisch wird nur die Bezeichnung "ville de la communication" gebraucht.

2 Liste der Eingabe der Kantone beim Bundesamt für Kultur einsehbar unter: http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/23206.pdf [letzter Zugriff: Oktober 2011]

3 Bei dieser Einschätzung handelt es sich um die offiziellen Zahlen der Stadtverwaltung. Es liegen uns jedoch keine detaillierten Zahlen oder Aufstellungen zu den Arbeitsplätzen vor. In der neusten Auflage der Broschüre des Stadtmarketings "Biel/Bienne: die grösste zweisprachige Stadt stellt sich vor" (Ausgabe 2011/2012) ist sogar von 3'300 vollzeitlichen Arbeitsplätzen in der Kommunikationsbranche die Rede.

4 Zweisprachigkeit betrifft im Kontext Biels die Sprachkompetenzen in Deutsch/Schweizerdeutsch und Französisch (für eine detaillierte Analyse der zweisprachigen Kommunikationsmuster und die Rolle des Schweizerdeutschen in Biel siehe Conrad & Elmiger, 2010). Mehrsprachigkeit schliesst Kompetenzen in anderen Sprachen mit ein, zum Beispiel das in Biel

über die Fallstudie heraus und postulieren eine kritische Analyse der Artikulation des Zusammenhangs zwischen Zweisprachigkeit und wirtschaftlicher Entwicklung. Es handelt sich einerseits darum, Forschungsarbeiten über die Mehrsprachigkeit und wirtschaftlichen Transformationen, die in den letzten Jahren durchgeführt wurden (cf. Sektion 1), fortzuführen, indem wir uns damit auseinandersetzen, wie politische Strukturen und Promotionsorganisationen aus der Zweisprachigkeit im tertiären Sektor Kapital schlagen, d. h. die Zweisprachigkeit als Mehrwert sowie als zentrales Arbeitsinstrument instrumentalisieren. Mit anderen Worten, es findet eine Kommodifizierung der Zweisprachigkeit statt. Ein weiteres Anliegen besteht darin zu untersuchen, wie sich die Internationalisierung der Märkte sowie die mit diesen Prozessen in Verbindung stehenden Transformationen der Arbeitswelt und der -praktiken mit der Konstruktion von Zweisprachigkeit als Unterscheidungsmerkmal artikulieren. Zu guter Letzt werden wir uns mit der Frage nach den möglichen Konsequenzen der Ökonomisierung der Zweisprachigkeit und der Sprache als primärer Arbeitsressource beschäftigen.

Für unsere Analyse präsentieren wir erste Ergebnisse des ethnografischen Forschungsprojektes "Wenn die Sprache zur Arbeit wird: Mehrsprachigkeit in Bieler Callcentern", welches 2010-2011 durch das Forum für die Zweisprachigkeit Biel mitfinanziert wurde[5]. Nach einer theoretischen Einführung werden wir die Erhebung umreissen, um danach einen historischen Überblick über die Entstehung des Labels "Kommunikationsstadt" zu bieten sowie Erklärungen der beteiligten Akteure darzulegen[6].

2. Mehrsprachigkeit, Arbeit und politische Ökonomie

Forschungsarbeiten im Bereich der Mehrsprachigkeit haben sich während Jahren auf die Untersuchung von Sprachpraktiken in "klassischen" Institutionen konzentriert, so zum Beispiel in Schulen, staatlichen Institutionen, Spitälern und Familien. Erst vor kurzem wurde die Arbeitswelt als Terrain mit besonderem Interesse für die Mehrsprachigkeitsforschung entdeckt. Diese Entdeckung hat zahlreiche Soziolinguistinnen und Soziolinguisten dazu motiviert, sich in die Welt der Unternehmen vorzuwagen. Diverse europäische Forschungsprojekte haben der Analyse von Mehrsprachigkeit in der Arbeitswelt denn auch einen wichtigen Platz eingeräumt (DYLAN, LINEE). In diesem Kontext wurde Folgendes untersucht: Der Umgang mit mehrsprachigen Sprachpraktiken bei der Arbeit und in Unternehmen (Nekvapil & Sherman, 2009), die Gestaltung von Sprachwahl und -strategien im

---

stark vertretene Italienisch, die für die Exportwirtschaft wichtige Sprache Englisch oder weitere Sprachen.

5 Wir bedanken uns bei Virginie Borel und Jessica Gygax (Forum für die Zweisprachigkeit) für ihre Unterstützung und die Vermittlung von Kontakten.

6 Wir danken Alfonso Del Percio für seine Hilfe und wertvollen Hinweise beim Verfassen dieses Artikels.

Rahmen von Arbeitstreffen (Lüdi et al., 2009) oder die sozialen Repräsentationen von Sprachen innerhalb von Unternehmen (Bothorel & Choremi, 2009).

In der linguistischen Anthropologie und kritischen Soziolinguistik wurden vor allem auf dem Terrain der neuen Wirtschaft die Zusammenhänge zwischen den sozioökonomischen Transformationen des Kapitalismus und Sprachpraktiken/Sprachideologien untersucht. Als erstes zeigt sich, dass im Kontext der enormen Tertiarisierung und dem Emporkommen der Kommunikationsindustrie die Rolle der Sprache neu beurteilt wird. Die Sprache resp. das Sprechen ist nicht mehr nur nebensächlich oder gar verboten, wie dies beispielsweise in Fabriken der Fall war oder teilweise noch heute ist (z.B. Boutet, 2008). Im Gegenteil, Sprache hat in dieser neuen Wirtschaftsordnung den Status eines zentralen Rohstoffs erhalten (Cameron, 2000; Heller, 2003). Sprachpraktiken, ob mündlich, schriftlich oder computervermittelt, sind in der neuen Wirtschaft omnipräsent, ja führen Unternehmen dazu, dem Zusammenhang zwischen Sprachproduktion und wirtschaftlicher Produktivität wachsende Aufmerksamkeit zu schenken, indem sie Sprach- und Arbeitspraktiken regulieren. Arbeiterinnen und Arbeiter stellen eine Art "parole d'œuvre" (Duchêne, 2009, 2011) dar, mittels derer die Unternehmen die Rentabilität der Arbeit steigern können. Die Sprachwahl, d. h. die Sprache, in der ein Unternehmen sein Zielpublikum anspricht, ist jedoch alles andere als willkürlich. Sehr oft ist die Wahl der Sprache(n) mit strategischen Entscheidungen des Unternehmens verbunden, zum Beispiel mit Zielmärkten (Kelly-Holmes, 2006; Piller, 2001). Folglich wäre es reduktionistisch anzunehmen, dass Englisch, als lingua franca der internationalen Wirtschaft (oder eine andere Einsprachigkeit), die Sprachpraktiken der Unternehmen der neuen Wirtschaftsordnung gänzlich dominiert. Verschiedene Studien haben vielmehr gezeigt, dass sich Unternehmen je nach Managementstrategie die mehrsprachigen Ressourcen ihrer Arbeitskräfte zu eigen machen, diese instrumentalisieren und kommodifizieren, d. h. als Handelsware betrachten, aus der man Kapital schlagen kann, und entsprechend ihren Firmenstandort nach der Verfügbarkeit der benötigten mehrsprachigen Ressourcen ausrichten (Dubois et al., 2006; Duchêne, 2009; Heller, 2010, 2011). Eine derartige Konzeption von Sprache resp. von mehrsprachigen Kompetenzen als Schlüsselressource und als Möglichkeitsbedingung der neuen Wirtschaft weist den Sprecherinnen und Sprechern (d. h. den Produzentinnen und Produzenten dieser sprachlichen Ressourcen) eine spezifische Position in einem linguistischen Markt zu (Bourdieu, 1977). Es hängt also von den bestehenden ökonomischen Interessen ab, welcher Wert den sprachlichen Ressourcen (und ihren Sprecherinnen und Sprechern) zu einem gegebenen Zeitpunkt und an einem gegebenen Ort zugeschrieben wird. Diese ökonomischen Interessen bedingen, dass gewisse Sprachen als legitimer erachtet werden als andere.

In diesen Studien wird Mehrsprachigkeit einerseits jenseits der linguistischen Realisierung betrachtet und die Sprache andererseits als ein Instrument der sozialen Strukturierung resp. des sozialen Ein- und Ausschlusses verstanden, das eng mit institutionellen Dispositiven und sozioökonomischen Transformationen zusammenhängt (Gal, 1989; Duchêne & Heller, 2011). Darüber hinaus wird aufgezeigt, wie Sprache als Objekt mittels politisch-ökonomischer Strategien instrumentalisiert wird. Dieser Artikel soll solche Fragestellungen ergründen, indem ein ganz bestimmtes Untersuchungsfeld in den Fokus gerückt wird, nämlich eine Stadt, die sich gleichzeitig im Feld der neuen Wirtschaft wie auch im Feld der Sprachen zu positionieren versucht.

3. Eine diskursive (Re)konstruktion: Daten und analytisches Raster

Um unser Ziel zu erreichen, haben wir uns für einen genealogisch-diskursiven Ansatz entschieden. Einerseits haben wir zahlreiche Unterlagen gesammelt ("Website", Promotionsmaterial des Stadtmarketings und von wirtschaftlichen Organen und Interessensgemeinschaften, Bieler Jahrbücher, Geschäftsberichte der Regierung, Medienberichte, Studien zur Zweisprachigkeit und Wirtschaft etc.), die eine wichtige Basis für die Rekonstruktion der Art und Weise darstellen, wie sich die Stadt in der Moderne und Spätmoderne positionierte und welche Gründe zu ihrer Neuausrichtung geführt haben. Andererseits haben wir Interviews mit Repräsentanten der Stadt (dem ehemaligen Stadtpräsidenten, dem ehemaligen Wirtschaftsförderer und dem Leiter Stadtmarketing) und mit weiteren Schlüsselpersonen, namentlich dem Wirtschaftsförderer des Kantons Bern und einem für die Kommunikationsbranche zuständigen Gewerkschafter, durchgeführt. Ausserdem haben wir Akteure eines Unternehmens der Kommunikationsbranche befragt. Durch die Interviews erhielten wir einen Einblick, wie diese Personen die Zusammenhänge zwischen der Mehrsprachigkeit, der Stadt Biel und den wirtschaftlichen Herausforderungen formulieren. Die Interviews und die institutionellen und Promotionsmaterialien werden zudem als Ort der diskursiven (Re)Konstruktion der Genese und Logik von Biel als Kommunikationsstadt verstanden.

In einer kritischen Analyse von Diskursen geht man davon aus, dass Diskurse nicht nur ein Analyseobjekt darstellen, sondern auch auf soziale Praktiken verweisen (Martin Rojo, 2001), die institutionell, historisch und ideologisch situiert sind. Demzufolge ist es notwendig, auch gestützt auf die Arbeit Foucaults (1971), Diskurse anhand ihrer Produktionsbedingungen zu erforschen, was de facto auf ihre Historizität verweist. Nicht nur die den Diskursen zu Grunde liegenden Interessen und Ideologien sind somit für unsere Fragestellung relevant, sondern auch die sich im Diskurs herausschälenden Prozesse der Legitimation und diskursiven Historisierung sowie die Inszenierung von historischen Konstruktionen (Blommaert, 2005; Heller, 2011). Diese Verbindung stellt für uns das Grundlegende einer kritischen Analyse dar.

Somit zeichnen wir die grossen diskursiven Umbrüche nach, indem wir die historischen Etappen der heutigen Positionierung der Stadt verfolgen, und die diskursiven Zusammenhänge zwischen Sprachen/Mehrsprachigkeit und ökonomischen und industriellen Transformationen analysieren. Als Ausgangslage und Kontextualisierung der Analyse dient die historische Beschreibung Biels als "Zukunftsstadt" zwischen 1860-1990.

4. Von der Zukunftsstadt zur Stadt des Dialogs

4.1 Die Zukunftsstadt: industrielle Transformationen und Neuordnung der Sprachgemeinschaften

1842 schloss das wichtigste Werk der Textilindustrie in Biel seine Tore. Die damit verlorenen Arbeitsplätze stellten die Stadt vor ein grosses Problem. Um die entstandene Lücke im Arbeitsmarkt und in der Industrie zu schliessen, wurde fieberhaft nach Optionen ausserhalb der Textilindustrie gesucht. Man versprach sich den nötigen Aufschwung von der Uhrenindustrie, wie folgendes Zitat belegt:

> Um neuen Verdienst nach B.[iel] zu bringen, beschloss der Stadtrat 1842 auf Antrag des eingebürgerten dt. Emigranten Ernst Schüler, Uhrenarbeiter aus dem Jura unter Erlass des Einsassengelds in die Stadt aufzunehmen. 1844-59 wanderten über 1'700 Uhrmacher in B. ein; die meisten waren franz. Muttersprache, so dass das bis dahin vorwiegend deutschsprachige B. zu einer zweisprachigen Stadt wurde. (Kästli: online hls "wirtschaftliche Entwicklung Biels")[7]

Die heute berühmte Bieler Uhrenindustrie wurde somit durch die Ansiedlung von Uhrmachern in den 1850er Jahren aus dem Jura "importiert" – und mit ihr die Zweisprachigkeit. Bis zu diesem Zeitpunkt waren nämlich nur rund 10% der Bevölkerung französischsprachig (Hadorn, 2005, p.38). Die heute ausgewogene zweisprachige Bevölkerung ist folglich eher das Resultat eines arbeitspolitischen Entscheids als eine "natürliche" Folge der geografischen Lage der Stadt.

Wirtschaftlich stützte sich die Stadt nach der erfolgreichen Ansiedlung der jurassischen Arbeiter immer stärker auf die Uhrenindustrie. Nebst Uhrmacherschulen entstanden in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auch diejenigen Unternehmen, die das Fundament für später weltweit tätige Konzerne wie Omega oder Rolex legten.

1850 gelang es progressiven Kräften, die Konservativen zu überstimmen und Biel an das Eisenbahnnetz der Zentralbahngesellschaft anzuschliessen (Kästli, 1988, p.13). Der in Folge "aufstrebenden Industriestadt" gab man 1860 den symbolträchtigen Namen "Zukunftsstadt", der für die nächsten hundert Jahre als Label bedeutsam blieb (Hadorn, 2005, p.66). Dieser Name verdeut-

---

7 Der Eintrag des Historischen Lexikons der Schweiz (hls) zur "wirtschaftlichen Entwicklung Biels", geschrieben von Tobias Kästli, liefert eine knappe Übersicht (http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/d/D222-1-11.php) [Letzter Zugriff: November 2010]

licht den damals weit verbreiteten und unerschütterlichen Glauben an den Fortschritt und die Vision, Biel mit "Volldampf" (um das Bild der Eisenbahn aufzunehmen) in eine globale Industrialisierung zu führen und sich vom provinziellen Mief einer Stadt an der Peripherie zu befreien. Die Bieler Bevölkerung war begeistert. Eine Strasse wurde gar auf den Namen "Zukunftsstrasse" getauft (Hadorn, 2005, p.66).

Die Zeit nach dem Ersten Weltkrieg war in Biel durch Krisen mit hoher Arbeitslosigkeit gekennzeichnet, die mit der globalen Wirtschaftskrise zusammenhingen, welche wiederum die Exportschwierigkeiten der Bieler Uhrenindustrie bedingte. Im Jahr 1935 erreichte der sozialdemokratische Stadtpräsident Guido Müller die Ansiedlung von General Motors durch enormes Entgegenkommen der Firma gegenüber[8]. Kästli (1988, pp.129-132) beschreibt in seinem Buch "Das rote Biel: Probleme sozialdemokratischer Gemeindepolitik", mit welchen Versprechen Guido Müller dem US-amerikanischen Betrieb Biel schmackhaft machen und wie er die Verwaltung und die Bevölkerung von seiner Strategie überzeugen konnte. Kästli (1988, p.131) zweifelt an der Nachhaltigkeit des wirtschaftlichen Erfolgs dieser Ansiedlung und zeigt auf, inwiefern dadurch neue Probleme entstanden: "Man hatte sich von einer multinationalen Firma mit Stammsitz in den USA abhängig gemacht, war dieser Firma sehr weitgehend entgegen gekommen, hatte ihr Gemeindeland in den Rachen geworfen, ohne sich auch nur die geringste Einflussmöglichkeit zu wahren". Hier offenbart sich das Dilemma der damaligen sozialdemokratischen Regierung in der Schaffung von dringend nötigen Arbeitsplätzen, jedoch zu liberalen Konditionen.

Nach dem Zweiten Weltkrieg expandierte die Wirtschaft und erholte sich dank der Hochkonjunktur der Nachkriegszeit (Boomjahre: 1946-1973). In Biel profitierte besonders die Uhrenindustrie vom Boom, der bis in die 1960er Jahre anhielt. Sie dominierte die ökonomische Aktivität der Stadt weitgehend. Die nächste Rezession liess nicht lange auf sich warten: Als Folge der Erdölpreiskrise in den Jahren 1973/74 schnellte die Arbeitslosenquote erneut in die Höhe. Diesmal wurde die offizielle Quote jedoch, anders als in den 1930er Jahren, durch den "Export" von arbeitslosen Ausländerinnen und Ausländern gesenkt. Nachdem sich die Uhrenindustrie in Folge der Erdölpreiskrise nie richtig erholt hatte, büsste sie in den 1980er Jahren ihre Vormachtstellung ein, was durch die strukturellen Schwächen der Industrie mit verschuldet war (Kästli, online hls).

Obwohl in den folgenden Jahren die Maschinenindustrie an Relevanz gewann, gestaltete sich eine andere, neue Entwicklung als richtungsweisend: Die Stadtverwaltung setzte bewusst den Plan um, die Industriestadt Biel in eine Dienstleistungsstadt zu verwandeln und so die ökonomische

---

8 GM schloss 1975 die Pforten ihres Werks in Biel.

Abhängigkeit von der Uhrenindustrie zu durchbrechen. Die Zukunftsstadt hatte ausgedient.

Im Hinblick auf die Rolle der Zweisprachigkeit in der Zukunftsstadt lässt sich Folgendes feststellen: Die prekäre Lage der lokalen Uhrenindustrie in der Zwischenkriegszeit verschärfte den bereits schwelenden Konflikt zwischen den beiden Sprachgruppen in Biel, der zusätzlich durch die politische Ökonomie begünstigt wurde. Letztere förderte durch ihre innere Logik der industriellen Arbeitsteilung die berufliche und soziale Trennung der beiden Sprachgruppen: "Während sich die Uhrenindustrie vorwiegend in welscher Hand befand, gaben in der Politik und in der Stadtverwaltung die Deutschbieler den Ton an" (Kästli, 1988, p.19). Die politische Ökonomie der industrialisierten Zukunftsstadt beinhaltete folglich eine klare Kategorisierung der Sprachen resp. ihrer Sprecherinnen und Sprecher, welche einer Hierarchisierung gleichkommt.

4.2 Die "Stadt des Dialogs": ein Neuanfang?

Anfang der 1990er Jahre wurde ein neues Label für die Stadt konzipiert, welches dasjenige der an Bedeutung verlorenen und sogar in Verruf geratenen "Zukunftsstadt" ersetzen sollte. 1992 stellte die Projektgruppe "Bienne 2002" im Gemeinderat das Konzept der "Stadt des Dialogs" vor, das im Anschluss durch den Gemeinderat gutgeheissen wurde[9]. Anhand dieses Konzepts wurde präsentiert, wie sich Biel in den nächsten zehn Jahren (1992-2002) entwickeln sollte, welche Voraussetzungen vorhanden und welche Herausforderungen zu erwarten waren. Ziel war es, "un instrument de formation pour l'organisation de l'avenir" ("Bienne 2002", p.7) einzuführen und aus Biel eine weltoffene Stadt des Dialogs zu machen. Die Vergangenheit der "Zukunftsstadt" wollte man hinter sich lassen und einen Neuanfang wagen, der Aspekte wie kulturelle und linguistische Diversität bewusst rezipierte. Das Konzept fiel im Übrigen in eine Zeit, in der auf offizieller Seite Anstrengungen ihren Anfang fanden, die Bieler Zweisprachigkeit bewusst zu fördern und Diskriminierungen der französischsprachigen Bevölkerung zu verringern, welche vermehrt bemängelt wurde[10]. Zeugnisse dieser negativen Wahrnehmung aufseiten der französischsprachigen Bevölkerung sind u. a. der wegen seiner kaum beschönigenden Beschreibung berühmt-berüchtigte "Bericht Müller" und die erste Untersuchung des Bielers Zweisprachigkeitsbarometer aus dem Jahr 1986[11].

---

9 Das vorgestellte Konzept wird durch das Motto "Stadt des Dialogs - BIELBIENNE - Ville du dialogue" gekennzeichnet. Der Bericht dazu trägt den Titel "Pour agir en commun: Bienne 2002". Uns liegt es in französischer Sprache vor.

10 Das Forum für die Zweisprachigkeit wurde so z.B. 1996 gegründet.

11 Zweisprachigkeitsbarometer Biel 1986 (www.bilinguisme.ch/baro) [Letzter Zugriff: Oktober 2011]

Sprachen resp. die Zwei- oder Mehrsprachigkeit werden im 35-seitigen Konzept in unterschiedlichen Rubriken aufgeführt. Eine erste Erwähnung findet sich im Zusammenhang einer konkreten Handlungsaufforderung: "Bienne reconnaît ses qualités et le manifeste de manière consciente. En tant que centre régional *plurilingue*, intellectuel, culturel et économique, Bienne pose des jalons par des moyens d'action et de communication novateurs" ("Bienne 2002", p.16; Hervorhebung hinzugefügt). An welche Sprachen dabei gedacht wurde, wird aus dem Kontext allerdings nicht ersichtlich. In der Rubrik "la qualité de la vie en ville" wird auf die unterschiedlichen Kulturen der Bieler Bevölkerung hingewiesen, denen ein harmonisches Zusammenleben ermöglicht werden sollte ("Bienne 2002", p.23): "Bienne est une ville ouverte, un lieu de rencontres attrayant et tolérant: carrefour de cultures et de langues". Um das Ideal einer solchen offenen Stadt zu erreichen, wird des Weiteren Folgendes postuliert ("Bienne 2002", p.24): "Nous encourageons le bilinguisme en tant que particularité de Bienne et créons ainsi la place pour une communication vivante et internationale". Der dritte Aspekt, bei dem in den Augen des Gemeinderats Sprachen eine Rolle spielen, ist "le développement de la population": "Nous favorisons la cohabitation de différentes cultures et le *plurilinguisme*, qui sont depuis longtemps établis chez nous" ("Bienne 2002", p.30; Hervorhebung hinzugefügt). Zusammengefasst wird im Konzept nicht nur von Zweisprachigkeit ausgegangen, sondern von einer umfassenderen Mehrsprachigkeit. Genauere Vorstellungen dieser Mehrsprachigkeit lassen sich jedoch nicht finden. Die sich auf die Sprachgruppen auswirkenden Spannungen der politischen Ökonomie der Zukunftsstadt werden zu Gunsten einer harmonischen Idealvorstellung der Bieler Gesellschaft nicht thematisiert.

Das Konzept "Stadt des Dialogs" konnte sich nicht durchsetzen. Die Wirkung war weder medial, politisch noch gesellschaftlich nachhaltig. Dies könnte auch damit zusammenhängen, dass die Anerkennung der Zwei- resp. Mehrsprachigkeit hier noch auf einer eher symbolischen Ebene der Harmonisierung stattfand und Sprachkenntnisse noch nicht als zentrales wirtschaftliches Potenzial wahrgenommen wurden. Hadorn (2005, p.66) schreibt denn auch, dass das Konzept eine "Totgeburt" war, im Gegensatz dazu die "Stadt der Kommunikation" "im Stadtrat schon propagiert wurde, als [Stadtpräsident] Stöckli noch auf dem ‹Dialog›-Tripp ritt". Das Konzept war also bereits überholt, als es umgesetzt werden sollte und wurde von der "Stadt der Kommunikation" verdrängt, die der krisengebeutelten Stadt durch die Kommodifikation der Zwei- resp. Mehrsprachigkeit konkretere wirtschaftliche Lösungen bot.

5. Die zweisprachige "Stadt der Kommunikation"

Die strategische Entscheidung der Stadt Biel, sich als Kommunikationsstadt zu profilieren, erscheint zahlreichen der befragten Akteure als offensichtliche

und natürliche Entwicklung, die sich aufgrund der bestehenden Ressourcen schon fast aufdrängte. Für den ehemaligen Stadtpräsidenten begründet die Idee der Kommunikationsstadt eine Weiterentwicklung der offiziellen Analyse des Status Quo zu Beginn der 1990er Jahre, als die lokale Industrie schwer von der Uhrenkrise getroffen war und die Arbeitslosigkeit ein sozioökonomisches Problem darstellte. Damals sollte eine wirtschaftliche Diversifizierung erreicht werden, um aus der Abhängigkeit von der Uhrenindustrie zu gelangen. In Zusammenhang mit der Eröffnung des Bundesamts für Kommunikation (Bakom) wurde Biel bereits im Jahrbuch von 1992 als die "Stadt der Kommunikation" vorgestellt. Diese Rekonzeptualisierung Biels als Dienstleistungsstadt mit besonderem Ausweis in der Kommunikationsbranche feierte mit dem Bakom einen ersten grossen Erfolg, der mit der nachfolgenden Ansiedlung des Telekommunikationsunternehmens Orange seine Fortsetzung fand. Seit 1992 haben sich in Biel Telekommunikationsunternehmen niedergelassen und rund 2'500-3'300 Arbeitsplätze geschaffen. Nicht nur in Biel ansässige Personen wurden in diesen Unternehmen angestellt, aber dennoch konnte die Arbeitslosenquote an das nationale Niveau angepasst werden.

Die sich in Biel niedergelassene Kommunikationsindustrie beinhaltet zwei unterschiedliche Sparten. Auf der einen Seite finden wir Callcenter vor, wo die "Kommunikation" resp. Sprache tatsächlich die Arbeitsressource darstellt: gering qualifizierte Agentinnen und Agenten erfüllen am Telefon mit ihrer Mehrsprachigkeit diverse Aufträge. Auf der anderen Seite gibt es Unternehmen, die sich auf einer hochspezialisierten und technologischen Ebene mit dem Gegenstand der Kommunikation befassen, also der Informations- und Kommunikationstechnologie zugeschrieben werden können. Diese zweite Kategorie, obwohl sie für die Realisierung der "Stadt der Kommunikation" eine zentrale Rolle spielt, verliert für unsere Analyse an Relevanz, da sich in diesen Betrieben im Vergleich zum Beispiel zu Unternehmen der Präzisionsindustrie keine prägnanten Unterschiede im Umgang mit Sprache als Ressource festmachen lassen. Es sind vielmehr die Callcenter, in denen die für die Spätmoderne emblematische Kommodifizierung von Sprachkenntnissen durch die tägliche Kommunikations-Arbeit zu Tage tritt.

Die kurz geschilderte "Erfolgsgeschichte" der Bieler Kommunikationsstadt mit ihren zwei Sparten lässt sich in diversen Unterlagen nachlesen (Medienberichte; Hadorn, 2005) und wird, wie auch in den Interviews ersichtlich, von den Verantwortlichen sowie von Unbeteiligten ziemlich deckungsgleich wiederholt[12]. Im Folgenden werden wir zeigen, wie in diesem Kontext die Zwei- und

---

[12] Ein Beispiel für die Rezeption des Erfolgsdiskurs lässt sich in einem Bericht der "Entente Bernoise" nachlesen, eine rechts-bürgerliche Lobby, die dem Handels- und Industrieverein des Kantons Bern nahesteht: "Warum ist die Wirtschaftsförderung der Stadt Biel so erfolgreich?" (http://www.ententebernoise.ch/recherchen//2001_02_Biel.pdf) [Letzter Zugriff: Oktober 2011]

Mehrsprachigkeit im zentralen argumentativen Diskursbündel für die Repositionierung Biels hervortritt und welche Konsequenzen dies nach sich zieht.

5.1 Die diskursive Konstruktion der Rolle der Mehrsprachigkeit in der Repositionierung Biels

Verschiedene Charakteristiken der Bieler Bevölkerung und des Bieler Territoriums werden im Marketingdiskurs der Stadt hervorgehoben, um die Repositionierung der Stadt zu legitimieren. Wie der ehemalige Stadtpräsident im Interview argumentiert, war Biel quasi dazu prädestiniert, die Stadt der Kommunikation zu werden.

Die Aufzählung der relevanten Eigenschaften Biels durch den ehemaligen Stadtpräsidenten berücksichtigt die geografische Lokalisierung und situiert die Stadt zwischen den zwei Polen Genf und Zürich, was auf symbolischer und logistischer Ebene dem "Kreuzungs"-Charakter der Stadt Nachdruck verleiht. Des Weiteren betont der Stadtpräsident die technischen Kompetenzen der Arbeiterschaft, die von der Bieler Uhrenindustrie herrühren. Für ihn stellt diese Kompetenz in der Präzisionstechnik eine in die Kommunikationsbranche übertragbare Errungenschaft dar. Schliesslich unterstreicht er die scheinbaren inhärenten Charakteristiken der Bevölkerung in Bezug auf Mentalität und Weltoffenheit, die er in der Exportorientierung der traditionellen Bieler Industrie verortet. Als Vorteil erwähnt der ehemalige Stadtpräsident gleichermassen die Zwei- resp. Mehrsprachigkeit der Bieler Bevölkerung[13].

```
EXS :     und denn hani natürlech vou die kommunikationsstadt afo
          verchoufe/ und es paar wuche sp& und zwar mit de
          argumänt/ jetzt chani das säge d argumänt si immer no die
          gLIche .h zwöisprachigkeit grössti zwöisprachigi stadt vo
          dr schwiz\ mEHrsprachig nid nur äh nid nur
INT1 :    mhm
```

---

[13] Es wurde keine standardisierte Dialekttranskription verwendet, sondern der schriftlichen Orthographie wenn möglich Rechnung getragen. Folgende Transkriptionsregeln wurden angewendet:

[	Parallele Wortmeldung von mehreren SprecherInnen: Anfang
]	Parallele Wortmeldung von mehreren SprecherInnen: Ende
&	Abgebrochene Aussage (Bsp. ent& entwicklet)
:	Verlängerte Silbe (Bsp. äh::)
CAPITALS	Lautere Aussprache/Betonung
.	Kurze Pause
..	Längere Pause
...	Lange Pause
((lacht))	Extralinguistische Handlung des Sprechers/der Sprecherin
.h	Hörbares Einatmen
/	Steigende Intonation
\	Sinkende Intonation
<en/.../en>	Signalisiert, dass eine andere Sprache gebraucht wurde (Bsp. Englisch)

```
EXS :      zwöisprachig sondern äbe sehr viu sprache ((räuspert sich))
```

Übertragung ins Deutsch:

```
EXS :      und dann habe ich natürlich voll die kommunikationsstadt
           angefangen zu verkaufen/ und ein paar wochen sp& und zwar
           mit dem argument/ jetzt kann ich das sagen die argumente
           sind immer noch die gLEIchen .h zweisprachigkeit grösste
           zweisprachige stadt von der schweiz\ mEHrsprachig nicht
           nur äh nicht nur
INT1 :     mhm
EXS :      zweisprachig sondern eben sehr viele sprachen ((räuspert sich))
```

Biel ist bekanntlich die grösste zweisprachige Stadt der Schweiz, dennoch betont der ehemalige Stadtpräsident in diesem Abschnitt, dass es "sehr viu sprache" ("sehr viele Sprachen") gibt und darum von Mehrsprachigkeit gesprochen werden muss. Diese diskursive Verschiebung rückt die Migrationsbevölkerung Biels in den Fokus, die im Schweizer Vergleich einen ziemlich hohen Prozentsatz an der Gesamtbevölkerung der Stadt ausmacht (2009: 28,1%), ohne jedoch konkrete Angaben zu den dadurch vorhandenen Sprachkompetenzen zu machen[14]. Die Frage bleibt offen, ob die Erwähnung der Mehrsprachigkeit rein der "political correctness" oder einem wirtschaftlichen Interesse an der Vermarktung eines flexiblen Verständnisses von Mehrsprachigkeit zuzuordnen ist, derer sich die Firmen je nach Bedarf bedienen können, oder ob sich tatsächlich ein politisches und soziales Interesse an den sprachlichen Fähigkeiten dieser Bevölkerungsteile manifestiert. Generell wird in den Äusserungen der Vertreter der städtischen Politik die Mehrsprachigkeit nur vage umrissen. Ausser Italienisch und Englisch werden nebst den offiziellen Sprachen Deutsch und Französisch kaum je andere Sprachen explizit genannt, sei dies in Bezug auf ihr Vermarktungspotenzial noch auf ihr tatsächliches Vorkommen. Der "Mehrsprachigkeit" schwingt somit stets als Subtext eine undefinierte und unsichtbare Migrationsbevölkerung mit.

Die Mehrsprachigkeit wird offiziell jedoch systematisch als Unterscheidungsmerkmal genannt und bekommt somit einen wichtigen Platz im Argumentarium der Stadt zugesprochen, wie dies auch eine Promotionsbroschüre der Stadt bezeugt. Diese Broschüre, ein Leporello von acht Seiten auf Deutsch oder Französisch, wurde Mitte der 1990er Jahre von der Bieler Wirtschaftsförderung publiziert und trägt den Titel "Stadt der Kommunikation". Nach einem kurzen geschichtlichen Überblick zur wirtschaftlichen Entwicklung der Stadt und einer Vorwegnahme ihres internationalen Renommees im Industriesektor ist die Broschüre in zwei grosse Rubriken aufgeteilt, welche

---

14 Statistik Biel (http://www.biel-bienne.ch/apps/documentbase/data/de/fact_sheet_stand_01_07_2011.pdf) [Letzter Zugriff: Oktober 2011]

die Vorteile Biels darlegen sollen. Eine Rubrik heisst "Biel – der beste Standort für Ihr Unternehmen". Hier wird präsentiert, was die Stadt im Bereich der Infrastruktur offerieren kann. Betont werden zudem die tiefen Löhne und die vorhandenen Steuervorteile. Die andere Rubrik, mit dem Titel "Biel – die grösste zweisprachige Stadt in der Schweiz", ist grafisch gleich gestaltet und wird symmetrisch zum ersten Teil präsentiert. Hier wird vor allem auf die Stärken der (nicht näher definierten) Region und ihrer Bevölkerung verwiesen. Die Bieler Zweisprachigkeit, als Element der Stärke, wird folgendermassen beschrieben:

> **Zweisprachigkeit**
>
> Biel ist die grösste zweisprachige Stadt in der Schweiz, in welcher die drei grossen Landessprachen am repräsentativsten vertreten sind. Viele Leute in Biel sind Bilingues und sprechen wegen der starken Exportorientiertheit der Stadt auch Englisch.

In dieser Passage werden das numerische Kriterium ("die grösste zweisprachige Stadt") wie auch die diskursive Verschiebung hin zu einer nationalen Dreisprachigkeit (die vor allem auf eine starke Präsenz einer italienischsprachigen Gemeinschaft zurückzuführen ist) zu Argumenten dafür, dass sich die Stadt gegenüber potenziellen Schweizer Konkurrenzstädten, die auch zweisprachig sein könnten (jedoch weder so ausgeprägt zweisprachig noch mit so vielen Sprachen), positionieren kann. Die Erwähnung von "Bilingues" soll zudem darauf hinweisen, dass die Zweisprachigkeit in Biel qualitativ hochstehend ist, was sonst vielleicht nicht überall der Fall ist[15]. Das Englische, welches ebenfalls erwähnt wird, wird klar auf vorgängige Erfahrungen der Bevölkerung in der Uhrenindustrie und der Exporttätigkeit zurückgeführt. Der Bevölkerung werden folglich Kompetenzen in den drei Landessprachen wie auch in einer internationalen, für die Wirtschaft zentralen, Sprache zugeschrieben. Diese Beschreibung der Bieler Mehrsprachigkeit zeigt auf, wie Sprachen und Bevölkerung in die Marktlogik und strategisch-wirtschaftliche Entwicklung einer Stadt eingebunden werden, die sich auf dem nationalen (nationale Dreisprachigkeit) und internationalen Markt (Englisch) behaupten möchte.

Diese diskursive Konstruktion der Mehrsprachigkeit als Standortfaktor, das heisst als Argument für die Anziehung von nationalen und internationalen Investoren, basiert auf einer vor Ort existierenden mehrsprachigen Arbeiterschaft, ein Humankapital, aus dem potenzielle Investoren Kapital schöpfen können. Nicht nur die Stadt an sich ist mehrsprachig, sondern auch deren Einwohner. Da es die Individuen sind, welche über die mehrsprachigen Kompetenzen verfügen, ist diese individuelle Mehrsprachigkeit kapitalisierbar ("Viele Leute in Biel sind Bilingues und sprechen wegen der starken Export-

---

15 Der Ausdruck "bilingue" wird im alltäglichen Schweizer Sprachgebrauch verwendet, wenn jemand zwei Sprachen nahezu perfekt beherrscht, also in zwei Sprachen "muttersprachliche" Kompetenzen ausweist.

orientiertheit der Stadt auch Englisch"). Ein solches Verständnis der Mehrsprachigkeit ist ökonomisch nicht neutral: Sprachkompetenzen werden banalisiert und die Logik der wirtschaftlichen Kapitalisierung von Mehrsprachigkeit wird verstärkt, wie im folgenden Ausschnitt ersichtlich wird:

```
EXS :     so\ aso\ .h und jetzt . ähm .lüt/ und DIE lüt in bield ie
          hei mehrsprachigkeit OHni zueschlag ((klopft))
INT1 :    was heisst ohni zueschlag/
EXS :     aso wenn& we si e <en/agent/en> astelle
INT1 :    mhm
EXS :     in gä:nf odr odr in züri wo meh sprache het de bechunnt
          dä wäg dr mehrsprachigkeit . möglicherwis e zueschlag
INT1 :    mhm
EXS :     aso i& i eifach ich säge i cha nur fougendes sage in biel
          .h äh duet mehrsprachigkeit nid äh rächtfertige dass me
          lohn meh lohn git ((klopft))
```

Übertragung ins Deutsch:

```
EXS :     so\ also\ .h und jetzt . ähm .leute/ und DIE leute in
          biel die haben mehrsprachigkeit OHne zuschlag ((klopft))
INT1 :    was heisst ohne zuschlag/
EXS :     also wenn& we sie einen <en/agent/en> anstellen
INT1 :    mhm
EXS :     in ge:nf odr odr in zürich der mehr sprachen hat dann
          bekommt dadurch der mehrsprachigkeit . möglicherweise
          einen zuschlag
INT1 :    mhm
EXS :     also i& ich einfach ich sage ich kann nur folgendes sagen
          in biel .h äh tut mehrsprachigkeit nicht äh rechtfertigen
          dass mehr lohn mehr lohn gibt ((klopft))
```

Durch den Vergleich von Biel mit Genf und Zürich konstruiert der ehemalige Stadtpräsident die Mehrsprachigkeit als distinktives Merkmal der Stadt. Die Sprachen sind somit ein inhärentes Element der Region und ihrer Bevölkerung, weshalb Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer die Berechtigung verlieren, für ihre sprachlichen Kompetenzen zusätzliche Entlohnung zu fordern. Die Stadt profitiert, indem sie an einer Niederlassung interessierten Unternehmen eine mehrsprachige Arbeiterschaft anbieten kann. Für die Unternehmen liegt der Vorteil der lokal bestehenden Zwei- resp. Mehrsprachigkeit in der Effizienzsteigerung und erhöhten Rentabilität der Arbeitseinsätze. Die Zweisprachigkeit wird als zu erwartende Kompetenz (natürliche Ressource) konstruiert und fliesst in die Attraktivitätssteigerung Biels als Wirtschaftsstandort ein: In einem als "natürlich zweisprachig" geltenden Umfeld werden Sprachkompetenzen monetär somit nicht entgolten, was entsprechende positive Auswirkungen auf die Personalkosten von Firmen hat. Die Mehrsprachigkeit wird als Mehrwert konstruiert, was vor allem für die Unternehmen auf einen konkreten ökonomischen Vorteil hinausläuft. Gleichzeitig verschwinden in dieser Konstruktion der Bieler Ressourcen andere

Sprachen, die ebenfalls von der mehrsprachigen Bevölkerung beherrscht werden, von der Bildfläche.

5.2 Zweifel am Argument der Mehrsprachigkeit

Die diskursiven Konstruktionen, die wir analysiert haben, müssen im Rahmen einer Vermarktungs- und Legitimationslogik verstanden werden. Sie zeigen die Unterscheidungskriterien auf, welche der Stadt ermöglicht haben, sich als Kommunikationsstadt zu profilieren. Die daraus resultierende ökonomische Diversifizierung zur Kommunikationsbranche wurde begünstigt durch die Mehrsprachigkeit als Argument der wirtschaftlichen Attraktivität in Verbindung mit demjenigen der tiefen Löhne und der Steuerreduktionen, im Besonderen im Hinblick auf die Ansiedlung von Callcentern und Dienstleistungsanbietern. Allerdings, und dem werden wir in den nächsten Abschnitten nachgehen, stehen diese Diskurse in einem Spannungsverhältnis zu anderen Diskursen, anderen Stimmen und Positionierungen, die diesen Zusammenhang zwischen Mehrsprachigkeit und industrieller Entwicklung zumindest teilweise zu hinterfragen scheinen. So meint der Wirtschaftsförderer des Kantons Bern, dass die lokale Zwei- oder Mehrsprachigkeit für ein Unternehmen zwar ein "Nice to have" sei, aber keine absolute Notwendigkeit darstelle, da man auch andernorts mehrsprachige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rekrutieren könne. Hinzu kommt, dass sich aus der Sicht von Unternehmen ganz bestimmte Herausforderungen stellen. Wie uns der Geschäftsführer eines Callcenters erklärte (GES), entpuppt sich die Vorstellung der verfügbaren mehrsprachigen Arbeiterschaft, die eine höhere Arbeitsproduktivität erlauben würde, als um einiges komplexer:

```
GES :     und auch dahinter .h . und in erster linie zweisprachig
          das ändert sich [jetzt]
INT2 :    [ja]
GES :     ein BISSchen weil wir ganz einfach nicht [genug]
INT2 :    [ja]
GES :     gute zweisprachige [leute]
INT2 :    [ja]
GES :     finden und da suchen wir jetzt auch EINsprachige wobei
          einsprachig für uns bedeutet entweder deutsch oder
INT2 :    ja
GES :     französisch italienisch
INT2 :    ja . .h aso französisch UND italienisch denn in däm
          [fall]
GES :     [äh] eher ja weil ganz einfach französisch alleine
INT2 :    ja
GES :     dann etwas zur: unterbesetzung führt und dann:
INT2 :    ja
GES :     aber im notfall auch das also man nimmt was man kann\ es
          geht auch um die einsatzzeit .h
```

Wenn es das ursprüngliche Ziel dieses Unternehmens war, nur zweisprachiges Personal einzustellen, so hat sich der Rekrutierungsprozess

schwieriger gestaltet als erwartet. Mehrere Vertreter solcher Unternehmen betonen denn auch, dass die Sprachkompetenzen der Kandidatinnen und Kandidaten für die erwartete Arbeit nicht ausreichten. Die Rekrutierungsprobleme bezüglich fehlender Sprachkompetenzen werden dadurch verstärkt, dass die in diesem Sektor angebotenen Arbeitsstellen über geringes Prestige und niedrige Löhne verfügen. Ausserdem verlangen diese Stellen eine grosse Flexibilität im Arbeitseinsatz (nach dem Modell der Schichtarbeit der Fabriken), was wiederum ihre Attraktivität vermindert. In Anbetracht der Konjunktur und um das Funktionieren seines Betriebs zu gewährleisten, erachtet der Geschäftsführer eine Anpassung an die sprachlichen Erwartungen als nötig. In Bezug auf Deutsch resp. Schweizerdeutsch wird die Einsprachigkeit zu einer Lösung, da es sich auch um diejenige Sprache handelt, in der die meisten Anrufe abgewickelt werden. Mit dem Französischen und Italienischen verhält es sich anders, da weniger Anrufe in diesen Sprachen entgegen genommen werden und die Gefahr besteht, dass die Angestellten zu wenig eingesetzt werden könnten. Einsprachigkeit wird somit im Deutschen akzeptiert, von den Französisch- oder Italienischsprachigen hingegen werden mehrsprachige Fähigkeiten erwartet ("einsprachig für uns bedeutet entweder deutsch oder [...] französisch italienisch"). Aus diesem Grund wird die Zweisprachigkeit als Anforderung zwar beibehalten, allerdings nur in der Kombination Französisch-Italienisch. Diese Reorganisationen sind natürlich mit dem Mangel an mehrsprachigen Arbeitskräften verbunden und stellen die in diesem Artikel analysierten Promotionsdiskurse, die eine individuelle Mehrsprachigkeit der Bieler Bevölkerung hervorheben, in Frage.

Ein weiterer Zweifel entsteht, wenn man die Zukunft und Entwicklung der Kommunikationsbranche in der Stadt Biel in Betracht zieht. Für mehrere Personen ist es unklar, ob und wie sich der Bereich der Callcenter (wo aufgrund der Beschaffenheit der Arbeit und der durch die Mehrsprachigkeit der Bevölkerung gegebenen vorteilhaften Ausgangslage auf dem Schweizer Markt das grösste Kapital aus der Mehrsprachigkeit geschlagen wird) in Biel weiterhin entwickeln wird. Die Kostenfrage und die Rekrutierungsschwierigkeiten führen dazu, wie ein Gewerkschafter im Interview bemerkt, dass man sich fragen muss, bis wann am Argument der Mehrsprachigkeit festgehalten werden kann und ob die Verlagerung der Callcenter ins Ausland nicht Realität wird. Dies ist bis zu einem Grad auch die Meinung der Politiker, die aber gleichzeitig ein Engagement in der Informations- und Kommunikationstechnologie beibehalten möchten. In diesem Bereich wird hochqualifiziertes Personal benötigt, wobei andere als sprachliche Kompetenzen zum Tragen kommen werden. Nicht zuletzt wird hier ein anderes Segment der Bevölkerung anvisiert, d. h. andere soziale Klassen. Diese Entwicklungen sollten mit grosser Aufmerksamkeit verfolgt werden, denn trotz gewisser Zweifel am Argument der Sprache würde eine Umorientierung der

Wirtschaftsförderung die Verbindung zwischen Mehrsprachigkeit und Kommunikation weiterhin zulassen und nicht unbedingt zum Verschwinden bringen.

6. Diskussion und Schlussfolgerung

Die in diesem Artikel vorgeschlagenen Analysen beleuchten, wie eine Stadt sich in ihrer jüngsten industriellen Geschichte in einem materiellen und symbolischen Raum zu positionieren versuchte, der sich durch einen hohen (inter)nationalen Wettbewerb auszeichnet. Wir haben gezeigt, wie die Frage der Zwei- resp. Mehrsprachigkeit in vielfältiger Form in der Stadtpolitik zum Vorschein kommt. Diese Prozesse sind mit der Ansiedlung einer spezifischen Industrie (Uhrenindustrie) gegen Ende des 19. Jahrhunderts verbunden und fallen zeitlich mit der Zunahme von Frankophonen in der Stadt Biel sowie mit einer gewissen Zweiteilung der lokalen Sprachgemeinschaften zusammen: Während die Romands die Uhrenindustrie beherrschten, hatten die Deutschschweizer in Politik und Stadtverwaltung das Sagen. Obwohl die Entwicklung der Stadt dank der Uhrenindustrie einen beeindruckenden Aufschwung erlebt hatte, wurde die Notwendigkeit einer wirtschaftlichen Neuausrichtung schnell offensichtlich. Einerseits musste das Konzept der "Zukunftsstadt" wegen der ökonomischen Schwierigkeiten, die in den 1980er Jahren auftraten, überdacht werden. Andererseits warf die genannte Zweiteilung in Französisch- und Deutschsprachige Fragen bezüglich der Machtverhältnisse zwischen den beiden Gemeinschaften auf. Mit dem Konzept der "Stadt des Dialogs" unternahm die Stadtverwaltung Biels zum ersten Mal den Versuch, Kapital aus ihrem Territorium der Mehrsprachigkeit und Diversität zu schlagen, indem sie den Standortfaktor des kulturellen Schnittpunktes und denjenigen der strategisch optimalen geografischen Lage für ökonomische Zwecke zu instrumentalisieren versuchte. Durch diesen Versuch einer Neuausrichtung begann die Stadt, die Mehrsprachigkeit und kulturelle Vielfalt als wichtige Aspekte in ihren Diskurs einer "Stadt des Dialogs" zu integrieren. Da die Zweiteilung zunehmend problematisch wurde, wollte sich die Stadt so auf einer lokalen und politischen Ebene als Einheit konstruieren. Allerdings erwies sich dieser erste Versuch als Misserfolg, insbesondere weil er hauptsächlich symbolischer Natur war und keine Vision von möglichen politischen und ökonomischen Massnahmen offerierte. Der Slogan "Stadt der Kommunikation" setzte sich hingegen sehr schnell durch. Durch diese Schwerpunktsetzung konnte sich Biel zum einen als eine fortschrittliche Stadt der Spätmoderne, die sich durch globalisierte Märkte, Privatisierung und neue Technologien auszeichnet, positionieren. Zum anderen war der Erfolg des Slogans damit verknüpft, dass er dem Versuch seitens der Stadt, sich mit Blick auf den "Industrie"-Sektor der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien und Dienstleistungen zu profilieren, Rechnung trug. Diese Neuorientierung widerspiegelte sich nicht nur im neuen Slogan, sondern materialisierte sich auch in konkreten politi-

schen Fördermassnahmen. Zum Beispiel wurden wirtschaftliche Anreize für Unternehmen geschaffen, die sich in der Stadt Biel niederlassen wollten[16].

Mit dieser expliziten Positionierung als "Stadt der Kommunikation" erhalten die Bieler Zweisprachigkeit (Französisch-Deutsch) und die Mehrsprachigkeit (zusätzlich zur Zweisprachigkeit wurde vor allem Italienisch dazu gerechnet, das von vielen Migrantinnen und Migranten gesprochen wurde, die in den 1960er und 1970er Jahren eingewandert waren) einen ökonomischen Wert, der die Stadt Biel in ihrer Selbstwahrnehmung als Kommunikationsstadt stärkte. Wie es schon die in diesen Prozess involvierten Akteure angesprochen haben, stellte die Mehrsprachigkeit eine "natürliche" Ressource dar, die als für die lokale Bevölkerung charakteristisch angesehen wurde. Diese Ressource machte es in der Folge möglich, die Positionierung der Stadt im Kontext der neuen Wirtschaft zu stärken, und wurde als ökonomischer Faktor vermarktet. Dieser Zusammenhang zwischen dem Auftreten eines neuen Wirtschaftssektors und der Kapitalisierung der regionalen Mehrsprachigkeit wurde als zentraler Standortfaktor, als wirtschaftlicher Anreiz sowie als Unterscheidungs- resp. Marketingargument in einer von Konkurrenz geprägten nationalen und internationalen Wirtschaft konstruiert.

Zuletzt bleiben einige Fragen unbeantwortet. Einerseits hängen der Wert und die Funktion der Mehrsprachigkeit (welche Sprachen, welche Kompetenzen) als Mehrwert stark von den Gesetzen des Marktes ab, der, wie wir wissen, kaum stabil und vorhersehbar ist. Im Gegenteil: Der Markt schwankt und ändert je nach Interessen, Machtverhältnissen und Konjunktur seine Forderungen und Ansprüche. Diese Forderungen und Ansprüche sind vielschichtig, betreffen ganz spezifisch jedoch auch Sprachen und ihre Sprecherinnen und Sprecher. Zudem sind, auch wenn das Interesse der Investoren für den Standort Biel stark mit der Existenz einer mehrsprachigen "parole d'œuvre" (eindeutig ersichtlich in Bezug auf die Callcenter) verbunden ist, die tiefen Löhne ein weiterer Standortfaktor. Letzterer ist zentral für den Spätkapitalismus, dessen Logik den Sektor der neuen Technologien und Dienstleistungen bestimmt, und bewirkt, dass die Rolle der Mehrsprachigkeit als Mehrwert komplexer und vielschichtiger wird. Die Mehrsprachigkeit ist zwar durchaus ein Kriterium, das den Zugang zu Arbeitsplätzen reguliert, dennoch bleiben viele Arbeitsstellen der neuen Wirtschaft prekär sowie symbolisch und finanziell entwertet. Dadurch, dass Zweisprachigkeit als ein inhärentes Element der Region dargestellt wird, werden die vorhandenen Sprachkompetenzen banalisiert. Aus der Sicht der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die diese mehrsprachigen Ressourcen "produzieren", stellt Sprache folglich keinen Mehrwert dar. Zum anderen darf nicht unterschätzt

---

16 Diese Massnahmen waren primär als Unterstützung für den Wirtschaftsstandort Biel geschaffen worden und konnten auch für die Ansiedlung von Firmen in anderen Industriezweigen, wie z.B. die Präzisionstechnologie, angewandt werden.

werden, dass viele Unternehmen der neuen Wirtschaftsordnung laufend Prozessen der Arbeitsrationalisierung und Produktionskostenminimierung unterworfen sind. Zum jetzigen Zeitpunkt ist die Zukunft dieser Unternehmen in Biel noch unsicher, da auch für sie Standortverlagerungen stets ein mögliches Szenario darstellen. Schliesslich scheinen die jüngsten Entwicklungen, die wir in Biel beobachten, auf eine Refokussierung auf den Sektor der hoch qualifizierten Kommunikationstechnologie hinzudeuten. Im Falle, dass sich diese Prognose bestätigen liesse, müssten die Konsequenzen für die Arbeitsmarktchancen der gering qualifizierten Arbeitskräfte neu untersucht und problematisiert werden. In diesem Sinne scheint es uns wichtig, diese Transformationen im Auge zu behalten sowie uns stets mit der Frage nach den Gewinnern und Verlierern der ökonomischen Investitionen in die Mehrsprachigkeit und Sprache auseinanderzusetzen.

REFERENZEN

Blommaert, J. (2005). *Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bothorel-Witz, A. & Choremi, T. (2009). Le plurilinguisme dans les entreprises à vocation internationale. Comment aborder un phénomène polydimensionnel à travers le discours des acteurs? *Sociolinguistica, 23,* 104–130.

Bourdieu, P. (1977). The economics of linguistic exchanges. *Social Science Information, 16(6),* 645-668.

Boutet, J. (2008). *La vie verbale au travail: Des manufactures aux centres d'appels.* Paris: Octares.

Cameron, D. (2000). Styling the worker: Gender and the commodification of language in the globalized service economy. *Journal of Sociolinguistics, 4(3),* 323-347.

Conrad, S. & Elmiger, D. (Hrsg.) (2010). *Leben und Reden in Biel/Bienne: Kommunikation in einer zweisprachigen Stadt = Vivre et communiquer dans une ville bilingue: une expérience biennoise*. Tübingen: Narr.

Dubois, L., LeBlanc, M. & Beaudin, M. (2006). La langue comme ressource productive et les rapports de pouvoir entre communautés linguistiques. *Langage et société, 118,* 17-42.

Duchêne, A. (2009). Marketing, management and performance: multilingualism as commodity in a tourism call centre. *Language Policy, 8,* 27-50.

Duchêne, A. (2011). Néolibéralisme et plurilinguisme: vers de nouvelles formes d'exploitation langagières et des locuteurs. *Langage et Société, 136,* 81-106.

Duchêne, A. & Heller, M. (Hrsg.) (2011). *Language in Late Capitalism: Pride and Profit*. New York: Routledge.

Foucault, M. (1971). *L'ordre du discours*. Paris. Gallimard.

Gal, S. (1989). Language and political economy. *Annual Review of Anthropology, 18,* 345-367.

Hadorn, W. (Hrsg.) (2005). *Biel - Bienne: die zweisprachige Stadt am See/la ville bilingue au bord du lac*. Biel: Büro Cortesi.

Heller, M. (2003). Globalization, the new economy and the commodification of language and identity. *Journal of Sociolinguistics, 7(4),* 473−492.

Heller, M. (2010). Language as resource in the globalized new economy. In N. Coupland (Hrsg.), *Handbook of Language and Globalisation* (pp.349-365). Oxford: Blackwell.

Heller, M. (2011). *Paths to Postnationalism*. Oxford: Oxford University Press.

Kästli, T. (1988). *Das rote Biel: Probleme sozialdemokratischer Gemeindepolitik*. Bern: Fagus Verlag.

Kelly-Holmes, H. (2006). Multilingualism and commercial language practices on the internet. *Journal of Sociolinguistics, 10(4),* 507-519.

Lüdi, G., Höchle, K. & Yanaprasart, P. (2009). Plurilingual practices at multilingual workplaces. In B. Apfelbaum & B. Meyer (Hrsg.), *Multilingualism at Work* (pp.211-234). Amsterdam: John Benjamins.

Martin Rojo, L. (2001). New developments in discourse analysis: Discourse as social practice. *Folia Linguistica, 35(1-2),* 41-78.

Müller, Ch. (1987). *Zweisprachigkeit in Bienne - Biel.* (nicht publiziert)

Nekvapil, J. & Sherman, T. (2009). Czech, German and English: Finding their place in multinational companies in the Czech Republic. In P. Stevenson & J. Carl (Hrsg.), *Language, Discourse and Identity in Central Europe* (pp.122-146). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Piller, I. (2001). Identity constructions in multilingual advertising. *Language in Society, 30,* 153-186.