

Frauen auf der Spur 29

Der Verein «Stattland» führt auf seinem neuen Rundgang «Berna bewegt – Weiber wollen weiter» auf die Spuren kämpferischer Frauen.

Stadt Bern 29

Region Bern/Emme 30-35

Seeland/Oberland 36-37

Kanton Bern 38-40

STADT BERN

MÄDCHEN MEDIEN WOCHEN 02

Pippi ist jetzt in bester Gesellschaft

Frauen und Mädchen haben in den nächsten zehn Tagen ihren starken Auftritt im Kornhaus: Die einen als Heldinnen von Kinder- und Jugendbüchern, die anderen als Medienmacherinnen.

◆ Hannah Einhaus

Pippi Langstrumpf ist nicht mehr allein: Das aufmüpfige Mädchen aus den Sechzigerjahren hat inzwischen Gesellschaft bekommen. Kecke Mädchen, quirlige Gören und abenteuerlustige Mütter sind dazugekommen. Mädchen, die sich in der Kopiermaschine gleich verdoppeln oder die zaubern können. Diese bunt zusammengewürfelte Clique ist derzeit anzutreffen in der Bibliothek des Kornhauses: In rund 120 Büchern sind sie aufs Papier gedruckt, auf Videokassetten gebannt, auf CDs gebrannt. Auf einer der zahlreichen Oma-Sofas können es sich Mädchen und Frauen, Jungen und Männer bequem machen und stundenlang die spannenden Geschichten der Heldinnen verfolgen. In einer Ecke lassen sich ausserdem Brett-, Karten- und Gesellschaftsspiele erproben. Auf Salontischen liegen Zeitschriften auf, die eher für ein weibliches Publikum entwickelt wurden. Und auf Computern lassen sich Websites zum Thema besuchen. Heute Mittwochabend

wird die Ausstellung eröffnet und dauert bis am Samstag, dem 27. April.

Heldinnen gesucht

Mit den Mädchen Medien Wochen wollen Jugendorganisationen auf die Darstellung der Geschlechter in den Medien aufmerksam machen. Das umfasst zum einem die vorhandenen Heldinnen in Kinder- und Jugendbüchern, zum andern die Darstellung von Frauen in Zeitungen, Fernsehen, Filmen, Theater, Werbung und so fort. Die Ausstellung im Kornhaus ist nach Angaben der Berner Kinderhexe Nicole Walther in enger Zusammenarbeit mit der Ludothek und dem Kinderbuchladen (Gerechtigkeitsgasse) entstanden. Die Rolle der Geschlechter in den Medien wird in einigen der Rahmenveranstaltungen (s. Kasten) thematisiert.

Neben Ausstellung und Veranstaltungen findet die Modipowerwoche statt: Mädchen machen in den Workshops eine Zeitung, drehen einen Film, inszenieren ein Theaterstück, produzieren eine Radiosendung, schreiben ein Hörspiel, gestalten eine Website oder werden zu Pop- und Soulstars. Bei der Berner Zeitung, dem «Bund» und Radio DRS sind Hausbesichtigungen angesagt. Die Zusammenarbeit geht weiter: In den kommenden drei Tagen werden hier auf den Stadtseiten der Berner Zeitung Mädchen aus dem Kurs der rasenden Reporterin-



Heldinnen zwischen Buchdeckeln: Die Mädchen Medien Wochen 02 zeigen starke Frauen in Buch, Film und Video.

nen ihre Texte veröffentlichen.

Die Workshops sind ausschliesslich für Mädchen und eignen sich laut Walther für Modis ab der 4. Klasse aufwärts. Über Mittag können die engagierten Mädchen ihren Hunger bei einem gemeinsamen Mittagstisch stillen.

Ab in den Zirkuswagen

Auch für Mädchen ab sieben Jahren haben die Organisatorinnen gesorgt: Ohne Anmeldung können sie täglich zwischen 14 und 17 Uhr in die Modi-Life-Werkstatt gehen. In einem Zirkuswagen bei der Reithalle stehen hier Utensilien zur Verfügung, damit sich die Mädchen verkleiden und vor die Kamera stürzen

können. «Beim Ort Reithalle braucht niemand Angst zu haben», betonte Walther auf Anfrage, «die Mädchengruppe wird jederzeit betreut.» Die Produkte aus Werkstatt und Workshops werden alle am Modipowerfest am kommenden Samstag gezeigt. Dessen nicht genug: Neben verschiedenen Filmvorführungen in Cinématte und Reithalle wird morgen Donnerstag um 17.15 Uhr der Film «Ronia Räubertochter» gezeigt. 445 Gratisbillets sind beim Kornhaus erhältlich.

Frauenbilder verändern

Doch wozu das alles? Organisatorin Karin Hehli vom Mädchentreff «Punkt 12» sagt,

was Sache ist: «Die Gleichstellung von Mann und Frau ist zwar auf dem Papier erreicht, doch in den Köpfen muss noch viel geschehen.» Dazu gehören auch, die Mädchen- und Frauenbilder zu verändern. Der Mädchentreff «Punkt 12», die Kinderhexe und 21 weitere Jugendinstitutionen haben sich vor drei Jahren zum Trägerverein «Vernetzte offene Jugendarbeit Stadt und Region Bern» (Voja) zusammenschlossen. Die Voja ist aktiv in 19 Gemeinden mit total 295 000 Einwohnern. Voja-Vertreter Jonathan Gimmel bekräftigte, dass die Ausstellung mit Rahmenprogramm nach Bern auch in die umliegenden Gemeinden wandern soll. Interesse sei vorhanden, konkrete Termine konnte er noch nicht angeben.

Breit abgestütztes Projekt

Budgetiert ist das Projekt mit rund einer Viertelmillion Franken. Darin eingeschlossen ist der Arbeitsaufwand, der durch die Personalkosten der Gemeinden gedeckt ist. Der Sachaufwand beläuft sich laut Walther auf etwa 50 000 Franken. Die grössten Beiträge dazu stammen von der Voja und der Gesundheitsförderung Schweiz. Weiter beigetragen haben die Stadt Bern, die katholische und die reformierte Kirche, Pro Juventute und die Migros. ◆

In einigen Workshops sind noch Plätze frei. Anmeldungen heute Mittwoch unter 079 684 02 64.

PROGRAMM

Starke Auftritte

Eröffnung der Ausstellung «Starke Geschichten – starke Mädchen» mit Gemeinderätin Ursula Begert.

Mi, 17. April, 19 Uhr.

Modipowerfest, im Stadtsaal des Kornhauses. Eintritt für Mädchen 5 Franken, für Frauen 10 Franken.

Sa, 20. April, 19–23 Uhr

Spielnachmittage im Kornhausforum. Wer ein Spiel kennen lernen will, kann sich hier von spielerproben Frauen und Mädchen anleiten lassen. Eintritt frei. Fr, 19. und 26. April, 14–17 Uhr

Autorinnenlesung: Die Kinderbuchautorin liest und singt im Kornhausforum. Eintritt 5/10 Franken.

Mi, 24. April, 16.30 Uhr

Podiumsdiskussion: Gäste aus Politik, Medien und Wissenschaft diskutieren über die Medien als Spiegel der Gegenwart. Im Mediensaal des Kornhauses. Eintritt frei. Mi, 24. April, 20 Uhr

Finissage mit Videofilm der Modipowerwoche. Im Kornhaus.

Sa, 27. April, 16 Uhr

Detailprogramm siehe unter: www.infoklick.ch/mmw

AUGENBLICK

Die Kurve nicht gekriegt

Der Lenker fährt in der Kurve auf der Worblaufenstrasse geradeaus. Ungebremst mährt er einen Markierungspfosten um, durchbricht einen Gartenzaun und kracht ins Haus. Glück im Unglück: Der 43-jährige Unfallfahrer wird nur leicht verletzt. Sachschaden: 10 000 Franken. Unfallursache unbekannt. Mit einem Kran muss der Sportwagen geborgen werden.



BILD CARMELO AGOVINO

STADTMARKETING

Das Wohl der Bevölkerung steht im Zentrum

Stadtmaking ist für Bern zwar kein Fremdwort. Allerdings gibt es nicht wie in anderen Städten eine zentrale Stelle, die sich damit beschäftigt. Ein Kommunikationskonzept soll Klarheit schaffen.

◆ Simone Hubacher

Im vergangenen Jahr hat die Zürcher Nutzungsmanagement-Firma InterUrban AG die 150 grössten Gemeinden der Schweiz zum Thema «Stadtmaking» befragt. 96 Gemeinden haben die Fragebogen ausgefüllt und retourniert. Ruedi Koechlin hat diese ausgewertet und eine Zwischenbilanz veröffentlicht (siehe Interview rechts).

Auch in Bern ein Thema

Die Stadt Bern nahm an der Umfrage nicht teil. Das heisst aber nicht, dass Stadtmaking in Bern kein Thema ist – im Gegenteil: Demnächst erarbeitet die Stadtkanzlei ein neues Kommunikationskonzept, das Ziele im Bereich Stadtmaking einschliesst. Abgeleitet wird dieses von diversen bestehenden Konzepten aus den Bereichen Tourismus, Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung und Kultur. «Nicht nur die Stadt, sondern auch Bern Tourismus, Bern Shopping, die Leiste, der City-Verband, der Verein Museen Bern und viele mehr betreiben schon heute Stadtmaking», sagt Brigitte Stutzmann, Adjunktin in der Präsidialdirektion der

Stadt Bern und Geschäftsführerin der Vereinigung für Bern. Bern gehört somit zu den 58 Prozent der grössten Schweizer Gemeinden, die Marketing als Führungs- und Koordinationsinstrument einsetzen (Beispiel Einwohnerbefragung).

Ziele von Stadtmaking

Das vorrangige Ziel von Stadtmaking, so schreibt Ruedi Koechlin in seiner Publikation, ist das Wohl der Bevölkerung. Nicht anders sieht es Brigitte Stutzmann: «Bern soll attraktiv bleiben und in einzelnen Bereichen noch attraktiver werden.» Attraktivitätssteigernd wirken Projekte wie der Umbau des Bahnhofs, das Fussballstadion Wankdorf und das Paul Klee-Zentrum. Drei Viertel der Schweizer Gemeinden nennen Wohnattraktivität und Betriebsansiedlung als wichtigste Zielbereiche im Stadtmaking.

Rund acht von zehn Gemeinden setzen bei den Projekten räumliche Schwerpunkte innerhalb der Gemeindegrenze. Die Stadt steht mit der Region zum Beispiel im Bereich Kultur und Wirtschaftsförderung in enger Kooperation.

Wichtig ist die Erfolgskontrolle, so Stutzmann: «Es wird überprüft, ob die Kommunikationsmassnahmen wirken.» Bleibt zu hoffen, dass Bern das neue Kommunikationskonzept möglichst bald anwenden kann. ◆

Ruedi Koechlin, «Stadtmaking in der Schweiz. Eine Zwischenbilanz». Erhältlich bei InterUrban AG, Zürich. Kosten: Fr. 5.–. Tel. 01 262 02 60.

DIE STUDIE

Am Ball bleiben

Stadtmaking wird mehr und mehr zu einem Politinstrument, sagt Ruedi Koechlin. Er hat die Studie geleitet.

Was versteht man unter Stadtmaking, und warum wird es zu einem unverzichtbaren Politinstrument?

Ruedi Koechlin: Für mich ist Stadtmaking ein Führungsinstrument zur zielgerichteten, marktorientierten und nachhaltigen Entwicklung einer Stadt.

Sie haben eine ähnliche Umfrage bereits vor vier Jahren gemacht. Was hat sich seit 1998 verändert?

1998 standen die meisten Städte erst am Anfang. Seither konnten sie erste Erfahrungen in diesem Bereich sammeln. Heute stehen viele Städte und Gemeinden vor der Entscheidung, in welcher Form und mit welchen Schwerpunkten sie Stadtmaking dauerhaft weiterführen wollen.

Was hat Sie bei der Auswertung nachdenklich gestimmt?

Wir glauben, dass die Städte heute zu wenig für die klassische Angebotsentwicklung unternehmen, z.B. Ortszentren aufwerten, Versorgungs-, Arbeitsplatz- und Wohnangebote gestalten. Die Städte beschränken sich zu sehr auf Kommunikation bzw. Standortwerbung. Dies ist unseres Erachtens nicht der Sinn des Stadtmakings. Dieses sollte bezwecken, dass sich Kommunikation und Angebot im gleichen Ausmass weiterentwickeln. *sah*