



«Ritter der Kommunikation 2005»: EU-Kommissarin Viviane Reding übergibt den Preis an den Gewinner Fabian Schweizer.

Bild: Olivier Sauter

## Nationaler Event mit internationaler Bedeutung

God. Die Stadt Biel steht wieder ganz im Zeichen der Kommunikation. «Totale Mobilität» sowie neue Trends und neue Technologien in Telekommunikation und Rundfunk bilden die Schwerpunktthemen der diesjährigen Bieler Kommunikationstage. Marc Furrer, Initiator und Programmverantwortlicher, zeigt sich zufrieden: «Der rote Faden stimmt auch dieses Jahr.» Denn eine Sache ist es, aktuelle und attraktive Themen zu setzen – eine andere, die passenden Referenten zu finden. Spezialisten ihres Fachs sollten sie sein, hochkarätig und dazu auch noch packende Redner. Schwieriger als die Kontaktaufnahme ist es jedoch, die Leute nach Biel zu bringen. Oft helfen persönliche Kontakte, die der ehemalige Bakom-Direktor Furrer und heutige Präsident der Eidgenössischen Kommunikationskommission (ComCom) während seiner Karriere aufgebaut hat. Nicht selten führen Ausdauer und ein über Monate hinweg hartnäckiges Dranbleiben zum Ziel. Wie bei Jean-Philippe Courtois, der Nummer Drei bei Microsoft oder Viviane Reding, der EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft. Bei unkonventionellen Menschen können aber auch mal vier spontane Cappuccinos in Zermatt den Weg nach Biel ebnen – so geschehen bei Skype-Boss Michael Jackson.

Stehen die Referenten, braucht der Programmverantwortliche nur noch eins: gute Nerven. Zum Beispiel wenn bereits angekündigte Referenten wie Catherine Mühlemann, Direktorin MTV Networks und der russische Kommunikationsminister Leonid Reimann, kurz-

fristig absagen oder wenn Michael Jackson ein paar Wochen vor dem Anlass unauffindbar ist – wie vom Erdboden verschluckt. Marc Furrer nimmt es gelassen: «Hochkarätige Gäste bergen immer ein gewisses Risiko. Da muss man einfach flexibel bleiben.»

### Mehr Sponsoren und ausländische Referenten

Dass sich die Topkader der Telekommunikation und Wirtschaft sowie hochkarätige Politiker, Medien- und Verwaltungsleute bereits zum vierten Mal in Biel treffen, liegt vor allem an der Einmaligkeit dieses Anlasses. Die Kommunikationstage sind die einzige branchen- und verbandsübergreifende Veranstaltung in der Schweiz. Hier werden neue Bekanntschaften geknüpft, mögliche Synergien entdeckt und neue Seilschaften gebildet. «Obwohl die Schweiz sehr klein ist, kennen sich viele Branchenleute immer noch nicht», staunt Andreas Sutter, operativer Leiter und Geschäftsführer der Stiftung «Bieler Kommunikationstage». Die Bedeutung dieses Anlasses steigt von Jahr zu Jahr. Dies ist an den zahlreichen neuen Partnern und Sponsoren zu erkennen sowie an der steigenden Anzahl Referenten und Teilnehmern, die aus dem Ausland anreisen. «Sie machen aus dem ursprünglich nationalen Anlass ein Event mit internationaler Bedeutung», freut sich Andreas Sutter. Kommunikation kennt eben keine Grenzen.

## Un événement national aux échos internationaux

Les Journées biennoises de la communication placent à nouveau la ville de Bienne sous le signe de la communication. Seront abordés cette année des thèmes comme la mobilité totale, les nouvelles tendances ou les technologies novatrices dans le domaine des télécommunications et des radiocommunications. Fondateur de la manifestation et responsable de la programmation, Marc Furrer exprime sa satisfaction: «Cette année aussi, notre programme tient bien la route.» En effet, il ne suffit pas de définir des thèmes d'actualités attrayants. Il faut trouver les bons intervenants, en l'occurrence des spécialistes de haut vol, de surcroît excellents orateurs.

En outre, faire venir les gens à Bienne s'avère plus difficile qu'établir les contacts. Les relations personnelles nouées par l'ancien directeur de l'OFCOM et actuel président de la Commission fédérale de la communication (ComCom) durant sa carrière se révèlent souvent précieuses. Il faut parfois faire preuve de beaucoup de ténacité et de persévérance pour que certaines personnalités acceptent l'invitation, à l'instar de Jean-Philippe Courtois, le numéro trois de Microsoft, ou de Viviane Reding, membre de la Commission européenne, responsable de la société de l'information. Mais il arrive aussi que certains se décident suite à quatre cappuccinos pris inopinément à Zermatt, comme ce fut le cas de Michael Jackson, le patron de Skype.

Après avoir trouvé les intervenants, le programmeur n'a plus besoin que d'une chose: des nerfs d'acier. Par exemple lorsque

des orateurs annoncés, comme Catherine Mühlemann, directrice de MTV Networks, déclarent forfait au dernier moment ou lorsque d'autres, comme Michael Jackson, sont introuvables quelques semaines avant le début de la manifestation. Marc Furrer ne se départit pas de son calme pour autant: «Il est toujours risqué d'inviter des personnalités. Il faut rester flexible.»

### Davantage de sponsors, davantage d'intervenants étrangers

Le fait que Bienne parvienne à réunir pour la quatrième fois déjà des cadres de haut niveau de la branche des télécommunications et de l'économie, des politiciens de renom ainsi que des personnalités des médias et de l'administration tient au caractère unique de l'événement. Celui-ci est en effet la seule manifestation interdisciplinaire en Suisse dans le domaine des télécommunications et des radiocommunications. Il permet de nouer des contacts, d'établir des synergies et de créer des liens. «Même si la Suisse est très petite, bien des personnalités ne se connaissent pas», remarque Andreas Sutter, chef des opérations et secrétaire général de la Fondation «Journées biennoises de la communication». L'événement ne cesse de gagner en importance, comme l'indique le nombre croissant de partenaires, de sponsors, d'intervenants et de participants étrangers. «Ils confèrent une importance internationale à une manifestation à l'origine nationale», se réjouit Andreas Sutter. La communication n'a pas de frontières.

## A national event of international significance

The town of Biel Bienne is once again preoccupied with communication. "Total mobility" and new trends and technologies in telecommunications and broadcasting are the central topics of this year's Biel Bienne Communication Days. Marc Furrer, founder of the event and programming director, is visibly pleased: «The common thread is the right one this year too.» For it is one thing to decide on topical and attractive themes and quite another to find suitable speakers. They have to be specialists in their subject, as well as top-notch, enthralling speakers. However, getting people to Biel Bienne is more difficult than making contact with them. Often the personal contacts which Furrer, the former director of OFCOM and currently President of the Federal Communications Commission (ComCom), has made in the course of his career, can be of assistance. Leonid Reimann, for example, the Russian minister of communications. Often the goal is achieved by perseverance and stubborn persistence over several months, as in the case of Jean-Philippe Courtois, number three at Microsoft, or Viviane Reding, the EU Commissioner for the information society. In the case of less conventional people, however, a few shared cups of cappuccino in Zermatt may open up the road to Biel Bienne – as was the case with Skype boss Michael Jackson. Once the speakers are settled, the programme organiser needs only one more thing: nerves of steel. For example when speakers who have already been announced such as Catherine Mühlemann, director of MTV Networks, cancels at the last mi-

nute, when Michael Jackson cannot be found a couple of weeks before the event – it's as if he's been swallowed up by the earth – or when the plane carrying the Russian minister of communications will land at exactly the same time as he is scheduled to speak. Marc Furrer does not turn a hair. «Top-notch guests always involve a degree of risk. The key thing is to remain flexible.»

### More sponsors and foreign speakers

The fact that the cream of the telecommunications industry and business as well as major politicians, media personalities and civil servants are meeting in Biel Bienne for the fourth time is attributable above all to the unique character of this event. The Communication Days is the only event in Switzerland which goes beyond the bounds of the industry and its associations. This is where new acquaintances are made, possible synergies discovered and new links established. Andreas Sutter, operations manager and managing director of the «Biel Bienne Communication Days» foundation is amazed that «even though Switzerland is very small, many people in the industry still do not know each other». The importance of this event increases from one year to the next. This is apparent from the numerous new partners and sponsors as well as the growing number of speakers and participants who travel to it from abroad. Andreas Sutter is pleased that «they are making the original national event an event of international significance». It is true that communication knows no frontiers.





**Vor dem Startschuss:** Die Namensschilder werden noch einmal sauber sortiert.



**Eberhard Schoneburg** sagt, wie man virtuelle Freundschaften per Handy pflegt.



**America's Cup online:** Edouard Lambelet erhebt sich zu diesem Thema. Bilder: Olivier Sauter



**Das Gästebuch der Stadt Biel** füllt sich an den vierten Kommunikationstagen.



**Martin Dumermuth**, Direktor Bakom, freut sich über bekannte Gesichter in der Menschenmenge.



**Michael Jackson**, CEO Skype, beantwortet die Fragen der Moderatorin Esther Mamarbachi.



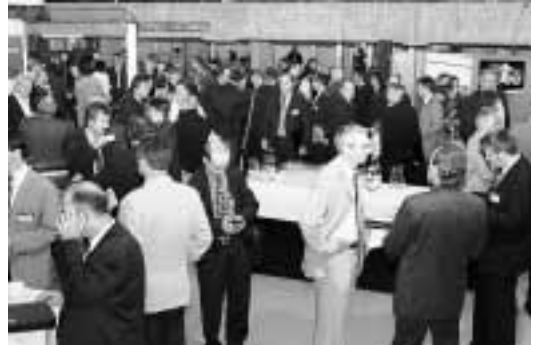
**Andreas Sutter**, Technischer Leiter, sorgt für einen pannenlosen Ablauf.



**Nicht ganz ungefährlich:** Komiker Knacki Deuser stiept mit Rollschuhen auf dem Tisch.



**Stets am Draht:** Roland Bischofsberger, Mediensprecher Siemens.



**In der Pause** findet die Kommunikation im Foyer des Bieler Kongresshauses statt.



**Alan Harper**, Vodafone, verblüfft das Publikum in seinem Referat mit erstaunlichen Zahlen.



**Die Teilnehmer** des gestrigen Panels diskutieren zum Thema «ICT in der Schweiz».

## In Asien sind die Kids verrückt nach virtuellen Freundschaften

Eigentlich sind ihm Handy-Spiele ein Graus: «Da braucht man doch nur den grossen Daumen, das ist alles ziemlich beschränkt.» So hat sich Eberhard Schoneburgs Firma Artificial Life daran gemacht, ein «richtig intelligentes Spiel» fürs Handy zu entwickeln. Zwei Jahre hat das gedauert. Zum Vergleich: Normalerweise stellen Schoneburgs Leute drei bis vier Spielprogramme monatlich her. Das preisgekrönte Spiel sieht nun so aus, dass der Benutzer eine virtuelle Freundin aufs Handy laden und diese den ganzen Tag begleiten kann. Schon morgens darf er die Computerfreundin einkleiden, sie auf dem Weg ins Büro begleiten oder den Aerobic-Dress auswählen, wenn die virtuelle Schöne Lust auf Fitness verspürt. In Asien, so Schoneburg, seien die Kids verrückt nach solchen Spielen. Darüber, wie man Handybenutzer ganz generell dazu bringt, ihr Gerät öfter in die Hand zu nehmen, dachte gestern Morgen anlässlich der 4. Bieler Kommunikationstage im Kongresshaus Alan Harper vom britischen Mobilfunkanbieter Vodafone nach. In Irland bietet Vodafone einen Service an, bei dem der Kunde die ersten drei Minuten eines Gesprächs bezahlt, die restli-

chen 57 Minuten sind gratis. Ganz besonders profitiert hat Vodafone aber auch von der dritten Handygeneration. Seit Einführung der neuen Technologien (Internetzugang, Musikdownloads, Games, Klingeltöne) würden Benutzer rund zweieinhalb mal soviel Geld für Handydienste ausgeben. Bei allem Fortschritt hätten Kundenbefragungen aber auch gezeigt, dass viele Handybenutzer vor allem möglichst einfach und ohne Firtelanz telefonieren möchten. Das vor sechs Monaten in neun Märkten lancierte Angebot Vodafone simply (vergleichbar mit M-Budget Natel), sei ein grosser Erfolg. Darum, dass «telefonieren für den Kunden so einfach wie möglich und vor allem so billig wie möglich ist», geht es Michael Jackson, dem Direktor von Skype Technologies. Voice over IP (Telefonieren übers Internet) heisst seine Zauberformel. Skype hat die weltweit führende Software für Internettelefonie hergestellt. 150 000 Menschen laden sich das Programm jeden Tag herunter. 58 Millionen Menschen in mehr als 200 Ländern telefonieren schon heute übers Internet. Nicht umsonst hat das Online-Auktionshaus eBay erst kürzlich Skype für 2,6 Milliarden Dollar

gekauft. Über eine ganz spezielle Partnerschaft sprach gestern in Biel Edouard Lambelet, Gründer und CEO der schweizerischen MNC AG. MNC bereitet für Mobilfunkanbieter Bilder und Informationen über den America's Cup auf. Der Handybenutzer kann sich so exklusive Interviews und Kameraeinstellungen auf sein Gerät holen. Lambelet sieht solche Serviceleistungen allerdings ausdrücklich als «Ergänzung zum übrigen Medienangebot». Gleiches sagt Roderick von Kaufungen, Leiter des Kundendienstes bei der schweizerischen Nachrichtenagentur SDA über den Handy-Newsservice. Für Geschäftsleute sei es «wichtig, dass sie relevante Ereignisse sofort mitbekommen, zum Beispiel per SMS, vielleicht mit Bildern». Weitere Angebote wären Wetter- und Pisteninfos für Touristen oder fremdsprachige Nachrichten für ausländische Geschäftsleute. Solche mobilen Kioske existierten aber noch kaum, sagte von Kaufungen. Da sei «der Bieler Bahnhofskiosk immer noch klar im Vorteil gegenüber dem Handy, denn dort finde ich seit Jahren Zeitungen aus Deutschland, Italien, Spanien und sogar aus der Türkei.» *Martin Arn*

## La présentatrice vedette du Téléjournal du petit écran aux nouvelles technologies

Le numéro trois de Microsoft, une commissaire européenne ou encore un ministre russe: le Palais des Congrès accueille la belle brochette de personnalités dans le cadre des Journées biennoises de la communication. Pas de quoi déconter Esther Mamarbachi, qui anime cette 4e édition. Licenciée en sciences politiques, journaliste et surtout présentatrice du 19:30 de la Télévision suisse romande (TSR), la Fribourgeoise a l'habitude de donner la réplique aux plus grands. Elle livre ici quelques impressions sur Bienne et sur l'évolution du monde des médias.

**– Esther Mamarbachi, pourquoi vous retrouve-t-on à Bienne?**  
– C'est le maire Hans Stöckli qui m'en a fait la proposition. Nous nous sommes connus durant Expo.02. Nous avons vécu certains moments ensemble. Depuis, nous nous sommes notamment retrouvés au Parlement fédéral. Si ce n'était pas lui, j'aurais refusé. J'essaie de ne pas multiplier les engagements. Il va de soi que la thématique m'intéresse.  
**– Qu'est-ce qui vous attire dans la communication? On sait que vous aimez le stress du direct...**  
– Ce qui me frappe, c'est la rapidité

avec laquelle le métier évolue. Ce n'est que le début. Les téléphones UMTS permettent maintenant de regarder la télévision sur son portable. Nous devons revoir notre façon de travailler. Ainsi, je regarde rarement le TJ à la télé. J'utilise plutôt Internet, un moyen idéal pour voir les news.  
**– Quoi, la présentatrice du TJ ne le regarde pas en famille?**  
– Non, j'ai des enfants en bas âge et je ne leur montre pas le TJ. Il y a des images dures, et puis ça ne les intéresse pas forcément. J'attends le soir, quand je suis seule devant mon ordinateur. Mais il y a des exceptions: pour des images fortes, comme récemment l'éclipse de soleil, rien ne vaut le TJ en direct et sur grand écran!  
**– Cette évolution, avec la télé à la carte, c'est la fin du direct?**  
– Non! Je n'aime pas enregistrer. Je pense qu'il va plutôt y avoir une multiplication des rendez-vous d'info. La technologie facilite cela. Mais j'espère que le Téléjournal va subsister en tant que grand-messe du soir. C'est peut-être la qualité de l'image qui permettra à la télévision de perdurer comme média.  
**– Lors des Journées de la communication 2004, Ignacio Ramonet, directeur de la rédaction du**

**Monde Diplomatique, a dénoncé les monopoles médiatiques...**  
– Je pense qu'on assiste plutôt à une spécialisation des médias. Ce qui compte, c'est de maintenir une certaine diversité, pas comme en Italie. Je fais confiance aux journalistes pour résister aux pressions.  
**– Vous serez deux jours à Bienne. Pensez-vous que la ville a tort de se croire ignorée par les Romands et les Alémaniques?**  
– En tant que Fribourgeoise, je comprends ce sentiment, même si à Fribourg les Romands sont majoritaires. Il est vrai que pour certains Romands, Bienne est déjà un peu en Suisse alémanique, en tout cas dans le canton de Berne. Vous êtes un peu les oubliés de la Suisse romande. Mais le bilinguisme est aussi votre grande chance. J'ai travaillé à Bienne et j'en ai une image plutôt positive. Expo.02 a fait du bien à la ville. Je trouve formidable que Bienne ait pu développer sa spécialisation autour de la communication. Qu'un événement comme les Journées de la communication, avec un tel panel d'invités, puisse être organisé dans une ville de 50 000 habitants, c'est épatant.

*Propos recueillis par David Gaffino*





Zitate des Tages

Sagen Sie mal...

«Two billion people in the world have never made a phone call.»  
Alan Harper, Vodafone

«Für mich ist es unbegreiflich, dass man in Estland mit dem Handy bezahlen kann, und in der Schweiz nicht.»  
Peter Bodenmann, Hotelier und ehemaliger SP-Präsident

«In Indien werden jeden Monat zwei Millionen Mobiltelefone verkauft. In China sind es fünf Millionen.»  
Ewan Sutherland, INTUG

«La Suisse est une demie grande ville.»  
Nadia Magnetat-Thalmann, Université de Genève

«Le mobile ne remplacera jamais la presse, même pas la télévision.»  
Edouard Lambelet, America's Cup

«ICH sage, was MIR wichtig ist, nicht der Content-Provider»  
Roderick von Kauffungen, SDA

«Nous devenons des consomm-acteurs»  
Xavier Comtesse, Avenir Suisse

«In der Stadt Hongkong verfügt jeder zweite Einwohner über drei Telefone»  
Eberhard Schoneburg, Artificial Life

«Der durchschnittliche Handybenutzer braucht sein Handy lediglich vier Minuten pro Tag»  
Alan Harper, Vodafone

Wie kommunizieren Sie am liebsten?

De quelle manière préférez-vous communiquer?

Ohne welches Kommunikationsmittel könnten Sie nicht leben?

Sans quel moyen de communication ne pourriez-vous pas vivre?

Mit wem würden Sie gerne mal eine Nacht durchdiskutieren?

Avec qui passeriez-vous volontiers une nuit à discuter?

Wäre technisch alles möglich, was würden Sie erfinden?

Si les moyens techniques le permettaient, quel moyen de communication aimeriez-vous découvrir?

Sie hätten eine Stunde im nationalen TV zur Verfügung. Wie würden Sie diese füllen?

Si vous aviez à disposition une heure d'antenne à la télévision, comment l'utiliserez-vous?



Roderrick von Kauffungen  
Leiter Customer Relations Services SDA

Persönliches Gespräch, weil erst dort ein echter Dialog möglich wird. E-Mail, weil eine Vertiefung eines Gedankens ohne Unterbruch auf beiden Seiten möglich ist. Telefon, weil gewisse Dinge schriftlich zu viel Gewicht erhalten können und weil ich spontan und ortsunabhängig kommunizieren kann.

Blackberry oder Mobiltelefon, weil ich es immer bei mir habe.

Ich würde mit interessanten Menschen wie zum Beispiel Leszek Kolakowski, Gore Vidal, Papst Benedikt, Bill Gates, Orhan Pamuk, Alexander Kluge und anderen über den «gläsernen» Menschen diskutieren.

Technisch: weniger dumme Computer. Nicht-technisch (es gibt mehr als genug Erfindungen): Den Zwang zu technischen/technologische Standardisierungen, weil ich mich jedesmal ärgere und als Anwender an Grenzen stosse, wenn ich mich in einer anderen technologischen Umgebung aufhalte.

Mit positiven, ermutigenden Nachrichten, in denen Menschen im Mittelpunkt stehen.



Peter Hasler  
Direktor Schweizerischer Arbeitgeberverband

Von Mensch zu Mensch.

Ohne Telefon. Es gibt heute die beste Erreichbarkeit über alle Distanzen.

Kein Thema der Welt hält mich vom gesunden Schlaf ab. Falls ein Abend ausreicht: Mit dem Papst über die hoffnungslos veraltete Lehre der katholischen Kirche.

Die Energie, die keine natürlichen Ressourcen verbraucht.

Mit einer humorvollen, spannenden, belehrenden, kulturellen, menschlichen Sendung ohne Werbung und Schleichwerbung - also mit etwas, was es in der Schweiz noch nie gegeben hat.



Walter Eggenberger  
Radio- und Fernsehjournalist Ex 10 vor 10

Ich kommuniziere am liebsten von Person zu Person, von Angesicht zu Angesicht. Nur so lernt man einen Menschen auch wirklich kennen.

Überleben tut man immer - auch ohne jegliches Kommunikationsmittel. Eine schlimme Vorstellung für mich ist jedoch, ganz ohne persönlichen Kontakt zu sein. Zum Beispiel, wenn man im Knast sitzt.

Das gefällt mir. Und dazu richtig schön streiten und lachen. Auf nationaler Ebene möchte ich das mit Hans-Rudolf Merz. Wir kennen uns aus Studien- und Militärzeiten. Wir haben nicht mehr miteinander diskutiert, seit er Bundesrat ist. Auf internationaler Ebene würde ich Bill Clinton wählen.

Ich würde eine Zeitmaschine erfinden und Ludwig van Beethoven beim Dirigieren bewundern, ehemaligen amerikanischen Präsidenten beim Regieren zuschauen und auch der Königin von Saba würde ich einen Besuch abstatten.

Ich würde sie dem Asylbewerberthema widmen und wirklich mal die Hintergründe aufzeigen: Woher kommen die Asylbewerber? Was sind es für Leute? Was wollen sie hier? Die Parlamentarier würde ich ins Studio zitieren - als Zuschauer.



Nadia Magnetat-Thalmann  
Professeur et Vice-rectrice de l'Université de Genève

Professionnellement, par e-mail et vidéoconférence. Personnellement, par e-mail et par téléphone.

L'ordinateur est pour moi l'outil de communication le plus fabuleux au monde. Il peut transmettre le savoir mais aussi le ludique, la musique, etc.

Avec toutes sortes de personnes: mes amis personnels, mais aussi des quantités de personnes dans la politique, les arts, les sciences, l'aide humanitaire... La liste est infinie.

J'aimerais avoir mon coach virtuel, qui m'aide en toute circonstance. C'est d'ailleurs mon sujet de recherche depuis 25 ans: une personne virtuelle qui a accès à tous mes dossiers, qui me fait des rapports, m'informe, m'enseigne, me conseille, etc.

A faire un forum sur la vieillesse, écouter les personnes âgées de plus de 80 ans et discuter de ces fins de vie qui sont notre destinée à tous...



Techniker bereitet die Übertragung auf die Grossleinwand vor. Bilder: Olivier Sauter



Angeregte Diskussion zwischen Ständerat Filippo Lombardi, Hanspeter Lebrument und Hans-Peter Rohner.



Laurent Nebel, Swisscom, Daniel Stauffacher, Botschafter WSJ, Peter Fischer, Stv. Direktor Bakom.





**Paul Kleiner**, Präsident SICTA mit Pierre-Gérard Fontolliet, ComCom.



**Viviane Reding** prämiiert «Ritter» Fabian Schweizer.



Kameramann seit **zwölf Stunden** im Einsatz.



Fulvio Caccia übergibt **Jugendpreis** «Ritter der Kommunikation».



Kubanische Klänge mit der Salsa-Band **Picason**.



**Kubaner**in beim Zigarrenrollen



Gedeckter Tisch vor der **Abendgala**.



Voller Saal beim **kubanischen Gala-Essen**.



«**Total Mobility**» auch während den Pausen.

## Nudeln, Pilze und Kochbananen sind typisch kubanische Leckerbissen

Der Programmchef und Vizepräsident Stiftung «Bieler Kommunikationstage», Marc Furrer, mochte die karibische Küche vom ersten Bissen an. Nach dem letztjährigen Weihnachtsessen des Bakom war für ihn klar: An den Communication Days 2005 soll ebenfalls etwas exotisches serviert werden. Man entschied sich für die kubanische Küche.

«Ich habe die kubanischen Spezialitäten selber noch nicht probiert», gesteht Charly Rombach, Leiter Bereich Gastronomie des CTS, zwei Tage vor dem Galadiner. Trotzdem weiss er viel darüber. «Schliesslich haben wir uns alle schlau gemacht.» Aus verschiedenen Büchern habe er gelernt, dass in Kuba häufig Nudeln, Pilze und Kochbananen auf den Tisch kommen. Natürlich ergänzt mit exotischen Gewürzen.

### Zutaten aus der Schweiz

So standen am gestrigen Galadiner im Bieler Kongresshaus nach einem kubanischen Vorspeiseteller ein Rindfiletsteak mit Tomaten und Oliven, Kaninchen an Knoblauch, gegarte Zwiebeln und besagte Havanna Nudeln mit Kochbananen auf der Speisekarte. Zum Desserst wurden die rund 250 hungrigen Gäste

mit einem ebenso exotischen Früchte- und Süssspeisenbuffet verwöhnt.

Für die Tischdekoration wählte man die kubanischen Nationalfarben Schwarz, Rot und Weiss. Das heisst: Schwarze und weisse Teller, rote Chilis als Tischschmuck. Alle Zutaten für das kubanische Festmahl sind in der Schweiz erhältlich. Doch da die kubanischen Produkte zum Teil sehr mastig sind, wurden einzelne Zutaten «etwas entschärft». Charly Rombach legte bei der Planung grossen Wert darauf, dass das Menu auch wirklich allen schmecken würde. Doch abgesehen von den kleinen Anpassungen musste alles stimmen. «Wir haben in Biel sogar kubanisches Bier besorgen können», so Rombach. «Das einzige Problem war der Wein.» Ein guter kubanischer Tropfen konnte trotz Bemühungen nicht gefunden werden – als würdigen Ersatz wählte man chilenischen Wein. An der «Cuba Libre Bar» konnten sich die durstigen Gäste zudem mit kubanischen Longdrinks und Cocktails eindecken.

### Drei Tage in der Küche

Die administrativen Vorbereitungen und einige Küchenarbeiten für das kubanische Diner begannen be-

reits am Dienstag. Am Mittwoch wurde das Buffet aufgebaut und weiter vorgekocht. Doch das war der Arbeit nicht genug, denn schliesslich werden die Gäste während den beiden Kommunikationstagen zusätzlich mit Kaffee, Coca-Cola, Saft und Apérohäppchen bewirtet. Charly Rombach macht den Aufwand mit einigen Zahlen deutlich: Damit während zwei Tagen jedem Referent die verdiente Aufmerksamkeit geschenkt werden kann, gönnt sich das Publikum insgesamt rund 1100 Kaffepausen. Am Mittag werden um die 700 Lunches mit Dessert verspiesen, dazu kommen 600 Apéros plus das festliche Buffet am kubanischen Galaabend.

Miriam Lenz

## Hymne à la mobilité

Le Palais des Congrès a ouvert ses portes hier à la 4e édition de cet événement biennois d'ampleur internationale. Les conférenciers ont insisté sur la mobilité de l'homme moderne, qui est joignable partout. Le consommateur branché, tel que son portrait a été brossé lors de la première partie des Journées biennoises de la communication, lit ses nouvelles personnalisées sur son téléphone portable en buvant son café du matin. Il drague une copine virtuelle, toujours sur son téléphone de dernière génération, puis lance un coup de fil en Australie, avec le logiciel gratuit Skype, sur Internet. Dès qu'il trouve une minute, il peut suivre sur son téléphone les derniers développements de la Coupe de l'America. De tels scénarios ne sont pas fictifs, si l'on en croit le numéro trois du géant Microsoft, Jean-Philippe Courtois, qui s'exprimait devant quelque 600 participants: «On peut le faire avec les technologies actuelles», a-t-il assuré, avant de décrire la situation suivante: «Steve et John sont devant leur télévision, dans deux villes différentes. Soudain Steve reçoit un message qui lui dit que John est en train de regarder une course de voitures sur la 12e chaîne. Il peut voir la même émission que lui, puis les deux copains peuvent se connecter et jouer ensemble à un jeu de

course.» Jean-Philippe Courtois évoque en 2006 «la plus grande année d'innovation pour Microsoft», avec entre autres l'arrivée de la nouvelle console X-Box 360 et du nouveau Windows Vista. Eberhard Schöneburg, PDG d'Artificial Life, a fait un plaidoyer pour des jeux sur téléphone portable qui utilisent toute la puissance des appareils. Il a toutefois admis qu'en Europe, les prix élevés des communications freinent l'appétit des consommateurs. «Il faut prendre exemple sur l'Asie! Là-bas, les consommateurs envoient jusqu'à 40 ou 50 SMS par jour, contre un par jour en Europe.» Eberhard Schöneburg a alors présenté son jeu «Virtual Girlfriend»: le joueur accompagne une fille dans son quotidien, il l'invite au resto, lui parle ou la masse. «Mais ce n'est pas sexuel! Suivant où il la touche, elle ne lui parle plus pendant trois jours!», se défend le concepteur. Il n'a pas complètement convaincu Esther Mamarbachi, présentatrice du Téléjournal et chargée de l'animation des Comdays: «L'amour virtuel ne sera jamais aussi bon que le réel... Enfin, ça dépend de la femme!», a-t-elle conclu. Edouard Lambelet, fondateur de l'entreprise suisse Mobile News Channel (MNC), a décrit comment les fans de voiliers pourront suivre la Coupe de l'America 2007 sur leur

téléphone portable, en collaboration avec Eurosport. Tout en admettant que le mobile ne remplacera jamais la télé ou la presse écrite, il a plaidé pour la mise en place de ponts entre les médias, en tenant compte de la spécificité de chacun. «Le mobile est fait pour une utilisation de courte durée. L'utilisateur se lasse vite, il lui faut des nouveautés.» Roderick von Kauffungen, responsable de Customer Relations Services, a lui aussi appelé à la création de plates-formes entre les différents médias. Il a notamment présenté le système MINDS (Mobile Information and News Data Services), qui doit permettre au consommateur de lire des nouvelles personnalisées sur son téléphone. «Le kiosque d'une petite ville comme Bienne offre encore beaucoup plus de nouvelles qu'un téléphone portable. Les débats ont continué toute la journée. Une table ronde a été organisée pour mieux cerner la place de la Suisse dans la course aux nouvelles technologies.

David Gaffino

