

ARBEITSMARKT

Selbstwirksamkeit als Zauberwort

Andrea Frommherz leitet die «frac» in Biel seit dem Start vor zwanzig Jahren. Sie führt das Informations- und Beratungszentrum für Frauen und Männer auf pragmatische Art und Weise.

VON ISABELLE WÄBER

BIEL BIENNE: Wie ist die frac 1999 gestartet?
Andrea Frommherz: Zunächst war es ein Projekt. Wir waren drei Personen in einem Arbeitsraum, Fabienne Hostettler und ich sowie eine Angestellte mit kleinem Pensum für die Buchhaltung. Im Lauf der Jahre sind wir gewachsen, doch das Konzept hat nie geändert: Beratungen zur Vereinbarkeit von Familien- und Berufsleben, zweisprachige Leistungen für Frauen, aber auch Männer. Wir unterstützen Eltern bei ihren Wünschen und passen uns den Bedürfnissen der Gesellschaft an.



Andrea Frommherz: «Aujourd'hui, moins de femmes optent pour de longs congés, elles préfèrent multiplier les 'mini-jobs'.»

leur salaire. Souvent, nous commençons par renforcer la confiance en soi de la personne, cela l'aide à estimer sa propre valeur, son niveau d'efficacité et de retrouver ce dont elle a besoin.

Quel est votre stratégie pour durer?

Au début, notre public-cible était surtout constitué de femmes. Puis les papas les ont rejointes, car il ne faut pas oublier que pour pouvoir tout concilier, il faut un papa! Jusqu'à l'année passée, nous avions en moyenne 1200 heures de consultation par an, soit 600 personnes. Suite à la suppression des subventions du Bureau de l'égalité, soit un quart de million de francs, nous avons dû revoir notre stratégie. Nous avons varié nos prestations, par exemple en proposant des consultations de groupes, et avons revu notre stratégie financière. Au final, notre réseau bien implanté à Biel, le Seeland et le Jura bernois, nous a permis d'obtenir un soutien plus important: le nombre de subventions privées et publiques a augmenté. Et nous sommes passées d'institution subventionnée à une entreprise sans but lucratif.

Quels sont vos forces et vos buts?

Notre force réside dans le bilinguisme et notre expérience. Chaque client/e est conseillé dans sa propre langue. Nous nous préparons d'ailleurs à la relabellisation du frac par le Forum du bilinguisme, ce serait un beau cadeau d'anniversaire pour nos 20 ans! Et nous visons plusieurs buts: d'abord attirer plus de francophones, de parents et de femmes qui planifient leur parcours professionnel: la solution vient des gens eux-mêmes et nous sommes à même de le conseiller. Nous entendons responsabiliser les personnes sans emploi et par là même les employeurs, à intégrer de nouveaux modèles de société. Enfin, nous avons développé un service de médiation à l'intention des entreprises pour la résolution de conflits et le développement personnel. Les employeurs sont ainsi à même de proposer des heures de coaching à leur personnel en cas de conflits, mobbing, harcèlement sexuel et discrimination.

Infos: <https://frac.ch/fr/>

MARCHÉ DU TRAVAIL

L'efficacité durable

Andrea Frommherz dirige le frac depuis toujours. Une gestion pragmatique du Centre d'information et de consultation pour femmes et hommes à Biel nous permet de fêter 20 ans de succès en 2019.

PAR ISABELLE WÄBER

BIEL BIENNE: Comment le frac a-t-il débuté en 1999?
 Andrea Frommherz: À l'origine, c'était un projet. Nous étions trois dans une seule salle, Fabienne Hostettler et moi, ainsi qu'une employée au petit pourcentage pour la comptabilité. On a grandi au fil des années, mais le concept n'a jamais changé: le conseil en matière de conciliation vie familiale et vie professionnelle, des prestations bilingues ouvertes tant aux femmes qu'aux hommes. Nous soutenons les parents dans leurs choix, nous nous adaptons aux besoins de la société.

Comment la société a-t-elle évolué en 20 ans?

Aujourd'hui, moins de femmes optent pour de long congés parentaux. Elle préfèrent multiplier les «mini-jobs» même sans lien avec leurs compétences. De manière générale, les couples font des choix plus conscients dans des modèles moins traditionnels. Ils réfléchissent par exemple à l'éventualité que la mère prenne le relais si le père n'est pas en mesure de travailler. Il y a aussi plus de souplesse dans les horaires de travail respectifs.

Quelles situations rencontrez-vous le plus souvent?

Nous ne conseillons pas que les personnes en recherche d'emploi. Des personnes bien qualifiées et ayant un emploi nous consultent régulièrement en cas de crise ou d'épuisement professionnel par exemple. Elles ne veulent pas forcément changer de poste, mais juste régler un conflit ou réévaluer

Andrea Frommherz: «Aujourd'hui, moins de femmes optent pour de longs congés parentaux. Elles préfèrent multiplier les 'mini-jobs' même sans lien avec leurs compétences.»

obtenir nous aussi vermehrt Unterstützung von privater wie öffentlicher Seite. Wir sind von einer subventionierten Institution zu einem Non-Profit-Unternehmen geworden.

Wo liegen Ihre Stärken, was sind Ihre Ziele?

Unsere Stärken sind Erfahrung und Zweisprachigkeit. Sämtliche Kundinnen und Kunden können wir in ihrer Muttersprache beraten. Wir streben die Erneuerung der Labels durch das Forum für Zweisprachigkeit an. Das wäre ein schönes Geschenk zum 20-Jahr-Jubiläum! Wir verfolgen weitere Ziele: Zunächst mehr Frankophone ansprechen, Eltern und Frauen, die ihr Berufsleben planen. Die Lösungen liegen dabei bei ihnen selber, wir sind da, um sie zu beraten. Wir wollen die Selbstwirksamkeit bei Arbeitslosen stärken und Arbeitgeber animieren, neue Gesellschaftsformen zu berücksichtigen. Schliesslich haben wir einen Business Mediation Service zur Konfliktlösung und Personalentwicklung initiiert. Arbeitgeber können ihren Mitarbeitern auf diese Weise Beratungen im Falle von Konflikten, Mobbing, sexueller Belästigung und Diskriminierung anbieten. ■

Infos: <https://frac.ch>

Wie hat sich die Gesellschaft in den letzten zwanzig Jahren entwickelt?

Heute wählen weniger Frauen einen langen Elternurlaub. Sie nehmen vermehrt «Mini-Jobs» an, auch wenn diese nicht mit ihren Kompetenzen zusammenhängen. Allgemein wählen Paare heute bewusster und bevorzugen weniger traditionelle Modelle. Sie denken zum Beispiel über die Möglichkeit nach, dass die Mutter das Einkommen bestreitet, wenn der Vater nicht arbeiten kann. Auch die Arbeitszeiten sind flexibler geworden.

Welche Situationen treffen Sie am häufigsten an?

Wir beraten nicht nur Stellensuchende. Uns kontaktieren oft gut ausgebildete Leute, die eine Stelle haben, sich aber beispielsweise in einer Krise befinden oder an einer beruflichen Überforderung leiden. Sie wollen auch gar nicht den Job wechseln, sondern einen Konflikt klären oder eine Anpassung des Lohns erwirken. Oft beginnen wir damit, das Selbstvertrauen zu stärken, was Betroffenen hilft, den Wert ihrer Arbeit zu schätzen, dessen Wirkungen zu erkennen sowie die eigenen Bedürfnisse.

Mit welcher Strategie behaupten Sie sich?

Zunächst waren Frauen unser Zielpublikum. Dann stiessen die Väter hinzu. Man darf nicht vergessen: Um alles unter einen Hut zu bringen, braucht es einen Vater! Bis vergangenes Jahr leisteten wir zirka 1200 Beratungsstunden für 600 Personen. Weil das eidgenössische Gleichstellungsbüro die Subventionen um eine Viertelmillion Franken kürzte, mussten wir unsere Strategie überdenken. Wir haben unsere Leistungen angepasst. So beraten wir vermehrt Gruppen und haben die Finanzstrategie geändert. Wir sind im Raum Biel, Seeland und Berner Jura sehr gut aufgestellt. Daher

SPOTS

■ **COOP:** Zehntausende von Freiwilligen haben sich am «Tag der guten Tat» ihre Solidarität gegenüber ihren Mitmenschen und ihrer Umwelt gezeigt: Gross und Klein, von Kindern, Familien, Vereinen über Coop-Mitarbeitende bis hin zu Promis waren in der Schweiz, waren aktiv. «Was alle Beteiligten an diesem Tag auf die Beine gestellt haben, ist fantastisch», freut sich Joos Sutter, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Coop. «Die Coop-Partner des «Tags der guten Tat» – Schweizerisches Rotes Kreuz (SRK), WWF Schweiz, die sozialen Organisationen Schweizer Tafel und «Tischlein deck dich» sowie die Pfadis – organisierten schweizweit Mitmach-Aktionen. Dabei wurde in vier Zentren des SRK Blut gespendet. Die Schweizer Tafel und «Tischlein deck dich» sammelten insgesamt sechs Tonnen Lebensmittel für Bedürftige. Der WWF Schweiz säuberte mit freiwilligen Helfern – darunter auch Joos Sutter – diverse Gewässer und Wälder von Abfall. Auch die Pfadis waren im Einsatz: Rund 50 Abteilungen der Pfadibewegung putzten Flüsse, sammelten Alt-Papier, bauten Bienenhäuschen oder setzten sich für nachhaltiges Einkaufen ein. bb

■ **SWATCH DRIVE THRU:** Vendredi dernier, Swatch a inauguré une boutique unique au monde devant le nouveau siège du Swatch Group à la rue Nicolas G. Hayek. Il s'agit d'un drive-in où l'on peut s'acheter, en première mondiale, des «aliments au poignet». Tout en restant assis dans son véhicule, on peut obtenir la montre de son choix qui est remise à un guichet. Une collection fruitée de Swatch est exclusivement vendue à ce shop biennois, elle est livrée dans un emballage semblable à ceux d'un fast food. Le pavillon de 40 m² présente aussi les autres collections de Swatch et l'on peut même y produire une montre personnalisée. «Nous voulions faire un pied de nez au commerce en ligne en créant quelque chose de provocant», a souligné Alain Villard, directeur du marché suisse de Swatch. «Il n'y avait pas de Swatch-Store jusqu'ici à Biel, la nouvelle boutique se devait donc d'être très spéciale.» C'est le rappeur biennois Nemo qui l'a inaugurée officiellement au volant de la SMART de Swatch, le prototype de 1993 qui a été remis en circulation après une cure de jouvence pour l'occasion. RJ

■ **HAUS POUR BIENNE – ZERO WASTE:** Ein Drittel der neuen Kleider wird nie getragen, manche Kosmetikartikel vergammeln in Duschhäuschen, das Rührgerät landet nach zweimaligem Gebrauch im Abfall. Überfluss und Verschwendung sind ein Ärgernis der modernen Zivilisation. Die Energiestadt Biel und der Verein Zero Waste Switzerland wollen Gegensteuer geben und organisieren im Haus für Biel einen interaktiven Workshop zu den Themen Kosmetik, Hygiene, Reinigung, Kleidung und Haushalt, um Tipps und Tricks weiterzugeben. Es werden Beispiele gezeigt, wie beim Einkaufen, durch eigene Herstellung oder mit der Wiederverwertung und Aufwertung von Produkten und Kleidern, Abfälle massgebend reduziert werden können oder zusätzlicher Konsum verhindert wird. Eine Anmeldung ist erforderlich. Haus für Biel, Kontrollstrasse 22, Biel, Donnerstag, 20. Juni, 18.30 bis 20.30 Uhr. Kosten: 20 Franken für Nicht-Mitglieder des Vereins Zero Waste Switzerland, 10 für Studenten und Mitglieder des Vereins Zero Waste Switzerland. Sprache: Präsentation auf Deutsch, die Referentin ist zweisprachig (D/F). Anmeldung: zerowasteswitzerland.ch/events HUA



PHOTO: ZVG

BIEL BIENNE
 Ihr Einkaufs-Zentrum!

coop

51% auf Rindshackfleisch, CH/A, 2 x 500 g	10.00	statt	20.50
50% auf Nektarinen gelb (exkl. Bio und Primag.), kg	2.95	statt	5.95
21% auf Le Gruyère, AOP, 2 x 280 g, 100 g	1.50	statt	1.90
50% auf Shiraz/Cabernet Sauv./Merlot, 6 x 75 cl	52.50	statt	105.00
44% auf Finish All in 1 Tabs Edition Alpine, 90 Stk.	22.95	statt	41.00

MIGROS

Zweifel Chips, 175/280 g, 1.-günstiger, z. B. Paprika 280 g	4.70	statt	5.70
50% auf 7up, Pepsi, Schwip Schwap, z. B. Pepsi, 6 x 1,5 l	5.50	statt	11.00
30% auf Schweinefilet, CH, 100 g	4.30	statt	6.20
Solange Vorrat:			
20% auf Cornatur Grill Ribs, 2 x 200 g.	7.80	statt	9.80

OTTO'S

Nikos Sculpture homme, EdT vapo 100 ml	29.90	au lieu de	106.00
Marqués de Cáceres, Rioja Crianza D.O.Ca 2015, 75 cl	9.95	au lieu de	13.95
Mars, Snickers ou Twix, paquet de 12	3.95	au lieu de	5.20
Pringles, par ex. Paprika, 165 g	1.75	au lieu de	2.50
Sinalco ou Elmer Citro, 6 x 1,5 litre	7.95	au lieu de	13.20

Volg

Melons charentais, Espagne/France, pièce	3.20	au lieu de	4.40
Salade pommée rouge, Suisse, pièce	0.95	au lieu de	1.70
Mozzarella Emmi, bloc en saumure, 225 g	2.40	au lieu de	3.25
Légumes au vinaigre Chirat, cornichons, 230 g	3.20	au lieu de	4.30
Chocolat Munz, barres au lait, 33 x 23 g	14.95	au lieu de	26.00
Papier hygiénique Hakle, 3 épaisseurs, 24 rouleaux	15.90	au lieu de	23.90

MANOR FOOD

Mozzarella di Bufala Alento, Italie, 250g	5.25	au lieu de	7.50
Tomates en grappe, Suisse, kg	2.75	au lieu de	3.95
Entrecôte parisienne de bœuf, rassise 21 jours, 100 g	3.95	au lieu de	5.95
Filet de canard, France, alimentation végétale, 100 g	2.85	au lieu de	3.85
Whispering Angel, Côtes de Provence AOC 2018, 75 cl	20.90	au lieu de	27.90
Filet royal de cabillaud, Atlantique Nord-Est, 100 g	3.45	au lieu de	4.95