

«Für Verleger ist die zweisprachige Region eine spezielle Herausforderung»

Herr Gassmann, Ihr Verlag gibt das «Bieler Tagblatt» und das «Journal du Jura» heraus. Wäre es nicht eine Überlegung wert, für die Region eine einzige Zeitung zu publizieren?

Natürlich ist es teurer, wenn zwei Redaktionen zwei Zeitungen produzieren. Die Idee ist aber nicht realistisch. Nur schon der Sprachen wegen nicht. Die geografische Abdeckung unserer zwei Tageszeitungen ist im Übrigen nicht ganz die gleiche.

«Biel-Bienne» erscheint auch zweisprachig. Das scheint niemanden zu stören?

Für eine Gratis-Wochenzeitung mag das passen. Wenn der Leser seine Zeitung abonniert, erwartet er etwas anderes. Es entspricht nicht seinem Bedürfnis, den identischen Inhalt in zwei verschiedenen Sprachen zu lesen und dafür erst noch zu bezahlen.

Hätte die sogenannte «Dreiseenregion» eine Tageszeitung, die ihr Gebiet abdeckt, würde sie aber bestimmt stärker als solche wahrgenommen?

Bestimmt, denn Tageszeitungen haben eine Leuchtturmfunktion. Aber in diesem Fall funktioniert das nicht. Die «Dreiseenregion» erstreckt sich über die Kantone Waadt, Freiburg, Neuenburg und Bern. Sie deckt zudem mehrere Subzentren ab. Ein gemeinsamer Mantelteil, wie ihn etwa die erfolgreiche Mittellandzeitung pflegt, das wäre schon eher möglich. Aber auch da stellt sich das Sprachproblem.

Die Zweisprachigkeit stellt für Sie als Verleger also ein Hindernis dar?

Nicht immer. Es ist gleichzeitig auch eine Chance. Vielleicht hat sie uns geholfen, eigenständig zu bleiben. Sie stellt an unser Unternehmen und mich als Verleger besondere Ansprüche. Diese Herausforderung kann



Verleger / éditeur Marc Gassmann

allfällige Konkurrenten davon abhalten, hier aktiv zu werden. Oder sie werden aktiv und ziehen sich bald wieder zurück, das gab es auch schon.

Das Haus Gassmann war national für ihr Engagement beim EHC Biel bekannt. Wie sieht es heute damit aus?

Wir sind immer noch einer der grössten Sponsoren des Klubs.

Der EHC ist für die Region nach wie vor ein wichtiger Image-träger und damit auch für uns immer noch von besonderem Interesse.

Sie selber sind eher der Kultur, im speziellen der bildenden Kunst, zugewandt?

Wo sich der Verlag engagiert, ist weniger durch meine Person geprägt. Im Mittelpunkt steht das Unternehmen und seine Produkte. Wir engagieren uns in vielen Bereichen. Events beispielsweise sind für uns generell interessant, egal ob sie Sport, Kultur oder die Wirtschaft betreffen. Die Comdays, aber auch die Lauftage (der international bekannte 100km-Lauf) oder die sehr attraktiven und aktiven Bieler Museen etwa sind für die Region wichtig.

Künstlern stellen Sie ein Steindruckatelier zur Verfügung.

Nicht nur Künstlern. Das Atelier dient auch der Ausbildung. Wir bilden 22 Lehrlinge aus. Dass sich der Offsetdruck aus dem Steindruck entwickelt hat, ist für sie sehr lehrreich. Aber natürlich fördern wir einheimisches, regionales Kunstschaffen gerne, das scheint mir wertvoll

Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen die grössten Herausforderungen für die Zukunft?

Die Printmedien bilden weiterhin die Basis. Aber bestimmt ist auch die Chance der neuen Medien sehr interessant. TeleBilingue, an dem wir beteiligt sind, entwickelt sich sehr erfreulich. Die Nutzung von Informationen und Daten aus Datenbanken für Crossmedia zu nutzen ist ein äusserst spannendes Gebiet.

Neue Medien fokussieren auf genauer definierte Zielgruppen als die Tageszeitungen. Müssen die Redaktionen umdenken?

Die Tageszeitung als Basismedium hat auch eine wichtige Servicefunktion. Die Redaktion muss der sich verändernden Mediennutzung Rechnung tragen. Mit einem interessanten Artikel können Sie Interesse für ein Thema wecken. Sie finden in der Zeitung wertvolle Informationen, die sie nicht aktiv suchen. Das wird so bleiben. Denken Sie nur daran, wie viele Menschen dank der Zeitung eine Stelle gefunden haben, obwohl sie gar nicht auf Stellensuche waren!

■ www.gassmann.ch

«Pour les éditeurs, le bilinguisme est un défi particulier»

Monsieur Gassmann, vous publiez le «Bieler Tagblatt» et le «Journal du Jura». N'avez-vous jamais envisagé de ne publier qu'un seul journal pour la région?

Bien entendu, il est plus onéreux de produire deux journaux avec deux rédactions différentes. Mais l'idée d'un seul journal n'est pas réaliste, ne serait-ce que parce que nous touchons deux régions linguistiques. En outre, la couverture géographique des deux journaux n'est pas tout à fait identique.

L'hebdomadaire «Biel-Bienne» est bilingue et personne ne s'en plaint...

Certes, mais «Biel-Bienne» est gratuit. Si un lecteur souscrit un abonnement, il attend autre chose. Il souhaite trouver des informations particulières, plutôt que le même contenu en deux langues.

Un quotidien couvrant toute la région des Trois-Lacs ne permettrait-il pas à celle-ci d'être perçue plus fortement comme une véritable entité régionale?

Les quotidiens ont certes une «fonction phare». Dans le cas de la région des Trois-Lacs, cela ne fonctionne malheureusement pas. La région s'étend sur les cantons de Vaud, de Fribourg, de Neuchâtel et de Berne; elle recouvre aussi plusieurs sous-régions. On pourrait bien sûr reprendre la formule à succès de la «Mittellandzeitung» et envisager de publier des cahiers communs. Mais, on se heurte toujours au problème de la langue.

Cela veut-il dire que pour vous, en tant qu'éditeur, le bilinguisme constitue un obstacle?

Pas toujours. Le bilinguisme est aussi une chance; il nous a peut-être permis de conserver notre autonomie. Il pose certes certaines exigences aux entreprises, ainsi qu'à l'éditeur que je suis. Il peut aussi dissuader d'éventuels concurrents de venir s'installer ici, ou, comme

cela est arrivé dans le passé, amener ceux qui ont voulu relever le défi à rapidement jeter l'éponge.

La maison Gassmann était connue dans tout le pays pour son engagement en faveur du Hockey-Club Bienne. Qu'en est-il aujourd'hui?

Nous sommes toujours l'un des principaux sponsors du club. Comme par le passé, le Hockey-Club Bienne contribue fortement à l'image de la région, ce qui est toujours intéressant pour nous.

Vous-même, vous êtes plutôt tourné vers la culture, en particulier les arts plastiques.

L'engagement des Editions Gassmann n'est pas dicté par mes goûts personnels. L'accent doit porter sur l'entreprise et ses produits. Nous nous engageons dans de nombreux domaines. Nous nous intéressons aux manifestations d'envergure, qu'elles soient liées au sport, à la culture ou à l'économie. Les Journées biennoises de la communication, mais aussi les Courses de Bienne (internationalement connues sous le nom des «100 km de Bienne») ou les remarquables expositions mises sur pied par les musées de la ville revêtent une importance particulière pour la région.

Vous mettez pourtant un atelier de lithographie à disposition des artistes.

L'atelier n'est pas ouvert uniquement aux artistes. Nous l'utilisons pour la formation de nos vingt-deux apprentis. Il est très instructif pour eux de comprendre comment l'impression offset s'est développée à partir de la lithographie. Il me tient aussi à cœur, il est vrai, que notre maison d'éditions encourage par ce biais des artistes de la région.

A votre avis, quels sont les principaux défis que votre entreprise va devoir relever à l'avenir?

La presse écrite reste la base, mais il est certain que les nouveaux médias offrent également des opportunités intéressantes. TeleBilingue, dont nous sommes membres du conseil de fondation, évolue de manière très réjouissante. La possibilité d'utiliser des informations issues de banques de données pour le cross-média ouvre de belles perspectives.

Les nouveaux médias s'adressent à des catégories de la population bien précises, contrairement aux quotidiens. Les rédactions devront-elles évoluer?

En tant que média de base, le quotidien a aussi une importante fonction de services. Toutefois, les rédactions doivent prendre en considération les changements intervenus dans l'utilisation des médias. Un bon article suscite parfois de l'intérêt pour un sujet donné. En ouvrant son journal, le lecteur tombe en outre sur des informations utiles qu'il ne cherchait pas activement. Songez par exemple à toutes les personnes qui ont trouvé un emploi grâce à une annonce parue dans le journal, alors qu'elles n'étaient même pas à la recherche d'un nouveau poste. La presse quotidienne doit absolument maintenir ces services.

■ www.gassmann.ch