



Persoenlich  
8003 Zürich  
043 960 79 00  
www.persoenlich.com

Medienart: Internet  
Medientyp: Fachpresse  
UUpM: 100'000  
Page Visits: 246'992

**Online lesen**

Themen-Nr.: 377.009  
Abo-Nr.: 377009

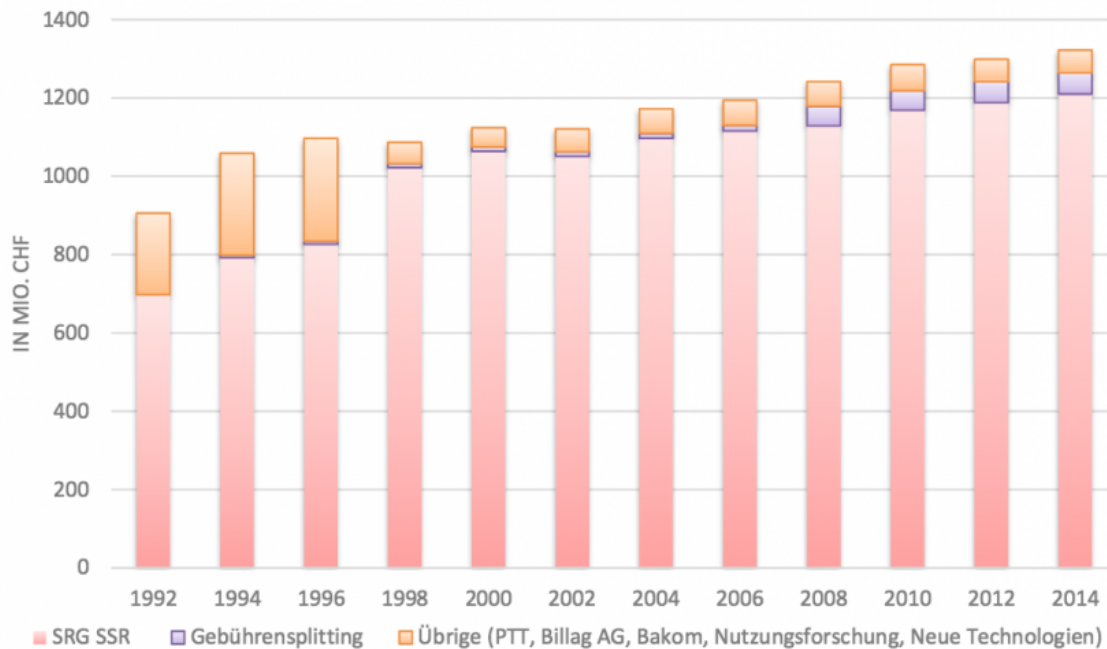
02.06.2016

Verband Schweizer Medien

## Effektive Nutzung soll in Medienförderung einfließen

Der VSM verlangt ein neues Fördermodell für Radio und Fernsehen und stützt sich dabei auf eine Studie der Universität St. Gallen. Die Verfasser schlagen eine unabhängige Evaluation förderungswürdiger Medieninhalte vor, die auch den Konsum miteinbezieht.

**Abbildung 4: Verteilung der Radio- und Fernsehgebühren<sup>51</sup>**

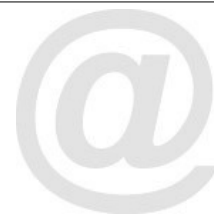


Der Verband Schweizer Medien schlägt gestützt auf eine Studie ein neues Fördermodell für Radio und Fernsehen vor. Die effektive Nutzung von Inhalten durch Konsumentinnen und Konsumenten soll in die Steuerung der Medienförderung einfließen, wie der Verband am Donnerstag mitteilte. Die Studie zur «Neugestaltung des Programmauftrags der audiovisuellen Medien im digitalen Zeitalter» kommt zum Schluss, dass die aktuelle Medienpolitik bei Radio und TV negative Auswirkungen auf andere Medienformen zeigt.

Eine verstärkte Regulierung der öffentlich finanzierten Programmveranstalter sei nötig. Peter Hettich (Universität St. Gallen) und Mark Schelker (Universität Freiburg) schlagen in der Studie eine Neuregelung vor, die «eine unabhängige Evaluation förderungswürdiger Medieninhalte sicherstellt und dabei auch deren Konsum miteinbezieht». Das Parlament solle die Höhe der Gesamtsubvention von Medieninhalten festlegen. Die Verteilung an die Medien soll dann durch politisch unabhängige Gremien auf Basis tatsächlich erbrachter Leistungen erfolgen.

Gefordert wird neben der Festlegung von Qualitätskriterien auch die Messung der effektiven Nutzung der geförderten Inhalte. Dabei sei auf den Marktanteil abzustützen. Über die Gebührenfinanzierung entscheiden solle somit Qualität und effektive Nutzung. Bereits existierende Modelle zu Medienförderung fokussierten ausschliesslich auf die Produktion und Ausstrahlung von Inhalten, ohne dabei den eigentlichen Konsum dieser Inhalte und deren Erfolg zu messen, heisst es in der Mitteilung. (sda/wid)

Datum: 02.06.2016



Persoenlich  
8003 Zürich  
043 960 79 00  
www.persoenlich.com

Medienart: Internet  
Medientyp: Fachpresse  
UUpM: 100'000  
Page Visits: 246'992

Online lesen

Themen-Nr.: 377.009  
Abo-Nr.: 377009

Bild: Grafik Studie, sie zeigt die Verteilung der Radio- und Fernsehgebühren im Zeitverlauf.

02.06.2016