



Online-Ausgabe

Klein Report
8008 Zürich
043/ 244 92 80
www.kleinreport.ch

Medienart: Internet
Medientyp: Fachorganisationen
Page Visits: 41'000

[Online lesen](#)

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

zurück

Forderung nach Subventionsrelevanz von Inhalte-Nutzung

Donnerstag

2.6.2016

Medien / Publizistik

Genauso wie Werbeeinnahmen im TV- oder Pressebereich direkt davon abhängen, wie viele Zuschauerinnen oder Leserinnen ein Medium erreicht, sollen künftig auch staatliche Subventionen im Radio - und TV - Bereich davon abhängen, wie häufig die Inhalte effektiv konsumiert werden. Diese Forderung formuliert eine Studie, die im Auftrag des Verbands Schweizer Medien (VSM) erhoben wurde.

Die beiden Professoren Peter Hettich von der Universität St. Gallen und Mark Schelker von der Universität Freiburg entwickelten im Rahmen ihrer Studie Ideen zur « Neugestaltung des Programmauftrags der audiovisuellen Medien im digitalen Zeitalter ». Dabei kamen sie zum Schluss, dass die aktuelle Medienpolitik im Radio - und TV - Bereich negative Auswirkungen zeigt.

Hettich und Schelker fordern in ihrer Studie, dass die effektive Nutzung von Inhalten durch Bürgerinnen und Bürger in die Steuerung der Medienförderung einfließen soll. Die Höhe der Subventionen und der gemessene Konsum sollen neu in direktem Zusammenhang stehen. Denn nur mit dem Konsum der Inhalte könne die erhoffte positive Wirkung der subventionierten Medien zur politischen, gesellschaftlichen oder wirtschaftlichen Berichterstattung auch wirklich eintreten.

« Eine Koppelung der Subvention an die erreichten Konsumenten schafft starke Anreize, dass diese durch die Produzenten auch erreicht werden wollen. Inhalte mit meritorischem Charakter hätten damit eine grössere Wahrscheinlichkeit, in attraktive und innovative Formate und in den Hauptsendezeiten ausgestrahlt zu werden », argumentieren die Studienverantwortlichen. Das führe wiederum dazu, dass sich die Effektivität der Subventionen erhöht.

Der Verband Schweizer Medien befürwortet die Idee, dass Subventionen - genauso wie die Werbeeinnahmen privater Medienunternehmer - von der effektiven Inhaltsnutzung abhängig gemacht werden. Gleichzeitig steht der Verlegerverband einer Ausdehnung der Medienförderung kritisch gegenüber. « Um eine funktionierende Medienversorgung sicherzustellen, müssen die wettbewerblichen Strukturen zwischen privaten und öffentlichen Medien erhalten werden », so das Hauptargument der Verleger.

Alleine vom Konsum soll die Subventionshöhe allerdings nicht abhängig gemacht werden: Daneben sollen gemäss der Studie weiterhin qualitative Beurteilungskriterien eine wichtige Rolle spielen. Ausserdem sollen nicht nur eine, sondern mehrere Institutionen darüber entscheiden, welche Inhalte « förderungswürdig » sind.