

Rapperswil, 12. Mai 2020

Medienmitteilung: Verband Schweizer Online-Medien (VSOM) zur Medienförderung

Groteske und unsoziale Medienförderung des Bundes

Für den Verband der Schweizer Online Medien (VSOM) ist die geplante Medienförderung des Bundes «unsozial». Sie würde einen Grossteil der Bevölkerung und die weniger begüterten Bürger beiseitelassen und zugleich die heutigen Medienmonopole zementieren.

Der Verband der regionalen und lokalen Schweizer Online-Medien (VSOM) hat sich gegenüber Bundesbern in einer erbetenen Stellungnahme zur Medienförderung geäussert. Er warnt darin vor der marktverzerrenden Idee, im Online-Bereich nur abonnierte Medien zu fördern. Der Verband will dieses Vorhaben notfalls durch ein Referendum oder eine Volksinitiative bekämpfen und teilt mit:

Groteske Idee des Bundes

Es ist grotesk, dass der Bund schwergewichtig die aussterbenden Zeitungen und nur Online-Medien fördern will, die abonniert sind. Damit würden die kostenlos zugänglichen, meist lokalen und regionalen Online-Medien bewusst vom Markt verdrängt. Zugleich würden damit die heutigen Medienmonopole der Grossverlage zementiert. Damit würde die lokale und regionale Berichterstattung gänzlich verarmen, was vielerorts schon heute der Fall ist.

Keine unsoziale Medienförderung

Mit seiner einseitigen Medienförderung würde Bundesbern sein eigenes Ziel gleich selbst sabotieren, nämlich, dass die Medienvielfalt gefördert und alle Bürger mit demokratierelevanter Information versorgt werden. Nur mit der Stützung von Zeitungen und abonnierten Online-Diensten würde das Gegenteil von dem erreicht, was anvisiert ist. Ist doch rundum bekannt, dass den Zeitungen die Abonnenten ausgehen und nur wenige Bürger bereit sind, Online-Medien zu abonnieren.

Die demokratieschädliche Idee, nur abonnierte Online-Medien zu fördern, wäre zudem **in höchstem Masse unsozial**. Sind die gratis zugänglichen Online-Medien aufgrund der Förder-Benachteiligung dereinst gezielt eliminiert worden, sind die Bürger faktisch gezwungen, nach Radio und Fernsehen auch noch ein Online-Medium zu abonnieren, um sich über staatliche Belange zu informieren. Da dies bekanntlich nicht funktioniert, würden sich viele Bürger noch mehr ausländischen Inhaltsanbietern und Social Media zuwenden. Das kann nicht Ziel einer basisorientierten Demokratie sein.

Die Fakten liegen auf dem Tisch

Was selbstverständlich sein müsste: Die Medienförderung darf nicht aus der Sicht der Verleger gedacht werden. Es müssen die Medienkonsumenten ins Zentrum des Denkens rücken. Und diese haben ihre Wahl längst getroffen: Alle nationalen Medienkanäle verlieren an Lesern – ausser Online. **61 Prozent der Mediennutzer beziehen ihre Nachrichten online**, währenddem es bei den Zeitungen nur noch 32 Prozent sind. (Siehe Kasten).

In vielen Ländern hat die Politik schon länger realisiert, welche Gefahren lauern, wenn nur Grossverlage gefördert werden und sich die Medienlandschaft noch weiter ausdünnert. Sie haben erkannt, dass es auch Medien braucht, die sich im lokalen und regionalen Bereich engagieren und fördern diese gezielt. In der Schweiz aber will man sie abstrafen.

Katastrophalen Fehler vermeiden

Mit der angedachten, marktverzerrenden Medienförderung würde der Bund einen katastrophalen Fehler begehen, welcher die Schweizer Medienlandschaft nachhaltig negativ beeinflussen würde. Insbesondere die lebendige Information im Lokalbereich ginge gänzlich verloren. Der Bund würde die Medienvielfalt abwürgen. *Und er würde die Mehrheit und die finanziell schwache Bürgerschaft, also all jene, die kein Online-Abonnement bezahlen möchten oder können, aus der «demokratierelevanten» Information ausschliessen. Ein solches Gedankengut ist aus medialer und sozialer Sicht rundum abzulehnen.*

Kasten

Die von der Universität Zürich erhobene «Entwicklung der Nutzungshäufigkeit der Mediengattungen zu Informationszwecken» zeigt, wie wichtig die Online-Medien geworden sind, und dass dieser Mediensektor als gesamte Gattung ins Blickfeld der Medienförderung rücken muss.

	<u>Bedeutungszunahme</u>	
Online	Von ca. 52 % auf ca. 61 %	Plus 9 %
Social Media	Von ca. 66 % auf ca. 70 %	Plus 4 %
	<u>Bedeutungsverlust</u>	
Abonnements-Zeitungen:	Von ca. 57 % auf ca. 32 %	Minus 25 %
TV	Von ca. 76 % auf ca. 52 %	Minus 24 %
Radio	Von ca. 76 % auf ca. 60 %	Minus 16 %
Pendlerzeitungen:	Von ca. 52 % auf ca. 38 %	Minus 14 %
Sonntag/Magazine	Von ca. 35 % auf ca. 22 %	Minus 13 %
Boulevardpresse	Von ca. 16 % auf ca. 12 %	Minus 4 %

Die Fakten sind klar:

- Die Nutzung von Online-Medien zu Informationszwecken ist bedeutender als alle anderen Mediengattungen.
- Junge Menschen können praktisch nur noch Online erreicht werden.
- Auch ältere Menschen konsumieren immer häufiger regionale Online-Portale, weil sie sich kein (Zeitung-) Abonnement mehr leisten können oder leisten wollen.
- Nur mit Online kann lokal und regional noch Medienvielfalt geschaffen werden.
 - Printmedien verlieren permanent Leser. Ihren Verlagen Geld nachzuschüssen, um deren Monopole zu festigen, liegt nicht im Interesse der Medienkonsumenten.

Verband Schweizer Online-Medien (VSOM)

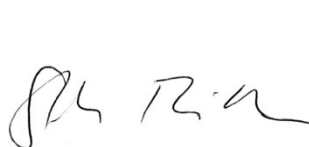
Der Vorstand



Bruno Hug
Präsident
linth24.ch



Roman Jäggi
Vorstand
soaktuell.ch



Stefan Millius
Vorstand
dieOstschweiz.ch



Jürg Huber
Vorstand
glarus24.ch

Beilage/Anhang: Stellungnahme VSOM gegenüber Bund vom 7. Mai 2020