

Liechtenstein
Politische Schriften

BAND 37

Wilfried Marxer

Medien in Liechtenstein

Strukturanalyse der Medienlandschaft
in einem Kleinstaat

Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft

© 2004 Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft
FL-9494 Schaan, Postfach 829
ISBN 3-7211-1055-2
Satz: Atelier Silvia Ruppen, Vaduz
Druck: Hilty Buch- und Offsetdruckerei Anstalt, Schaan

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Vorwort

Diese Arbeit entstand im Rahmen eines Forschungsprojektes am Liechtenstein-Institut in Bendern. Ich möchte mich beim Liechtenstein-Institut bedanken, dass ich dieses Projekt durchführen konnte und weise bei dieser Gelegenheit darauf hin, dass ich als Autor in der wissenschaftlichen Forschung frei war und daher auch die alleinige Verantwortung für den Inhalt dieser Arbeit trage. Allen, die direkt oder indirekt zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen habe, danke ich herzlich. Von verschiedenen Seiten wurden Informationen und Fakten beige-steuert, einzelne Kapitel wurden gegengelesen und Anregungen gemacht. Insbesondere bin ich Prof. Dr. Frank Marcinkowski zu Dank verpflichtet, der in einem parallelen Forschungsprojekt am Liechtenstein-Institut zur öffentlichen Kommunikation über Sachfragen einen wertvollen fachlichen Austausch ermöglichte. Im Rahmen dieser beiden Forschungsprojekte wurden auch verschiedene Veranstaltungen durchgeführt, an denen eine grosse Zahl von Fachleuten und Praktikern einen Beitrag leisteten. Dies gilt insbesondere für die Vortrags- und Diskussionsreihe «Massenmedien und politische Kommunikation im Fürstentum Liechtenstein» im Januar/Februar 2001, die den Auftakt zu beiden Forschungsprojekten markierte. Schliesslich danke ich auch einem anonymen Gutachter einer Schweizerischen Universität für das kritische, aber dennoch positive Feedback sowie den Mitgliedern des Wissenschaftlichen Rates des Liechtenstein-Instituts für die Publikationsempfehlung. Dem Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft möchte ich dafür danken, dass ich die Arbeit in der Reihe «Liechtenstein Politische Schriften» veröffentlichen kann. Der Dank geht dabei insbesondere an den Verlagsleiter Norbert Jansen, an Margot Sele für das Korrektorat und das Atelier Silvia Ruppen für die Gestaltung.

Die Medien sind einem dynamischen Prozess unterworfen und es besteht die Gefahr, dass einzelne Kapitel und Abschnitte dieses Buches

schnell veralten und daher laufend aktualisiert werden müssten. Die Arbeit wurde im Wesentlichen im September 2003 abgeschlossen, im Rahmen der Überarbeitung wurden jedoch noch vereinzelt Aktualisierungen bis Mai 2004 vorgenommen. Es bleibt zu hoffen, dass die Medienforschung im Fachbereich Politikwissenschaft am Liechtenstein-Institut weitergeführt werden kann, auch wenn die finanziellen und personellen Ressourcen des Instituts limitiert sind. Es ist eine Daueraufgabe, mit dem internationalen Stand der Forschung Schritt zu halten. Dass dies im Bereich der Medienforschung nun ansatzweise gelungen ist, wird auch dadurch dokumentiert, dass im Rahmen des Forschungsprojektes wiederholt auch ein Länderbericht Liechtenstein im Internationalen Handbuch Medien des Hans-Bredow-Instituts in Hamburg veröffentlicht werden konnte. Ein Anfang ist gemacht.

Dr. Wilfried Marxer

Inhaltsverzeichnis

1	<i>Einleitung</i>	11
1.1	Vorbemerkung	11
1.2	Medienforschung in Liechtenstein	12
1.3	Bezüge zur internationalen Forschung	14
2	<i>Mediengeschichte</i>	21
2.1	Printmedien	21
2.2	Radio	50
2.3	Fernsehen	70
2.4	Medienökonomische Betrachtungen zur liechtensteinischen Medienlandschaft	81
2.5	Zusammenfassung	87
3	<i>Die liechtensteinischen Tageszeitungen – eine quantitative Längsschnittanalyse</i>	90
3.1	Steigerung des Umfangs	91
3.2	Werbeseiten und Werbeanteil	94
3.3	Der redaktionelle Teil	95
3.4	Illustration und Aufmachung	97
3.5	Zusammenfassung	100
4	<i>Medienrecht</i>	101
4.1	Verfassung und Grundrechte	103
4.2	Internationales Recht	116

4.3	Gesetze und Verordnungen	123
4.4	Zusammenfassung	167
5	<i>Mediennutzung</i>	170
5.1	Printmedien	170
5.2	Elektronische Medien	192
5.3	Mediennutzung und Meinungsbildung	220
6	<i>Journalistenverbände in Liechtenstein</i>	234
6.1	Internationaler Liechtensteiner Presseclub	234
6.2	Der Kommentar	242
7	<i>Medienschaffende</i>	246
7.1	Fragestellungen und Methode	247
7.2	Strukturdaten über Journalisten in Liechtenstein	254
7.3	Politische und publizistische Selbstbeurteilung	264
7.4	Journalistische Berufsrealität	271
8	<i>Journalistische Qualität und Ethik</i>	286
8.1	Vorbemerkung	286
8.2	Dimensionen und Messprobleme	286
8.3	Exkurs: Pressefreiheit – eine Innenansicht	288
8.4	Qualitätsbeurteilung	290
8.5	Funktionen der Medien in Liechtenstein	295
8.6	Zusammenfassung	298
9	<i>Zusammenfassende Betrachtungen</i>	299
9.1	Medienvielfalt und Medienarmut in Liechtenstein	299
9.2	Professionalisierung der Medien	300
9.3	Globalisierung, Kommerzialisierung und Monopolisierung der Medien?	301
9.4	Liberalisierung, Handlungsspielräume, Alternativen	303

10	<i>Literatur</i>	306
11	<i>Anhang</i>	322
11.1	Dokumente	322
11.2	Fragebogen der Nachwahlbefragung 2001 – Auszug	327
11.3	Medien in demokratischen Verfassungen	330
12	<i>Tabellen- und Abbildungsverzeichnis</i>	332

1 Einleitung

1.1 Vorbemerkung

Liechtenstein ist ein Ministaat mit beschränkten Ressourcen. Dieses Grundproblem zeigt sich auch in der Medienlandschaft, die sich erst relativ spät entwickelt und nie eine grosse Vielfalt erreicht hat. Unübersehbar ist die enge Verbindung zwischen der Politik und den Medien, was sich in der bis in die Gegenwart im internationalen Vergleich untypischen Erhaltung einer Parteipresse manifestiert. Die beiden grossen und politisch dominierenden Volksparteien kontrollieren jeweils eine der beiden Tageszeitungen: die Fortschrittliche Bürgerpartei (FBP) das Liechtensteiner Volksblatt, die Vaterländische Union (VU) das Liechtensteiner Vaterland. Daraus darf aber nicht ohne weiteres der Schluss gezogen werden, dass die Medien in Liechtenstein unbedeutend sind, dass die Funktionen, die den Medien in einer Demokratie zugewiesen werden, nicht erfüllt werden, oder dass die Meinungen und Einstellungen der Bevölkerung mit dem Instrument der Parteipresse nach Belieben manipulierbar sind. Ziel der Arbeit ist es, ein differenziertes Bild der Medien in Liechtenstein zu entwerfen. Dazu werden neben der medienrechtlichen Entwicklung und gegenwärtigen Lage eine umfassende Geschichte der Mediensektoren und der Einzelmedien, die Mediennutzung, die Situation der Medienschaffenden und die Medienverbände untersucht und dargestellt. Die Studie wird im Wesentlichen bei einer strukturanalytischen, empirisch belegbaren Bestandaufnahme der Mediensituation in Liechtenstein stehen bleiben. Eine weitergehende Analyse über die Rolle der Medien in der politischen Kommunikation in Liechtenstein wird im parallel durchgeführten Forschungsvorhaben von Marcinkowski¹ geleis-

¹ Marcinkowski (i.E.) 2004.

Einleitung

tet. In der vorliegenden Arbeit werden diesbezüglich nur selektiv an passenden Stellen Hinweise zum Verhältnis von Medien und Politik platziert. Es sei diesbezüglich insbesondere auf das Schlusskapitel mit dem Versuch einer Zusammenschau verwiesen.

1.2 Medienforschung in Liechtenstein

Die vorliegende Studie befasst sich mit den Medien in Liechtenstein. Im Gegensatz zu anderen Staaten handelt es sich dabei in Liechtenstein um ein weitgehend vernachlässigtes Forschungsthema. Eine bereits weiter zurückliegende, kurze und unvollständige Übersicht über die Geschichte der Printmedien in Liechtenstein stammt von Wohlwend.² Seit der Publikation Anfang der 80er Jahre haben jedoch einige wesentliche, neue Entwicklungen stattgefunden: Das Medienspektrum ist durch elektronische Medien (Radio, Fernsehen) erweitert worden, die heutigen Medienschaffenden waren vor 20 Jahren fast durchwegs nicht als hauptberufliche Journalisten tätig, wirtschaftliche Zwänge und gesetzliche Rahmenbedingungen haben sich geändert, der Konsum ausländischer Medien dürfte zugenommen haben, eine aussenpolitische Öffnung hat stattgefunden und nicht zuletzt hat sich auch in den Bedingungen und Einstellungen der Menschen einiges bewegt. Streitbare Stichworte dazu sind Tertiärisierung der Gesellschaft, kognitive Mobilisierung, Abbau sozialer Bindungen, liberalere Haltung usw. Auf parteipolitischer Ebene ist zunächst die Gründung der Freien Liste 1985/86 und deren Einsitz im Landtag seit 1993 als bisher einzige Partei neben den Grossparteien zu erwähnen. Ebenso bedeutsam ist das Ende der seit 1938 dauernden gemeinsamen Regierungskoalition der beiden Grossparteien FBP und VU nach den Wahlen 1997. Es folgte eine Alleinregierung der VU bis 2001, danach eine Alleinregierung der FBP.

Eine detailliertere Beschreibung der Medien mit wissenschaftlichem Anspruch ist weder retrospektiv noch bezogen auf die Gegenwart bisher geleistet worden. Die Medienforschung existiert bisher nur unsystematisch als Randprodukt anderer Forschungsprojekte oder mit den Medien als kleinem Teilaspekt. Lehmann hat sich mit der Kommuni-

² Wohlwend 1981.

kation in kleinräumigen Verhältnissen am Beispiel Liechtensteins auseinandergesetzt.³ Er ist zum Schluss gekommen, dass die Medien von der Politik dominiert werden, und dass die Regierung die eindeutige Meinungsführerschaft innehat.⁴ Diese zunächst auf Grund empirischer Evidenz plausibel anmutende Aussage ist aber doch mit Blick auf die Meinungsvielfalt der politischen Akteure, die Komplexität der politischen Kommunikation und nicht zuletzt auf die Frage nach der Bedeutung der Medien in Liechtenstein spezifischer zu überprüfen. Zudem hat sich im Nachgang der Untersuchung von Lehmann die Regierungskoalition von VU und FBP aufgelöst, sodass inzwischen die Parteizeitung der Opposition keinen Anlass mehr hat, als Regierungsorgan zu wirken.

Der Autor selbst hat in seiner Analyse des Wahlverhaltens ein Kapitel den Medien gewidmet, welches einen kurzen Abriss über die Geschichte der Medien in Liechtenstein enthält und vor allem die Rolle der Medien in Zeiten des Wahlkampfes reflektiert.⁵ Dabei gebärden sich die Zeitungen als unmittelbare Sprachrohre ihrer zugeordneten Parteien, während die elektronischen Medien (Radio und Fernsehen) allen Parteien eine weitgehende Chancengleichheit einräumen. Es fehlt aber eine eingehende Analyse des Charakters der Medien, ihrer Entwicklungen und ihrer Wirkungen, und zwar sowohl in Wahlzeiten als auch ausserhalb der Wahlzeiten.

Es existieren noch weitere Arbeiten oder Aufsätze mit deskriptivem Charakter. Besonders intensiv ist dabei die Zeit bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges abgehandelt. Bei Geiger werden die Printmedien der 30er Jahre im damaligen politischen Umfeld beleuchtet,⁶ Jansen widmet sich speziell dem 1938/39 kurzzeitig aktiven Radiosender, dem sogenannten Landessender,⁷ bei Brunhart taucht der Printmedienbereich im Kontext einer Jubiläumsschrift der VU auf.⁸ Waschkuhn hat dagegen in seiner Arbeit über das politische System Liechtensteins den Medien interessanterweise kein eigenes Kapitel gewidmet.⁹ Er hat wohl voreilig aus der Parteienorientierung der Printmedien geschlossen, dass den

³ Lehmann 1996.

⁴ «... the government is an unrestricted opinion leader.» Lehmann 1996, S. 45.

⁵ Marxer 2000.

⁶ Geiger 1997.

⁷ Jansen 1973.

⁸ Brunhart 1986.

⁹ Waschkuhn 1994.

Einleitung

Medien im politischen System Liechtensteins keine Bedeutung zukommt. Das mag auf die Agenda-Setting-Funktion der Medien zutreffen – was allerdings zu beweisen wäre –, aber zumindest für die Politikvermittlung spielen die Medien sicherlich eine wichtige Rolle. In weiteren kurzen Beiträgen wird die Geschichte der beiden aktuellen Parteizeitungen Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt im Rahmen von Jubiläumsrückblicken – unter anderem auch im Zusammenhang mit den zugeordneten Parteien – behandelt, ohne damit eine tiefgreifende Auseinandersetzung mit der liechtensteinischen Mediensituation zu leisten.¹⁰

Aufgabe der vorliegenden Arbeit ist es daher, die Defizite der liechtensteinischen Medienforschung in groben Zügen zu beheben und mit einer grundlegenden Strukturanalyse die Basis für weitergehende, detailliertere Analysen zu schaffen.

1.3 Bezüge zur internationalen Forschung

Im Unterschied zur liechtensteinbezogenen Forschung weist die internationale Medien- und Kommunikationsforschung einen reichhaltigen Bestand an Arbeiten und eine Vielzahl von Befunden auf. Dabei werden die Geschichte, der Stand und die Entwicklungstendenzen einzelner Medien oder der Medien insgesamt beleuchtet, das Verhältnis der Medien zu anderen gesellschaftlichen Systemen, insbesondere auch zur Politik, die Rolle der Medien in der öffentlichen Meinungsbildung, die Rolle der Medien in der Politikvermittlung, die Funktion der Medien im politischen System, die Rezeption der Medien und vieles weitere mehr. In dieser Studie kann und muss nicht auf alle Aspekte der Medien- und Kommunikationsforschung Bezug genommen werden. Im Vordergrund stehen die Aspekte der Medienentwicklung, strukturanalytische Aspekte und Fragen des Verhältnisses zwischen den Medien und der Politik.

Die Medien sind in den westlichen Industriestaaten in den vergangenen Jahrzehnten mit einigen Herausforderungen, aber auch neuen Chancen konfrontiert worden. In der Forschung werden die Entwick-

¹⁰ Seger 1969; Wehn u.a. 1978; Kranz 1982; Feger 1985; Hoch 1986; Brunhart 1986; Kaiser 1988; Michalsky 1990; Geiger 1993; Quaderer 1993; Liechtensteiner Volksblatt 2003.

lungslinien etwa unter den Stichworten der Globalisierung, der Kommerzialisierung, der Modernisierung oder Hybridisierung beschrieben.¹¹ Im Zuge dieser Entwicklung findet ein Konzentrationsprozess bei den Medien statt, der weltweit agierende Medienmogule hervorbringt. Im lokalen Raum ist der Zwang zur Ökonomisierung und Rationalisierung begleitet von einem Rückgang von Lokalzeitungen. Umgekehrt haben neue Rechtsentwicklungen im Bereich der elektronischen Medien zu einem Ende des öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopols geführt, eine Entwicklung, die in den USA schon lange vorher eingetreten war. Bei Radio und Fernsehen trat somit eine Privatisierung und auch eine Vergrößerung der Programmangebote ein. Diese mussten freilich nicht unbedingt und langfristig eine Zunahme von Medienunternehmen bedeuten, sondern können auf der Basis einer Diversifizierungsstrategie auch im Einflussbereich von Zeitungsverlagen oder Verlagskonglomeraten stehen. Die Gefahr von Monopolstrukturen ist daher weiterhin gegeben.

Vor diesem Hintergrund kann und muss die Rolle der Medien und deren Verhältnis zur Politik immer wieder neu beschrieben und definiert werden. Das Verhältnis von Politik und Medien wird wissenschaftlich in unterschiedlichen Modellen skizziert. Der Ansicht, dass die Medien von der Politik instrumentalisiert werden, steht die Ansicht gegenüber, dass sich die Politik in der Praxis der Medienrealität anzupassen und unterzuordnen hat. Für die Gültigkeit der Annahme einer gezielten Politikvermittlung durch die Medien bis hin zur Instrumentalisierung der Medien durch die Politik wird vor allem der Fall der Vereinigten Staaten von Amerika zitiert.¹² Kontrastierend dazu steht das «Mediokratie-

¹¹ Zur Globalisierung Donges u.a. 1999; Jarren/Meier 1999. Kurzüberblick bei Meckel/Scholl 2002. Mit Hybridisierung werden Differenzierungs- und Entdifferenzierungsprozesse der Medieninhalte bezeichnet, die sich beispielsweise in Zwischenformen wie dem Infotainment ausdrücken. Meckel/Scholl 2002, S. 170.

¹² Vgl. dazu Sarcinelli 1990, 1992, 1998; Donsbach 1993; Donsbach u.a. 1993; Pfetsch 1994; Pfetsch u.a. 1994. Dieses Modell bezeichnet v. Alemann (1997, S. 481 ff.) als «top-down-Modell». Als Nachweis für diese Ansicht werden die zunehmend über Medien vermittelte Politik, die Bedeutungssteigerung – vor allem des Fernsehens – in politischen Auseinandersetzungen und Wahlen, die bewusste Inszenierung von politischer Scheinwirklichkeit durch Parteien und Politiker, die Schaffung von Quasi-Ereignissen, die Entwicklung «symbolischer Politik» mit daraus folgenden Personalisierungsstrategien, Gefühlskampagnen und ideologischen Scheinfokussierungen, die Professionalisierung in den Beraterstäben der Parteien und Regierungen im PR- und Marketingbereich herangezogen, sowie die Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten.

Modell», das den Charakter der «vierten Gewalt» der Medien betont. Medien nehmen demnach eine bedeutende korrektive Funktion im politischen System ein und sind zu politischen Agenda-Settern avanciert.¹³ Die Politik hat sich in diesem Modell den Gesetzen der Medienlogik zu beugen, die unter anderem geprägt ist von Ereignismerkmalen wie Negativismus, Überraschung, Personalisierung, Elitestatus, gesellschaftliche Relevanz und kulturelle Nähe.¹⁴ Im dritten Modell, dem «bottom-up-Modell», wird die Manipulierbarkeit der Öffentlichkeit durch die politischen Akteure und durch die Medien angezweifelt. Der kritischen Öffentlichkeit stehen ebenfalls Möglichkeiten zur Verfügung, die ein wirksames Gegengewicht gegen eine Einflussnahme von oben darstellen können (eigene Zeitungen, Zeitschriften, neue Medien, Vereine, Bürgerinitiativen usw.).¹⁵ Vor diesem theoretischen Hintergrund ist die Situation in Liechtenstein zu reflektieren. Dabei gibt es im Vorfeld Indizien sowohl für das Top-down-Modell (Parteizeitungen), das Mediokratie-Modell (zunehmende Bedeutung von mediengerechter Politikvermittlung) wie auch das Bottom-up-Modell (Leserbriefe, Forumsrubriken).

Die Bedeutung der Medien im Verhältnis zur Politik misst sich nicht zuletzt auch an ihrer Fähigkeit, politische Sachfragen auf die Tagesordnung zu setzen. Zahlreiche Untersuchungen zum Agenda-Setting der Massenmedien belegen, dass die Medienberichterstattung die Rangordnung der Wichtigkeit politischer Themen in der Wahrnehmung der Bevölkerung stark beeinflusst.¹⁶ Die Massenmedien haben durch die Aufmachung und Häufigkeit ihrer Berichterstattung einen Einfluss darauf, welche Themen für besonders wichtig und lösungsbedürftig angesehen werden und welche nicht. Gleichzeitig zeigen aber die Studien auch, dass die Wirksamkeit des Agenda-Setting der Massenmedien umso größer ist, je mehr sich die Realität der direkten Wahrnehmung der Bevölkerung entzieht. Mit der Problemwahrnehmung ist jedoch nicht auto-

¹³ Vgl. dazu Kepplinger 1994 und 1998; Böckelmann 1989; Oberreuter 1989. Meng (1997) hebt dabei besonders auch den Einfluss der Medienrealität auf den Transformationsprozess der politischen Parteien hervor.

¹⁴ v. Alemann 1997, S. 485 ff.; Donsbach 1993; Über den Einfluss des Fernsehens auf Wahlen vgl. Taylor 1990 für die Vereinigten Staaten, Kepplinger 1994 für die Bundesrepublik Deutschland, Plasser u. a. 1995 für Österreich. Oberreuter (1989, S. 36) schreibt: «Die Mediatisierung der Politik bedeutet, dass die Medien, das Fernsehen voran, die Politik weithin ihren Eigengesetzlichkeiten unterworfen haben.»

¹⁵ v. Alemann 1997, S. 489.

¹⁶ Vgl. Brettschneider 1994; Pfetsch 1994; Eichhorn 1996; Rössler 1997; Voltmer 1997.

matisch eine Einstellungsänderung verbunden. Durch die Auswahl von Themen – bzw. die Nichtauswahl anderer Themen – ergibt sich aber bei den Rezipienten eine spezifische Problemwahrnehmungsstruktur, die letztlich auch einstellungsrelevant sein kann. «Massenmedien», so Brettschneider, «können also, indem sie beeinflussen, worüber wir nachdenken, zumindest in bestimmten Situationen auch beeinflussen, was wir denken.»¹⁷

Das Verhältnis zwischen Medien und Politik oder generell zwischen der Gesellschaft und den Medien kann auch aus der Perspektive analysiert werden, welche Wirkung die Medieninhalte im Publikum entfalten und auf welche Weise. Da in Demokratien Entscheidungen begründungspflichtig und zustimmungsabhängig sind, ist die politische Kommunikation eine entscheidende Variable. Die Politikvermittlung hat eine besondere Bedeutung, verstärkt noch in Demokratien mit direktdemokratischen Volksrechten. Massenmedien spielen dabei – in Ergänzung zu selbstinszenierter Werbung der politischen Akteure und der interpersonalen Kommunikation – eine Schlüsselrolle.¹⁸ In den Anfängen der kommunikationswissenschaftlichen Analyse der Wirkung der Massenmedien wurde ihnen eine starke und direkt wirksame Bedeutung in der Politikvermittlung beigemessen.¹⁹ Studien der Columbia-Schule in den 40er und 50er Jahren zeigten jedoch, dass dieses Modell zu simpel ist. Im neu formulierten Zwei-Stufen-Theorem (Two-Step-Flow-Hypothese) wurde den Massenmedien nur noch ein minimaler direkter Effekt zuerkannt. Gemäss diesem neuen Modell gehen die Botschaften der Massenmedien zunächst an «Meinungsführer», die als sogenannte «gate keeper» die Botschaften der Massenmedien aufgreifen, weiterverarbeiten, in der Kleingruppe weitergeben oder fallen lassen können. Die interpersonale Kommunikation übersteigt in diesem Modell die Bedeutung der direkten Kommunikation der Massenmedien. Doch auch dieses Modell hält der Komplexität der Kommunikationsprozesse in der Realität nicht stand. Schmitt-Beck hat die wesentlichen Einwände gegen diese Two-Step-Flow-Hypothese zusammengetragen: Die wesentlichen Kritikpunkte sind die folgenden: Die empirischen Beobachtungen sichern die Hypothese nicht ab; die interpersonale Kommunikation beschränkt sich

¹⁷ Brettschneider 1994, S. 226.

¹⁸ Vgl. Meyer u.a. 2000.

¹⁹ Vgl. Schmitt-Beck 1994, S. 161 ff.

nicht auf relativ homogene Kleingruppen, sondern erstreckt sich auf grössere Netzwerke; langfristige Medienwirkungen wurden unterschätzt; das Konzept des «Meinungsführers» greift zu kurz, da die Rollen auch gewechselt werden können; Kommunikationsflüsse laufen eher mehrstufig als zweistufig ab; und schliesslich ist die unidirektionale Richtung des Modells zu hinterfragen und eher durch ein Modell von dynamischen Wechselbeziehungen zu ersetzen.²⁰

Mit Blick auf die liechtensteinischen Verhältnisse wäre ein solches komplexes Modell noch weiter auszudifferenzieren oder spezifischer zu beschreiben. So weist der ressourcenschwache Ministaat Liechtenstein ein beschränktes einheimisches Medienangebot auf, welches durch ausländische Medien ergänzt und im Bereich der Fernsehnutzung praktisch vollständig auf ausländische Sender beschränkt ist. Gleichzeitig ist das Publikum viel näher bei den politischen Akteuren wie auch bei den Lokalmedien bzw. den Journalisten als in grösseren Staaten. Dies gilt umgekehrt auch für die Politiker und Journalisten, die sich in verschiedenen Netzwerken bewegen und eine geringe Distanz zum Publikum aufweisen. Bezogen auf eine wie auch immer postulierte meinungsbildende Wirkung von Medien ist auch der Hinweis notwendig, dass die geografische und soziale Kleinräumigkeit den Exklusivitätscharakter der Medien zur Informationsvermittlung beträchtlich reduziert. Es stellen sich den liechtensteinischen Medien somit strukturelle Bedingungen, die nur eingeschränkt mit den Verhältnissen in grösseren Staaten vergleichbar sind. Eine Vergleichbarkeit ist eher mit den Lokalmedien – Lokalzeitung, Lokalradio u.a. – in anderen Staaten gegeben.²¹ Dabei sind verschiedene Modelle der Einbettung des Mediensystems in das politische und gesellschaftliche System möglich, sei dies etwa aus der Sicht der Machtstrukturen eine starke Prägung durch das dominierende lokale Herrschaftssystem,²² aus der Sicht der Eigentümerstrukturen ein dominanter Einfluss von Verlegern, Verlagen oder Parteien, oder etwa eine aus marktwirtschaftlicher Sicht theoretisch zu begründende Orientierung an den Publikumsinteressen, bei Massenmedien in der Regel mit

²⁰ Schmitt-Beck 1994, S. 162 ff.

²¹ Vgl. v.a. die ausführliche Publikation von Jonscher 1995; Projektteam Lokaljournalismus 1998.

²² Herrmann 1993, S. 52 f., 246. Das lokale Herrschaftssystem kann von Personen, Vereinen, Verbänden usw. dominiert sein.

dem Ziel der Mehrheitsfähigkeit. Gleichzeitig – und das ist ein massgeblicher Unterschied zu den Lokalmedien in anderen Ländern – sollten die liechtensteinischen Medien auch nationale Medienfunktionen übernehmen. Die Funktionen der Medien, die Blum hervorhebt – Informationsfunktion, Artikulationsfunktion, Kritik- und Kontrollfunktion, Sozialisationsfunktion, Meinungsbildungsfunktion, Dienstleistungsfunktion –, stellen sich auf lokaler und nationaler Ebene unterschiedlich dar.²³ Da in Liechtenstein die lokale und nationale Ebene zusammengehen, geht auch das Funktionserfordernis der liechtensteinischen Medien teilweise über dasjenige anderer Lokalmedien hinaus.

Vielleicht mehr als die normativen Funktionen interessiert noch die empirisch nachweisbare, praktische Wirkung der Medien, insbesondere in der politischen Meinungsbildung. Seit dem Beginn der Medienwirkungsforschung hat sich dabei eine Bedeutungsverschiebung von den Printmedien zu den elektronischen Medien – in erster Linie dem Fernsehen – eingestellt.²⁴ Erst mit dieser Entwicklung hat nach Sarcinelli im deutschsprachigen Raum die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der politischen Massenkommunikation und der Politikvermittlung eingesetzt.²⁵ Mit dem Fernsehen ist ein Medium entstanden, das nicht nur das Informationsangebot der Printmedien mit anderen Mitteln und Reizen (Ton, Bild) ergänzt, sondern auch die Parteien und Politiker vor neue Herausforderungen stellt. Auch in dieser Hinsicht ist jedoch Liechtenstein ein Sonderfall, da das Fernsehen in der innenpolitischen Kommunikation kaum eine Rolle spielt.

Die vorliegende Untersuchung kann sich all diesen angeschnittenen Fragen nicht mit der notwendigen Schärfe zuwenden. Diesbezüglich sei noch einmal auf die in Bearbeitung befindliche Studie von Marcinkowski verwiesen.²⁶ Es können aber auf der Basis von Fakten und Beobachtungen dennoch generalisierende Hinweise gemacht werden. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt jedoch nicht auf einem hypothesengeleiteten, theorieprüfenden oder theoriebildenden Ansatz, sondern auf einer

²³ Blum 2001.

²⁴ Vgl. die neuere Literatur zur Medienwirkungsforschung von Bonfadelli 1999, 2000; Jäckel 1999; Rath 2000; Schorr/Rath 1999; Schorr 2000; Brosius 2003.

²⁵ Sarcinelli 1992, S. 39. Dem Buch «Die Schweigespirale» von Elisabeth Noelle-Neumann misst Sarcinelli (ebd.) dabei eine grosse Bedeutung bei und bezeichnet es als Initialzündung.

²⁶ Marcinkowski (i.E.) 2004.

Strukturanalyse der Medien in Liechtenstein. Es werden daher nur, wo es sinnvoll und angebracht ist, – und somit auch erst in spätern Kapiteln – Bezüge zu den Befunden der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung hergestellt.

2 Mediengeschichte

Das Kapitel über die Entwicklung der Medien in Liechtenstein kann nur in knappen Zügen aufgerollt werden, da dies sonst den Rahmen der Arbeit sprengen würde. Einige Aspekte wurden in einem Kapitel über Medien bei Marxer (2000) abgehandelt. Einzelbeschreibungen zu den verschiedenen Medien werden im Historischen Lexikon für das Fürstentum Liechtenstein in den kommenden Jahren publiziert werden. Auf Literaturhinweise, die sich auf diese beiden Arbeiten beziehen, wird im Folgenden verzichtet. Hinweise zu weiterer Literatur werden dagegen jeweils in Fussnoten kenntlich gemacht. Wir beschränken uns dabei wie in der gesamten Studie auf den Bereich der Massenmedien.²⁷

2.1 Printmedien

2.1.1 *Anfänge der Zeitungsgeschichte und Formierung von Parteizeitungen*

2.1.1.1 *Liechtensteinische Landeszeitung 1863–1868*

Die Zeitungsgeschichte begann in Liechtenstein relativ spät, zaghaft und mit bescheidenen Schritten.²⁸ Auslöser für die erste Herausgabe einer

²⁷ Tatsächlich könnte unter dem Begriff «Mediengeschichte» auch die Geschichte der künstlerischen Medien (Literatur, Musik, Bildende Kunst usw.) oder auch die Geschichte der Medientechnologien aufgefasst werden, Vgl. Hickthier 2002, S. 173 ff.

²⁸ Nach der Erfindung der Buchdruckkunst entstanden die ersten gedruckten Presseerzeugnisse Ende des 15. Jahrhunderts als Flugblätter, Flugschriften und sogenannte Neue Zeitungen (Jonscher 1995, S. 86). Aus dem 16. Jahrhundert datieren die ersten periodisch erscheinenden Druckerzeugnisse, die ersten Zeitungen stammen vom Beginn des 17. Jahrhunderts (ebd.). Die Neue Zürcher Zeitung wurde im Jahr 1779 gegründet. Zur Mediengeschichte auch Körber/Stöber 1994.

Zeitung war die Einführung der Verfassung von 1862. Reallehrer Gregor Fischer und Karl Schädler gaben als Reaktion auf diesen bescheidenen Ansatz von Volksrechten in der Institution des Landtages im Jahr 1863 die Liechtensteinische Landeszeitung heraus.²⁹ Die Herausgeber begründeten ihren Schritt mit einem politischen Bildungsauftrag. Die Pressefreiheit und die Mitwirkungsrechte des Volkes im Landtag verlangten nach Meinung der Herausgeber nach einem Medium der Informationsvermittlung.

«Die einsichtsvolle Hebung dieser Rechte wird die jetzigen öffentlichen Zustände verbessern und eine glückliche Zukunft begründen. Soll das zur Wahrheit werden, so muss die lebendige Teilnahme aller Bürger an den öffentlichen Angelegenheiten angeregt und das klare Versändtnis der politischen Errungenschaften überall verbreitet werden. Zur schnellen und nachhaltigen Förderung dieses Zweckes gibt es nur ein Mittel: eine eigene Landeszeitung.» (LLZ 1. Jg. Nr. 1 v. 12. April 1863)

Die Landeszeitung erschien in der Regel zweimal pro Monat in vierseitigem Umfang. Nach fünf Jahren wurde jedoch das Erscheinen eingestellt. Fischer war von Liechtenstein weggezogen und Schädler litt unter gesundheitlichen Problemen.

2.1.1.2 Liechtensteinische Wochenzeitung 1873–1877

Nachdem also das erste Zeitungsprojekt 1868 geendet hatte, wurde weitere fünf Jahre später mit der Liechtensteinischen Wochenzeitung ein Neuanfang gemacht. Herausgeber war Rudolf Schädler, der Sohn von Karl Schädler.³⁰ Er war noch jung und kurz zuvor in den Landtag gewählt worden. Die Motive für die Herausgabe einer Zeitung lagen gleich wie bei den Vorgängern. Der Ton war im Leitartikel der ersten Ausgabe

²⁹ Fischer war Reallehrer und stammte aus Bayern. Dr. Karl Schädler war Landtagsabgeordneter und als seinerzeitiger Abgesandter in der Paulskirche von Frankfurt im Jahr 1848 neben Peter Kaiser eine politische Prominenz. Erste Ausgabe der Zeitung war am 12. April 1863. Zur Landeszeitung siehe auch Vogt 1999.

³⁰ Vgl. Rheinberger 1994.

jedoch etwas schärfer. Es wurden wesentliche Funktionen der Medien darin angesprochen, die von der Wochenzeitung erfüllt werden sollten: Informationsvermittlung, politische Sozialisierung, Meinungsbildung, Öffentlichkeit, Diskurs, Gewaltenkontrolle. Im Original liest sich das folgendermassen:

«Unter den jetzigen politischen und Verkehrsverhältnissen ist es wahrhaftig ein Armutzeugnis für die Bethätigung des öffentlichen Lebens in einem konstitutionellen Lande, wenn selbes nicht einmal ein Presseorgan besitzt. (...) Die Presse ist, richtig behandelt, einerseits ein überaus wichtiges politisches Erziehungsmittel des Volkes und der öffentlichen Meinung, andererseits durch die Zustimmung und Widersprüche, die sie weckt, für die Regierung ein Fingerzeig der sich bildenden oder gebildeten Ansichten und Stimmung.» (LWZ 1. Jg. Probenummer v. 24. Jänner 1873)

Wie der Name besagt, erschien die Wochenzeitung wöchentlich. Wie die Vorgängerzeitung fungierte sie als amtliches Publikationsorgan und wurde auf Grund eines Landtagsbeschlusses zusätzlich subventioniert. Die erste Nummer erschien im Januar 1873, die letzte im Dezember 1877. Das Erscheinen wurde eingestellt, weil sich kein Nachfolger für Schädler finden liess.³¹

2.1.1.3 Liechtensteiner Volksblatt seit 1878

Damit begann wieder eine zeitungslöse Zeit in Liechtenstein. Diese wurde allerdings bereits ein knappes Jahr später beendet, indem der Fürstliche Hofkaplan Johannes Fetz einen weiteren Versuch unternahm und erfolgreich ein Blatt auf die Beine stellte, das bis heute existiert: das Liechtensteiner Volksblatt. Im Vergleich zum forschen Ton von Schädler zeigte sich Fetz viel zurückhaltender. Der Sinn der Zeitung lag für ihn vor allem in der Information über das Geschehen in Liechtenstein. Er distanzierte sich aber klar vom Anspruch der Vorgängerzeitung und zeigte sich betont unpolitisch.

³¹ Liechtensteiner Volksblatt Nr. 1 vom 16. August 1878.

«Wenn unser Blatt auch der gepriesenen Pressefreiheit sich zu bedienen das Recht in Anspruch nimmt, so soll und darf – wenigstens hier – die Pressefreiheit niemals in eine leichtfertige Pressefrechheit ausarten und eine Quelle der Zwietracht werden. (...) Sollte mit der Zeit die Zahl der Abonnenten sich merklich vermindern, so wird es einfach aufhören zu erscheinen. Es hat nämlich gar keine Lust und Freude – für andere Leute Schulden zu machen. Verstanden! (...) Unser ›Volksblatt‹ befasst sich grundsätzlich nicht mit Landespolitik, diese ist Sache der Regierung und des Landtages. Übrigens ist unser Ländchen kein politisches, sondern vielmehr ein administratives Stättchen.» (LVb 1. Jg. Nr. 1 v. 16. August 1878 S. 1)

Das Volksblatt erschien bis 1918 wöchentlich, ab 1919 zweimal pro Woche, ab 1927 dreimal pro Woche, ab 1962 viermal, ab 1978 fünfmal und seit Januar 1985 sechsmal pro Woche. Fetz blieb bis 1884 Chefredaktor, bis in die Gegenwart folgten 14 weitere Chefredaktoren.³² Das Volksblatt wurde bis zur Zeit des Ersten Weltkrieges bei Kuhn in Buchs gedruckt, anschliessend bei Dr. Emil Buomberger und der Buchdruckerei Au im Rheintal, von 1961 bis 1997 bei der Gutenberg AG und der ZDA in Schaan. Diese waren auch für den Satz und das Korrektorat zuständig. Seit Oktober 1997 erfolgt der Druck im Druckzentrum der «Südostschweiz» bei Gasser Print AG in Glarus. Mit der Umstellung auf computergestützte Redaktionssysteme erfolgen Satz und Korrektorat seit Ende der 1990er Jahre direkt beim Volksblatt.³³ Ab dem Jahr 2004 wird das Volksblatt im Vorarlberger Medienhaus-Druckzentrum in Schwarzach, dem Druckzentrum der Vorarlberger Nachrichten, gedruckt.³⁴ Herausgeber der Zeitung ist der Presseverein Liechtensteiner

³² Chefredaktoren des L.V. waren Johannes Franz Fetz (1878–1884), Theodor Rheinberger (1884–1897), Meinrad Ospelt (1898–1918), Eugen Nipp (1918–1921), Alfons Kranz (1922), Bernhard Risch (1922–1925), Anton Sele (1925 und 1926), Bernhard Risch (1926–1927), Ludwig Marxer (1927–1928), Alfons Kranz (1928–1939), Bernhard Risch (1939–1945), Walter Ospelt (1945–1956), Edwin Nutt (1956–1963), Edwin Nutt und Walter B. Wohlwend (1963–1965), Walter B. Wohlwend (1965–1984), Günther Meier (1984–1999), Redaktionskommission mit Manfred Oehri, Alexander Batliner und Siegfried Elkuch (1999), Alexander Batliner (1999–2001) und Martin Frommelt (seit November 2001).

³³ Liechtensteiner Volksblatt 2003, S. 13. In Verletzung der presserechtlichen Bestimmungen gemäss Staatsschutzgesetz (vgl. Kapitel Medienrecht) werden der Drucker und der Druckort jedoch im Impressum nicht angegeben.

³⁴ Liechtensteiner Volksblatt vom 4. September 2003.

Volksblatt. Wie weiter unten noch gezeigt wird, ist das Liechtensteiner Volksblatt die Parteizeitung der FBP.

Im Januar 1998 wurde das Liechtensteiner Volksblatt in den Verbund der Südostschweiz aufgenommen, welchem sich nur zwei Monate später auch das Liechtensteiner Vaterland anschloss. Der Verbund bringt Vorteile auf der Werbeseite sowie bei der Übernahme von überregionalen Zeitungsberichten.³⁵

2.1.1.4 Oberrheinische Nachrichten ab 1914 bzw. Liechtensteiner Nachrichten bzw. Liechtensteiner Vaterland

Das Volksblatt blieb fast 40 Jahre lang die einzige Zeitung in Liechtenstein. 1914 wurde schliesslich ein Konkurrenzblatt lanciert. Die Federführung lag bei Wilhelm Beck, einer bedeutenden politischen Führungsfigur.³⁶ Beck führte als Landtagsabgeordneter im Landtag eine kritische Gruppe an, die politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Zustände anprangerte. Er sah es als notwendig an, seine politischen Ideen und Überzeugungen mit einem eigenen Sprachrohr an eine breitere Öffentlichkeit heranzutragen und gründete daher die Oberrheinischen Nachrichten. Die sanfte Wortwahl im Leitartikel der ersten Ausgabe täuscht nicht darüber hinweg, dass Beck an den redaktionellen und politischen Anspruch der beiden ersten Zeitungen Liechtensteins anknüpfte.

«Wir wollen Dir ein geistige Nahrung bietendes Blatt vorlegen, ein neues Blatt zur Unterhaltung in den schönen Rheingauen, noch mehr aber zur Belehrung und Schulung. (...) Fern und dem innersten Wesen widerstrebend ist es uns, ein Unfrieden stiftendes und Zwietracht säendes Hetzblättchen herauszugeben. (...) Wir wollen

³⁵ Die Südostschweiz entstand unter der Initiative des heutigen Präsidenten des Verlegerverbandes, Hanspeter Lebrument, aus einer Abfolge von Zusammenschlüssen und Kooperationen, die das Bündner Tagblatt, La Quotidiana, die Bündner Zeitung, Zeitungen aus dem Kanton Schwyz und schliesslich den Sarganserländer, den Werdenberger & Obertoggenburger sowie die beiden liechtensteinischen Tageszeitungen umspannt. Sie weist eine Auflage von rund 140'000 Exemplaren auf (Angaben der WEMF).

³⁶ Vgl. Quaderer 1996.

unsern, nicht wie ein Schilfrohr schwankenden Standpunkt in redlicher Absicht und mit ehrlichen Mitteln verfechten. Bei allem Austrag der Meinungen hoffen wir aber, niemals, wenn möglich, persönlich zu werden, sondern immer sachlich zu bleiben; niemals beleidigend und beschimpfend aufzuhetzen, sondern durch die Schwere und den ruhigen Aufbau der sachlichen Gründe zu wirken.» (ON 1. Jg. Nr. 1 v. 25. April 1914 S. 1)

Die Oberrheinischen Nachrichten wurden in den ersten Jahren wöchentlich herausgegeben, ab dem Jahr 1919 zweimal pro Woche. Ausserdem erschien etwa zwischen 1918 und 1924 der «Liechtensteiner Unterländer» als Kopfblatt der Oberrheinischen Nachrichten. Die Redaktionelle Verantwortung lag meist bei Wilhelm Beck, aber auch bei einer Redaktionskommission, wobei verschiedene Redaktoren die presserechtliche Verantwortung übernahmen.³⁷ Die Oberrheinischen Nachrichten wurden am 3. September 1924 in «Liechtensteiner Nachrichten» umgetauft. Die Redaktion der Oberrheinischen Nachrichten blieb bestehen.³⁸ Ab 1927 erschienen drei Ausgaben pro Woche, dies wurde aber 1933 wieder auf zwei Ausgaben zurückgeschraubt. Der Ausbau auf drei Ausgaben pro Woche erfolgte zunächst mittels einer Dienstags-Ausgabe, die unter dem Namen «Liechtensteiner Volkswirt» herausgegeben wurde. Die Separatausgabe wurde aber Mitte 1928 wieder eingestellt und durch eine Normalausgabe der Liechtensteiner Nachrichten ersetzt.³⁹ Auf Jahresbeginn 1936 fusionierten die «Liechtensteiner Nachrichten» mit dem «Liechtensteiner Heimatdienst» zum «Liechtensteiner Vaterland».⁴⁰ Der Erscheinungsrhythmus war weiterhin zweimal pro Woche, ab 1963 dreimal, ab 1976 fünfmal und seit Januar 1985 sechsmal pro

³⁷ Presserechtlich verantwortlich waren Dr. Wilhelm Beck (1914–1919), Arnold Gassner (1919), Wilhelm Beck (1919–1921), Josef Vogt (1921), Gottlieb Gassner (1921–1923), Alphons Thöny (1923–24).

³⁸ Die redaktionelle Verantwortung lag bei Alphons Thöny (1925–1928), wobei nur sehr selten ein Impressum abgedruckt wurde, G. Risch (1928), Josef Sele (1928–1930), Max Beck (1930–1932), wieder Alphons Thöny (1932), und wieder Max Beck (1933–1935).

³⁹ Letzte Ausgabe Jg. 2 Nr. 29 vom 17. Juli 1928.

⁴⁰ Geiger 1997 Bd. 1, S. 365 ff.; Hoch 1986. Die gekreuzte Fackel im Zeitungskopf des Liechtensteiner Vaterlandes war bis zum 24. September 1985 ein Relikt, das vom Zeitungskopf des Liechtensteiner Heimatdienstes stammte.

Woche. Seit 1936 bis heute sind 14 Chefredaktoren beim Liechtensteiner Vaterland tätig gewesen.⁴¹

Der Druck der Oberrheinischen Nachrichten erfolgte bei der Sarganserländer Buchdruckerei Mels. Auch nach der Umbenennung der Zeitung wurde sie zunächst in Mels gedruckt, während die Dienstagsbeilage im Jahr 1927/28 (Liechtensteiner Volkswirt) bei der Buchdruckerei Fr. Kaiser in Vaduz⁴² gedruckt wurde. Ab September 1928 wurden die Liechtensteiner Nachrichten bei Kaiser in Vaduz gedruckt, ab August 1931 bei Kuhn's Erben in Buchs, wo vorher das Volksblatt gedruckt worden war. Ab Anfang 1963 erfolgte der Druck bei der Sarganserländischen Buchdruckerei AG in Mels, ab September 1981 bei der PD Partnerdruck AG in Buchs, einer Gemeinschaftsdruckerei des Liechtensteiner Vaterlandes und des «Werdenberger & Obertoggenburger». 1993 wurde ein neues Druckzentrum in Haag gebaut, dem sich 2001 auch der «Sarganserländer» anschloss.⁴³

1998 – nur zwei Monate nach dem Liechtensteiner Volksblatt – schloss sich auch das Liechtensteiner Vaterland dem Verbund der «Südostschweiz» an. Die Eigenständigkeit der beiden Zeitungen Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt blieb jedoch unangetastet.

Bei den Oberrheinischen Nachrichten und den Liechtensteiner Nachrichten wurde in der Regel keine spezielle Herausgeberschaft erwähnt. In den Anfängen kann Wilhelm Beck, der auch die redaktionelle Verantwortung trug, als Herausgeber angesehen werden. Ab September 1931 wird in den Ausgaben der Liechtensteiner Nachrichten regelmässig bis zur Auflösung in das Liechtensteiner Vaterland zusätzlich zur Benennung der redaktionellen Verantwortung auch ein Herausgeber im

⁴¹ Die Redaktoren der Zeitung waren Carl v. Vogelsang (1936–1937), Alois Vogt (1937–1938), Josef Büchel (1938–1939, 1941–1943), Rupert Quaderer (1938, 1939–1940), L. Seger (1940–1941), Gustav Schädler und Otto Schädler (1943–1944), Redaktionskommission (1944–1945), Gerold Schädler (1945–1947), Redaktionskommission (1947–1948), Erich Seeger (1948–1952), Ivo Beck (1952–1958), Walter Oehry (1958–1961), Hubert Marxer (1962–1969), Hubert Hoch (1970–1995) und Günther Fritz (seit 1995).

⁴² Aus der Buchdruckerei Kaiser wurde später die Buch- und Verlagsdruckerei BVD in Vaduz. Mündliche Auskunft von Rupert Quaderer.

⁴³ In Verletzung der presserechtlichen Bestimmungen gemäss Staatsschutzgesetz (vgl. Kapitel Medienrecht) werden der Drucker und der Druckort jedoch im Impressum nicht angegeben.

Tabelle 1: Erscheinungsrhythmus der Landeszeitungen 1878–2003

Jahr	Liechtensteiner Volksblatt	Oberrheinische Nachrichten Liechtensteiner Nachrichten Liechtensteiner Vaterland
1878	1	
1914		1
1919	2	2
1927	3	3
1933		2
1962	4	
1963		3
1976		5
1978	5	
1985	6	6

Impressum erwähnt, nämlich der «Volksbildungsverein Vaduz (Liechtenstein)». Beim Liechtensteiner Vaterland fungierte viele Jahrzehnte der Presseverein Liechtensteiner Vaterland als Herausgeber. Im Juli 2003 wurde der Presseverein Liechtensteiner Vaterland aufgelöst und stattdessen eine Aktiengesellschaft mit dem Namen «Vaduzer Medienhaus» gegründet. Der Verleger äusserte sich zu diesem Schritt wie folgt: «Die Strukturen und Verantwortlichkeiten werden klarer, das Unternehmen wird gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, gegenüber den Lieferanten und Banken transparenter und offener.»⁴⁴

Sowohl das Liechtensteiner Vaterland wie auch das Liechtensteiner Volksblatt konnten im Verlaufe ihres Erscheinens den Umfang und Erscheinungsrhythmus beschleunigen. Während beim Zeitungsbeginn eine Ausgabe pro Woche der Standard war, erscheinen heute beide Zeitungen an jedem Wochentag. Mit dem Anspruch von Wilhelm Beck, in Liechtenstein gemeinsam mit Gleichgesinnten politische Veränderungen zu

⁴⁴ Reinhard Walser im Liechtensteiner Vaterland vom 11. Juli 2003. Der Verwaltungsrat setzt sich aber weiterhin aus Personen aus dem VU-Umfeld zusammen: Dr. Mario Frick (Ex-Regierungschef), William Gerner, Oswald Oehri, Dr. Heinz Frommelt (VU-Parteipräsident) und Dr. Urs Sprenger. Geschäftsführer und Verleger bleibt Reinhard Walser (ebd.).

bewirken und mit der Erkenntnis, dass dafür eine mediale Vermittlung notwendig war, war bereits eine Weichenstellung zur Entstehung der noch heute existierenden Parteienpresse eingeleitet. Die 1914 lancierten Oberrheinischen Nachrichten wurden 1918 das Sprachrohr der ersten liechtensteinischen Partei, der Christlich-sozialen Volkspartei. Auf Seiten des Volksblattes wurde dieser Schritt nachvollzogen, indem es künftig das Parteiorgan der Fortschrittlichen Bürgerpartei wurde, die massgeblich aus Volksblattkreisen mitgegründet worden war. Es ist ein Paradoxon in der liechtensteinischen Geschichte, dass mit dem Entstehen demokratischer Parteien die freie Presse zu Grabe getragen wurde, wie dies Walter B. Wohlwend in der Beilage zum liechtensteinischen Staatsfeiertag 1999 formuliert hat.⁴⁵

Eine detailliertere Beschreibung dieser beiden Zeitungen – des Liechtensteiner Volksblattes und des Liechtensteiner Vaterlandes als Nachfolgezeitung der Oberrheinischen Nachrichten – erfolgt am Schluss dieses Kapitels.

2.1.2 Neue Zeitungen in den 1920er bis 1940er Jahren

Die 20er und 30er Jahre des letzten Jahrhunderts waren bewegte und schwierige Zeiten. Innenpolitisch hatten sie mit einer demokratischen Neuorientierung nach dem Ersten Weltkrieg begonnen, welche nach dem Sturz der Donaumonarchie auch eine Schwächung der Monarchie in Liechtenstein nach sich zog.⁴⁶ 1918 wurden die ersten Parteien gegründet, 1921 trat eine neue Verfassung in Kraft. Mit der aussenpolitischen Hinwendung zur Schweiz und der gleichzeitigen Abkehr von Österreich – bilateral fixiert mit dem Postvertrag und dem Zoll- und Währungsvertrag – sowie der Einführung eines Personen- und Gesellschaftsrechts, das den Grundstein für den späteren Aufschwung des Bank- und Treuhandwesens legte, waren wichtige Weichenstellungen erfolgt, die die Entwicklung in Liechtenstein während des gesamten weiteren Verlaufs des 20. Jahrhunderts wesentlich mitprägten.⁴⁷ Die Zeit bis

⁴⁵ Liechtensteiner Volksblatt vom 12. August 1999, Beilage zum Staatsfeiertag, S. 19.

⁴⁶ Vgl. dazu Quaderer 1996.

⁴⁷ Vgl. Büchel 1990; Heeb 1998; Marxer 2002; Kocher 2003.

nach dem Zweiten Weltkrieg war aber zunächst nicht von wirtschaftlichem Aufschwung begleitet, sondern von Armut und Rückständigkeit, Arbeitslosigkeit und innenpolitischen Auseinandersetzungen. In den 1930er Jahren und der Zeit des Zweiten Weltkriegs wurde dies noch ergänzt durch die Gefahren des Nationalsozialismus und des Krieges.⁴⁸

Diese bewegte Zeit fand auch ihren Niederschlag in der Medienlandschaft Liechtensteins. Es wurden immer wieder neue Printerzeugnisse lanciert, die jedoch in der Regel ein rasches Ende fanden. All diesen Zeitungen ist eigen, dass sie stark ideologisch oder politisch motiviert und weniger von rein publizistischem Interesse geleitet waren.

2.1.2.1 Landeszeitung 1920

Die Landeszeitung wurde lediglich in einer Probenummer herausgegeben, stellte also danach das Erscheinen wieder ein. Sie wurde als Organ des Bauernbundes und der kaufmännischen Vereinigung publiziert und mit den Begriffen «unpolitisch – wirtschaftlich – landwirtschaftlich – literarisch» versehen.

2.1.2.2 Liechtensteiner Unterländer 1919–1922

Der Liechtensteiner Unterländer war ein Kopfblatt der Oberrheinischen Nachrichten, in Inhalt und Layout identisch mit den Oberrheinischen Nachrichten. Es lässt sich nicht genau eruieren, wie lange das Blatt herausgegeben wurde, vermutlich aber von 1918 bis 1924.⁴⁹ Mit der Umbenennung der Oberrheinischen Nachrichten in Liechtensteiner Nachrichten am 3. September 1924 dürfte auch der Zeitungstitel des Liechtensteiner Unterländer verschwunden sein.

⁴⁸ Vgl. dazu insbesondere Geiger 1997.

⁴⁹ Erwähnung in den Oberrheinischen Nachrichten vom 2. März 1918; letztes Belegexemplar vom 24. Juni 1922. Vermutlich weiteres Erscheinen bis zur Umbenennung der Oberrheinischen Nachrichten in Liechtensteiner Nachrichten.

2.1.2.3 *Heimatland 1927*

Das Heimatland wurde als «...eine Zeitung ohne Partei, eine Zeitung für das Volk» lanciert. Die politischen Beweggründe klangen im Editorial der ersten Ausgabe deutlich an:

Die «Gerechtigkeit» sei «der anmassenden Willkür gewichen» (...) Die Parteien brachten Zwietracht und Neid. (...) Die verlorene Freiheit und die wirtschaftliche Hebung der Länder müsse erreicht werden. Die «politischen Unruhestifter» – gemeint waren die Parteiführer – müssten «völlig ausgeschaltet» werden, das Volk wieder wie früher eine «neutrale, wirtschaftliche Interessengemeinschaft» werden.

Zwischen April und Juni 1927 erschienen 19 Ausgaben, jeweils am Mittwoch und Samstag. Die ersten drei Ausgaben wurden gratis an alle Haushalte verteilt, sind somit mit den heutigen Gratisanzeigen vergleichbar. Der Initiator der Zeitung, Buchdrucker Hans Nescher aus Schaan, versuchte jedoch gleich zu Beginn, also im April 1927, wie die anderen Zeitungen als amtliches Publikationsorgan mit den amtlichen Kundmachungen und Regierungsberichten zu fungieren. Das hätte eine wichtige Einnahmequelle werden können. Regierungschef Schädler erteilte diesem Antrag jedoch eine Absage.⁵⁰ Damit war auch bereits das wirtschaftliche Ende dieser Zeitung eingeläutet.

2.1.2.4 *Liechtensteinische Volkswirtschaftliche Zeitung 1931/32*

Nach dem gescheiterten Versuch mit dem Heimatland gab Hans Nescher nicht auf. 1931 lancierte er als Redakteur seine zweite Zeitung, die Liechtensteinische Volkswirtschaftliche Zeitung. Herausgeber war der Liechtensteinische Freiwirtschaftsbund, die 1930 gegründete liechtensteinische Sektion der Freiwirtschaftsbewegung, die sich gegen Zins-

⁵⁰ Nescher hat im gleichen Jahr die Druckerei Gutenberg eröffnet. Angaben aus den Ausgaben des Heimatlandes sowie Hinweise von Peter Geiger, u.a. aufgrund der Akten LLA 1927/1615.

wirtschaft, Kapitalismus und den Privatbesitz von Boden wandte.⁵¹ Die Stossrichtung wurde bereits in der ersten Ausgabe deutlich.

«Wir wollen keine Parteipolitik, wir wollen keinen Sozialismus und keinen Bolschewismus; wir stellen keine Land und Leute verhetzenden Forderungen, sondern wir wollen eine gesunde Volkswirtschaft in unserem kleinen Ländchen auf sittlich einwandfreiem Wege erreichen, eine natürlich-vernünftige Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung ... eine gründliche Reform der Volkswirtschaft und zwar im Sinne auf das Recht des vollen Arbeits- und Unternehmerlohnes: Bekämpfung des Zinses als kapitalistisches System, wir wollen das arbeitslose Einkommen abgeschafft wissen!»⁵²

Die Zeitung wurde in der Druckerei Gutenberg in Schaan gedruckt, die Nescher selbst gehörte. Diesmal gelang es ihm, die amtlichen Kundmachungen zu erhalten. Wohl auf Grund interner Querelen wurde dann jedoch vom Freiwirtschaftsbund ein neues Organ herausgegeben, die Liechtensteinische Freiwirtschaftliche Zeitung. Eine Zeit lang existierten beide Zeitungen nebeneinander, bis Nescher seine Zeitung im Dezember 1932 einstellte.⁵³

2.1.2.5 Liechtensteinische Freiwirtschaftliche Zeitung 1932/33

Die Liechtensteinische Freiwirtschaftliche Zeitung wurde vom September 1932 bis im Frühjahr 1933 herausgegeben.⁵⁴ Als Redaktor zeichnete der Webermeister August Sprenger aus Triesen, treibende Kraft war jedoch der in Eschen wohnhafte Appenzeller Jakob Sprenger.⁵⁵ Gedruckt wurde die Zeitung bei der Dornbirner Verlagsanstalt in Vorarlberg. Sie war das Organ des Liechtensteinischen Freiwirtschaftsbundes, weshalb in

⁵¹ Geiger 1997 Bd. 1, S. 192 f., S. 334–339. Programm des Freiwirtschaftsbundes in der Ausgabe vom 26. September 1931. Siehe auch Geiger 1993, S. 68.

⁵² Liechtensteinische Volkswirtschaftliche Zeitung Jg. 1 Nr. 1 S. 1 v. 12. September 1931.

⁵³ Letztes belegtes Exemplar vom 17. Dezember 1932.

⁵⁴ Letztes belegtes Exemplar vom 23. April 1933.

⁵⁵ Geiger 1997 Bd. 1, S. 335.

der Ausgabe vom 26. November 1932 auch das Freiwirtschaftliche Manifest abgedruckt wurde. Aber weder die Volkswirtschaftliche Zeitung, noch die Freiwirtschaftliche Zeitung und die dahinterstehende Bewegung dauerten lange. Ein Versuch mit der Einführung einer eigenen Freigeldwährung wurde im Januar 1933 verboten, die Zeitung und die Bewegung schiefen ein und ein Teil der Aktivisten engagierte sich später im Liechtensteiner Heimatdienst.⁵⁶

2.1.2.6 Liechtensteinische Arbeiter-Zeitung 1932/1933

Elf Jahre nach der Gründung des Arbeiter-Verbandes⁵⁷ spaltete sich der Arbeiterverband 1931 in einen «oberen» und einen «unteren» Arbeiterverband. Unter der Redaktion von Hugo Kindle gab der obere, radikalere Arbeiterverband, der der Volkspartei und der Freiwirtschaftsbewegung nahestand, die Liechtensteinische Arbeiter-Zeitung heraus. Sie wurde als Beilage zur Volkswirtschaftlichen bzw. Freiwirtschaftlichen Zeitung und nach deren Einstellung als Beilage zur Schweizerischen Freiwirtschaftlichen Zeitung versandt. Die Zeitung schlug antikapitalistische, regierungs- und parteikritische Töne an.

«Diese Zeitung steht ohne irgend einer Partei Einfluss zu gestatten unter Führung des Liechtensteinischen Arbeiter-Verbandes und bietet absolut keinen Raum für politischen Parteienzank und wird rein nur der Wahrung der Arbeiter Interessen dienen. Das grösste Ziel für diese Zeitung wird sein, die Arbeiter des ganzen Landes in unserem Verbande vereinigen zu suchen und gegen die herrschende Parteien-Willkürherrschaft in den Behörden energischen Kampf zu führen.»⁵⁸

Am 24. Juni 1933 wurde die Arbeiter-Zeitung wegen ihrer regierungskritischen Äusserungen einmal beschlagnahmt.⁵⁹ Bald darauf wurde das

⁵⁶ Geiger 1997 Bd. 1, S. 192 f., S. 334–339.

⁵⁷ Zur Gründung und der Geschichte des Arbeiterverbandes v.a. Quaderer und Geiger 1995, Geiger 1997 Bd. 1, S. 339–342.

⁵⁸ LAZ 1. Jg. Nr. 1 v. 12. März 1932.

⁵⁹ Geiger 1997 Bd. 1, S. 341.

Erscheinen eingestellt.⁶⁰ 1935 vereinigten sich die beiden Arbeiterverbände wieder.

2.1.2.7 Liechtensteiner Heimatdienst 1933–1935

Die Kombination zwischen politischer Bewegung und einer Zeitung als Sprachrohr wurde auch 1933 vom Liechtensteiner Heimatdienst eingegangen. Der Heimatdienst strebte eine ständestaatlich-autoritäre Ordnung an.⁶¹ Wie alle anderen, kleineren politischen Oppositionsbewegungen schlug er parteienkritische Töne an. In der ersten Ausgabe vom Oktober 1933 hiess es:

«Jeder von Euch liebe Leser mag schon einmal darüber nachgedacht haben und hat schliesslich gefunden, es gibt nur zwei Möglichkeiten aus diesem Chaos herauszukommen: Entweder Diktatur oder Ausbau unserer demokratischen Verfassung in einer Richtung, die die Partei, diese unheilvolle Institution, aus unserem Staatsleben verbannt.» (...) «So rufen wir Euch Liechtensteiner. Rufen Euch auf zur Rettung unseres geliebten Vaterlandes aus Parteinot. Weg mit dem Parteisystem, das uns nur Unheil gebracht. Weg mit Verhetzung und Hass, die unsere wirtschaftliche und geistige Atmosphäre vergiften. Weg mit Zwietracht und Neid. Wir rufen zur Sammlung, wo seit Jahren Zersplitterung herrscht. Wir Liechtensteiner wollen uns finden zu einträchtiger Arbeit im Dienste unseres Landes. Wir wollen aus dem Durcheinander ein organisches Ganzes schaffen, in dem jeder in Ruhe seine Aufgabe erfüllen kann.»⁶²

Die Redaktion lag bei Carl Frh. v. Vogelsang. Die Heimatdienstbewegung war jedoch in der Opposition nicht allein. Nach der Sparkassaffäre 1928 hatte die vormals dominierende Christlich-soziale Volkspartei die Landtagsmehrheit verloren, 1930 ihre verbliebenen Mandate preisgegeben, sodass nur noch die FBP in Landtag und Regierung vertreten war. Auch bei den Wahlen 1932 hatte sie eine herbe Niederlage

⁶⁰ Letztes belegtes Exemplar vom 5. August 1933.

⁶¹ Ausführlich zum Heimatdienst bei Geiger 1997 Bd. 1.

⁶² LH 1. Jg. Nr. 1 v. 14. Oktober 1933, S. 1.

einstecken müssen, die ihr zwar zwei Landtagsmandate und einen Regierungssitz brachte, aber wenig Aussicht auf ein baldiges Wiedererstarben. Wesentliche Ursache für die deutlichen Machtverhältnisse war das Mehrheitswahlrecht, das denn auch ein bedeutendes innenpolitisches Thema in den 1930er Jahren bildete. Die Christlich-soziale Volkspartei und der Heimatdienst lancierten in einem pragmatischen Zweckbündnis, welches «Nationale Opposition» genannt wurde, eine Initiative zur Einführung des Proporzwahlrechts und eines Ständestaates, die allerdings im Mai 1935 scheiterte. Die begonnene Zusammenarbeit wurde unter dem Titel «Nationale Arbeitsgemeinschaft» fortgesetzt und führte schliesslich mit Blick auf die Landtagswahlen 1936 zur Fusion der beiden Parteien zur Vaterländischen Union und gleichzeitig zur Fusion der beiden Parteizeitungen, dem Liechtensteiner Heimatdienst und den Liechtensteiner Nachrichten, zum «Liechtensteiner Vaterland».⁶³

2.1.2.8 Der Umbruch 1940–1944

Die nationalsozialistische Bewegung fand auch in Liechtenstein einen Nährboden. Es dauerte allerdings bis zum Jahr 1938, ehe eine nationalsozialistische Partei – die Volksdeutsche Bewegung in Liechtenstein – gegründet wurde. Als «Kampfblatt» – so die Formulierung im Zeitungskopf – gab die VDBL ab Oktober 1940 eine eigene Zeitung, den Umbruch, heraus. Schriftleiter waren in dieser Reihenfolge Martin Hilti, Alfons Goop, Franz Röckle und Hans Foser. Ziel der Volksdeutschen Bewegung war der wirtschaftliche oder totale Anschluss an das nationalsozialistische Deutschland. In der ersten Ausgabe des Umbruch wurde die Richtung skizziert:

«Vorerst ist es aber unsere dringendste Aufgabe, zu zeigen, wie Deutschland wirklich ist, und zu beweisen, dass der Nationalsozialismus, wie für das übrige deutsche Volk, auch für uns Liechtensteiner die einzig gangbare und zukunftssichernde Ordnung darstellt.»⁶⁴

⁶³ Vgl. zu dieser Zeit v.a. Geiger 1997 Bd. 1, S. 414–424.

⁶⁴ Umbruch, 1. Jg. Nr. 1 v. 5. Oktober 1940, S. 1.

Der Umbruch erschien wöchentlich, ab 1941 zweimal pro Woche. Ab Ende 1942 wurde von Seiten der Regierung zunehmend Zensur auf die Zeitung ausgeübt, vom 24. Dezember 1942 bis zum 3. Februar 1943 wurde sie ganz verboten. Auch danach wurden einzelne Beiträge von der Zensur erfasst. Mit Verfügung vom 8. Juli 1943 verbot die Regierung den Umbruch und auch allfällige Ersatzblätter erneut. Die weiteren Ausgaben erschienen unter dem Titel «Aus Liechtenstein», am 12. Februar 1944 wurde die letzte Ausgabe publiziert. Im Umbruch wurden ausführliche Kriegs- und Frontberichte veröffentlicht und antisemitische Artikel abgedruckt. Raum nahmen auch die Berichte von Kriegsfreiwilligen und Gefallenen aus Liechtenstein ein.⁶⁵

2.1.2.9 Recht und Wahrheit

Kurz nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs wurde von anonymen Autoren eine flugblattähnliche Schrift unter dem Titel «Recht und Wahrheit»⁶⁶ herausgegeben. Es sind nur drei Ausgaben belegt und wahrscheinlich auch nicht mehr erschienen. In diesen Schriften wurde das Verhalten von Amtspersonen, namentlich auch von Regierungschef Josef Hoop während und nach der Kriegszeit kritisiert. Da gleichzeitig das Liechtensteiner Volksblatt angegriffen wurde, könnte die Autorenschaft aus dem Umfeld der Vaterländischen Union stammen. Diese Aktion ist jedoch nicht als Zeitungsprojekt zu betrachten, da einige hierfür notwendige Formalien fehlen.⁶⁷

⁶⁵ Ausführlich über die VDBL bei Geiger 1997 Bd. 1, S. 192–193, S. 334–339; Geiger 1993, S. 63.

⁶⁶ «Recht und Wahrheit – Information über liechtensteinische Angelegenheiten». Nr. 1, 20. Juli 1945 (Zwischenformat, beidseitig bedruckt); Nr. 2, 12. August 1945 (Format A5/4 Seiten); Nr. 3, 18. November 1945 (Format A4/6 Seiten/hektografiert). Die Originale wurden dem Autor freundlicherweise von Dr. Walter Oehry übergeben. Sie befinden sich heute im Landesarchiv.

⁶⁷ Es wurde beispielsweise kein Impressum abgedruckt, sodass die Urheberschaft nicht nachvollziehbar ist. Dies verstösst gegen das Presserecht. Es fehlte auch der Anspruch, Abonnenten zu gewinnen. «Recht und Wahrheit» ist daher eher als politisches Flugblatt mit zeitungsmäßiger Aufmachung einzuordnen.

2.1.3 Neue Printmedien bis in die 1970er Jahre

Nach dem Zweiten Weltkrieg setzte in Liechtenstein ein wirtschaftlicher Aufschwung ein, der bis zum Ende des Jahrhunderts praktisch ununterbrochen andauerte. Dieser Aufschwung war begleitet von einer rasch steigenden Bevölkerungszahl, nicht zuletzt durch eine ungebremszte Zuwanderung in das nunmehr zunehmend prosperierende Land. Gleichzeitig setzte ein massiver Ausbau des Sozialstaates, der Aufbau kultureller Institutionen sowie ein markanter Anstieg der Bildungsangebote wie auch des Bildungsniveaus der Bevölkerung ein. Liechtenstein mutierte förmlich von einer agrarischen zu einer hochindustrialisierten und dienstleistungsorientierten Gesellschaft. Politisch war die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg und in den 1950er Jahren geprägt von relativ stabilen Verhältnissen mit einer Führungsrolle der FBP und einer in einem konkordanten System der Ko-Opposition agierenden VU. Die Mehrheit der FBP dauerte von 1928 bis 1970. Seit der Einführung des Proporzwahlrechts im Jahr 1938 war jedoch die VU immer in einer Koalitionsregierung als Juniorpartner mitbeteiligt und konnte auch politische Ansprüche in der florierenden Pfründewirtschaft geltend machen.⁶⁸ In den 1950er Jahren kam es zu sporadischen Bemühungen zur Gründung einer neuen, dritten Partei. Die Liste der Unselbständig Erwerbenden und Kleinbauern – eine Initiative des Arbeiterverbandes – kandidierte im Februar 1953 mit einer eigenen Liste zu den Landtagswahlen, scheiterte jedoch klar an der hohen Sperrklausel von 18 Prozent.⁶⁹ Zu den Landtagswahlen 1957 meldete auch eine Arbeiter- und Bauernpartei des Liechtensteiner Unterlandes eine Liste an, die jedoch wegen formaler

⁶⁸ Aus dem Konkordanzgebot der gemeinsamen Regierungskoalition zwischen FBP und VU seit 1938 wurden Aufträge, Verwaltungsstellen und Mandate bei öffentlichen Anstalten nach einem Parteienproporz vergeben. Es etablierte sich damit ein System der sogenannten «Vetternwirtschaft», das jedoch nicht schriftlich dokumentiert und auch nicht systematisch untersucht ist. Am leichtesten nachvollziehbar ist das System bei der Besetzung der Positionen von öffentlichen Anstalten (Landesbank, Liechtensteinische Kraftwerke, AHV), wobei die ersten beiden traditionell schwarz, die letzte rot war. Die Frage der Stellenbesetzung bei der AHV hatte 1953 sogar zu einer Blockierung im Landtag und zu vorgezogenen Neuwahlen geführt (Hoch 1991; Marxer 2000, S. 85). Die FBP und die VU waren immer bemüht, sich für ihre Klientel einzusetzen. Eine empirische Untersuchung dieses Aspektes in Liechtenstein, der heute nicht mehr ganz so ausgeprägt, aber immer noch existent ist, ist allerdings erst noch zu leisten.

⁶⁹ Vgl. Brunhart 1995, S. 48 f.

Mängel nicht zur Wahl zugelassen wurde. Auch diese Initiative stammte aus Arbeiterkreisen.⁷⁰ Diese gescheiterten Versuche von Parteigründungen sind ein Indiz für die Unzufriedenheit der Bevölkerung mit der Politik in Liechtenstein unter der hegemonialen Führung und Kontrolle der Koalition von FBP und VU. Vor diesem Hintergrund wurde 1962 eine weitere politische Initiative gestartet, indem zu den Landtagswahlen wiederum eine dritte Partei um Mandate kämpfte. Es handelte sich um die Christlich-soziale Partei (CSP), genannt die «Grünen». Sie kandidierte in beiden Wahlkreisen und erreichte auf Anhieb knapp über 10 Prozent der Stimmen. Damit war sie allerdings noch immer deutlich an der Sperrklausel von 18 Prozent gescheitert. Bei den folgenden Wahlgängen verlor sie an Stärke und verschwand schliesslich 1974 nach einem Wahlergebnis von knapp 3 Prozent bei den Landtagswahlen von der politischen Bühne.⁷¹ Die CSP setzte allerdings nicht nur politisch ein Zeichen, sondern machte sich auch in der Presselandschaft bemerkbar, indem sie sich ein eigenes Sprachrohr mit dem Titel «Der Liechtensteiner» schuf.

2.1.3.1 Der Liechtensteiner bzw. Der Liechtensteiner Wochenspiegel 1964–1976

Der Liechtensteiner⁷² wurde 1964 als Wochenzeitung lanciert, die nach eigenem Bekunden an der politischen Meinungsbildung mitwirken sollte. Der Start der neuen Zeitung am 1. Mai 1964 – am Tag der Arbeit – war sicherlich kein Zufall. Der Liechtensteiner und die CSP knüpften damit an die bereits in den 1950er Jahren aufgeflamnte kritische Haltung gegenüber den etablierten Parteien und dem Parteienfilz an. Die Funktion als Sprachrohr der CSP war unverkennbar, auch wenn im Zei-

⁷⁰ Vgl. Batliner 1981, S. 140 f.; Marxer 2000, S. 90; Liechtensteiner Volksblatt vom 13. August 1957, S. 2.

⁷¹ Feger 1985; Waschkuhn 1994, S. 248 f.; Marxer 2000, S. 83–85, 91. Eine exakte Aufarbeitung der CSP wie generell der Parteigeschichte steht noch aus. Das vom Liechtenstein-Institut Ende der 1980er Jahre initiierte Forschungsprojekt unter der Leitung von Helga Michalsky wurde nicht abgeschlossen. Vgl. Anfangsergebnisse bei Michalsky 1990, 1991.

⁷² Bisher wurde wenig über den Liechtensteiner publiziert. Vgl. Marxer 2000, S. 112ff.; Wohlwend 1981.

tungskopf der Untertitel «Unabhängige Wochenzeitung für das Fürstentum Liechtenstein» stand. Vorsitzender des «Pressevereins Der Liechtensteiner» war denn auch Fritz Kaiser aus Schaanwald, der für die CSP zwischen 1962 und 1974 zu allen Landtagswahlen angetreten war.⁷³ Zu den Zielen der Zeitung äusserten sich die Herausgeber wie folgt:

«Am Zustandekommen einer politischen Meinungsbildung mitzuwirken, soll eine der vornehmsten Aufgaben des neuen Blattes sein. «Der Liechtensteiner» wird sich nicht scheuen, Fragen, die alle Liechtensteiner angehen, zu besprechen und zur Diskussion zu stellen. Ein offenes Wort kann oft Klarheit schaffen, wo Schweigen nur Unbehagen verursacht.»⁷⁴

Der Liechtensteiner war bemüht, in eher ungewohnten Tönen über Missstände und Versäumnisse zu berichten.⁷⁵ Neben der kritischen politischen Berichterstattung – weitgehend aus der Optik der Christlich-Sozialen Partei – waren wichtige Schwerpunkte der ersten Jahre die kritische Stimme gegen die Erweiterung des Waffenplatzes auf der Prat bei Balzers und gegen die Errichtung eines geplanten thermischen Kraftwerkes in Rüthi/St.Gallen. Die Zeitungen lieferten sich Stellvertretergefechte für die jeweiligen Parteien. Der damalige Chefredaktor des Liechtensteiner Volksblattes, Walter Bruno Wohlwend, verstieg sich einmal zur Bemerkung, dass es sich beim Liechtensteiner um eine «Bande von verantwortungslosen Dilettanten» handle.⁷⁶ Der Liechtensteiner seiner-

⁷³ Erster verantwortlicher Redaktor war Johann Senti, der am 8.7.66 gesundheitshalber zurücktrat und von Tilbert Meier abgelöst wurde. Bereits ein Jahr später, am 21.4.1967 übernahm A.Kaiser die Redaktion.

⁷⁴ Der Liechtensteiner 1. Jg. Nr. 1 v. 1. Mai 1964, S. 1.

⁷⁵ Wohlwend schreibt über den «Liechtensteiner»: «Der Liechtensteiner», der zunächst durch die in jenen Jahren ungewöhnliche Form des Aufzeigens echter und angeblicher politischer Missstände eine Art Enthüllungsjournalismus betrieb, musste bald selbst die Grenzen erkennen, die einer Zeitung in einem geographisch und bevölkerungsmässig engen Raum gesetzt sind.» (Wohlwend 1981, S. 64).

⁷⁶ Dieser Vorwurf wurde presserechtlich geahndet und Wohlwend zu einer Gegendarstellung auf der ersten Seite des Volksblattes gezwungen. Wohlwend musste am 18.12.1965 eine Erklärung auf der Frontseite des «Liechtensteiner Volksblattes» veröffentlichen, die folgenden Wortlaut hatte: «Walter B. Wohlwend als verantwortlicher Redaktor des «Liechtensteiner Volksblatt» erklärt, er habe in den Ausgaben Nr. 52 vom 10. 4. 1965 und Nr. 115 vom 5. 8. 1965 unter den Überschriften «wir brauchen keine Gazettendiktatur» und «Eine Geschichtslüge» über das Mass einer Kritik hinausgehende Ausdrücke: «Bande verantwortungsloser Dilettanten»,

seits kritisierte Filz und Vetternwirtschaft der beiden Grossparteien und klagte darüber, dass auf Mitarbeiter der Zeitung starker Druck ausgeübt werde. Auf der Titelseite vom 2. Mai 1969 heisst es im Rückblick auf die ersten fünf Jahre:

«Bedauerlicher war es, dass einige unserer Mitarbeiter einem völlig gesetzwidrigen Druck von jenen Stellen ausgesetzt wurden, von denen sie wirtschaftlich abhängig waren. So mussten wir mehr als einmal unseren verantwortlichen Redaktor aus derartigen Gründen auswechseln. Das war nicht fair und sollte in einer Gesellschaft, die sich stolz ihrer demokratischen Einrichtungen rühmt, nicht vorkommen.»⁷⁷

Am 7. Mai 1971 wurde die Wochenzeitung neu lanciert. Sie erschien fortan in einem neuen, kleineren Format und nannte sich nun «Der Liechtensteiner Wochenspiegel. Unabhängige Wochen-Zeitung des Fürstentums Liechtenstein», später «Liechtensteiner Wochenspiegel – Unabhängige Wochenzeitung für Politik, Wirtschaft und Kultur». Der Wochenspiegel wurde fortan in der Regel von freischaffenden Journalisten aus dem Rheintal – St. Gallen oder Vorarlberg – redaktionell betreut.⁷⁸ Zwei Jahre später, am 6. Juli 1973 wurde das Format wieder auf die ursprüngliche Grösse umgestellt. Damit einher ging wieder ein

«Geschichtslüge», «Infame Lüge», «Eine solche Lüge im Grossformat ist eine Schurkerei» gebraucht, in denen der Privatkläger Fritz Kaiser als Präsident des Pressevereins «Der Liechtensteiner» eine Herabsetzung seiner Person erblickt. Es war nicht seine Absicht, den Privatkläger und dessen Mitarbeiter in ihrer Ehre zu verletzen, weshalb er diese Formulierungen, soweit die Ausdrücke das Mass blosser Kritik übersteigen, als Beschimpfung mit Bedauern zurücknehme.» Die Erklärung wurde allerdings kaum sichtbar am Ende eines Fortsetzungsromans platziert. (Liechtensteiner Volksblatt v. 18. Dezember 1965). Vgl. auch Der Liechtensteiner v. 23. April 1965, 7. Mai 1965, 3. September 1965, 3. Dezember 1965, 10. Dezember 1965 und 17. Dezember 1965.

⁷⁷ Der Liechtensteiner v. 2.5.1969. Im Rückblick nach zehn Jahren heisst es: «Stagnierende Anzeigeneingänge, ja allgemeine Reserviertheit gegen Geschäftsleute, die in unserer Zeitung inserierten, waren keine Seltenheit.» (Liechtensteiner Wochenspiegel v. 3. 5. 1974). Im gleichen Artikel werden aber auch positive Zeichen gesehen: «Die allgemein sichtbare Liberalisierung, die wesentlich kritischer gewordenen Zeitungen, die demokratischer agierenden Parteien, all dies sind erfreuliche Ergebnisse einer Entwicklung, an der unsere Zeitung aktiv teilhaben konnte.» (ebd.)

⁷⁸ In der Redaktion waren bei der Neulancierung neben A. Kaiser auch A.R. Schmucki und W. Stecher.

Wechsel in der Redaktion. Verantwortlich für den Inhalt war jetzt Fritz Kaiser. Walter Stecher war redaktioneller Mitarbeiter.

Diese Episode dauerte aber nur zwei Monate. Dann übernahm ein junges Redaktionsteam die Leitung.⁷⁹ Verantwortlich für den Inhalt zeichnete weiterhin Fritz Kaiser. Da das neue Redaktionsteam die Unabhängigkeit von der CSP nicht gewährleisten sah, endete dessen Arbeit bereits nach fünf Ausgaben. Damit endete auch eine einmalige Gelegenheit, in Liechtenstein erstmals eine funktionierende Zeitung – wenigstens als Wochenzeitung – herauszugeben, die parteiunabhängig, aber dennoch meinungsbildend auftreten wollte. Ob das Redaktionsteam jedoch das finanziell wohl wenig aussichtsreiche Projekt dauerhaft hätte betreiben können, muss dahingestellt bleiben. Da sich gerade an diesem Beispiel besonders deutlich das Spannungsverhältnis zwischen Medien und Politik in Liechtenstein zeigt, soll der Fall etwas detaillierter im Originaltext dokumentiert werden. Das «unabhängige» Redaktionsteam wurde gezwungen, im Hinblick auf die Volksabstimmung über die Einführung einer 8-Prozent-Klausel und der Einführung des Kandidatenproporz eine Stellungnahme der Christlich-Sozialen Partei auf der Titelseite abzdrukken. Dies geschah tatsächlich in der Ausgabe vom 12. Oktober 1973.⁸⁰ Das junge Redaktionsteam verabschiedete sich mit einem Leserbrief im Liechtensteiner Vaterland und Volksblatt, der hier auszugsweise zitiert wird:

«Das Experiment «Liechtensteiner Wochenspiegel» als unabhängige Zeitung ist gescheitert. Am vergangenen Mittwoch wurde die Redaktion vom Verleger, Herrn Direktor Helmut Frick, dem angeblichen Eigentümer der Zeitung, gezwungen, auf der ersten Seite eine Erklärung der CSP zum Wahlgesetz zu publizieren. Ohne

⁷⁹ Ihm gehörten Günther J. Wolf als Chefredaktor, Georg Kieber, Georg Burgmeier, Arthur Brunhart und Christine Kaufmann als Redaktionsmitglieder sowie Walter Stecher als redaktioneller Mitarbeiter an. Weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ohne Erwähnung im Impressum (dies geht aus der Erklärung zum Rücktritt aus der Redaktion hervor, vgl. Liechtensteiner Vaterland/Liechtensteiner Volksblatt vom 13. Oktober 1973) waren Loretta Kieber, Heini Vogt, Paul Vogt und Wilfried Vogt.

⁸⁰ Gemäss mündlicher Auskunft von Georg Kieber vom 9. 9. 1997 soll Fritz Kaiser dies mit dem Hinweis durchgesetzt haben, dass er bereits Geldmittel in der Gröszenordnung eines Einfamilienhauses in die Zeitung investiert habe und daher das Recht habe, gewisse Forderungen zu stellen.

Rücksicht auf den Inhalt dieser Erklärung weigerte sich die Redaktion geschlossen, diese CSP-Stellungnahme aufzunehmen. Die Unabhängigkeit, wie sie dem Abonnenten zugesichert wurde, verbietet eine parteigebundenen Beitrag als Leitartikel aufzunehmen. (...) Überzeugt, dass eine von Parteien und Interessengruppen unabhängige Zeitung einem Bedürfnis entspricht, wurde nach einem Medium gesucht. Nach Abwägen verschiedener Möglichkeiten nahmen wir Kontakt mit dem Liechtensteiner Wochenspiegel auf. Dessen Sprecher, Herr Dir. Helmut Frick, zeigte sich begeistert von der Idee der wirklichen Unabhängigkeit. Als Voraussetzung für die Zusammenarbeit wurde vor allem die Distanzierung von der CSP, die Unabhängigkeit gegenüber allen Seiten, die Absage an Fritz Kaiser als verantwortlichen Redaktor, die Einsichtnahme in finanzielle Belange der Zeitung sowie die schriftliche Fixierung dieser Bedingungen in einem Redaktionsstatut genannt. (...) Auf Grund der andauernden Zusicherungen, unsere Bedingungen zu erfüllen und uns freie Hand zur unabhängigen Arbeit zu gewähren, vertrauten wir auf das Wort und die ehrlichen Absichten des Herrn Frick und liessen uns hinhalten. Unser Idealismus und unser Vertrauen ist zwar in schwerstem Masse enttäuscht worden, die Tatsache jedoch, dass wir allein durch vier Ausgaben rund 200 Neuabonnenten gewinnen konnten, erfüllt uns mit Genugtuung. Für die Neuabonnenten mag interessant sein, dass der Liechtensteiner Wochenspiegel weiterhin erscheinen soll, jedoch vermutlich als eindeutiges CSP-Organ und selbstverständlich ohne unsere Mitarbeit.» Gezeichnet: Arthur Brunhart, Georg Burgmeier, Christine Kaufmann, Georg Kieber, Loretta Kieber, Heini Vogt, Paul Vogt, Wilfried Vogt.⁸¹

Nach mehreren weiteren Wechseln in der Redaktion⁸² musste der Preserverein im dreizehnten Jahr einsehen, dass die finanzielle Basis für das Weiterbestehen dieser Wochenzeitung nicht mehr gegeben war und er verabschiedete sich mit der letzten Ausgabe am 10. September 1976.

⁸¹ Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt vom 13. Oktober 1973.

⁸² Am 12. Oktober 1973 zeichnete wieder A.R. Schmucki als verantwortlicher Redaktor, später folgte wiederum Walter Stecher. Im Juli 1974 erschien auch S. Scherrer kurzzeitig im Impressum.

2.1.4 Neue Printmedien seit den 1980er Jahren

Nach dem Ende der CSP und des Wochenspiegels verfiel Liechtenstein politisch wie medial in eine gewisse Erstarrung. Auf der Ebene der Parteien lieferten sich wie vorher die beiden grossen Parteien – FPB und VU – ihre ritualisierten Auseinandersetzungen. Weitere Parteien existierten nicht. In den 1970er Jahren erfolgten mehrere Mehrheitswechsel, wobei jeweils die mandatsstärkere Partei den Regierungschef und die Mehrheit in der Regierung stellen konnte, während die mandatschwächere Partei als Juniorpartner in der Koalitionsregierung Einsitz nahm. Die «oppositionelle» Tätigkeit nahm generell zwei Ausprägungen an: einerseits wurde die Ressorttätigkeit der zuständigen Regierungsräte von der jeweils anderen Partei kritisch unter die Lupe genommen. Andererseits versuchte die schwächere Partei, die Regierungstätigkeit insgesamt im Vorfeld der Wahlen zu kritisieren, um selbst die Mehrheit zu erlangen. Dieses System der sogenannten Ko-Opposition wurde auf der Medien­seite begleitet von den lautstarken Kommentaren und Berichten in den beiden zugewandten Zeitungen, dem Liechtensteiner Volksblatt und dem Liechtensteiner Vaterland. Doch an der Basis begannen sich vielerlei politische Initiativen im Umfeld der sogenannten neuen sozialen Bewegung ausserhalb der Parteien und des Parteieneinflusses zu formieren.⁸³ Dazu zählten etwa eine Oppositionsgruppe gegen den Bau eines Kunsthhauses in Vaduz⁸⁴, die aufkommende Ökologiebewegung⁸⁵, eine sich radikalisierte Frauenbewegung⁸⁶, oder auch Friedens- und Dritt-

⁸³ Brand (1982; 1985) befasste sich schon früh mit dem Phänomen der neuen sozialen Bewegung, wobei auch die Terminologie in Frage gestellt werden kann. Seit 1988 wird in Deutschland auch eine Zeitschrift unter dem Titel «Neue Soziale Bewegung» herausgegeben. Die Entwicklung in Liechtenstein war also keineswegs atypisch. Zu neueren Konzeptualisierungen vgl. Hellmann/Koopmans 1998.

⁸⁴ Zu dieser Auseinandersetzung bis hin zum sogenannten Kunsthaus-Skandal ausführlich bei Waschkuhn 1994, S. 217–236. Aus dem Kreise der Initianten wurde 1987 die Überparteiliche Liste Vaduz gegründet, die bei den Gemeinderatswahlen zwei Mandate eroberte, 1989 erfolglos bei den Landtagswahlen kandidierte, später auch in Triesenberg Gemeinderatsmandate eroberte, 1999 schliesslich aufgelöst wurde.

⁸⁵ Die 1972 gegründete Liechtensteinische Gesellschaft für Umweltschutz wurde zu einer wegweisenden Institution auf diesem Gebiet, in Verkehrsfragen profilierte sich der Verkehrsclub im Fürstentum Liechtenstein zunehmend.

⁸⁶ Mit der Aktion Dornröschen wurde 1981 die Frauenbewegung mit dem vorrangigen Ziel der Einführung des Stimm- und Wahlrechts der Frauen der Kontrolle der Parteien entzogen. Vgl. dazu insbesondere V. Marxer 1994, aber auch den Videofilm «Die andere Hälfte» von Isolde Marxer.

Welt-Aktivitäten⁸⁷. 1985 sammelten sich diese Kräfte im Hinblick auf die Landtagswahlen vom Frühjahr 1986, um mit einer eigenen Liste an den Wahlen teilzunehmen. Ein wesentlicher Impuls für die Gründung dieser Partei – der Freien Liste – ging von der Redaktion einer kurz zuvor lancierten Zeitung, dem Maulwurf, aus.

2.1.4.1 Maulwurf 1985–1989

Der Maulwurf war eigentlich keine Zeitung, sondern eine unregelmässig, rund vierteljährlich erscheinende Publikation, dem Zeitgeist entsprechend auf Umweltschutzpapier und anfänglich in einer Genossenschaftsdruckerei – der GWAP in Buchs – gedruckt. Herausgeber war der Presseverein Maulwurf. Die erste Ausgabe vom Juni 1985 ging an alle Haushaltungen in Liechtenstein. Die Redaktion der ersten Ausgabe bestand aus Roman Banzer, Kurt Hasler, Hilmar Hoch, Wilfried Marxer und Sonja Wachter. Im Editorial hiess es:

«Mit dieser Zeitung möchten wir ... ein Forum schaffen, wo Alternativen, Ketzerisches, Unerhörtes für einmal auch in einer breiteren liechtensteinischen Öffentlichkeit diskutiert werden können. Denn wir glauben, dass dieses Land dringend eine echte und umfassende politische Auseinandersetzung braucht. Ohne schonungslos offene, gemeinsame Standortbestimmung werden wir auch weiterhin keine zukunftssträchtigen Perspektiven für unser Land entwickeln können.»

Im Verlauf der Zeit gestaltete es sich aber immer schwieriger, die Motivation in der Freizeit aufzubringen, um diese Zeitung weiterhin erscheinen zu lassen. In der letzten von insgesamt 16 Ausgaben vom Oktober 1989 scheinen noch Hilmar Hoch und Sonja Wachter in der Redaktion auf. Sie bilanzieren wie folgt:

⁸⁷ Insbesondere der Verein Welt und Heimat, aber auch etwa die Ostermarschbewegung.

«Der MAULWURF war eine Sponti-Zeitung, ein Freizeitprodukt, lebte allein von Spenden und freiwilligen Mitarbeiterinnen. Es war von Anfang an klar, dass auf Dauer eine Zeitung so nicht gemacht werden kann. Für FreizeitjournalistInnen ist der MAULWURF viel zu aufwendig geworden. Ausserdem spürten wir immer mehr, dass der MAULWURF von den Leserinnen in einer langsam aufkommenden Konsumhaltung schon als etablierte Selbstverständlichkeit empfunden wurde. Vor diesem Hintergrund reifte in uns in letzter Zeit der Entschluss, das MAULWURF-Projekt abzuschliessen.

Vor vier Jahren sind wir an die Öffentlichkeit getreten mit dem Anspruch, durch unsere Zeitung ein Forum für «Alternatives, Ketzerisches, Unerhörtes» zu schaffen und damit einen Beitrag zum Umdenken zu leisten. Inzwischen sind 16 Ausgaben erschienen, vieles ist seit dem Juni 1985 passiert. Hat der MAULWURF sein Ziel erreicht? Wir glauben, im wesentlichen eine positive Bilanz ziehen zu können. Um mit den Zahlen zu beginnen: Wir wollten mit dem MAULWURF mindestens 1000 Abonnenten erreichen. Mit inzwischen 2000 Abos und ca. 300 jeweils am Kiosk verkauften Exemplaren haben wir unser Ziel rein quantitativ weit übertroffen. Der MAULWURF hat die alternativen Bestrebungen im Land gestärkt. Er hat die möglichen politischen Freiräume ausgelotet, und es hat sich erwiesen, dass diese wesentlich grösser sind, als man es erwartet hatte. Wir haben damit gezeigt, dass die Schere im eigenen Kopf gerade in Liechtenstein wohl mindestens so lähmend wirkt wie die tatsächlich vorhandenen Repressionen von aussen. Der MAULWURF hat weitgehend ungestraft verschiedene nationale Tabuthemen aufgegriffen, so die Monarchie, die Kirche und das Gesellschaftswesen. Die wichtigste Sanktion dagegen war das Totschweigen in der Presse und in der Öffentlichkeit. Und doch, auch die etablierte Presse sah sich gezwungen, da und dort auf einen Skandal, auf ein heikles Thema einzugehen, im Wissen, dass es sonst der MAULWURF sicher tun würde. Und so dürfen wir wohl beanspruchen, zur Öffnung einer immer noch sehr geschlossenen Gesellschaft und zur Entwicklung einer öffentlichen «Streitkultur» beigetragen zu haben.»

Zu den Tabuthemen, die der Maulwurf regelmässig aufgegriffen hatte, zählen insbesondere Fragen des Finanzplatzes, der Stellung der katholischen Kirche und der Machtkompetenzen der Monarchie. Alle diese Fragen gewannen in den Folgejahren, lange nach dem Erscheinen des Maulwurf, auf Grund von externen Faktoren enorm an Brisanz und bestätigten insofern rückblickend die Kritik des Maulwurf.⁸⁸

2.1.4.2 Freie Liste Zeitung bzw. FL-Info

Der Maulwurf verstand sich nicht als Sprachrohr einer Partei, auch nicht der Freien Liste, zu welcher einige personelle Überschneidungen bestanden. Vor diesem Hintergrund lancierte die im Hinblick auf die Landtagswahlen von 1986 gegründete Freie Liste 1988 eine eigene Zeitung, um die politischen Positionen direkt in die Öffentlichkeit tragen zu können. Wie bei vielen anderen Zeitungsprojekten war auch diese Initiative politisch, nicht publizistisch motiviert. Ausserdem entspricht der Erscheinungsrhythmus – rund vierteljährlich, vor Wahlen etwas häufiger – nicht gerade den Kriterien einer Zeitung. Der Versand erfolgt gratis an alle Haushaltungen, was den Charakter als politisches Werbemittel weiter unterstreicht. Die Freie Liste Zeitung wurde nach den ersten 15 Ausgaben 1992 in Freie Liste Info bzw. fl-info umbenannt und erscheint seitdem unter dieser Bezeichnung. Es erscheint weiterhin in einem ungefähr quartalsmässigen Erscheinungsrhythmus.

Unter dem Aspekt von Medien und politischer Kommunikation kann das fl-info nicht ausgeklammert bleiben. Die Beiträge im Info lösen nicht selten politische Diskussionen und Reaktionen in den liechtensteinischen Tageszeitungen – nicht zuletzt in Form von Leserbriefen –

⁸⁸ Der Finanzplatz Liechtenstein geriet seit Ende der 1990er Jahre von Seiten der OECD und anderen internationalen Institutionen im Zusammenhang mit Geldwäscherei bis hin zu Fragen des Bankgeheimnisses und Steuerflucht unter grossen Druck. Die katholische Kirche setzte mit der landesintern weitgehend umstrittenen und unerwünschten Errichtung des Erzbistums Vaduz und der Berufung von Bischof Wolfgang Haas als Erzbischof ein Zeichen. Die Monarchie geriet im Gefolge der innenpolitischen Auseinandersetzungen vom Herbst 1992 – der sogenannten Staatskrise – und dem anschliessenden Revisionsprozess der Verfassung in die Diskussion. Die Auseinandersetzung endete am 16. März 2003 mit einem Abstimmungserfolg für das Fürstenhaus, erntete aber auch viel Unverständnis im Ausland, insbesondere auch kritische Stellungnahmen von Seiten des Europarates.

aus. Ideologisch und thematisch bewegt sich das fl-info im grün-alternativen Milieu, wie dies auch beim Maulwurf und dem Löwenzahn (siehe nächster Abschnitt) der Fall war. Dies ist nicht weiter erstaunlich, da all diese politischen und medialen Projekte personelle Querbeziehungen aufweisen. Durch die bereits verhältnismässig lange Existenz der Freien Liste und deren Organ (seit 1985 bzw. 1988) und die nach wie vor unkonventionellen, kritischen und streckenweise erfrischenden Impulse erfüllt das fl-info in der liechtensteinischen Medienlandschaft eine Funktion, die weit über ihre quantitative Bedeutung hinausgeht.

2.1.4.3 Löwenzahn

Der Löwenzahn – er nannte sich im Untertitel «Magazin für Liechtenstein» – wurde im September 1990 als Nachfolgeprojekt des Maulwurf gestartet. Er war professioneller aufgemacht als der Maulwurf, erschien in einem monatlichen Rhythmus und wurde zunächst in einem gehefteten Zeitschriftenformat herausgegeben. In den ersten sieben Ausgaben von September 1990 bis Juni 1991 war Klaus Schädler geschäftsführender Redaktor.⁸⁹ Im Oktober 1991 startete der Löwenzahn neu im Tabloidformat. Michael Heinzel war bei den folgenden acht Ausgaben geschäftsführender Redaktor bis zum Ende des Löwenzahn im Oktober 1992. Wie der Maulwurf griff der Löwenzahn die Themen und Anliegen der Ökologie- oder generell der Alternativbewegung auf, prangerte politische Missstände an und schlug in der Tradition des Maulwurf kritische Töne zur Monarchie, der Kirche und dem Finanzplatz Liechtenstein an.

Das Ende des Löwenzahn hatte noch ein gerichtliches Nachspiel für Michael Heinzel, weil er auf Grund einer Anzeige der Regierung wegen einer Aussage in der letzten Löwenzahn-Ausgabe angeklagt wurde. Das Verfahren endete jedoch in der zweiten Instanz mit einem Freispruch.⁹⁰ (Ausführlicher im Kapitel «Rechtsprechung zur Meinungsfreiheit nach der LV und EMRK».)

⁸⁹ Der geschäftsführende Redaktor wurde unterstützt von weiteren ehrenamtlichen Redaktionsmitgliedern: Verena Bühler, Pepo Frick, Hilmar Hoch, Kurt Wachter, Markus Wille, Sabine Bockmühl, German Erne, Urs Nipp und Stefan Sprenger.

⁹⁰ Vgl. Höfling 1994, ferner Kellenberger 1996, S. 333 Fn. 75 über die Unverhältnismässigkeit dieser Anzeige.

2.1.4.4 Liechtensteiner Woche bzw. Neue Liechtensteiner Woche

Die Liechtensteiner Woche wurde auf Initiative von Hanspeter Rheinberger im Jahr 1993 lanciert. Die Geschäftsidee war klar und einfach: jeden Sonntag sollte die LieWo als vierfarbig aufgemachter Gratisanzeiger im Tabloidformat allen Haushaltungen Liechtensteins zugestellt werden. Die Auflage entsprach somit rund 15'000 Exemplaren, die per Austräger in die Briefkästen befördert wurden. Das kommerzielle Interesse stand bei dieser Gratiszeitung deutlich im Vordergrund. Das Blatt sollte vor allem unterhalten, mit Veranstaltungshinweisen und ähnlichen Rubriken einen Service bieten, am Rande auch informieren, aber vor allem der Werbekundschaft einen idealen, vielbeachteten Werbeträger bieten. Die LieWo hatte lange Zeit finanzielle Schwierigkeiten und in der Redaktion fanden häufige Wechsel statt.⁹¹ Je nach Besetzung der Redaktion fanden und finden auch mehr oder weniger politische Themen Eingang in die Berichterstattung. Am Jahresbeginn 1999 übernahm das Liechtensteiner Vaterland die Herausgeberschaft für die LieWo, die seit dem 17. Januar 1999 als «Neue Liechtensteiner Woche» erscheint. Die Redaktionsräume wurden in das Verlagshaus des Liechtensteiner Vaterlandes verlegt. Seitdem wurde sie zunächst einmal pro Monat, inzwischen regelmässig auch im Bezirk Werdenberg verteilt. Die Auflage ist entsprechend auf rund 30'000 Exemplare gestiegen.

2.1.4.5 Liechtensteiner Anzeiger

Der Liechtensteiner Anzeiger erschien das erste Mal am 17. August 2000. Das Tabloidformat entsprach dem Format der Liechtensteiner Woche. Der Anzeiger wurde jeweils am Donnerstag im Zweiwochen-Turnus in einer Auflage von rund 15'000 Exemplaren als Gratisblatt an alle Haushaltungen und Postfächer in Liechtenstein verteilt. Herausge-

⁹¹ Bisher haben sich die folgenden Personen in der Chefredaktion abgelöst: Peter Hagspiel (20. Juni 1993 – 9. Januar 1994); Karin Jenny (16. Januar 1994 – 21. August 1994); Ines Rampone Wanger (28. August 1994 – 17. November 1996, anfänglich als geschäftsleitende Redaktorin); Reaktionsteam mit Sigvard Wohlwend als publizistischem Berater (24. November 1996 – 20. Juli 1997), Pio Schurti. (10. August 1997 – 21. Dezember 1997); Redaktionsteam (4. Januar 1998 – 6. Dezember 1998), Heidi Rinke ab Anfang 1999 sowie Adi Lippuner seit November 2001.

berin war die Liechtensteiner Anzeiger Anstalt. Initiant des Anzeigers war Beat Schurte, der vorher langjähriger Aussendienst-Mitarbeiter des Liechtensteiner Volksblattes gewesen war. Die Redaktion der ersten Ausgabe setzte sich nach Angaben des Blattes aus den Freischaffenden Rainer Ospelt, Martin Frommelt und Gerolf Hauser zusammen, ohne dass es sich um eine eigentliche Redaktion handelte.⁹² Der Umfang des Blattes belief sich auf 16 bis 24 Seiten.

Gemäss erstem Editorial handelte es sich beim Anzeiger um ein «neues, unabhängiges Printmedium für unser Land und unsere Region». Im Vordergrund der Berichterstattung sollten vor allem einzelne markante Ereignisse, Begebenheiten, Personen usw. stehen. Es wurde kein Anspruch auf umfassende Berichterstattung formuliert. Die Politik nahm in den Ausgaben nur einen unbedeutenden Stellenwert ein. Wie der Name der Zeitung bereits ausdrückt, stand die Werbung beim Liechtensteiner Anzeiger im Vordergrund.

Am 7. Dezember 2000 wurde die neunte und bereits letzte Ausgabe des Liechtensteiner Anzeigers herausgegeben. Nach Angaben des Herausgebers Beat Schurte scheiterte das Projekt an personellen Engpässen.⁹³ Es dürfte aber auch schwierig gewesen sein, auf dem hart umkämpften Anzeigenmarkt die nötige Akzeptanz zu finden.

2.1.4.6 Wirtschaft regional

Am 27. Oktober 2001 lancierte das Liechtensteiner Vaterland einen neuen, dritten Bund unter dem Titel: «Wirtschaft regional», welcher der Samstagsausgabe des Liechtensteiner Vaterlandes beigelegt war (und ist). Der Verlagsleiter Reinhard Walser begründete den Wirtschaftsbund mit dem Ziel, «Hintergrundstories, News, Präsentationen etc. schwerpunktmässig aus der Region anzubieten: aus Liechtenstein, Werdenberg und dem Sarganserland» und es wurde angekündigt, «einen seriösen und trotzdem interessanten Journalismus» zu pflegen.⁹⁴ Wirtschaft regional

⁹² Nach mündlicher Auskunft von Gerolf Hauser wurden die freien Journalisten wegen ihrer vermeintlichen Rolle als Redakteure nicht angefragt. Sie verstanden sich als Freischaffende, nicht als Redakteure des Anzeigenblattes.

⁹³ Kurzmitteilung im Liechtensteiner Volksblatt v. 16. Dezember 2000.

⁹⁴ Liechtensteiner Vaterland v. 27. Oktober 2001, S. 1.

wird zwar als Beilage des Vaterlandes verbreitet, kann aber auch separat bezogen werden. Insofern verdient es auch eine Erwähnung in einem separaten Abschnitt. Nach rund zweijähriger Tätigkeit kann das Fazit gezogen werden, dass das Redaktionsteam von *Wirtschaft regional* tatsächlich einen Qualitätssprung in der liechtensteinischen Medienlandschaft vollzogen hat. Die Parteipolitik ist im Gegensatz zu den Normalausgaben von *Vaterland* und *Volksblatt* etwas in den Hintergrund gedrängt, es werden aktiv Themen aufgegriffen und Hintergründe beleuchtet. Die Tendenz zu etwas langatmigen und umfangreichen Beiträgen und die wie in den Normalausgaben stark verbreitete Form der langen, ganzseitigen Interviews wirkt zwar etwas statisch. Angesichts der Kapazitätsgrenzen, die den Lokalmedien gesetzt sind, ist dies aber durchaus verständlich. Beim *Wirtschaft regional* sind zumindest Ansätze eines Recherchierjournalismus erkennbar, was bei den Normalausgaben der Tageszeitungen weitgehend vermisst wird. Eine noch kritischere Einstellung, eine aktivere Themensuche und eine insistierendere Grundhaltung von *Wirtschaft regional* würde aber nicht nur die journalistische Qualität des Blattes erhöhen, sondern könnte auch der Medienlandschaft Liechtensteins insgesamt zu mehr Glanz und Ruhm verhelfen. Es darf allerdings auch nicht übersehen werden, dass *Wirtschaft regional* strukturell mit dem Presseverein Liechtensteiner *Vaterland* bzw. – nach der Umwandlung 2003 – der *Vaduzer Medienhaus AG* verbunden ist und insofern unzweifelhaft im Einflussbereich der Vaterländischen Union steht. Inwiefern ein Qualitätsjournalismus trotzdem möglich und vielleicht weiter ausbaubar ist, muss die Zukunft zeigen.

2.2 Radio

Die Radiogeschichte Liechtensteins war zunächst auf einen Radiosender in der Frühphase der Rundfunkgeschichte in den 1930er Jahren, dem allerdings nur kurzes Glück beschieden war, beschränkt. Die Einrichtung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten wie in anderen europäischen Ländern wurde in Liechtenstein in der Folge nicht nachvollzogen. Erst im Zuge der Liberalisierung der nationalstaatlichen Rundfunkordnungen in Europa mit der Zulassung von Privatsendern (duales System) in den 1970er bis 1990er Jahren näherte sich Liechtenstein der Rundfunkentwicklung anderer Länder an. Mit etwas Verspätung wurden Privat-

radios zugelassen und ab Mitte der 1990er Jahre sendete Radio L als privater Radiosender und einziger liechtensteinischer Sender mit einem Vollprogramm. Doch im Sommer 2003 wurde bekannt, dass der Hauptgeldgeber von Radio L nicht mehr bereit sei, die anhaltenden Defizite des Senders zu tragen. Daher wurde in aller Eile ein Gesetz für einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk erarbeitet, um ab dem Jahr 2004 den Sender mit Anpassungen als öffentlich-rechtlichen Sender unter dem Namen «Radio Liechtenstein» weiterzuführen.

2.2.1 Landessender 1938/39

Der erste und für lange Zeit einzige Radiosender Liechtensteins ging 1938 auf Sendung, wurde jedoch bereits 1939 wieder geschlossen.⁹⁵ Erste Pläne für einen Sender waren 1935 aufgetaucht. In der Folge bemühten sich mehrere Interessenten um eine Konzession. Diese Phase war begleitet von den Bemühungen der Regierung auf internationaler Ebene, geeignete Frequenzen zugesprochen zu erhalten. Der Landtag befasste sich erstmals am 28. Juli 1937 mit dieser Angelegenheit. Am 25. September 1937 wurde schliesslich zwischen der Regierung einerseits, der Roditi International Corporation Ltd. und Mills & Rockley Ltd. andererseits ein Konzessionsvertrag abgeschlossen. Die Roditi International Corporation Ltd., eine Finanzgesellschaft mit Sitz in London, hatte dabei die Federführung auf Seiten des Syndikats während der zähen Verhandlungsdauer, in welcher zwischen verschiedenen Mitbewerbern mit harten Bandagen gekämpft wurde.⁹⁶ In Liechtenstein wurde sie teilweise durch die Kanzlei Ludwig Marxer vertreten. Im Vaduzer Haberfeld – dem Standort des heutigen Kinderhortes – erwarb sie treuhänderisch für den Bau des Senders ein Grundstück. Die Konzessionsvereinbarung sah vor, dass eine liechtensteinische Aktiengesellschaft gegründet werde. Dieser AG – der Liechtensteinischen Rundspruch-Aktiengesellschaft (Lirag) – gehörten in der Folge Ludwig Marxer als Verwaltungsratspräsident, Alois Vogt und Josef Ospelt als Verwaltungsräte an. Im Oktober 1938 folgte der Sendestart unter Sendeleiter Friedrich Ritter. Es wurde

⁹⁵ Ausführlich bei Jansen 1973.

⁹⁶ Vgl. Jansen 1973, S. 139 ff.

nur rund eine Stunde pro Tag gesendet, hauptsächlich wurden wohl klassische und volkstümliche Schallplatten aufgelegt und über den Äther verbreitet. Die Radiostation wurde im Volksmund als «Landessender» bezeichnet, die Regierung verwendete in ihren Kundmachungen den Begriff «Radio Liechtenstein»⁹⁷, ebenso wie der Sender selbst bei der Bekanntmachung seines Probeprogramms in den Landeszeitungen.⁹⁸ Im Konzessionsvertrag ist nur vom «Sender» die Rede.⁹⁹

Der Sender hatte dauernd mit technischen und finanziellen Problemen zu kämpfen. Der Empfang muss sehr mangelhaft gewesen sein. Hinzu kommt, dass lange nicht alle Haushalte über einen Radioempfänger verfügten.¹⁰⁰ Der Kriegsausbruch verschärfte die Situation finanziell noch zusätzlich, weil Geldüberweisungen aus dem Ausland schwieriger wurden. Gleichzeitig wurde aber auch die politische Lage Liechtensteins in unmittelbarer Nachbarschaft zum nationalsozialistischen Deutschland immer heikler. Die Regierung dürfte daher nicht unglücklich darüber gewesen sein, dass der Sendebetrieb im Verlauf des Jahres 1939 eingestellt wurde. Es lässt sich nicht mit Sicherheit feststellen, ob die politische Lage zum Ende des Senders beigetragen hat, oder ob dies rein finanzielle und technische Gründe hatte. Der Sendeleiter Friedrich Ritter erhielt jedenfalls am 4. November 1939 die endgültige Kündigung. Die Sendeanlagen wurden im November 1942 abtransportiert.

2.2.2 Weitere Radioprojekte

Es mangelte nicht an weiteren Versuchen, eine liechtensteinische Radiokonzession zu erwerben. Bereits vor der Konzessionserteilung an den Landessender gab es einen heftigen Wettbewerb zwischen verschiedenen Bewerbern.¹⁰¹ Auch nach dem Scheitern des Landessenders wurde die

⁹⁷ Liechtensteiner Volksblatt vom 31. August und 2. September 1939 nach Frommelt 2003, S. 118.

⁹⁸ Liechtensteiner Volksblatt und Liechtensteiner Vaterland vom 19. November 1938. Nach Frommelt 2003, S. 106.

⁹⁹ Abdruck des Entwurfs für einen Konzessionsvertrag und des Konzessionsvertrags vom 25. September 1937 bei Frommelt 2003, S. 160 ff.

¹⁰⁰ Vgl. Zeitzeugeninterviews bei Frommelt 2003, S. 145 ff.

¹⁰¹ Ausführlich bei Jansen 1973; Frommelt 2003.

Regierung regelmässig mit neuen Konzessionsgesuchen für einen Radiobetrieb, teilweise auch für Fernsehen, konfrontiert. Die Ansuchen kamen fast alle aus dem Ausland, insbesondere der Schweiz, dem restlichen Europa sowie Nordamerika. Allein zwischen 1945 und 1970 gingen 76 schriftliche Gesuche bei der Regierung ein, die allesamt abschlägig beschieden wurden.¹⁰² Ablehnungsgrund war einerseits das ungelöste Konzessionsrecht im Verhältnis zur Schweiz, ferner aber auch das Problem, dass die meisten Gesuchsteller kommerzielle Sender betreiben wollten. Die Regierung beschloss daher 1964, allen Interessenten künftig mitzuteilen, dass die Regierung vorläufig auf keine Konzessionsgesuche für die Errichtung und den Betrieb von Radio- und Fernsehstationen, die über den nationalen Charakter hinausgehen, eintrete.¹⁰³

2.2.3 Radio L

2.2.3.1 Vorgeschichte

Nach der kurzen Geschichte des Landessenders vergingen mehrere Jahrzehnte, ohne dass ein Anlauf für ein liechtensteinisches Radio erfolgreich war. Der Radiokonsum musste sich notgedrungen auf ausländische Sender aus den Nachbarstaaten beschränken. Es war jedoch ein lange gehegter Wunsch des ehemaligen Chefredaktors des Liechtensteiner Volksblattes, Walter B. Wohlwend, einen liechtensteinischen Radiosender zu realisieren. Wohlwend betrieb seit seinem Rücktritt als Chefredaktor des Volksblattes ein eigenes Pressebüro, das sowohl journalistische wie auch PR-Aufgaben übernahm. In den 1980er Jahren war er unter anderem als Korrespondent von Radio DRS für das Fürstentum Liechtenstein tätig. Sein Ziel war jedoch, ein liechtensteinisches Radio auf die Beine zu stellen. 1974 war er bereits in ein liechtensteinisch-schweizerisches Radio-Sendeprojekt involviert. Dieser Anlauf scheiterte allerdings an der bekannten Problematik, dass durch Integration in die

¹⁰² Frommelt 2003, S. 123–128.

¹⁰³ Frommelt 2003, S. 125.

schweizerische Rundfunklandschaft via Postvertrag ein Werbesender nicht zulässig war. Das Projekt wurde daher wieder beerdigt.¹⁰⁴

Ein erster Zwischenerfolg auf dem Weg zu einem Radiosender wurde viele Jahre später erreicht, als anlässlich der Liechtensteinischen Industrie-, Handels- und Gewerbeausstellung Lihga im September 1990 ein Probetrieb unter dem Namen «Radio L» bewilligt wurde.¹⁰⁵ Der provisorische Gehversuch mit den hausgemachten Tönen im liechtensteinischen Äther fand viel Resonanz. Zwar konnte der Probesender nicht verheimlichen, dass der Enthusiasmus der vielen Radio-Laien grösser war als deren handwerkliche Fähigkeiten. Aber es zeigte sich unmissverständlich, dass ein Bedürfnis für ein eigenes Radio vorhanden war, da das Publikum sehr positiv auf den Versuch reagierte.

In den meisten europäischen Staaten waren die Rundfunkordnungen bereits vor längerer Zeit liberalisiert worden, sodass Privatsender in unterschiedlicher Zahl und Qualität aus dem Boden schossen. 1995 eruierte die ESOMAR¹⁰⁶ bis zu über 2000 Sender pro Land (im Falle von Spanien). Die Entwicklung in den einzelnen Ländern war unterschiedlich, teilweise stürmisch und überbordend, teilweise aber auch von zurückhaltender Konzessionierung geprägt. Ein Sender für Liechtenstein mit einer Bevölkerung von rund 30'000 Einwohnern stellte in diesem Zusammenhang keine aussergewöhnliche Grösse dar. In der Zwischenzeit ist die Entwicklung weiter vorangeschritten. Insbesondere im Nachbarland Österreich hat sich die Zahl der Sender nach der Einführung des

¹⁰⁴ An einer Pressekonferenz des Liechtensteiner Presseclubs (LPC) wurde Anfang Mai 1974 das Radio-Projekt vorgestellt. Walter Bruno Wohlwend (Chefredaktor Volksblatt) und Hubert Hoch (Chefredaktor Vaterland) nahmen als Vertreter des LPC daran teil, Egon Marxer (VU-Vorsteher von Eschen) und Hilmar Ospelt (FBP-Bürgermeister von Vaduz) als Gemeindevertreter, sowie Beat Curti und Rudolf Bächtold als Vertreter des Verlags Jean Frey AG. Es sollte zunächst eine Radio-Projektierungsgesellschaft mit den Vorarbeiten für einen Sendebetrieb eingerichtet werden, um in einer zweiten Phase nach einer Konzessionerteilung dann den Sendebetrieb einzuleiten. Die Gemeinden sollten ein starkes Mitspracherecht erhalten, während finanziell zunächst nur die Jean Frey AG (Weltwoche, Annabelle, Sport) mit einem Betrag von 500'000 Franken einsteigen würde. (Liechtensteiner Volksblatt vom 4. Mai 1974; Aussagen von Walter Bruno Wohlwend in einem Interview bei Frommelt 2003, S. 55).

¹⁰⁵ Der Landtag befasst sich in der Sitzung vom 28. Juni 1990 mit der Erteilung einer provisorischen Konzession. Vgl. auch Berichterstattung im Liechtensteiner Volksblatt vom 29. Juni 1990.

¹⁰⁶ ESOMAR (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals), 1948 gegründet, mit Sitz in Amsterdam.

Radio

Table 2: Radiosender 1995 nach Ländern und Bevölkerungszahl (gerundet), geordnet nach Einwohner pro Sender

Land	Senderzahl	EW pro Sender
Griechenland	1344	8'000
Spanien	2686	15'000
Dänemark	280	19'000
Portugal	518	20'000
Luxemburg	21	21'000
Italien	1750	32'000
Belgien	300	36'000
Frankreich	1240	47'000
Niederlande	315	51'000
Schweden	122	73'000
Finnland	59	88'000
Irland	27	144'000
United Kingdom	225	261'000
Deutschland	241	342'000
Österreich	15	535'000
Total	9143	41'000

Quelle: ESOMAR Report on Radio and Television audience measurement in Europa 1995, zit. nach Association of European Radios AER 1998. Eigene Berechnungen.

Privatfunks nach oben entwickelt. Heute entfallen in der Schweiz und in Österreich im Mittelwert etwas mehr als 100'000 Einwohner auf einen Radiosender.¹⁰⁷

2.2.3.2 Die Konzession

Obwohl in der Schweiz bereits seit 1983 private Lokalradios auf Sendung waren, erlaubte das liechtensteinische Recht noch etliche Jahre keine Privatsender. Die politischen Hauptakteure in Liechtenstein taten sich in der parteipolitisch klar abgesteckten Medienlandschaft schwer

¹⁰⁷ Vgl. Zink u.a. 2003, S. 21.

mit dem Gedanken, dass ein neues, allenfalls auch unabhängiges Medium die Printmedien ihrer Monopolstellung berauben sowie die politische Meinungsbildung potentiell verändern sollte. Das Gesetz über Radio und Fernsehen war zwar 1978 bereits vom Landtag verabschiedet worden. Doch die Regierung Brunhart (VU) beilegte sich nicht mit der Erteilung einer Radiokonzession. Dass mit Walter-Bruno Wohlwend ein ausgewiesener Parteigänger der FBP in den Startlöchern stand, dürfte die Entwicklung nicht gerade beschleunigt haben. Es dauerte bis zum Jahr 1991, ehe die Regierung eine Rundfunk-Verordnung erliess. Erst auf der Basis dieser Verordnung konnte eine Konzession erteilt werden. Am 18. Januar 1992 erfolgte die Konzessionsausschreibung in den Landeszeitungen, auf welche drei Bewerber mit einer Eingabe reagierten. Am 26. Januar 1993 – nach längeren Abklärungen – wurde das Gesuch von zweien der drei Bewerber abgelehnt.¹⁰⁸ Der dritten Gesuchstellerin, der Radio-TV AG¹⁰⁹, wurde gleichzeitig eine Konzession zugesichert unter der Bedingung, dass die Gesellschaft liechtensteinisch beherrscht sei, dass die Redaktion mehrheitlich aus liechtensteinischen Staatsbürgern zusammengesetzt sei und dass die Finanzierung gesichert sei. Die Finanzierung wurde auch von der Finanzkontrolle des Landtages geprüft, die nach mehreren Rückweisungen am 1. Juni 1994 endlich grünes Licht gab. Am 16. August 1994 schliesslich erteilte die Regierung Frick – vorbehaltlich der Zustimmung des Landtages – der Radio TV AG die Konzession zur Verbreitung eines landesweiten Radioprogrammes unter dem Namen Radio L.¹¹⁰

Der Antrag der Regierung beinhaltete drei Aspekte: Erteilung der Konzession an die Radio-TV AG, Verpflichtungskredit in der Höhe von 950'000 Franken für die Errichtung der Sendeanlagen, der Studioer-

¹⁰⁸ Es handelte sich dabei um die Freie Liste und Michael Heinzl, Mauren. Diese Eingaben scheiterten nicht nur am Finanzierungskonzept, das sich mit der finanziellen Potenz der Radio TV AG nicht messen konnte. Ebenso wurden bezüglich Unabhängigkeit und Ausgewogenheit Fragezeichen gesetzt.

¹⁰⁹ Hinter der Radio TV AG stand als Promotor Walter B. Wohlwend, Vaduz, als wichtige finanzielle Stützen Dr. Peter Ritter, Vaduz und in geringerer Masse Bruno Fellingner, Küsnacht/ZH. Kurz vor dem Aus von Radio L gab der Verwaltungsratspräsident Peter Ritter an, dass seine «Firma» 100 Prozent der Vorzugs-Stimmrechtsaktien und etwa 12 Prozent der Inhaberaktien halte. Die restlichen Aktien seien breit gestreut. Er gehe von etwa 50 Aktionären aus. Interview mit Peter Ritter im *Wirtschaft regional* (Liechtensteiner Vaterland) vom 26. April 2003, S. 4.

¹¹⁰ Bericht und Antrag der Regierung Nr. 63/1994.

schliessung und eines UKW-Umsetzers, sowie Entnahme der entsprechenden Mittel aus dem Medienfonds. Im Bericht und Antrag der Regierung wurde die Erteilung der Konzession ausführlich begründet. Die Bedingungen (liechtensteinische Mehrheitsverhältnisse in Gesellschaft und Redaktion, Finanzkonzept) waren nach Meinung der Regierung und in Rücksprache mit der Stabstelle Finanzen bzw. externem Gutachten eines Spezialisten betreffend der Werbeeinnahmen erfüllt oder sollten erfüllbar sein. Es wurde aber im Bericht auch deutlich gemacht, dass insbesondere die Werbeeinnahmen optimistisch, wenn auch nicht ganz unrealistisch, budgetiert worden seien.

Radio L wurde im Konzessionsgesuch als liechtensteinischer Sender mit Ausstrahlung in die Region charakterisiert, der mit eigenständigen Nachrichten, mehrheitsfähigem Musik-Programm während der radiointensiven Zeiten (6 bis 19 Uhr) und einem Kultur- und Bildungsradio ausserhalb dieser Sendezeiten operieren sollte. Radio L plante ein 24-Stunden-Vollprogramm. Das Konzessionsgebiet umfasste nach eigenen Angaben 282'000 Einwohner (Liechtenstein, St. Galler Rheintal, Vorarlberger Bezirke Feldkirch und Dornbirn), davon rund ein Zehntel in Liechtenstein. Das erwähnte Sendegebiet sollte auch durch entsprechende Nachrichtenauswahl und Moderatoren aus allen drei Ländern bedient werden. Im Bericht und Antrag der Regierung wurde auch die damalige Konkurrenzsituation auf dem Radiomarkt dargestellt, die insgesamt allein rund 20 auf Grund terrestrischer Frequenzen empfangbarer Sender einschloss.¹¹¹

Die Beilagen zum Bericht und Antrag der Regierung enthielten die Statuten der Radio-TV AG, den Text der Konzession, das Budget von Radio L für die Jahre 1994–1997 sowie die Projektofferte der Telecom PTT Direktion St. Gallen für Investitionen (ca. 950'000 Franken) und jährliche Folgekosten (194'000 Franken) für die UKW-Sender, Studioerschliessung und UKW-Umsetzer. In der Konzession wurden verschiedene Auflagen gemacht, die die Gestaltungsfreiheit des Senders eineng-

¹¹¹ Erwähnt wurden die öffentlich-rechtlichen Sender DRS 1-3, ORF 1 und 2, Ö3, Ö2-Ring, SWF 1 und 3, S 4, der private Regionalsender Gonzen/Rheintal (heute «Radio Ri») als integral empfangbare Sender, im nördlichen Teil des Sendegebietes die Sender des Süddeutschen Rundfunks, des Bayerischen Rundfunks und des Deutschlandfunks sowie die Privatsender Radio aktuell (CH) und Radio 7 (D), im südlichen Teil des Sendegebietes der Privatsender Radio Grischa.

Tabelle 3: Budget von Radio L 1994–1997 (in Mio. Franken, gerundet)

Geschäftsjahr	Ertrag	Aufwand	Betrieblicher Verlust
1994	1.5	1.7	-0.2
1995	1.6	1.7	-0.1
1996	1.7	1.8	-0.1
1997	1.9	1.8	-0.1

Quelle: Regierung: Bericht und Antrag Nr. 63/1994, S. 17.

ten. Die Auflagen bezogen sich auf das Programm, die Organisationsform, die personelle Zusammensetzung, Rechenschafts- und Meldepflichten, Werbemöglichkeiten und anderes.¹¹² Radio L kalkulierte mit einem jährlichen Aufwand von rund 1,7 bis 1,8 Millionen Franken.

Die Statuten der Radio-TV AG vom 20. Februar 1992 waren wie erwähnt dem Bericht und Antrag der Regierung beigelegt, da es sich dabei einerseits gemäss Konzession um bewilligungspflichtige Statuten handelte, andererseits aber auch in der Konzession auf Bestimmungen der Statuten verwiesen wurde. Darin enthalten war etwa die Bestim-

¹¹² Darunter fiel beispielsweise die Verpflichtung auf ein 24-Stunden-Vollprogramm mit eigenen Nachrichten, Nachrichtensendungen in der Regel in hochdeutscher Sprache, Genehmigungspflicht für die Übernahme vollständiger Programmteile von anderen Veranstaltern, Zusammensetzung der Redaktion mehrheitlich aus lichtensteinischen Staatsangehörigen oder Ausländern mit Niederlassungsbewilligung. Weitere Auflagen bezogen sich auf die Strukturen (Rechtsform der Aktiengesellschaft, Notwendigkeit einer Geschäftsordnung, Genehmigungspflicht der Statuten, der Aktionärsstruktur, der Änderungen in Organisation und Zusammensetzung der Beteiligungsverhältnisse). Die Werbemöglichkeiten wurden eingeschränkt (Geltung der gesetzlichen Bestimmungen, ausdrückliche Werbeverbote für religiöse und politische Werbung bis hin zu Schleichwerbung). Schliesslich musste sich die Konzessionärin auch der Aufsicht der Konzessionsbehörde unterstellen mit Meldepflichten (Zusammensetzung der Gesellschaftsorgane, der Geschäftsleitung und der Beschwerdekommision, Geschäftsordnung, Reglement der Beschwerdekommision, Werbetarife und Werbebedingungen, programmliche Zusammenarbeit mit anderen Veranstaltern und Programmlieferanten) und Jahresberichten und Jahresrechnungen (Tätigkeitsbericht der Konzessionärin und der Beschwerdekommision, Programmstruktur, Werbeeinnahmen nach Herkunft der Aufträge, ausgestrahlte Werbeminuten nach Monaten, Zuwendungen, Ergebnisse der Rezipientenforschung, Anzahl, Funktion und Nationalität der Beschäftigten und Stand und Entwicklung der Verbreitung des Programms). (Konzession im Bericht und Antrag der Regierung Nr. 63/1994).

mung, dass ein Aktionär höchstens 25 Prozent des Grundkapitals un-mittelbar oder mittelbar auf sich vereinigen, und dass höchstens 25 Pro-zent des Grundkapitals im Besitz von natürlichen Personen ohne liech-tensteinische Staatsbürgerschaft sein dürfen. Die Statuten enthielten auch Bestimmungen zu den Organen, unter anderem wurde auch eine Beschwerdekommission in Aussicht gestellt.¹¹³

Der Landtag befasste sich in seiner Sitzung vom 15. September 1994 mit dem Bericht und Antrag der Regierung betreffend Radio L.¹¹⁴ Den Anträgen der Regierung wurde mit 22 Stimmen mehrheitlich zuge-stimmt. Es wurden aber auch kritische Voten abgegeben. Es wurde be-zweifelt, dass die Budgetierung realistisch sei. Die Voten teilten sich in solche, die das Risiko gänzlich auf Seiten des Privatsenders sahen. An-dere Abgeordnete hätten sich dagegen eine Beteiligung des Staats vor-stellen können – insofern also einen teilweise öffentlich-rechtlichen Sender – oder eine finanzielle Unterstützung in Form einer Medienför-derung, wie sie damals von Seiten Liechtensteins in der Höhe von jähr-lich 250'000 Franken der SRG zuteil wurde.¹¹⁵

Aus der Antwort von Regierungsrätin Cornelia Gassner ging her-ovor, dass nicht geplant sei, «dass das Land Liechtenstein die Betriebskos-ten übernimmt oder irgendwelche weiteren Zahlungen tätigt.» Es war

¹¹³ Gemäss diesen Statuten betrug das Grundkapital der Gesellschaft 50'000 Franken, eingeteilt in 5000 voll einbezahlte Namensaktien zum Nennwert von 20 Franken (was jedoch einen Betrag von 100'000 Franken ergibt). Organe der Gesellschaft sind die Generalversammlung, der Verwaltungsrat, der Programmbeirat, die Kontroll-stelle. Ferner wurde eine Beschwerdekommission in den Statuten vorgesehen, die von der Radio-TV AG errichtet und getragen wird und aus mindestens drei von der Radio-TV AG gewählten Mitgliedern, die über Erfahrung im Medienrecht verfügen sollen, besteht. Die Beschwerdekommission sollte Reklamationen über Sendungen des Radios, insbesondere auch Begehren auf Berichtigung, Gegendarstellung oder als Beschwerden bezeichnete Eingaben behandeln, wenn keine Einigung zwischen dem Beschwerdeführer und der Programmleitung erzielt werden kann. Dieser Pro-grammbeirat bestand aber bis zuletzt nur auf dem Papier.

¹¹⁴ Bericht und Antrag der Regierung Nr. 63/1994; Landtagsprotokoll 1994 Bd. II, S. 1093–1111.

¹¹⁵ Für den Stellv. Abg. Hansjörg Goop (VU) waren die Prognosen des Senders zu op-timistisch. Insbesondere die budgetierten Werbeeinnahmen erachtete er als nicht realistisch. Er hielt aber fest, dass Radio L ein Privatunternehmen sei, das die volle Verantwortung trage und dass es nicht angehe, dass das Land Liechtenstein bei einem allfälligen finanziellen Engpass von Radio L als Geldgeber herangezogen werde. (LP 1994 Bd. II, S. 1093–1095) Bedenken hinsichtlich der Finanzen äusser-ten auch die Abg. Rudolf Lampert (FBP) und Abg. Egon Gstöhl (VU). (S. 1097 und 1103). Abg. Paul Vogt (FL) hätte es begrüsst, wenn sich der Staat an Radio L betei-ligt hätte. Er habe sich ein Modell zwischen einer öffentlich-rechtlichen Anstalt und

sogar vorgesehen, dass Radio L die jährlichen Kosten von schätzungsweise 194'000 Franken für die Sendeanlagen übernehmen sollte.¹¹⁶ Hingegen stellte sie in Aussicht, dass der Medienfonds überarbeitet werden solle. Sie präziserte weiters noch die verwirrenden Angaben über das Grundkapital der Gesellschaft, indem sie ausführte, dass das Kapital zum Zeitpunkt der Landtagsdebatte 50'000 Franken betrug, dass aber eine Kapitalerhöhung auf 500'000 Franken im Falle einer Konzessionserteilung vorgesehen sei und die entsprechenden Kapitalgeber auch der Regierung namentlich bekannt waren, und dass darüber hinaus per 1. Januar 1996 eine weitere Zusicherung von 150'000 Franken vorliege.

2.2.3.3 Sendestart und Anlaufschwierigkeiten

Nach der Konzessionserteilung durch die Regierung machte sich die Radio-TV AG daran, das Konzept in die Realität umzusetzen. Die Kapitalerhöhung wurde durchgeführt, Personal rekrutiert, in der ehemaligen Weberei Spoerry in Triesen wurden Studios und Arbeitsplätze eingerichtet, die Programmstruktur erarbeitet. Der Aufbau von Radio L fiel in eine Zeit, als die Digitaltechnik Einzug hielt. Die Sendestudios und Arbeitsplätze wurden mit entsprechender Technik ausgestattet. Der Sendestart erfolgte am Staatsfeiertag, dem 15. August 1995. Die ersten Monate verliefen hektisch und waren nicht nur geprägt von viel Begeisterung, hohen Erwartungen und gemischter öffentlicher Akzeptanz,

einem privaten Lokalradio vorgestellt. Er kritisierte auch veraltete Bestimmungen der Gesetzgebung und sprach sich ferner dagegen aus, dass in der Konzession Auflagen gemacht werden in Bezug auf das Programm oder die Werbung, die für andere Medien nicht gelten. Mit Hinweis auf das bevorstehende Gebührensplittung in der Schweiz widersprach er der Haltung der Regierung und der Finanzkommission des Landtages, dass Radio L auch in Zukunft keine finanziellen Mittel vom Staat erhalten sollte. (S. 1098–1100) Auch Abg. Werner Ospelt (FBP) plädierte dafür, eine finanzielle Abgeltung zu prüfen. Damals erhielten nur die SRG für ihre Sendeleistungen eine jährliche Abgeltung von 250'000 Franken. Werner Ospelt wollte geprüft haben, ob nicht auch ORF, das Studio Vorarlberg, vor allem aber auch die liechtensteinischen Printmedien, die Gemeinschaftsantennenanlage und Radio L im Rahmen des Medienfonds Abgeltungen für Leistungen erhalten sollten. (S. 1097) Diesem Votum schloss sich Abg. Otmar Hasler (FBP, ab 2001 Regierungschef) an, indem er es im ureigensten Interesse des Staates erachtete, ein Medienförderungsgesetz zu schaffen, in dem die gemeinwirtschaftlichen Leistungen der Print- und elektronischen Medien abgegolten werden. (S. 1101).

¹¹⁶ LP 1994 Bd. II, S. 1106.

sondern auch von technischen Pannen und personellen Unzulänglichkeiten.¹¹⁷ Unter der Hauptverantwortung des Sendeleiters Roman Banzar waren eine dreiköpfige Werbeabteilung und eine personell unterbesetzte Redaktionsabteilung mit rund 600 Stellenprozenten tätig.¹¹⁸ In der Werbung bestand eine Kooperation mit der Spotpromotion und der Radiotele, einer der beiden führenden nationalen Radiowerbepromotivfirmen auf dem Schweizer Markt. Von Seiten des Verwaltungsrates wurde anhaltender Druck auf die Belegschaft in betriebswirtschaftlichen und programmlichen Fragen ausgeübt. Bereits nach wenigen Monaten wurde der Sendeleiter entlassen. Ende März 1996 verliess ein Grossteil der Belegschaft unter Protest den Sender.¹¹⁹

2.2.3.4 Die Folgejahre

In der Folge wurde neues Personal rekrutiert. Die üblichen Schwierigkeiten von kleinen Privatradiounternehmen blieben jedoch bestehen. Kennzeichen sind notorische finanzielle Schwierigkeiten, begrenzte redaktionelle Ressourcen und Fähigkeiten sowie häufige personelle Wechsel. Die finanziellen Schwierigkeiten konnten nur aufgefangen werden, weil der Hauptaktionär bereit war, erhebliche finanzielle Mittel in den Betrieb einzuschliessen. Hinzu kamen seit 1999 und teilweise rückwirkend für die Jahre davor die staatlichen Subventionen in der Grössenordnung von 750'000 Franken und mehr pro Jahr. Der Sender blieb jedoch bis zum Ende defizitär.

Die redaktionellen Limiten zeigten sich immer wieder in Sendebeträgen zu innenpolitischen Themen. Hierzu zählen Berichte über politi-

¹¹⁷ Der Sender wurde von einem Teil des Publikums gut angenommen, ein anderer Teil war enttäuscht wegen des modernen Musikprogramms, technischen Pannen und Kinderkrankheiten oder Unzulänglichkeiten auf Seiten der Redaktion und Moderation. Es liegen jedoch für diese Zeit keine Daten aus Publikumsbefragungen vor, die eine Quantifizierung erlauben würden.

¹¹⁸ Die Stellen teilten sich in der Regel auf Teilzeitanstellungen in der Redaktion, Moderation und Musikredaktion sowie der Technik auf. Die Funktion des Chefredaktors wurde in der Startphase von Radio L vom Autor dieser Studie eingenommen. Ferner wurden freie Mitarbeiter für einzelne Berichte engagiert.

¹¹⁹ Bericht über die entsprechende Medienorientierung der zurücktretenden Belegschaft sowie weitere Stellungnahmen im Liechtensteiner Volksblatt und Vaterland vom 1. April 1996.

sche Tagesereignisse, über die Tätigkeit des Landtages, Wahl- und Abstimmungsberichte sowie Veranstaltungen im Vorfeld von herausragenden politischen Ereignissen. Sendungen von Radio L gaben immer wieder Anlass zu berechtigten, kritischen Reaktionen in den Leserbriefspalten und zu Beschwerden.¹²⁰ Die Unzulänglichkeiten hingen einerseits mit der personellen Ausstattung und den fachlichen Kompetenzen der Redaktion zusammen. Eine hohe Fluktuation in der Belegschaft und ein grosser Anteil an ausländischen Journalisten ohne die notwendigen Hintergrundkenntnisse der liechtensteinischen Politik stellten ein Handicap in der Berichterstattung dar. Ausserdem wurde dem Delegierten des Verwaltungsrates, Walter Bruno Wohlwend, und dem Radio-L-Mitarbeiter Günther Meier – beides ehemalige Chefredaktoren des Liechtensteiner Volksblattes und regelmässige Moderatoren der Diskussionsendung «Rampenlicht»¹²¹ –, in der Öffentlichkeit regelmässig vorgeworfen, die journalistische Qualität und Objektivität vermissen zu lassen. Radio L konnte sich daher nie zu einer unabhängigen und aner-

¹²⁰ Bei der Medienkommission wurden drei Beschwerden eingereicht, alle von der Freien Liste. Am 14. September 2001 beschwerte sich die Freie Liste, weil Radio L es versäumt hatte, über eine Podiumsdiskussion vom 5. September 2001 zur Verfassungsrevision, die von der Freien Liste organisiert worden war, zu berichten (vgl. Stellungnahme der Freien Liste im Liechtensteiner Vaterland vom 17.9.2001). Der damalige Chefredaktor des Volksblattes, Alexander Batliner, wertete diesen Schritt in einem Zeitungskommentar als «Angriff auf die Medien- und Pressefreiheit, die nicht hingenommen werden darf.» Er diktierte der Medienkommission auch gleich in die Feder: «Alles andere als eine Ablehnung dieser Beschwerde darf nicht zur Diskussion stehen». (Liechtensteiner Volksblatt vom 19.9.2001) Die Freie Liste konterte, dass die Beschwerde an die Schlichtungsstelle ein normaler Vorgang sei, wie er in anderen Ländern üblich sei (abgedruckt im Liechtensteiner Vaterland vom 20.9.2001). Der Beschwerde wurde im Mai 2002 stattgegeben. Die Medienkommission stellte fest, dass eine Berichterstattung angebracht und notwendig gewesen wäre und empfahl Radio L, künftig Themen von solcher oder ähnlicher staatspolitischer Bedeutung in die Berichterstattung aufzunehmen. Am 23. September 2002 beschwerte sich die Freie Liste wegen Nichtberücksichtigung der Freien Liste bei der sonntäglichen Diskussionsendung «Rampenlicht» im Vorfeld der Volksabstimmung über das Raumplanungsgesetz (Mitteilung der Freien Liste im Liechtensteiner Vaterland/Liechtensteiner Volksblatt vom 26. September 2002.). Am 19. Februar 2003 beschwerte sich die Freie Liste zum dritten Mal, weil Radio L im Zuge der Verfassungsdiskussion zwar eine Verfassungsarena über die «Fürsteninitiative» im Dezember 2002 live übertrug, nicht jedoch die ähnlich organisierte Verfassungsarena über die konkurrenzierende «Friedensinitiative». Die Medienkommission vertrat in der Stellungnahme vom 16. Juni 2003 wiederum die Meinung, dass die Berichterstattung in Art und Umfang nicht zu befriedigen vermochte.

¹²¹ Das «Rampenlicht» war eine seit dem Sendestart wöchentlich am Sonntag zwischen 11 und 12 Uhr ausgestrahlte moderierte Diskussionsendung zu aktuellen Themen, die in den Anfängen live, später als aufgezeichnete Sendung übertragen wurde.

Radio

kannten Medienstimme in Liechtenstein entwickeln, die ein Korrektiv zur Parteipresse darstellen sollte.

Im März 2002 wurde öffentlich, dass Radio L zudem gegen die Konzession verstosse, da sich die Redaktion nicht mehrheitlich aus Liechtensteinern oder Niedergelassenen zusammensetze. Dieses Kriterium würden nur sechs von 25 Redaktionsmitgliedern erfüllen. Eine entsprechende Anfrage sei dem Radiosender von der Regierung zugestellt worden.¹²²

2.2.3.5 Programmstruktur und weitere Dienste

Radio L orientierte sich in der Programmstruktur und der Musikausrichtung an den Formaten anderer Privatradios. Das Programm (Stand Sommer 2003) sah an Wochentagen (Montag bis Donnerstag) wie folgt aus.

<u>Zeit</u>	<u>Programm</u>	<u>Zeit</u>	<u>Programm</u>
6:00	GM Liechtenstein	11:00	Zeitgeist
6:00	GM Liechtenstein	11:15	Veranstaltungen
6:30	Fokus News-FL/A/CH	11:30	Fokus News-FL/A/CH
6:40	WetterFlash	11:40	Blickpunkt Region
7:00	Info Report 1	12:00	Info Report 2
7:30	Fokus News-FL/A/CH	12:15	Fakten Region
7:40	Landespresseschau	12:30	Fokus News-FL/A/CH
7:45	WetterFlash	12:40	Fakten International
8:00	Info Report 1	13:00	Blickpunkt Wirtschaft
8:10	FL Geschichte	14:00	Congratulations
8:20	Int. Presseschau	14:15	Blickpunkt Europa
9:40	TV-Tipps	14:30	Blickpunkt Kultur
10:00	Zeitgeist	14:45	Interaktiv
10:15	Reisewetter Europa	15:00	Congratulations
10:30	Tagesthemen	15:15	TV-Tipps
10:40	Tageskalender	15:30	Blickpunkt Kultur

¹²² Liechtensteiner Volksblatt v. 12. März 2002. In diesem Zeitungsartikel ist auch die Rede von «massivstem Mobbing» bei Radio L und einer «katastrophalen Arbeitsatmosphäre» gemäss Aussagen von Radio-L-Mitarbeitern.

Mediengeschichte

Zeit	Programm	Zeit	Programm
15:45	Interaktiv	17:50	Börsennews
16:00	Info Report 3	18:00	Brennpunkt Spezial
16:15	Veranstaltungen	19:00	päxX
16:30	Fokus News-FL/A/CH	20:00	päxX
16:40	Blickpunkt Region	21:00	Starlight
17:00	Info Report 3	22:00	Starlight
17:30	Fokus News-FL/A/CH	23:00	Starlight
17:45	Sportnews	00–06	Nachtprogramm

Quelle: www.radiol.li (Zugriff am 8. August 2003).

Radio L zeigte auch Präsenz im Internet unter «radiol.li». Auf dieser Website konnten Informationen über den Sender, das Team und die Sendefässer abgerufen werden, und es war auch ein Mithören des Senders via Internet möglich. Die Website bot ausserdem einen aktuellen Newsticker. In der Schlussphase von Radio L wurde die Website trotz anhaltender finanzieller Defizite noch ausgebaut. Eine sechsköpfige Online-Redaktion war damit beschäftigt, aktuelle Meldungen aus der Region auf der Website von Radio L anzubieten.

2.2.3.6 Das Ende von Radio L

Das Ende von Radio L kam schnell und überraschend. Am 25. Juni 2003 informierte die Radio TV AG die liechtensteinische Regierung, dass der Hauptsponsor seine Zahlungen auf Ende Juni einzustellen gedenke,¹²³

¹²³ Regierung 2003, 12. Der als Hauptsponsor bezeichnete private Geldgeber war Verwaltungsratspräsident Peter Ritter. Die kleinen Aktienbesitzer erfuhren vom Ende ihres Unternehmens wie die breite Öffentlichkeit aus der Zeitung. In einem Leserbrief äusserte ein Aktionär (Norman Wille aus Eschen) seinen Unmut: «Dass wir Aktionäre die geplante Überführung von Radio L in eine öffentlich-rechtliche Anstalt aus der Zeitung erfahren mussten, ist sehr unschön. Dass wir aber weiterhin absolut keine Informationen darüber haben, wie der Stand der Dinge derzeit überhaupt ist, ist nicht länger tragbar. In den Gesprächen mit der liechtensteinischen Regierung wird geflissentlich vom «Rückzug des Financiers» gesprochen. Dass es sich beim Träger von Radio L um eine Aktiengesellschaft handelt, die auch noch aus anderen Aktionären besteht, scheint hier niemanden zu interessieren.» Liechtensteiner Vaterland/Volksblatt vom 21. November 2003.

obwohl der Verwaltungsratspräsident noch im April erklärt hatte, dass der Sender im finanziellen Bereich im Plan sei.¹²⁴ Das Ende von Radio L war damit eingeläutet. Nach Verhandlungen erklärte sich der Privat-träger bereit, den Sendebetrieb bis Ende 2003 aufrechtzuerhalten. Parallel dazu machte sich die Regierung in einer Blitzaktion an ein Konzept zur Fortführung eines Radiosenders in Liechtenstein. Der Grund für das Ende des Senders lag darin, dass es Radio L nicht geschafft hatte, aus den roten Zahlen herauszukommen. Es zeichnete sich auch keinerlei Perspektive auf eine finanzielle Besserstellung oder einen Abbau der jährlichen Defizite ab. Hinzu kamen zu erwartende Kosten für eine weitere avisierte Ausbaustufe für den Sender mit Sendeanlagen auf Valzeina, Walenstadtberg und dem Pfänder, welche das Sendebereich von Radio L erweitern sollten. Der Verwaltungsratspräsident Peter Ritter meinte dazu, dass dieser Ausbau einem privaten Geldgeber nicht mehr zuzumuten sei, nachdem er selbst bereits rund 12 Millionen Franken in den Sender investiert habe.¹²⁵ Acht Jahre nach dem Sendestart sah das Budget von Radio L katastrophal aus: Im Jahr 2003 waren bei einem Betriebsaufwand von knapp 5 Millionen Franken nur gerade knapp 2 Millionen Franken an Betriebseinnahmen (vor allem aus Werbung und Sponsoring) budgetiert.¹²⁶ Trotz staatlicher Subventionen von knapp einer Million Franken blieb dem Sender damit ein zu erwartendes Defizit von etwa 2 Millionen Franken. Radio L hatte einen Ausgabenweg eingeschlagen, der jedes vernünftige Mass für einen kleinen Lokalsender überstieg. Letztlich war Radio L nicht an den Einnahmen, sondern in erster Linie an überbordenden Ausgaben gescheitert. Vertreter von Privatradios in Vorarlberg und dem Schweizer Rheintal zeigten sich denn auch erstaunt, dass ein Privatradio mit solch grosszügiger öffentlicher Unterstützung

¹²⁴ Interview mit Peter Ritter im *Wirtschaft regional/Liechtensteiner Vaterland* vom 26. April 2003, S. 4: «Es gibt zwei Zustände zu hinterfragen. Erstens: Haben wir das Ziel erreicht, Liechtenstein in der Region eine Stimme zu geben? Da muss man ja sagen. Zweitens: Sind wir im finanziellen Bereich im Plan? Auch hier lautet die Antwort ja. Dass es wirtschaftlich zweifelsohne noch Schwierigkeiten gibt, ist ein anderes Problem. Aber die grundsätzliche Zielsetzung ist umgesetzt.»

¹²⁵ Bericht im *Liechtensteiner Vaterland* vom 23. August 2003.

¹²⁶ Der Radio-L-Intendant hatte bereits ein Jahr zuvor über sinkende Werbeeinnahmen geklagt. Die Wirtschaftsflaute habe zu einem Umsatzeinbruch von rund 3 Mio. Franken (2001) auf rund 2,2 Mio. Franken (2002) geführt. Unter «Umsatz» waren wohl «Einnahmen» zu verstehen.

Tabelle 4: Erfolgsrechnung von Radio L 1999–2003 (in Mio. Franken, gerundet, ohne Landesbeiträge und Sponsoring)

Geschäftsjahr	Ertrag (jeweils 30.Juni)	Aufwand	Betrieblicher Verlust
1999	1.7	4.3	-2.6
2000	2.2	3.8	-1.6
2001	2.9	4.6	-1.7
2002	2.2	4.5	-2.3
2003 ¹²⁷	1.8	4.8	-3.0

Quelle: Regierung: Bericht und Antrag Nr. 65/2003, S. 11.

wie Radio L nicht rentabel zu betreiben sei.¹²⁸ Wenn die Erfolgsrechnung der Jahre 1999–2003 betrachtet wird, war keinerlei Tendenz zu einer finanziellen Besserung in den letzten fünf Jahren von Radio L zu erkennen. Die jährlichen Betriebsverluste bewegten sich zwischen 1,6 und 3,0 Millionen Franken, wobei das letzte Jahr (2003) diesbezüglich am schlechtesten abschnitt.

2.2.4 Radio Liechtenstein

Aus der Not und aus den Trümmern von Radio L wollte die Regierung nach der Ankündigung des Endes von Radio L im Juni 2003 einen öffentlich-rechtlichen Sender einrichten. Im Eilverfahren wurde daher in Anlehnung an den Österreichischen Rundfunk und in grossen Teilen auch textidentisch der Entwurf für ein Liechtensteinisches Rundfunkgesetz (LRFG) in den Landtag eingebracht. Bereits am 19. September 2003 konnte der Landtag die erste Lesung zu diesem Gesetzesentwurf durchführen.¹²⁹ Während die Fraktion der Fortschrittlichen Bürgerpartei als Regierungspartei die Intention des Gesetzes unterstützte und auch der

¹²⁷ Provisorische Zahlen inkl. Online-Bereich, nicht revidiert.

¹²⁸ Radio-Ri-Geschäftsführer Max Müller im Liechtensteiner Vaterland vom 26. August 2003. Antenne-Geschäftsführer André Eckert (Vorarlberg) nach Liechtensteiner Vaterland vom 27. August 2003.

¹²⁹ Regierung – Bericht und Antrag Nr. 65/2003.

Radio

Table 5: Erfolgsrechnung von Radio L und Prognose für Radio Liechtenstein 2002–2006 (in Mio. Franken, gerundet, ohne Landesbeiträge und Sponsoring)

Geschäftsjahr	Ertrag (jeweils 30.Juni)	Aufwand	Betrieblicher Verlust
Radio L			
2002	2.2	4.5	-2.3
2003 ¹³⁰	1.8	4.8	-3.0
Radio Liechtenstein			
2004	1.9	3.4	-1.5
2005	2.0	3.5	-1.5
2006	2.1	3.7	-1.6

Quelle: Regierung: Bericht und Antrag Nr. 65/2003, S. 11 und ANHANG 3 .

Abgeordnete der Freien Liste grundsätzlich die Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks begrüßte, kamen aus den Reihen der VU-Opposition kritische Stimmen, die vor allem auf finanzielle Aspekte abzielten. Insbesondere wurde die Seriosität der Finanzkalkulation für Radio Liechtenstein in Frage gestellt, und es wurden auch die hohen Übernahmekosten von 3,1 Millionen Franken für die Aktiven von Radio L kritisiert. Im Bericht und Antrag begründete die Regierung den Ertragszuwachs mit der besseren Abdeckung der Pendlerströme infolge des Ausbaus des Sendernetzes. Aufwandseitig sollten Einsparungen durch den Stellenabbau von 35 auf 23 Stellen und Einsparungen in der Online-Redaktion realisiert werden. Der budgetierte Betriebsverlust beläuft sich damit auf 1,5 Mio. Franken, welcher durch die staatliche Subvention in der gleichen Höhe abgedeckt sein soll.

Es wurden im Landtag Zweifel geäußert, dass das ambitionierte Programm mit den angekündigten Sparanstrengungen durchführbar sei. Ferner wurde auch kritisiert, dass die Wiedereinführung von Rundfunkgebühren drohe und dass die Umwandlung des Privatsenders in einen öffentlich-rechtlichen Sender in einer Blitzaktion vor sich gehe, ohne dass seriöse Alternativen – etwa ein Privatrado eines anderen Betreibers

¹³⁰ Provisorische Zahlen inkl. Online-Bereich, nicht revidiert.

– geprüft worden seien. Diesbezüglich hatte sich im Vorfeld auch der Geschäftsführer der Vaduzer Medienhaus AG, Reinhard Walser, geäußert.¹³¹ Auch bezüglich einer angestrebten terrestrischen Sendegebietserweiterung mit neuen Sendestationen im Bündnerischen Valzeina und Walenstadtberg wurde Skepsis geäußert. Es zeigte sich denn auch später, dass von Seiten der Bewilligungsbehörde – dem Bundesamt für Kommunikation (Bakom) in Bern – dem Ansuchen nicht stattgegeben wurde. Die Privatradios im betroffenen Gebiet (Radio Ri und Radio Grischa) waren mit ihren Einwänden, dass ein subventionierter liechtensteinischer Sender zu einer Wettbewerbsverzerrung im Sendegebiet führe, erfolgreich.¹³² Das Eintreten auf die Vorlage der Regierung wurde schliesslich nach einer langen Eintretensdebatte mit 14 Stimmen beschlossen.

Von Seiten der Regierungspartei wurden in der Detaillierung ebenfalls Einwände vorgebracht. Sie richteten sich in erster Linie gegen die im Regierungsentwurf rigoros formulierten Ausschlussgründe für den Einsitz im Verwaltungsrat oder der Intendanz im Liechtensteinischen Rundfunk. So sollten etwa Parteienfunktionäre und Mandatsträger selbst weit über ihre aktive Tätigkeit hinaus von solchen Aufgaben ausgeschlossen bleiben. Bis zur zweiten Lesung im Landtag wurden die diesbezüglichen Formulierungen etwas gelockert, indem sie nur noch für aktuelle Mandats- und Funktionsträger galten. Dies eröffnete die Möglichkeit, dass schliesslich mit Norbert Seeger ein ehemaliger Präsident der Regierungspartei zum ersten Verwaltungsratspräsidenten des LRF gewählt wurde.

Gleichzeitig mit dem Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk wurden die Finanzbeschlüsse zur Übernahme der Aktiven der Radio TV AG und Radio Werbe AG (3,1 Millionen Franken), des Verpflichtungskredits zum Aus- und Aufbau der Sendeanlagen der Anstalt «Liechtensteinischer Rundfunk» (750'000 Franken), des Verpflichtungskredits zur Gewährung eines Landesbeitrags an die Anstalt «Liechten-

¹³¹ Reinhard Walser im Liechtensteiner Vaterland vom 28. August 2003. Er kündigte keine Ambitionen an, den Sender zu übernehmen, äusserte aber den Wunsch nach Distanz zwischen dem Staat und den Medien.

¹³² Zum «Nein» des Bakom siehe Liechtensteiner Vaterland vom 18. und 19. November 2003. Das Liechtensteiner Volksblatt hielt jedoch am 20. November 2003 an der Zielsetzung fest, das Sendegebiet in die avisierte Richtung auszuweiten und wollte von einem ablehnenden Entscheid des Bakom nichts wissen.

steinischer Rundfunk» für den Betrieb von Radio Liechtenstein (1,5 Millionen Franken für 2004, 2005 und 2006, insgesamt also 4,5 Millionen Franken), sowie eines Nachtragskredits für das Jahr 2003 zur Widmung des Dotationskapitals an die Anstalt «Liechtensteinischer Rundfunk» (2,5 Millionen Franken) gefasst. Die Vorlagen wurden in der Sitzung des Landtages vom 23. Oktober 2003 in zweiter Lesung behandelt und erzielten in der Schlussabstimmung mehrheitliche Zustimmung mit 14 Stimmen im 25-köpfigen Landtag (der Verpflichtungskredit über den Ausbau der Sendeanlagen erreichte nur 13 Stimmen).¹³³

Das LRFG eröffnet nicht nur die Möglichkeit für den Betrieb eines Radios, sondern auch eines Fernsehens. Daran ist im Moment nicht gedacht. Die Übernahme des Landeskanals ist mittel- bis langfristig durchaus denkbar. Der Programmauftrag ist in Art. 7 LRFG sehr breit gefasst. Er reicht von «objektiver und umfassender Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen», der «Förderung des Verständnisses für alle Fragen des friedlichen demokratischen Zusammenlebens» und der «Darbietung von Unterhaltung», bis zu detaillierteren Vorgaben zur Berücksichtigung von Publikumsinteressen (Kunst, Kultur, Wissenschaft, Sport, Anliegen aller Altersgruppen, von Familien und Kindern, der Gleichberechtigung von Mann und Frau, den Anliegen behinderter Menschen, religiösen Fragen, der Volks-, Jugend-, Schul- und Erwachsenenbildung, dem Umwelt- und Konsumentenschutz, der Gesundheit, der Sportförderung und der Toleranz zwischen Angehörigen verschiedener Kulturen).

Art. 9 hält die «Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeiter sowie die Freiheit der journalistischen Berufsausübung» hoch. Unabhängigkeit wird dabei nicht nur als Recht der Journalisten, sondern sogar als Pflicht verstanden. Das Gesetz regelt auch die Werbegrundsätze, den Jugendschutz u. ä.

Als Organe des LRF gelten der Verwaltungsrat, der Intendant und der Publikumsrat. Der Verwaltungsrat setzt sich aus einem Präsidenten, einem Vizepräsidenten und fünf weiteren Mitgliedern zusammen, die für eine Periode von vier Jahren gewählt werden. Der Präsident, Vizepräsi-

¹³³ Die 14 Stimmen setzen sich aus den 13 Stimmen der Fortschrittlichen Bürgerpartei und 1 Stimme der Freien Liste zusammen, während die Fraktion der VU die Vorlagen ablehnte.

dent und ein Mitglied werden durch den Landtag gewählt, zwei Mitglieder durch die Regierung und zwei Mitglieder durch den Publikumsrat. Der Intendant wird vom Verwaltungsrat für die Dauer von vier Jahren bestellt. Der Publikumsrat setzt sich aus 15 Mitgliedern zusammen, die sich auf eine öffentliche Ausschreibung hin bewerben können und ausgelost werden. Zugelassen sind Rundfunkteilnehmer mit Wohnsitz im Inland, die das 16. Lebensjahr vollendet haben. Der Publikumsrat bestellt zwei Mitglieder in den Verwaltungsrat, kann die Medienkommission anrufen, und gibt insbesondere auch Empfehlungen zur Programmgestaltung, der Einhebung und Höhe einer Rundfunkgebühr, der Erfüllung des gesetzlichen Auftrages, des Jahressendeschemas und von Qualitätssicherungssystemen ab.¹³⁴

2.3 Fernsehen

In der bisherigen liechtensteinischen Mediengeschichte hat es vier Typen von Fernsehsendern gegeben: den staatlichen Landeskanal, die Gemeindegkanäle, den auf Liechtenstein ausgerichteten Privatsender XML sowie

¹³⁴ Der Landtag ernannte in seiner Sitzung vom 17./18. Dezember 2003 Norbert Seeger, Eschen (Präsident), Egon Gstöhl, Eschen (Vizepräsident), Alexander Batliner, Mauren (Mitglied). Die Freie Liste beanspruchte ebenfalls einen Sitz, ging aber leer aus. Norbert Seeger war 1995 bis 1999 Parteipräsident der FBP, Egon Gstöhl war 1993 bis 1997 Landtagsabgeordneter der VU, Alexander Batliner war von 1999 bis 2001 Chefredaktor des Liechtensteiner Volksblattes. Aus dem Publikumsrat wurden an der konstituierenden Sitzung vom 29. Januar 2004 Rainer Gassner, Schaan, und Axel Bernhardt, Balzers, in den Verwaltungsrat gewählt. Die Regierung entsandte mit Beschluss vom 17. Februar 2004 Wolfgang Burtscher (Landesdirektor des Landesstudios Vorarlberg des ORF) und Maria Pinardi (langjährige Redaktorin und Moderatorin beim Schweizer Fernsehen und Inhaberin einer Medien- und Kommunikationsschule) in den Verwaltungsrat des LRF. Im Oppositionsblatt, dem Liechtensteiner Vaterland, erschien am 18. Dezember nach der Landtagsdebatte auf der Frontseite die Schlagzeile «FBP beherrscht Staatsradio». Grund war, dass von den drei Verwaltungsratsmandaten des Landtags zwei an FBP-Parteigänger ging (einschliesslich des Vorsitzenden), während die Freie Liste, deren Wahlvorschlag Wolfgang Marxer, ein ehemaliger Landtagsabgeordneter der FL, war, leer ausging. (Liechtensteiner Vaterland vom 18. Dezember 2003). Durch die Entsendung von zwei ausländischen Experten durch die Regierung sowie zwei Mitgliedern aus dem Publikumsrat dürfte aber dennoch eine ausreichende Distanz zum politischen System vorhanden sein. Nach einer Interimslösung entschied sich der Verwaltungsrat von Radio Liechtenstein nach einem Bewerbungs- und Auswahlverfahren für Mario Aldrovandi als Intendant von Radio Liechtenstein. Aldrovandi war seit 18 Jahren in allen Mediengattungen (Radio, TV, Print, Internet und Mobil) in der Schweiz tätig. (Liechtensteiner Volksblatt und Liechtensteiner Vaterland vom 26. Mai 2004).

mehrere, auf ein internationales Publikum schielende Privatsender, die jedoch bisher nicht erfolgreich lanciert worden sind. Keiner dieser Sendertypen wurde bisher bis zu einem Sender mit Vollprogramm entwickelt. Massgeblich für den alltäglichen Fernsehkonsum bleiben daher die ausländischen Sendeanstalten. Seit der weitgehend vollständigen Verkabelung der Haushalte ist eine Vielzahl von Fernsehprogrammen zu empfangen. Wer noch weitere Programme empfangen möchte, die aus technischen Kapazitätsgründen von den Kabelbetreibern nicht aufgeschaltet werden können, kann dies mit Hilfe von Satellitenempfängern tun. Im Vergleich zu den Vollprogrammen der öffentlich-rechtlichen und den zunehmenden privaten Sendern weltweit zeigt sich die einheimische Fernsehlandschaft Liechtensteins sehr karg. Ein Sender, der sich mit journalistischem Anspruch auf das Gebiet Liechtenstein konzentriert, fehlt bis heute.

2.3.1 Öffentlich-rechtliche Kanäle

Liechtenstein hat sich an der Aufbauphase des Fernsehens seit den 1940er Jahren, verstärkt aber in den 1950er Jahren, nicht beteiligt. In den meisten europäischen Ländern war die erste Phase des Aufbaus von Fernsehanstalten eine Domäne des Staates.¹³⁵ Diese öffentlich-rechtlichen Sender – das Schweizer Fernsehen mit ihren sprachregionalen Sendern, ORF in Österreich oder ARD mit den Landesanstalten in Deutschland – waren in der Anfangsphase nur terrestrisch mit Antenne zu empfangen. Das Publikum war daher in der Auswahl von Sendern stark eingeschränkt. Ein erster Ausbau des Fernsehangebotes fand statt, indem die Fernsehanstalten zweite Programme aufschalteten (SRG, ORF), oder einen zweiten öffentlich-rechtlichen Sender (ZDF in Deutschland) einrichteten. Erst seit den 1980er Jahren erreichte die Liberalisierungswelle auch die deutschsprachigen Länder, sodass in der Folge eine zunehmende Zahl von privaten Fernsehsendern den Betrieb aufnahm, teilweise als frei empfangbare Sender, teils als abonnierbare Pay-TV-Sender. Längst war auch der Empfang via Antenne durch potentere und qualitativ hochwertigere technische Empfangsmöglichkeiten

¹³⁵ Vgl. Meier 2002; Steinmaurer 2002; Dreier 2002.

ergänzt bzw. weitgehend abgelöst worden, zunächst in Form von Kabel-einspeisung, in der weiteren Folge substituierend oder ergänzend durch Satellitenübertragung.

2.3.1.1 Landeskanal

Wie erwähnt richtete Liechtenstein keinen öffentlich-rechtlichen Sender analog zur SRG, zur ARD oder zum ORF ein. Erst in den 1990er Jahren wurde ein Sender gestartet, allerdings nicht mit Vollprogramm, sondern als Informationskanal. Der Landeskanal ist der offizielle Fernsehkanal des Landes Liechtenstein, der von der Regierung betrieben wird. Die administrative Zuständigkeit liegt beim Presse- und Informationsamt.¹³⁶ Der Landeskanal nahm im Oktober 1992 den Betrieb auf. Das inhaltliche Konzept wurde seit Beginn keiner Änderung unterzogen. Der Landeskanal vermittelt Informationen aus Fürstenthaus, Landtag, Regierung und Landesverwaltung im Vollbild- und im TXT-System. Als Serviceleistung werden die Notfallnummern und -dienste publiziert. Mitteilungen von Privatpersonen, Vereinen, Verbänden, Parteien etc. können nicht aufgenommen werden. Die Übertragungen der Landtagssitzungen erfolgt mit Standbildern. Die Übertragung von bewegten Bildern (z.B. Wahlsendungen, Staatsfeiertagsansprachen) kann von der Regierung bewilligt werden. Livesendungen werden jedoch nur spärlich übertragen. Am regelmässigsten werden Sendungen zu Wahlen und Abstimmungen produziert, die jedoch bis anhin nur mit Texten, Grafiken und Bildern sowie einem Live-Ton versehen waren. Diskussionssendungen vor Wahlen und Abstimmungen werden in der Regel vorab produziert und später auf dem Landeskanal abgespielt, allenfalls auch noch wiederholt. Ein Beispiel für eine Live-Sendung mit bewegten Bildern stellt die Fussballübertragung des Länderspiels Liechtenstein gegen England aus dem Rheinparkstadion Vaduz vom 29. März 2003 dar.¹³⁷ Weitere

¹³⁶ Die Informationen über den Landeskanal wurden vom Presse- und Informationsamt, Frau Daniela Clavadetscher, zur Verfügung gestellt.

¹³⁷ Das Bildsignal konnte dabei kostengünstig von der Produktionsfirma übernommen werden, die das Fussballspiel für den Sender Sat1 aufzeichnete. Als Moderator fungierte Christoph Kindle, der für Radio L kommentierte und der von einem Moderationskollegen im Publikum sowie dem Trainer des FC Vaduz, Walter Hörmann, assistiert wurde.

Tabelle 6: Finanzieller Aufwand für den Landeskanal 1993–2002 (in Franken, auf 1'000 abgerundet)

1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
72'000	54'000	52'000	41'000	65'000	44'000	139'000	152'000	59'000	72'000

Quelle: Landesvoranschlag/Rechenschaftsberichte 1995–2002.

Liveübertragungen von Fussballspielen wurden angekündigt und realisiert.¹³⁸

Der finanzielle Aufwand für den Landeskanal betrifft die Abgeltung der Sendeplätze, Service und Gebühren, Ausbau und Anschaffungen, Aus- und Weiterbildung sowie Übertragungen von Anlässen (z.B. Wahlsendungen). 1993 bis 1998 betrug der durchschnittliche Aufwand 55'000 Franken pro Jahr. In den Folgejahren verdreifachte sich der jährliche Aufwand für den Landeskanal beinahe, sank dann aber ab dem Jahr 2001 wieder fast auf das ursprüngliche Niveau. Die Ursache für die kurzfristige Kostensteigerung waren insbesondere technische Neuerungen sowie Ausgaben im Vorfeld der Landtagswahlen 2001.

Im März 2004 gab die Regierung bekannt, dass sie den Landeskanal künftig verstärkt für Übertragungen mit bewegten Bildern nutzen möchte. Die Kosten für den Landeskanal sollen sich jedoch im bestehenden Rahmen bewegen. Gedacht wird insbesondere an Übertragungen von besonderen Anlässen wie etwa Aktivitäten am Staatsfeiertag, Staatsbesuche, wichtige Pressekonferenzen, Wahl- und Abstimmungssendungen sowie weitere Anlässe von landesweitem Interesse. Es sollen zudem vermehrt neue technische Möglichkeiten eingesetzt werden, welche zu einer attraktiveren Gestaltung der Texttafeln im Vollbildsystem beitragen können (z.B. Newsband, Zeitfenster, Verknüpfung mit anderen Medien). Mittelfristig ist für den Landtag ein eigener Fernsehkanal vorgesehen, um während der Sitzungsübertragungen ungehindert den Landeskanal empfangen zu können.¹³⁹

¹³⁸ Im Rahmen der Ausscheidungsspiele zu den Fussball-Europameisterschaften wurde wiederum ein Spiel – nämlich Liechtenstein gegen die Türkei im Rheinparkstadion von Vaduz – auf dem Landeskanal am 6. September 2003 live übertragen. Kommentatoren waren Christoph Kindle (Radio L) mit Studiogast Rolf Fringer, einem bekannten Fussballtrainer (zu jenem Zeitpunkt ohne Club).

¹³⁹ Pressemitteilung des Presse- und Informationsamtes vom 1. März 2004.

2.3.1.2 Gemeindekanäle

Die Gemeinden betreiben eigene Gemeindekanäle und machen ihre Programme völlig unabhängig. Sie sind beim Landeskanaal nicht involviert. Auf den Kanälen der Gemeinden werden Teletextinformationen und wechselnde Bildtafeln aufgeschaltet, die in der Regel einen besonderen Bezug zur jeweiligen Gemeinde haben. Dazu zählen etwa die Beschlüsse des Gemeinderates, Veranstaltungen in der Gemeinde, Adressen, Öffnungszeiten von öffentlichen Einrichtungen und Ähnliches. Es steht den Gemeinden jedoch auch frei, Gemeinderatssitzungen live zu übertragen oder überhaupt Sendungen auszustrahlen. Die Gemeinden Eschen und Mauren produzierten beispielsweise gemeinsam eine Wahlsendung zu den Gemeinderatswahlen vom 2. Februar 2003, die auf den beiden Gemeindekanälen live am Wahlnachmittag ausgestrahlt wurde.

2.3.2 Private Fernsehanstalten

Ebenso wie im Bereiche der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender mit Vollprogramm ist in Liechtenstein bis zur Gegenwart auch kein privater Fernsehsender mit Vollprogramm erfolgreich lanciert worden. Es hat indes bis heute nicht an Versuchen gefehlt, auf der im internationalen Vergleich relativ spät geschaffenen Basis der Rundfunkverordnung von 1991 (vgl. Kapitel Medienrecht) private Fernsehsender aufzubauen. Der durchschlagende Erfolg blieb jedoch bislang aus.

2.3.2.1 Fernsehsender XML

Der Sender «XML» stellte den ersten Versuch dar, ein eigenes Fernsehprogramm für Liechtenstein zu produzieren. Promotor des Senders war die X-Media AG.¹⁴⁰ Am 12. Dezember 1998 nahm dieser erste private

¹⁴⁰ Verwaltungsratspräsident der X-Media war bei der Gründung Werner Vogt als Präsident (ITW Vaduz), Reinhard Walser (Verwaltungsratspräsident Liechtensteiner Vaterland) als Verwaltungsrat und Geschäftsführer, sowie Roman Frick (Leiter der Publicitas AG, Vaduz) als Verwaltungsrat.

Fernsehsender in Liechtenstein den Betrieb auf. Auf dem schweizerischen Privatfernsehmarkt herrschte zu jener Zeit Goldgräberstimmung. Tele 24 hatte den Betrieb aufgenommen, TV3 sollte im kommenden Jahr folgen, und allenthalben schossen lokale Sender aus dem Boden. XML produzierte in den Anfängen eine rund einstündige wöchentliche Magazinsendung, die im Verlauf der Woche mehrmals wiederholt wurde. Aber bereits Ende 1999 musste der Sender auf Grund finanzieller Engpässe den Betrieb auf Textinformation reduzieren. Die Werbegelder flossen nicht so, wie es sich die Betreiber vorgestellt hatten.

Der Sender konnte die eigenen Ziele nicht erreichen. Das war auch nicht anders zu erwarten. Das Europäische Zentrum für Wirtschaftsforschung, die Prognos AG in Basel, kam 1998 in einer vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM in Auftrag gegebenen Studie zum Schluss, dass neue Voll- und Spartenprogramme in der Schweiz wirtschaftlich wenig Spielraum haben.¹⁴¹ Für Liechtenstein gilt dies auf Grund des winzigen Marktes noch in weit stärkerem Masse. Wer sich trotzdem in den gefestigten Strukturen des Schweizer Marktes etablieren will, braucht gemäss Prognos-Studie in finanzieller Hinsicht einen langen Atem. Voraussetzung für den Erfolg sei, dass der Fernsehkonsum in der Schweiz ansteige. Der Niedergang des schweizerischen Privatfernsehens im Jahr 2001 hat die Skepsis des BAKOM weitgehend bestätigt. Roger Schawinski verkaufte im August 2001 den Zürcher Lokalsender TeleZüri sowie Radio 24 an die TA Media Gruppe, wobei die perspektivische Schliessung des Schawinski-Senders Tele 24 (seit 1998 als erstes Schweizer Privatfernsehen auf Sendung) vertraglich verknüpft war. Die TA Media verfügte somit kurzfristig über zwei Sender: TeleZüri und TV3 (seit 1999 mit erstem schweizweitem Vollprogramm auf Sendung). Am 22. Dezember 2001 wurde aber auch der Sendebetrieb von TV3 eingestellt, womit eine Ära des schweizerischen Privatfernsehens abgeschlossen war. Die TA Media konzentrierte sich in der Folge im TV-Bereich auf den Zürcher Sender TeleZüri.

Diese Beispiele illustrieren die harten Rahmenbedingungen, die sich einer privaten TV-Anstalt stellen. XML musste dies auch erfahren und entsprechende Konsequenzen ziehen. Im Mai 2001 gaben Tele Ost-

¹⁴¹ Medienmitteilung des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie, Kommunikation vom 15. März 1999. (www.bakom.admin.ch).

schweiz (TVO)¹⁴² und XML Liechtenstein bekannt, dass ab 1. Juni 2001 täglich um 20.00 Uhr eine einstündige Sendung von Tele Ostschweiz auf XML ausgestrahlt wird, mit Wiederholungen um 21.30 Uhr, 23.00 Uhr und um 9 Uhr und 11 Uhr am Folgetag.¹⁴³ XML sollte dabei Tele Ostschweiz redaktionell unterstützen. Gemäss Aussagen des Präsidenten des Verwaltungsrates der X-Media AG (Betreibern von XML), liegt die kritische Grösse für einen Lokalsender bei 500'000 Haushalten. Tele Ostschweiz erreiche 220'000 Haushalte. Mit XML erhöhe sich das Verbreitungsgebiet ein wenig. Eine weitere Vergrösserung des Sendegebietes, namentlich ins Thurgau, wurde als weiterer Ausbauschnitt angestrebt. Die weiter oben erwähnte Prognos-Studie von 1998 war in ihrer Skepsis bezüglich der Möglichkeiten des Privatfernsehens in der Schweiz somit eindrücklich bestätigt worden.

Seit Mai 2001 und bis Mitte August 2002 wurde in vorsintflutlicher Manier und auch nicht regelmässig ein Videoband der TVO-Sendungen bei XML eingespeist.¹⁴⁴ Dies änderte sich ab Mitte August 2002, indem eine direkte Kabelanbindung von XML an TVO realisiert wurde. TVO bewegte sich aber ebenfalls noch tief in den roten Zahlen, sodass neben den Werbeeinnahmen stark auf öffentliche Subventionen geschickt wurde. Dazu zählt einerseits das Gebührensplittung in der Schweiz, woraus voraussichtlich ab dem Jahr 2005 markant erhöhte Beträge an die privaten TV- und Radiosender ausgeschüttet werden sollen. Andererseits sollte die redaktionelle Betreuung von Liechtenstein in der Zusammenarbeit zwischen XML und TVO wesentlich auch von einer finanziellen Unterstützung durch die liechtensteinische Medienkommission in Form von Zuschüssen oder einer Leistungsvereinbarung abhängig gemacht werden.¹⁴⁵ Im August 2002 wurde die Absicht bekannt gegeben, im Rheintal/Liechtenstein eine Korrespondentenstelle einzurichten.¹⁴⁶ Die

¹⁴² Tele Ostschweiz ist eine 100-prozentige Tochter des St. Galler Tagblattes, welches wiederum zu 75 Prozent der NZZ-Gruppe angehört.

¹⁴³ Berichte im Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt vom 2. Mai 2001. Diese Meldung wurde auch zu Jahresbeginn 2002 auf dem Sender XML als neue Dienstleistung bekanntgemacht.

¹⁴⁴ Wirtschaft regional/Liechtensteiner Vaterland v. 9. Februar 2002.

¹⁴⁵ Interview mit dem Chefredaktor von Tele Ostschweiz, Patrick Senn, in Wirtschaft regional, der Beilage des Liechtensteiner Vaterlandes vom 3. August 2002, S. 4. Diese strategische Ausrichtung deutete X-Media Verwaltungsratsmitglied Roman Frick bereits im Wirtschaft regional/Liechtensteiner Vaterland v. 9. Februar 2002 an.

¹⁴⁶ Liechtensteiner Vaterland vom 3. August (Wirtschaft regional) und 10. August 2002.

Zusammenarbeit mit TVO warf jedoch die Frage auf, ob dies mit der Konzession vereinbar ist. Ferner wurde auch bekannt, dass TVO für dieses Liechtenstein-Fenster vorab Geld vom liechtensteinischen Staat erwartete, ein Vorhaben, das bei der Regierung nach Auskunft des X-Media-Verwaltungsrates Roman Frick auf taube Ohren stiess.¹⁴⁷

Jedenfalls wurde ein Antrag der X-Media AG auf Finanzierung der Glasfaservernetzung zwischen der Kopfstation Buchs und jener in Vaduz (280'000 Franken für 2001 und 45'600 Franken für 2002) von der Regierung auf Empfehlung der Medienkommission abschlägig beschieden.¹⁴⁸ Begründet wurde dies von der Medienkommission damit, dass diese Verbindung mehr der Verbreitung von Sendungen von Tele Ostschweiz diene, anstatt eine Förderung von Liechtenstein-Berichten im Fernsehen auszulösen. Es wurde wiederum die Frage aufgeworfen, ob nicht eine Konzessionsverletzung vorliege. Im Herbst 2003 konnten auf XML nach wie vor die Sendungen von Tele Ostschweiz empfangen werden.

Schliesslich wurde dem Sender XML die Konzession entzogen. Dies wurde am 21. Oktober 2003 an einer Regierungssitzung entschieden, da verschiedene Konzessionsverletzungen – insbesondere das Fehlen eigenständiger Programmbeiträge – vorlagen.¹⁴⁹

2.3.2.2 *Satellitensender IBC*

Die im Jahr 1998 gegründete und im März 1999 von der Regierung konzessionierte Fernsehgesellschaft International Broadcasting Company (später: Internet & Broadcasting Company AG) IBC setzte sich zum Ziel, Spielshows über Satellitensender in Europa auszustrahlen und multimedial sowie interaktiv zu vermarkten. Im Verlaufe der kurzen Ge-

¹⁴⁷ Liechtensteiner Volksblatt vom 20. September 2002. Wegen einer allfälligen Konzessionsverletzung habe XML seine Position erklärt, aber noch keine Antwort erhalten. «Eigentlich», so Roman Frick, «müsste ein Medienkonzept für Liechtenstein ausgearbeitet werden.» Falls die Konzession entzogen werde, sei es fertig mit XML.

¹⁴⁸ Liechtensteiner Vaterland vom 4. Dezember 2002.

¹⁴⁹ Aussage von Markus Biedermann, Mitarbeiter der Regierung im Ressort Verkehr und Kommunikation, im Liechtensteiner Volksblatt vom 16. Januar 2004. Der Entscheid der Regierung erlangte am 11. November 2003 Rechtskraft, da von Seiten der XML-Betreiber gegen den Regierungsentscheid nicht rekuriert wurde.

schichte fanden mehrere Wechsel an der Spitze statt und es wurden hohe Erwartungen geschürt.¹⁵⁰ Noch im März 2001 wurde angekündigt, dass der Sendebetrieb in der zweiten Jahreshälfte 2001 am Firmensitz in Eschen aufgenommen werde.¹⁵¹ Das Business Modell sah Einnahmen aus Werbung und Sponsoring, Lotterie, E-Commerce, Merchandising, Kooperationen, Lizenzen, Internetdiensten und anderem vor. Es wurde auch ein Börsengang in Aussicht gestellt. IBC war als Spiel- und Unterhaltungssender geplant, der sich an US-amerikanischen Fernsehformaten orientierte. Allerdings stellt sich für den Markt Europa das Problem der Mehrsprachigkeit, dem man langfristig auch mehrsprachig begegnen wollte.

Im Mai 2001 machte der Sender Schlagzeilen, als die Aufsichtsräte Hugo Sele, Richard Negele und Rainer Hastrich, der auch das Amt des Generaldirektors innehatte, an der Generalversammlung zurücktraten.¹⁵² Aufsichtsratspräsident Erwin Brauchart und Aufsichtsrat Guido Nicolussi blieben im Amt. Als Grund für den Rücktritt gaben die Aufsichtsräte die prekäre finanzielle Situation an. Ein von ihnen ausgearbeitetes und von der Geschäftsleitung mitgetragenes Sanierungskonzept hätten sie an der Generalversammlung nicht vorstellen dürfen, weshalb sie noch vor Sitzungsende die GV verliessen. Brauchart bestätigte zwar die finanziellen Engpässe, sprach aber von einer grundsätzlichen Neustrukturierung der Gesellschaft und attestierte dem Sender weiterhin eine Zukunft. Diese trat aber offensichtlich nicht ein. Im Sommer 2001 kämpfte IBC noch gegen die Eröffnung des Konkursverfahrens¹⁵³, doch

¹⁵⁰ Anlässlich einer Pressekonferenz wurde im Juli 2000 das Ziel genannt, sich als die Nummer eins für interaktive Spielshows im Fernsehen und Internet zu positionieren. Gesamthaft sollen Aktien im Wert von 70 Millionen Euro platziert worden sein. Die Finanzierung beruhe auf Investoren, die in der Vorplatzierung Aktien im Wert von 5 Millionen Euro gezeichnet hätten, zweitens die Erstplatzierung von Aktien für Investoren von Venture-Capital-Firmen und Pensionskassen. Schliesslich die Zweitplatzierung für strategische Partner. Im Juli 2000 waren gemäss Ausföhrung an der Pressekonferenz 17 Personen bei IBC beschäftigt, im Endausbau wurde mit einem Personalbestand von 200 Personen gerechnet. Liechtensteiner Volksblatt v. 10. Juli 2000.

¹⁵¹ IBC Pressedokumentation vom 5. März 2001. Im Jahr 2000 wurden Verträge mit Astra betreffend Satellitenzugang abgeschlossen. In Eschen warteten fünf TV-Studios von je 200 Quadratmetern darauf, mit Sendetechnik ausgestattet zu werden und Sendungen zu produzieren. Anfang Februar 2001 wurde der Sendestart per 1. Oktober 2001 angekündigt. Liechtensteiner Vaterland v. 6. Februar 2001.

¹⁵² Die GV fand am Dienstag, 8. Mai statt. Vgl. Berichte im Liechtensteiner Volksblatt v. 10. Mai 2001 und im Liechtensteiner Vaterland v. 12. Mai 2001.

¹⁵³ Liechtensteiner Vaterland v. 4. August 2001.

am 5. September hatte das Obergericht die Konkursöffnung bestätigt. Es wurde mit Forderungen von rund 2 Millionen Franken gerechnet. Sowohl die beiden Hauptaktionäre (Erwin Brauchart und Marco Del Curto), als auch die Minderheitenaktionäre (angeführt von Richard Negele) meldeten ihr Interesse an, die Konzession für den Sender zu übernehmen.¹⁵⁴ Im Rahmen des Konkursverfahrens fällte das liechtensteinische Obergericht im Juni 2002 den Entscheid, dass die Konzession von IBC am 15. Juli 2002 versteigert werden solle.¹⁵⁵ Bereits im Vorfeld hatte die Regierung entschieden, mit Rücksicht auf die rund 50 Gläubiger die Konzession nicht zu entziehen, sondern in der Konkursmasse zu belassen.¹⁵⁶ An der Versteigerung beteiligten sich lediglich zwei Bieter, wobei das schwedische Unternehmen Tele2 AB die IBC-Konzession für 120'000 Franken ersteigerte.¹⁵⁷

2.3.2.3 *Tele 2*

Nach der Ersteigerung der Fernsehkonzession im Juli 2002 sah sich Tele 2¹⁵⁸ im Februar mit Forderungen der Regierung konfrontiert. Erstens lautete die Auflage, dass spätestens Anfang März 2004 Sendestart sein müsse, und zweitens sollte das Unternehmen eine Bankgarantie von 200'000 Franken hinterlegen, die bei ausbleibendem Sendestart an den

¹⁵⁴ Liechtensteiner Vaterland v. 4. Oktober 2001.

¹⁵⁵ Ironie der Geschichte, dass unter dem Namen International Broadcasting Corporation (IBC) 1936 ein Interessent für den Erwerb einer Radiokonzession in Liechtenstein auftrat. Die Konzession wurde jedoch anderweitig vergeben. Jansen 1973, S. 117 ff.

¹⁵⁶ Liechtensteiner Vaterland v. 15. Juni 2002. Kundmachung des Versteigerungsediktes in den Landeszeitungen vom 19. Juni 2002. Die Versteigerung erfolgte über Antrag des Massenverwalters. Programm- und Sendekonzession waren nur gemeinsam ersteigerbar und an die Voraussetzung geknüpft, dass die Regierung der Übertragung der Konzession an den Meistbietenden zustimmte. Das Mindestangebot wurde mit 50'000 Franken festgesetzt.

¹⁵⁷ Tele2 war durch Rechtsanwalt Martin Batliner vertreten, die unterlegene Zirkonia GmbH Vermögensverwaltung aus Graz war vertreten durch Rechtsanwalt Hugo Sele, der bereits bei IBC involviert gewesen war.

¹⁵⁸ Innerhalb des Tele2 AB-Konzerns – einer Tochtergesellschaft der schwedischen Investorengruppe Kinnevik (21,1 Prozent der Aktien, 26,1 Prozent der Stimmen – Stand April 2003) – wird Liechtenstein in der Regionalgruppe Luxemburg (mit Luxemburg und Belgien) geführt. Diese Regionalgruppe engagierte sich bereits seit mehreren Jahren in Liechtenstein auf dem Telekommunikationsmarkt mit den Festnetzangeboten von Tele 2 und dem Mobilfunkangebot unter dem Namen Tango.

Staat fallen würden.¹⁵⁹ Die Regierung begründete dies auf Grund einer entsprechenden Kleinen Anfrage im Landtag damit, dass in der Vergangenheit wiederholt Konzessionsauflagen zur Aufnahme des Sendebetriebs binnen Jahresfrist nicht eingehalten worden seien und mit der Bankgarantie die tatsächliche Aufnahme des Sendebetriebs sichergestellt werden solle.¹⁶⁰

2.3.2.4 *Cablecom*

Im Juni 2001 wurden Pläne der Cablecom Multimedia GmbH Vaduz bekannt, ein internationales digitales Fernsehprogramm unter dem Namen «Cablecom» zu veranstalten.¹⁶¹ Es handelt sich dabei um ein 100-prozentiges Tochterunternehmen des grössten Kabelnetzbetreibers der Schweiz, der Cablecom, welche ihrerseits zum englisch-amerikanischen Kabelfernsehkonzern NTL gehört.¹⁶² Aus dem Bericht und Antrag der Regierung an den Landtag geht hervor, dass die Cablecom sowohl als Free TV wie auch als Pay-TV empfangen werden sollte. Die Programme sollten sich dabei aus Unterhaltung, Shows, Filmen, Serien, Sport, Events u. a. zusammensetzen. Im Free TV sollten die informationsorientierten Sendungen den Schwerpunkt darstellen, die Finanzierung des Senders sollte über Werbung und Pay-TV-Einnahmen erfolgen.

Der Grund für das Konzessionsgesuch lag nicht in der Absicht, ein für den Markt Liechtenstein produziertes Programm auszustrahlen, sondern mit der liechtensteinischen Konzession den Zugang in den europäischen Markt zu erreichen. Liechtenstein ist im Gegensatz zur Schweiz Mitglied des Europäischen Wirtschaftsraumes EWR, sodass mit einer liechtensteinischen Konzession eine Programmvermarktung im europäischen Binnenmarkt möglich ist. Die Cablecom avisierte dabei die Kabelnetze im deutschsprachigen Raum.

¹⁵⁹ Wirtschaft regional/Liechtensteiner Vaterland v. 12. April 2003.

¹⁶⁰ Beantwortung der Kleinen Anfrage des Abg. Roland Büchel durch Regierungschef-Stellvertreterin Rita Kieber Beck (Liechtensteiner Vaterland vom 23. April 2003).

¹⁶¹ Liecht. Vaterland v. 8. Juni 2001. Demnach hatte der Sender am 18. April 2001 ein Gesuch um Erteilung einer Sende- und Programmkonzession eingereicht.

¹⁶² Cablecom wurde Ende 1999 zum Preis von 5,8 Milliarden Franken an NTL verkauft. Cablecom hatte zu je 32 Prozent der Swisscom, Siemens und der deutschen VEBA gehört, zu 4 Prozent dem Gründer Leo Fischer. Angaben von Website www.moneycab.com.

Die Regierung unterstützte das Konzessionsgesuch mit der Begründung, dass es sich dabei um eine wirtschaftliche Diversifikation mit positiven Auswirkungen auf die liechtensteinische Multimedia- und Telekommunikationslandschaft handle. In der Sitzung vom 28. Juni 2001 erteilte der Landtag mit 21 Stimmen bei 24 Anwesenden der Cablecom Multimedia GmbH mit Sitz in Vaduz die Konzession. Regierungschef-Stellvertreterin Rita Kieber-Beck präziserte in der Landtagsitzung, dass keine Sendestudios eingerichtet würden, sondern dass die Cablecom den Kabelnetzbetreibern Programme zur Verfügung stelle.¹⁶³

Im Januar 2002 verdichteten sich jedoch bereits Gerüchte von einem bevorstehenden Konkurs der NTL. Nach Pressemeldungen war der Aktienkurs der Gesellschaft an der New Yorker Börse von einst 37 Dollar auf 41 Cent abgetaucht. Auch der Wert der Cablecom wurde stark nach unten korrigiert und Verkaufsgerüchte kamen auf.¹⁶⁴ Nachdem ein Jahr nach Erteilung der Konzession in Liechtenstein kein Sendebetrieb aufgenommen worden war, verfiel die Konzession ungenutzt wieder. Nach Auskunft des Abteilungsleiters Kommunikation und Regulation der Cablecom, Roy Simmonds, hatte sich die Tätigkeit in den Vorbereitungsarbeiten erschöpft. Nach der Konzession seien keine weiteren Schritte unternommen worden.¹⁶⁵

2.4 Medienökonomische Betrachtungen zur liechtensteinischen Medienlandschaft

Es ist unschwer zu erkennen, dass der begrenzte Medienmarkt Liechtenstein die Medien – egal ob Print- oder elektronische Medien – vor enorme ökonomische Herausforderungen stellt. In einem kurzen Streifzug sollen daher verschiedene Aspekte der Medienökonomie aus unterschiedlichen Blickwinkeln dargestellt werden. Aus dem Blickwinkel der Medienökonomie können die Medien in verschieden breit gefassten Zusammenhängen untersucht werden. Dabei gibt es vier Betrachtungsbe-

¹⁶³ Landtagsprotokoll vom 28. Juni 2001, S. 451.

¹⁶⁴ Sonntags-Zeitung vom 27. Januar 2002. Der Wert der Cablecom wurde in diesem Bericht mit 3 Milliarden Franken angegeben und gleichzeitig noch als überbewertet eingestuft.

¹⁶⁵ Bericht im Liechtensteiner Vaterland vom 25. Juli 2002 mit Zitaten des Abteilungsleiters Kommunikation und Regulation der Cablecom, Roy Simmonds.

nen.¹⁶⁶ Der engste Radius umfasst ein einzelnes Medienunternehmen mit seinen betriebswirtschaftlichen Kalkulationen und Abläufen. Ein erweiterter Radius schliesst eine ganze Branche ein, also beispielsweise die Printmedien. Der nächste Fragenkomplex befasst sich mit der Ökonomie des ganzen Mediensystems. Dieser volkswirtschaftliche Ansatz untersucht beispielsweise die Konkurrenz- und Kooperationssituation von Medienunternehmen und Medienbranchen, Medienbeschränkungen usw. Der vierte und weitestgehende Ansatz fokussiert auf die politische Ökonomie der Medien. Dabei wird die volkswirtschaftliche Perspektive durch eine Ausweitung auf sozial- und kulturwissenschaftliche Fragestellungen gesprengt. Neben die Frage nach den ökonomischen Zielen werden auch die Fragen nach den politischen, sozialen und kulturellen Basisaufgaben der Medien gestellt. «Diese am ehesten medienwissenschaftliche Auffassung von Medienökonomie», so Faulstich, «kann sich beispielsweise auf die Auswirkungen der Medienbesitzverhältnisse auf Informationsvielfalt, Programmqualität, Transparenz oder Öffentlichkeit beziehen, auf Informationsflüsse in westlichen Gesellschaften, auf die zusätzliche Kommerzialisierung des Mediensystems durch den Druck von Interessenvertretern in Gestalt von Public Relations, auf die Konsequenzen des westlichen Mediensystems für die Dritte Welt, auf die Auswirkungen der Ökonomie-Dominanz auf andere Systeme wie etwa das kulturelle System oder auf die Frage, inwieweit ein Steuerungsmechanismus wie der Medienmarkt dazu taugt, bestimmte übergreifende gesellschaftliche Ziele zu erreichen.»¹⁶⁷

2.4.1 Ebene Unternehmen

Die fundamentale Frage ist diejenige nach dem wirtschaftlichen Überleben oder Untergang der Medien. In der liechtensteinischen Mediengeschichte ist eine Vielzahl von Medienversuchen finanziell gescheitert. Die Liste der Lancierung von Printmedien ist relativ lang. Aber auch der erste Radioversuch dauerte in den 1930er Jahren nur kurze Zeit. Radio L scheiterte als Privatrado, dem Fernsehsender XML wurde wegen

¹⁶⁶ Vgl. Faulstich 2000, S. 42 ff.

¹⁶⁷ Faulstich 2000, S. 43.

Missachtung der Konzessionsbestimmung die Sendeerlaubnis entzogen. Diese Skepsis der erwähnten Prognos-Studie hat sich für den schweizerischen Fernsehmarkt bewahrheitet. Umso mehr muss es für den winzigen liechtensteinischen Markt gelten. Selbst ein Lokalfernsehen und – mit dem Beispiel von Radio L vor Augen – ein Lokalradio finden in Liechtenstein extreme betriebswirtschaftliche Rahmenbedingungen vor.

Soweit der Blick zurück. Aber auch die noch existierenden Medien können nicht als langfristig wirtschaftlich gesicherte Unternehmen angesehen werden. Die Liechtensteiner Woche rettete sich in das Vaduzer Medienhaus. Alle Zeitungen unterstehen einem harten Rationalisierungs- und Spardruck. Auch einnahmenseitig müssen viele Hebel in Bewegung gesetzt werden, damit die Unternehmen weiterexistieren können. Das Handlungsrepertoire äussert sich in Inseratepools, der redaktionellen Zusammenarbeit mit der Südostschweiz, der Kooperation im Bereich des Zeitungsdrucks, Digitalisierung in der Zeitungsproduktion u. a. Allen Medien ist ausserdem gemeinsam, dass sie direkte und indirekte staatliche Subventionen erhalten, die eine wichtige Einnahmequelle darstellen. Damit ist aber das langfristige Überleben keineswegs gesichert. Medien sind stark von Einnahmen aus dem Inserate- und Werbeerwerbverkauf abhängig und leiden dementsprechend unter Rezession und wirtschaftlicher Flaute. Es ist nicht auszuschliessen, dass in Zukunft Fusionen und noch engere Kooperationen mit grösseren Verlagen anstehen. Ob die Kooperation im Druckverfahren hierzu bereits eine grobe Weichenstellung bedeutet, bleibt abzuwarten. Das Liechtensteiner Vaterland hat sich in dieser Hinsicht noch stärker an die Südostschweiz gebunden, während sich das Liechtensteiner Volksblatt nach Vorarlberg zum Vorarlberger Verlagshaus orientiert.

Der wesentliche Grund hierfür findet sich in der Kleinheit des Absatzgebietes. Das Kauf- bzw. Konsuminteresse für liechtensteinische Medienprodukte schwindet ausserhalb der Landesgrenzen sehr rasch. Die beiden Tageszeitungen Liechtensteiner Volksblatt und Liechtensteiner Vaterland konzentrieren sich in ihrer redaktionellen Arbeit weitgehend auf die Geschehnisse in Liechtenstein. Das Lesepublikum der benachbarten Region kann sich über das Lokalgeschehen in jeweils eigenen Printmedien – Sarganserländer, Werdenberger & Obertoggenburger, Vorarlberger Nachrichten u. a. – informieren. Abgesehen von einigen Auslandabonnements deckt sich das Leserpotential der liechtensteinischen Printmedien mit der lesefähigen Wohnbevölkerung. Unter Ein-

rechnung von gemeinsam in einem Haushalt Lebenden und dem zusätzlichen Bedarf aus der Verwaltung und der Privatwirtschaft dürfte sich das Marktpotential für die Tageszeitungen bei maximal 15'000 Exemplaren bewegen. Mit einer Auflage von 8000 – 9000 Exemplaren schöpfen die beiden Tageszeitungen das Marktpotential bereits zu einem grossen Teil aus. Eine markante weitere Steigerung ist bei einem Fortbestehen beider Tageszeitungen daher nicht zu erwarten. Aber auch weitere Möglichkeiten zur Auflagensteigerung erscheinen eher theoretisch oder nur in engen Grenzen möglich zu sein. So kann die Auflage mit der Bevölkerungszunahme steigen, das Absatzgebiet könnte über die Landesgrenzen ausgeweitet werden,¹⁶⁸ die Zeitungen könnten als permanente Gratiszeitungen mit Grosse Auflage verteilt werden,¹⁶⁹ oder eine Zeitung könnte zulasten der anderen Landeszeitung Marktanteile erobern.¹⁷⁰ Realistischerweise muss eher damit gerechnet werden, dass die Auflagen der beiden Landeszeitungen keine dramatische Veränderung nach oben erfahren werden. Damit bleiben auch die wirtschaftlichen Spielräume eng.

2.4.2 Ebene Branchen

Nachdem die jahrzehntelange Beinahe-Monopolstellung der Zeitungsmedien in Liechtenstein seit rund einem Jahrzehnt durch konkurrenzierende Medien – Radio, Fernsehen, Internet – gelockert ist, interessiert das Verhältnis der verschiedenen Medienbranchen zueinander. Ein we-

¹⁶⁸ Diesen Schritt versucht das Vaduzer Medienhaus mit der Verbreitung der «Liechtensteiner Woche» in Liechtenstein und Werdenberg (Auflage rund 30'000 Ex.), sowie mit der regionalen Ausrichtung der Samstagsbeilage «Wirtschaft regional».

¹⁶⁹ Das Liechtensteiner Vaterland und das Liechtensteiner Volksblatt produzieren je einmal pro Woche eine Grosse Auflage, die an alle Haushaltungen geht. Damit kann Werbekundschaft angelockt werden und gleichzeitig Werbung für die eigene Zeitung bei Nicht-Abonnenten gemacht werden. Die Abonnements generieren Einnahmen von rund 2 Millionen Franken, sind also nicht ohne weiteres ersetzbar. Die Flurbereinigung auf dem Schweizerischen Gratismarkt (20 Minuten, Metro) zeigt ebenfalls, dass eine solche Massnahme allenfalls für Grossstädte, und auch dort nur mit Abstrichen, machbar ist. Die permanente Gratiszustellung könnte nicht mit einem höheren Inserateaufkommen kompensiert werden, da die Zeitungen bereits in den Normalauflagen eine hohe Verbreitung haben, womit die Inseratepreise nicht beliebig nach oben korrigiert werden könnten. Gegenwärtig werden für die Grosse Auflage Inseratepreise verlangt, die rund 30 % über dem Preis bei der Normalauflage liegen.

¹⁷⁰ Dies ist dem Liechtensteiner Vaterland in den 1990er Jahren in Ansätzen gelungen.

sentlicher Aspekt aus medienökonomischer Sicht ist dabei die Verteilung des Werbekuchens auf die verschiedenen Branchen. Es ist aber auch nach den Veränderungsprozessen innerhalb einzelner Branchen – Agenturwesen, Interessengemeinschaften, Gesamtarbeitsverträge, technische Revolutionen usw. – zu fragen. Im vorherigen Abschnitt wurden diesbezüglich bereits einige Hinweise gegeben. Das Verhältnis der verschiedenen Medienbranchen zueinander soll hier noch kurz beleuchtet werden.

Im Vergleich zu den grösseren Staaten ist festzuhalten, dass die Verschiebung des Werbevolumens vom Print- zum elektronischen Sektor nicht wirksam ist, weil es kein wirklich funktionierendes lokales, auf Liechtenstein bezogenes Fernsehen gibt. Damit findet ein Abfluss von Mitteln der Werbebudgets in den TV-Bereich nicht statt. Es gibt kaum ein liechtensteinisches Unternehmen, welches das ausländische Fernsehangebot als Werbepattform nutzt.¹⁷¹ Auch Radio L stellte keine ernsthafte Konkurrenz zu den Printmedien in Liechtenstein dar. Im Vergleich dazu verteilen sich die Werbeumsätze in der Schweiz zu rund 50 Prozent auf die Presse (Zeitungen, Zeitschriften und Fachpresse), rund 10 Prozent auf Fernsehwerbung, rund 20 Prozent auf Direktwerbung, die restlichen rund 20 Prozent auf Radio, Kino, Teletext, Aussenwerbung, Adressbücher, Messen und Ausstellungen.¹⁷² Allerdings haben in den vergangenen zwei Jahren die Zeitungen und auch das Radio in Liechtenstein unter schwindenden Werbeumsätzen gelitten.

2.4.3 Ebene Volkswirtschaft

Wesentliche Gesichtspunkte bei der Beurteilung der Bedeutung der Medien für die liechtensteinische Volkswirtschaft sind auf der einen Seite die Wertschöpfung und die Beschäftigungssituation der Medien. Angesichts der florierenden Volkswirtschaft mit starken Pfeilern im Industrie- und im Dienstleistungssektor kommt den Medien diesbezüglich nur eine untergeordnete Bedeutung zu. Der Anteil der bei den Medien Beschäftigten liegt unter 1 Prozent aller rund 30'000 Arbeitsplätze in Liechtenstein. Bei der Wertschöpfung dürfte es sich ähnlich verhalten.

¹⁷¹ Die gelegentliche Werbung der Herbert Ospelt AG mit den «Malbuner»-Produkten sowie die Werbung der Hilcona AG stellt da bereits eine grosse Ausnahme dar.

¹⁷² IHA-GfK AG – Vademecum 2004. Hergiswil. Dezember 2003.

Nicht zu unterschätzen ist aber die Bedeutung der Medien für das reibungslose Funktionieren einer Volkswirtschaft. Medien dienen der Kommunikation – bezogen auf die Wirtschaft speziell auch der Werbekommunikation mittels Inseraten und Werbespots bzw. mittels PR-Artikeln. Sie sind also gleichsam ein Schmiermittel der Wirtschaft, da Produkte und Dienstleistungen bekannt gemacht werden und die Konsumenten informiert bzw. zum Kauf animiert werden. Die lokalen Medien sind in dieser Hinsicht für die lokale Wirtschaft praktisch unersetzbar. In dieser Hinsicht erreichen die liechtensteinischen Medien tatsächlich eine beachtliche Abdeckung, da eine relativ hohe Nutzung der Landeszeitungen und eine hohe Akzeptanz des lokalen Radios feststellbar ist.

2.4.4 Ebene Gesamtgesellschaft

In gesamtgesellschaftlicher Perspektive ist die Interdependenz zwischen den Medien, der Politik, der Wirtschaft und der Öffentlichkeit angesprochen, wobei unter medienökonomischem Blickwinkel insbesondere die finanziellen Verflechtungen und deren Konsequenzen für die Berichterstattung, die Gestaltung usw. zu berücksichtigen sind. Auf diese Aspekte wird in diesem Abschnitt nicht gesondert eingegangen, weil sie an anderen Stellen dieser Studie ausführlich zur Sprache kommen. Ähnlich wie für die Wirtschaft gilt auch für die Gesamtgesellschaft, dass Kommunikation notwendig ist. In der sich entwickelnden und zunehmend anonymisierenden liechtensteinischen Gesellschaft verschiebt sich dabei der Schwerpunkt der Kommunikation von der interpersonalen zur medialen Kommunikation. Die Medien – und im Falle Liechtensteins insbesondere die Tageszeitungen – erfüllen eine eminent wichtige Aufgabe auf dem Gebiet der Kommunikation, und zwar nicht nur der politischen Kommunikation, sondern auch der Information über kulturelle, sportliche, gesellschaftliche und wirtschaftliche Ereignisse sowie einer öffentlichen Debatte, nicht nur in einem Ping-Pong zwischen den Parteistandpunkten, die in den beiden Zeitungen zum Ausdruck gebracht werden, sondern auch in Form einer regen Teilnahme des Publikums und von Vereinen, Verbänden und Interessengruppen in den Leserbriefspalten, den Forumsbeiträgen und eingesandten Mitteilungen.

2.5 Zusammenfassung

Liechtenstein stellt einen kleinen, aber auf Grund der Souveränität dennoch einen eigenen, abgeschlossenen Medienmarkt dar. Die meisten bisherigen Medienprojekte zielen auf diesen kleinen Markt, der aus ökonomischer Perspektive wenig aussichtsreich wirkt. Es ist daher verständlich, dass die Medien in der Regel nicht in erster Linie als ökonomische Vorhaben, sondern mit publizistischen oder noch viel eher politischen Absichten entstanden sind. Nach zwei gescheiterten Presseanläufen gelang dem Liechtensteiner Volksblatt im Jahr 1878 der dauerhafte Erfolg. Nach der Lancierung einer zweiten Zeitung 1914 mit deutlich politischem Anspruch begann die schleichende Verbindung von Politik und Medien, die mit der Gründung der ersten Parteien 1918 endgültig hergestellt wurde. Das gesamte 20. Jahrhundert war auf der Ebene der Medien wie auch der Politik geprägt von der parallelen Existenz zweier zugeordneter Parteien und Zeitungen, die sowohl bei den Medien wie auch in der Politik eine fast hegemoniale Dominanz aufwiesen. Die beiden Zeitungen – das Liechtensteiner Volksblatt und das Liechtensteiner Vaterland – überstanden auch den andernorts festzustellenden Niedergang der Parteipresse und von unabhängigen Lokalzeitungen. Der damit einhergehende Strukturwandel der Öffentlichkeit ist somit in Liechtenstein bis dato nicht oder nur in Ansätzen eingetreten.

Weitere Zeitungen haben in Liechtenstein immer einen schweren Stand gehabt. Es gab diesbezüglich im Verlaufe der Zeitungsgeschichte zahlreiche Versuche, die aber nach kürzerer oder längerer Dauer gescheitert sind. Bezeichnend auch für die Entwicklung der zusätzlichen Printmedien, dass die meisten Lancierungen politisch, weniger publizistisch und selten ökonomisch motiviert waren. Die kommerzielle Basis für ein langfristiges Überleben war daher vielfach nicht vorhanden, und mit dem Erlöschen einer politischen Bewegung war vielfach auch das Aus für die entsprechende Zeitung gekommen. Als Ausnahme erweist sich bislang die Wochenzeitung *LieWo*, die schon seit 1993 jeweils am Sonntag erscheint. Doch auch ihr blieben finanzielle Engpässe nicht erspart, sodass sie ihre Unabhängigkeit aufgeben und sich in den Medienverbund des Liechtensteiner Vaterlandes aufnehmen lassen musste. Das Auftauchen von weiteren Zeitungsprojekten korrespondiert denn auch mit den Konjunkturen von politischem Aktionismus mit entsprechenden Schwerpunkten in den 1920er/30er Jahren, den 1960er Jahren

und den 1980er/90er Jahren. Die meisten Projekte hatten nur kurzen Bestand. Als relativ dauerhaft erwies sich die Wochenzeitung «Der Liechtensteiner» bzw. «Liechtensteiner Wochenspiegel» zwischen 1964 und 1976.

Noch deutlicher stellt sich das Ressourcen- und Marktproblem bei den elektronischen Medien, deren Rentabilität in der Regel von einem potentiellen Publikum abhängt, das weit über der Grösse der liechtensteinischen Bevölkerung liegt. Nach einer kurzen Radioepisode 1938/39 wurde viele Jahrzehnte von Liechtenstein aus kein Radio mehr betrieben. Die Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks machte Liechtenstein nicht mit. Aber auch die Liberalisierung im Rundfunkrecht, in deren Zuge europaweit zunehmend private Radio- und Fernsehstationen zugelassen wurden, wurde in Liechtenstein nur zögerlich in Angriff genommen. Diesbezügliche private inländische Initiativen, die seit 1974 bekannt sind, führten erst 1995 mit der Konzessionierung von Radio L zum Ziel. In der Folge stellten sich den privaten Radiobetreibern jedoch finanzielle Probleme, die mit der mangelhaften Betriebsführung einerseits, aber auch mit dem begrenzten Markt andererseits zusammenhängen. In Liechtenstein wurde Radio L zum Radiosender Nummer eins. Die Reichweite in der angrenzenden Region blieb jedoch marginal. Selbst die grosszügigen staatlichen Subventionen konnten die enormen Betriebsdefizite des Senders nicht aufwiegen, sodass im Jahr 2003 die Einstellung des Sendebetriebs angekündigt wurde. Die Regierung schrieb die Konzession nicht neu aus, sondern verfolgte stattdessen den Weg zu einem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der als «Radio Liechtenstein» die Nachfolge von Radio L antrat. Radio L hatte die Hoffnungen auf eine unabhängige und kritische Medienstimme nicht einlösen können. Das Programm blieb flach und von zweifelhafter journalistischer Qualität. Ob Radio Liechtenstein die im Jahr 2003 vom Landtag verabschiedeten Rundfunkgesetz formulierten hohen journalistischen Qualitätsstandards zu erfüllen vermag, muss sich indes erst noch weisen.

Wie beim Radio wurde auch beim Fernsehen der seit den 1940er Jahren einsetzende Aufbau von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Liechtenstein nicht nachvollzogen. Auch für die Etablierung von privaten Fernsehstationen wurden lange Zeit die gesetzlichen Grundlagen verschleppt und erst im Gefolge der Liberalisierungswelle in Europa mit Verspätung geschaffen. Alle bisherigen Versuche von priva-

Zusammenfassung

ten Fernsehbetreibern, sei dies eine Liechtenstein-bezogene Anstalt wie der Fernsehsender XML, seien dies international ausgerichtete Fernsehstationen, blieben bis dato allerdings erfolglos. XML musste nach bescheidenen Anfängen mit einer einstündigen Magazinsendung pro Woche selbst diese Dienste aus finanziellen Gründen einstellen. Die teilweise lautstark angekündigten international ausgerichteten Sender kamen bisher über Konzepte und illusionäre Businesspläne nicht hinaus. In der Lokal-TV-Szene hat nach anfänglicher Goldgräberstimmung ohnehin Ernüchterung Einzug gehalten. Davon sind nicht nur winzige Märkte wie Liechtenstein betroffen. Aber auch die international operierenden Stationen und Pay-TV-Kanäle sehen sich mit einer Reihe von Schwierigkeiten konfrontiert. Unter anderem macht auch die Mehrsprachigkeit Europas eine Übertragung von US-amerikanischen Formatvorbildern auf Europa nicht ohne weiteres möglich.

3 Die liechtensteinischen Tageszeitungen – eine quantitative Längsschnittanalyse

Die Entstehungsgeschichte des Liechtensteiner Volksblattes und des Liechtensteiner Vaterlandes ist weiter oben bereits skizziert worden. Seit dem ersten Erscheinen – im Falle des Liechtensteiner Volksblattes seit 1878 – haben sich die Zeitungen jedoch massiv gewandelt und stellen sich heute in einem anderen Licht dar als noch vor einigen Jahrzehnten. In den folgenden Abschnitten werden wesentliche Entwicklungstendenzen der beiden Landeszeitungen herausgehoben. Die Grundlage dazu liefert eine quantitative Analyse der beiden Landeszeitungen.¹⁷³ Über eine Zeitspanne von mehr als 100 Jahren wurden zu diesem Zweck Stichproben gezogen und analysiert. Im Rhythmus von fünf Jahren – und zusätzlich dem Jahr 2003 als letztem Vergleichspunkt – wurden jeweils die Zeitungsausgaben einer ganzen Woche untersucht. Als Zeitraum wurde dabei jeweils die letzte, vollständige Juniwoche gewählt. Im gesamten Vergleichszeitraum wird somit eine Woche abgedeckt, die unter ähnlichen Vorzeichen steht. Die letzte Juniwoche weist in der Regel kaum besonders herausragende Ereignisse auf, die einen unerwünschten, verzerrenden Effekt nach sich ziehen könnten. Sie ist nicht geprägt von besonderen politischen Ereignissen (Wahlen, Abstimmungen), sportliche Grossanlässe fallen meistens ebenfalls nicht auf diese Periode, es ist keine Sommerferienzeit mit der bekannten Sommerflaute, variable Anlässe, Feiertage und Ferienzeiten (wie etwa Ostern, Pfingsten, Sportferien, Herbstferien usw.) fallen ebenfalls nicht in die letzte Juniwoche, es herrscht keine Advents- und Vorweihnachtszeit. Die letzte Juniwoche

¹⁷³ Es handelt sich dabei um eine quantitative Erhebung des Umfangs von redaktionellen Beiträgen, Inseraten und Illustrationen sowie zusätzlich von Leserbriefen in den Zeitungen. Eine spezifischere Inhaltsanalyse nach klaren methodischen Vorgaben (vgl. Früh 1991; Merten 1995; Brosius/Koschel 2001; Bonfadelli 2002) müsste in einem gesonderten Forschungsprojekt durchgeführt werden.

Steigerung des Umfangs

erscheint somit als relativ geeignet, um eine Längsschnittanalyse durchzuführen. Die Stichprobe war aber dennoch nicht ganz befreit von Besonderheiten. 1980 fiel die Liechtensteinische Handels- und Gewerbeausstellung in diese Woche, weshalb ein relativ hohes Werbevolumen und eine Berichterstattung mit vielen Bildern zu verzeichnen ist. Später wurde die LIHGA im September veranstaltet. Weniger auffällige Spuren hinterlassen demgegenüber die Landtagssitzungen, die seit den 1980er Jahren teilweise in den Untersuchungszeitraum fallen. Im Jahr 2000 fiel ausserdem Fronleichnam auf die analysierte Juni-Woche. Um Verzerrungen zu vermeiden wurde deshalb der Donnerstag der Folgewoche einbezogen.

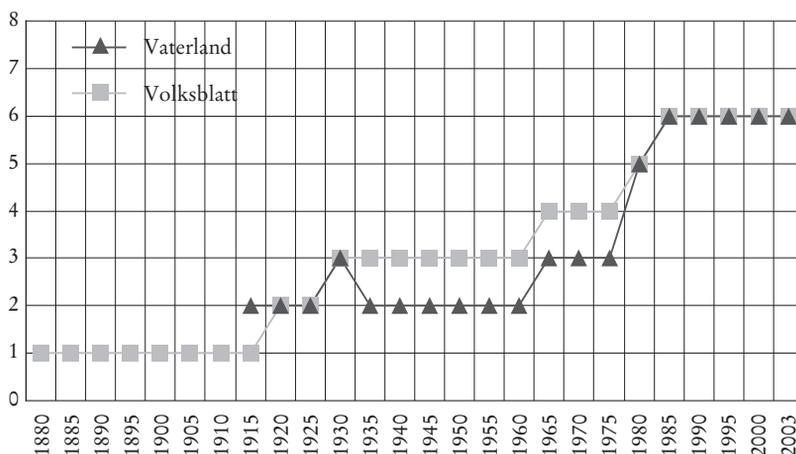
3.1 Steigerung des Umfangs

In der Jubiläumsschrift aus Anlass des 125-jährigen Bestehens des Volksblattes hat der Verlag darauf hingewiesen, dass der Umfang der Zeitung beträchtlich zugenommen habe. In den Anfängen – so das Fazit – erschienen rund 320 Seiten pro Jahr, in den 1980er Jahren annähernd 5000 Seiten, am Beginn des neuen Jahrtausends würden rund 9600 Seiten gedruckt. Diese Feststellung trifft weitgehend zu. Die Volumensteigerung ist nicht nur damit begründet, dass die einzelnen Zeitungsausgaben umfangreicher geworden sind, sondern dass gleichzeitig auch der Erscheinungsrhythmus zugenommen hat. Von ursprünglich einer Ausgabe pro Woche nahm der Erscheinungsrhythmus – mit Ausnahme eines Rückgangs bei den Liechtensteiner Nachrichten und dem nachfolgenden Liechtensteiner Vaterland zwischen 1933 und 1962 – kontinuierlich zu. In den meisten Fällen erfolgte diese Steigerung im Gleichschritt. Das heisst, dass sich die Zeitungen jeweils gegenseitig genau beobachten und ein Ausbauschnitt der einen Zeitung möglichst rasch von der anderen Zeitung nachvollzogen wird.

Die einzelnen Zeitungsausgaben haben ebenfalls an Volumen zugenommen. Bis in die 1950er Jahre belief sich der Umfang einer einzelnen Zeitungsausgabe sowohl beim Volksblatt wie auch beim Vaterland standardmässig auf vier Seiten. Danach stieg der Umfang in einer ersten Welle bis Anfang der 1980er Jahre auf etwa 16 bis 20 Seiten, um dann bis ins Jahr 2000 weiter auf durchschnittlich rund 30 Seiten pro Ausgabe anzuwachsen.

Die liechtensteinischen Tageszeitungen

Abbildung 1: Erscheinungsrhythmus von Liechtensteiner Volksblatt und Liechtensteiner Vaterland¹⁷⁴ 1880–2003 (Ausgaben pro Woche)



Da gleichzeitig auch die Zahl der Ausgaben – wie aus der Abbildung ersichtlich – kontinuierlich zugenommen hat, ist der Seitenumfang der Zeitungen pro Woche noch deutlicher gestiegen als der Seitenumfang einer einzelnen Ausgabe. Die Entwicklung vollzog sich in drei Schüben. Der erste Schub erfolgte in den 1960er Jahren, der zweite Ende der 1970er Jahre und der dritte in den 1990er Jahren. Jede Phase brachte ungefähr eine Verdoppelung des Seitenvolumens pro Woche, und zwar auf rund 50 Seiten 1970, auf rund 100 Seiten 1980 und auf rund 200 Seiten im Jahr 2000. Auf ein Jahr hochgerechnet ergibt dies aktuell einen Umfang von rund 10'000 Seiten.

Die Entwicklung der beiden Landeszeitungen verlief weitgehend parallel, wobei das Liechtensteiner Vaterland in den letzten Jahrzehnten in quantitativer Hinsicht jeweils einen leichten Vorsprung aufwies. In der Abbildung wird auch deutlich, dass die Zeitungen gegenwärtig von der wirtschaftlichen Krisenstimmung erfasst werden und ein sinkendes Volumen verzeichnen.

¹⁷⁴ Seit 1936 Liechtensteiner Vaterland, vorher Liechtensteiner Nachrichten bzw. vorher Oberrheinische Nachrichten.

Steigerung des Umfangs

Abbildung 2: Durchschnittliche Seitenzahl einer Zeitungsausgabe 1880–2003

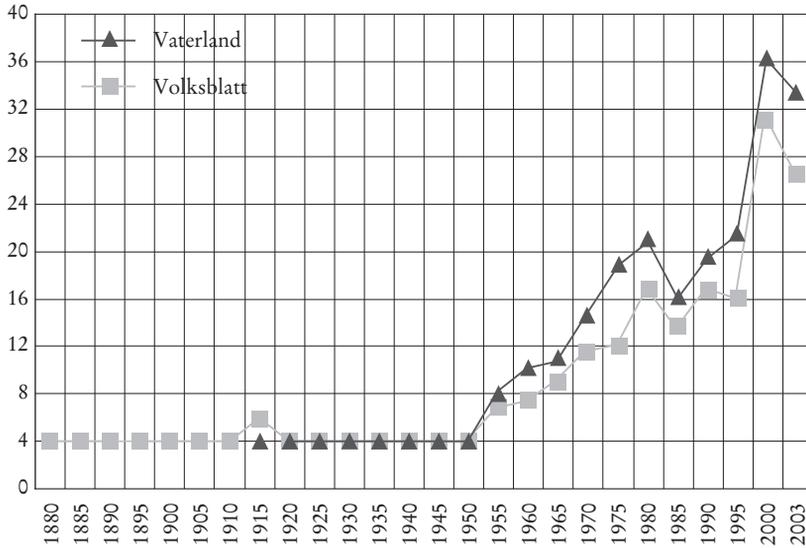
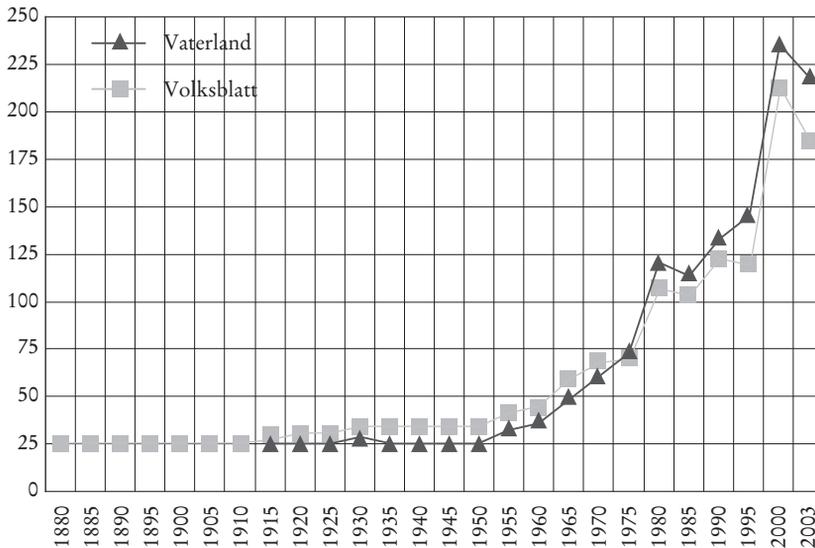


Abbildung 3: Seitenumfang der Tageszeitungen pro Woche 1880–2003



3.2 Werbeseiten und Werbeanteil

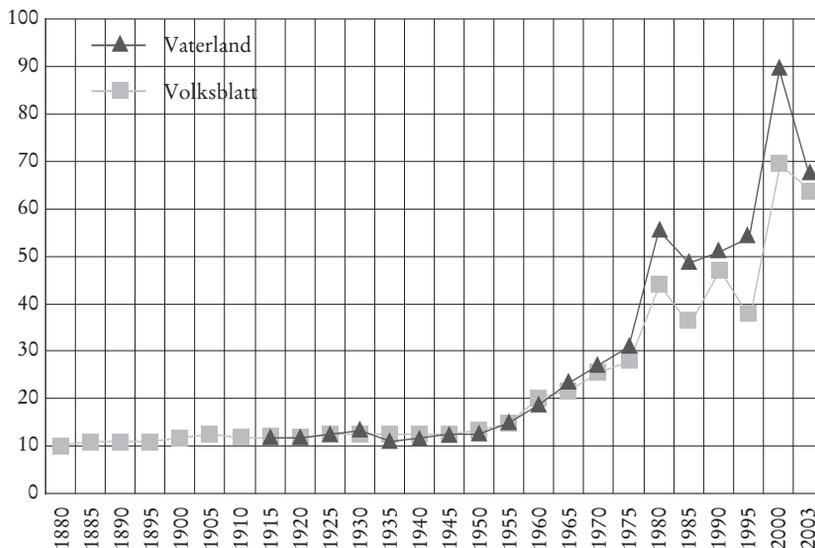
Es besteht nicht der gesamte Zeitungsumfang aus redaktionellen Beiträgen oder anderen Beiträgen wie etwa den eingesandten Meldungen, Pressemitteilungen oder Leserbriefen. Ein beträchtlicher Teil der Zeitungen ist mit Werbung oder anderen bezahlten, nichtredaktionellen Beiträgen gefüllt: Inseraten, Annoncen, amtlichen Kundmachungen oder Todesanzeigen. Ähnlich wie der Zeitungsumfang insgesamt hat das Werbevolumen in den vergangenen Jahrzehnten in Wellenbewegungen tendenziell zugenommen. Der statistische Ausreisser 1980 ist grossteils mit dem LIHGA-Termin zu erklären, der in die Untersuchungswoche fiel. Von Schwankungen abgesehen zeigt sich ein markanter Anstieg des Werbeaufkommens von rund 10 Seiten pro Woche und Zeitung im Jahr 1960, auf 60 bis 80 Seiten im Jahr 2000. Danach erfolgte ein Einbruch, der weitgehend wirtschaftlich bedingt sein dürfte.

Ein Vergleich zwischen den beiden Landeszeitungen zeigt, dass das Volksblatt bis in die 1950er Jahre der führende Werbeträger – allerdings bei insgesamt tiefem Volumen – war. In den 1960er Jahren konnte das Vaterland nicht nur aufholen, sondern auch überholen und seit den 1980er Jahren einen komfortablen Vorsprung herausholen. Dies führte zu jährlichen Mehreinnahmen in Millionenhöhe, was sich auf die Profitabilität des Unternehmens einerseits, auf die redaktionellen und investitiven Möglichkeiten des Verlages andererseits auswirken kann.¹⁷⁵ Ob der Gleichstand im Jahr 2003 nur eine vorübergehende Erscheinung ist oder ob sogar eine Kehrtwende herbeiführt wurde, wird die Zukunft weisen.

Trotz des deutlich gesteigerten Werbeaufkommens ist der Anteil der Werbung in den Zeitungen zurückgegangen. Die Stichprobe von 1905 hat diesbezüglich den höchsten Wert gebracht. Die Wochenausgabe des Volksblattes mit vier Seiten bestand zu fast 60 Prozent aus Werbung. Ab der Stichprobe von 1915 musste das Volksblatt jedoch mit Konkurrenz leben. Zunächst die Oberrheinischen Nachrichten, dann die Liechtensteiner Nachrichten und schliesslich das Liechtensteiner Vaterland

¹⁷⁵ Sollten die 20 Werbeseiten pro Woche dem Ganzjahresschnitt entsprechen, würde dies rund 1000 Seiten mehr Werbung pro Jahr oder Mehreinnahmen in der Grössenordnung von über 3 Millionen Franken ausmachen – abzüglich des erhöhten Druckaufwandes.

Abbildung 4: Werbeseiten der Tageszeitungen pro Woche 1880–2003



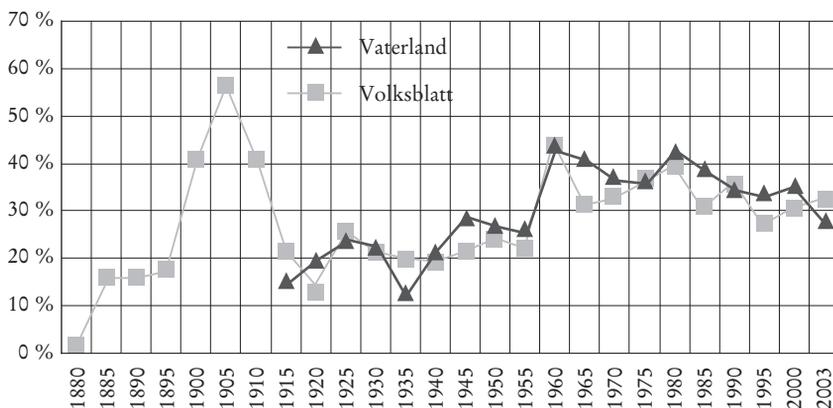
stellten eine namhafte Konkurrenz auf dem Werbemarkt dar. Der Werbeanteil fiel daher auf rund 20 bis 30 Prozent und verharrete auf diesem Niveau bis in die 1950er Jahre. In den 1960er und 1970er Jahren stieg der Werbeanteil auf rund 40 Prozent, nicht zuletzt bedingt durch einen anhaltenden wirtschaftlichen Aufschwung. Heute liegt der Werbeanteil bei rund 30 bis 40 Prozent.

3.3 Der redaktionelle Teil

Der wesentliche Grund für den in den letzten 40 Jahren tendenziell sinkenden Werbeanteil liegt darin, dass der redaktionelle Seitenumfang stark zugenommen hat. Die Werbung ist also nicht absolut, sondern nur relativ zurückgegangen. Die Zeitungen aus den verschiedenen Zeitepochen lassen sich kaum miteinander vergleichen. Der redaktionelle Gehalt war bis in die 1960er Jahre sehr bescheiden. Die Aufgabe des Redaktors in den ersten Jahrzehnten der Zeitungsgeschichte bestand weitgehend darin, eingesandte und inländische Meldungen und Zeitungsberichte aus

Die liechtensteinischen Tageszeitungen

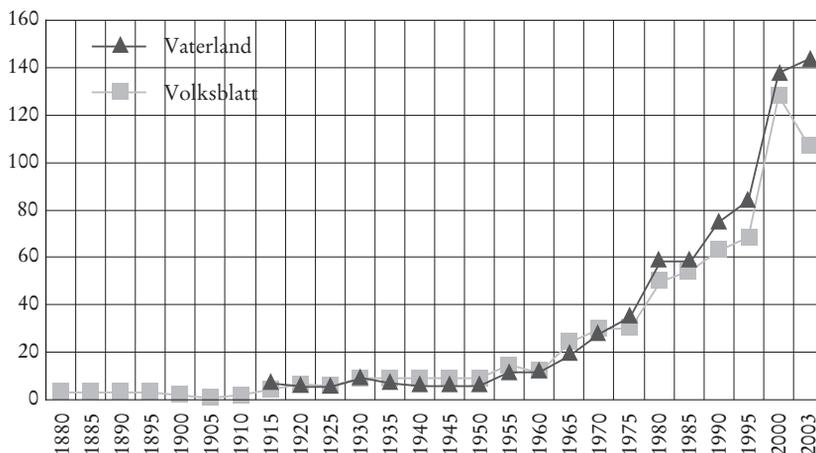
Abbildung 5: Werbeanteil bei den Landeszeitungen 1880–2003



ausländischen Zeitungen auszuwählen, um sie angereichert mit einigen aktuellen Informationen von Regierung, Landtag oder Amtsstuben sowie den Inseraten und amtlichen Kundmachungen zusammen abzu drucken. Mit Wilhelm Beck hielt ab 1914 ein engagierterer politischer Journalismus Einzug, der zeitweise aufflammte, über lange Strecken aber auch wieder einschlief. Erst seit den 1960er Jahren wurde das Handwerk des Journalismus professioneller betrieben. Während vor dem Redaktoren in Nebenbeschäftigung für die Herausgabe der Zeitungen verantwortlich waren, unterstützt von einem Kreis von Informanten und ebenso wenig professionell ausgebildeten Korrespondenten, entstand in Liechtenstein allmählich der Beruf des Journalisten. Dies zeigte sich in der Aufmachung der Zeitungen, die seit den 1960er Jahren einen wachsenden Anteil an Eigenbeiträgen aufweisen, zunehmend in einen konzeptionellen und gestalterischen Gesamtrahmen gegossen waren und mit den neuen drucktechnischen Möglichkeiten auch einen steigenden Anteil an Bildern in Form von Fotos, Illustrationen oder Grafiken enthielten.

Seit den 1950er Jahren nahmen die redaktionellen Seiten fast kontinuierlich zu. Von bescheidenen 10 Seiten pro Woche stieg die Seitenzahl auf rund 20 Seiten in den 1960er Jahren, weiter auf rund 30 Seiten in den 1970er Jahren, auf 60 in den 1980er Jahren, auf rund 70 in den 1990er Jahren, um dann bis ins Jahr 2000 nochmals förmlich auf 140 Seiten zu

Abbildung 6: Redaktionelle Seiten der Landeszeitungen pro Woche 1880–2003



explodieren. Erst die jüngste Zeit hat diesen Trend – vielleicht nur vorübergehend – unterbrochen. Beim Vaterland ist dabei zwischen den Stichproben von 2000 und 2003 eine verlangsamte Entwicklung, beim Volksblatt sogar ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen.

3.4 Illustration und Aufmachung

Wie erwähnt wurden auch die satz- und drucktechnischen Möglichkeiten bezüglich der Illustration der Zeitungen eingesetzt und ausgeschöpft. Die Zahl der Bilder in einer Woche nahm seit dem Beginn der Fotobebildung in den 1960er Jahren kontinuierlich zu. Die Stichprobe 1980 ragt etwas untypisch heraus, bedingt durch die Berichterstattung über die LIHGA. Mitte der 1970er Jahre enthielten die Zeitungen erst rund 50 Bilder pro Woche oder rund 15 Bilder pro Zeitungsausgabe. Inzwischen sind es rund 350 Bilder pro Woche oder etwa 60 Bilder – mehrheitlich Fotos – pro Ausgabe. Diese Entwicklung wurde nicht nur durch drucktechnische Verbesserungen, sondern auch durch den Einzug der Elektronik in die Fotografie und den Zeitungsumbruch ermöglicht und begünstigt.

Die liechtensteinischen Tageszeitungen

Abbildung 7: Bilderzahl der Tageszeitungen pro Woche 1880–2003

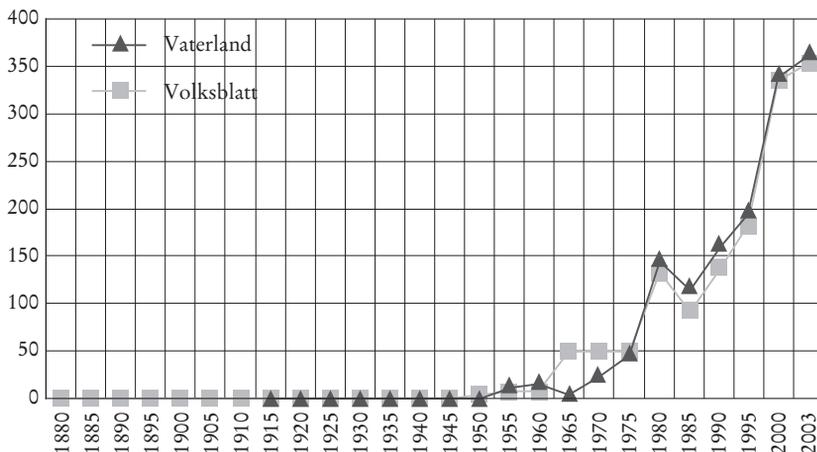
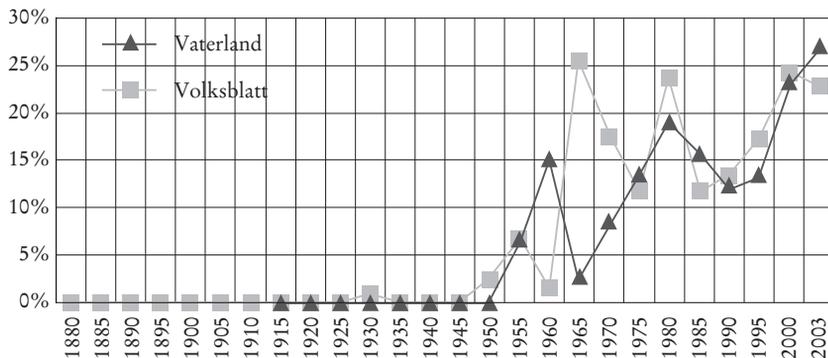


Abbildung 8: Bildanteil am redaktionellen Teil der Landeszeitungen 1880–2003



Der flächenmässige Anteil der Bilder am gesamten redaktionellen Umfang hat jedoch nicht in der gleichen Geschwindigkeit zugenommen. Er bewegt sich seit der regelmässigen Bebilderung der Zeitungen bei einem Anteil zwischen etwa 15 und 25 Prozent, wobei die Gegenwart im Bereich der Spitzenwerte angesiedelt ist.

Der redaktionelle Teil

In den vergangenen Jahren hat sich auch die vierfarbige Gestaltung der Zeitungen mehr und mehr durchgesetzt. Die Zeitungen treten dabei in einen harten Wettbewerb miteinander. Noch im Sommer 2003 wurde das Volksblatt auf den Front- und Rückseiten der einzelnen Bünde vierfarbig gedruckt, teilweise auch auf Inserateseiten. Hinzu kamen einige wenige redaktionelle Seiten, die zweifarbig gedruckt wurden. Das Vaterland leistete sich zusätzlich ab und zu eine vierfarbige Redaktionsseite. Beiden Verlagen war jedoch bewusst, dass die Werbekundschaft zunehmend alle Farbmöglichkeiten ausschöpfen will, weshalb der Verlagsleiter des Vaterlandes im April 2003 ankündigte, dass mit der Inbetriebnahme eines neuen Druckzentrums in Haag auf vollständigen Vierfarbendruck umgestellt wird. Dem Partnerverbund, der die bis 2006 betriebsbereite Druckerei zu gleichen Teilen besitzt, gehören der Presseverein Liechtensteiner Vaterland, Vaduz, die BuchsMedien AG, Buchs, die Sarganserländer Druck AG, Mels, die Südostschweiz Print AG, Chur, und RVA Druck und Medien AG, Altstätten der Rheintalischen Volkszeitung an.¹⁷⁶ Da dann das Druckzentrum der Südostschweiz in Chur geschlossen wird, orientierte sich das Volksblatt neu und liess bereits ab Jahresbeginn 2004 die Zeitung neu im Druckzentrum des Vorarlberger Medienhauses drucken. Damit erscheint das Volksblatt als erste Zeitung Liechtensteins bereits ab dem Jahr 2004 durchgehend vierfarbig.¹⁷⁷

¹⁷⁶ Meldung auf www.finanznachrichten.de vom 25. April 2003: «1981 gründeten das «Liechtensteiner Vaterland» und der «Werdenberger & Obertoggenburger» in Buchs eine regionale Druckerei. 1993 wurde in Haag ein Druckzentrum gebaut. 2001 kam der «Sarganserländer» dazu. Alle drei Verlage gehören dem «Südostschweiz»-Zeitungssystem an. Am Freitag sind nun der grösste Verlag der «Südostschweiz», die Südostschweiz Print AG, und die Rheintalische Volkszeitung, in das neue Druckzentrum eingetreten. Jeder der fünf Partner (BuchsMedien AG, Buchs, Presseverein Liechtensteiner Vaterland, Vaduz, Sarganserländer Druck AG, Mels, Südostschweiz Print AG, Chur, und RVA Druck und Medien AG, Altstätten) hält 20 Prozent am Aktienkapital. Gleichzeitig wurde beschlossen, das Druckzentrum neu in Südostschweiz Partner AG umzubenennen. Bis anfangs 2006 soll das Druckzentrum, das mit zwei 48-seitigen Zeitungsrotationsmaschinen bestückt wird, erstellt werden und den Vollbetrieb aufnehmen. Das Investitionsvolumen beträgt rund 22 Millionen Franken. (Reinhard Walser, Verleger, im Liechtensteiner Vaterland vom 26. April 2003).

¹⁷⁷ Liechtensteiner Volksblatt vom 4. September 2003.

3.5 Zusammenfassung

Die Geschichte der liechtensteinischen Printmedien hat relativ spät eingesetzt und die Medien haben keine grosse Vielfalt entwickelt. Dennoch ist zu attestieren, dass in Anbetracht des beschränkten Marktes und Lesepublikums seit mehr als 100 Jahren immerhin Printmedien existieren und bei allen Schwierigkeiten auch überlebt haben. Das kleine Land leistet sich heute den relativen Luxus von zwei Tageszeitungen, die sechsmal pro Woche erscheinen und über die vergangenen Jahrzehnte einen markanten Volumenzuwachs aufweisen können. Mit dem Einzug moderner Druck- und Produktionstechniken hat sich auch das Erscheinungsbild der Zeitungen gewandelt. Sie erscheinen heute als reich bebilderte und illustrierte Zeitungen, denen der Vierfarbendruck auf den Front- und Rückseiten der Bünde noch zusätzliche Frische verleiht. Das Liechtensteiner Volksblatt wird seit Jahresbeginn 2004 sogar durchgehend vierfarbig gedruckt. Im Jahr 2006 wird das Liechtensteiner Vaterland diesen Schritt ebenfalls vollziehen. Der quantitative Zuwachs ist nicht nur den Steigerungen beim Inserateaufkommen, sondern auch einer deutlichen Ausdehnung der redaktionellen Berichterstattung geschuldet. Hinzu kommen noch regelmässig erscheinende Zeitungsbeilagen der beiden Tageszeitungen.

4 Medienrecht

Liechtenstein kennt kein integrales Gesetz über die Medien – Pressegesetz, Mediengesetz oder ähnliches – mit einer summarischen Regelung der Rechte und Pflichten der Medien, mit Begriffsdefinitionen, Rollenzuweisungen usw. Das Medienrecht erschliesst sich stattdessen aus einer Vielzahl von Bestimmungen in einer Vielzahl von Rechtserlassen auf unterschiedlichem Rang. Dabei steht das Medienrecht im Spannungsfeld verschiedener Grundrechtsbestimmungen in der Verfassung, von Vorgaben aus internationalen Verträgen und den Regelungsvorschriften von Gesetzen und Verordnungen. In der Auseinandersetzung mit dem Medienrecht, der Gewichtung und Tragweite einzelner Bestimmungen tauchen eine Reihe von Fragen auf. Einige Fragen sollen dies verdeutlichen, bevor das Medienrecht detaillierter dargestellt wird.

- a) Unter dem Oberbegriff Medien verstehen wir in dieser Arbeit Informationsmedien, die sich an ein breites Publikum wenden. Inwieweit gelten medienrechtliche Bestimmungen gemeinsam für alle Medien (Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen, Internet u.ä.), bzw. wo zeigen sich Unterschiede?
- b) Ein bedeutendes Grundrecht für die Tätigkeit der Medien ist die Meinungsäußerungsfreiheit. Inwieweit bezieht sich aber die Meinungsäußerungsfreiheit auf Individuen, einzelne Medien, Medien-schaffende oder Medienunternehmen?
- c) In diesem Kontext ist auch zu klären, wie die Freiheit dieser Akteure im Verhältnis zueinander geregelt ist. Besteht beispielsweise ein Anspruch eines Individuums auf Zugang zu den Massenmedien? Kann ein Journalist seinen Artikel gegen den Willen des Medienunternehmers veröffentlichen?
- d) Die Meinungsäußerungsfreiheit kann als Individual- oder Abwehrrecht gegenüber dem Staat aufgefasst werden. Man kann aber

aus der Meinungsäusserungsfreiheit auch ein institutionelles Recht ableiten, wonach zur Aufrechterhaltung einer demokratischen Grundordnung qualitative und quantitative Anforderungen an die Medien gestellt sind. Wie können solche Anforderungen allenfalls definiert werden? Und welche Konsequenzen ergeben sich daraus beispielsweise bezüglich der Pluralität (Stichwort: Medienkonzentration) oder der Medienförderung.

- e) Zur Meinungsfreiheit gehört auch das Recht, sich eine Meinung zu bilden und somit auch ein Recht, sich zu informieren. Inwieweit leitet sich daraus eine Informations- oder Auskunftspflicht für andere Akteure – insbesondere auch für öffentlich-rechtliche – ab? Und inwieweit ist damit für die Medien eine Verpflichtung zu objektiver, wahrer Berichterstattung gegeben?
- f) Der Meinungsfreiheit, Pressefreiheit usw. stehen auch Schranken gegenüber, die im Persönlichkeitsschutz, der Aufrechterhaltung von Sicherheit und Ordnung usw. begründet liegen können. Wo liegen die genauen Grenzen? Überwiegt im Zweifelsfall eher das Grundrecht oder die gesetzliche Einschränkung des Grundrechtes?
- g) Die Medien werden in der Regel von Medienunternehmen getragen bzw. sind wirtschaftlich kalkulierende und handelnde Wirtschaftssubjekte. In einer Demokratie kommt ihnen jedoch auch eine Informations- und Kontrollfunktion sowie eine wichtige Rolle in der öffentlichen Meinungsbildung zu, die sie von anderen Wirtschaftsunternehmen deutlich unterscheidet. Inwiefern gelten für die Medien die gleichen Gesetze und Gesetzmässigkeiten wie für andere Wirtschaftsunternehmen, und in welcher Hinsicht gelten für die Medien besondere Bestimmungen?

Auf diese und ähnliche Fragen wird im Folgenden einzugehen sein. Dabei können wir die in Liechtenstein geltenden Bestimmungen, die sich aus der Verfassung, internationalen Verträgen und weiteren gesetzlichen Regelungen ergeben, betrachten. Zur genaueren Einordnung muss auch die einschlägige Rechtsprechung berücksichtigt werden. Wegen der schmalen liechtensteinischen Rechtsprechung wird es auch hilfreich sein, von Fall zu Fall einen Blick auf die Rechtsprechung im deutschsprachigen Raum zu werfen. Es muss aber auch einschränkend erwähnt werden, dass diese summarische Darstellung des liechtensteinischen Medienrechts eine rechtswissenschaftliche Abhandlung zum Thema nicht erset-

zen kann. Dies müsste in rechtswissenschaftlicher Perspektive von anderer Stelle aus geleistet werden.

4.1 Verfassung und Grundrechte

4.1.1 *Verfassung vom 5. Oktober 1921*

In der liechtensteinischen Verfassung vom 5. Oktober 1921 findet sich im Gegensatz zu vielen anderen Verfassungen europäischer Staaten keine explizite Erwähnung der Medien oder der Presse.¹⁷⁸ Vereinzelte Bestimmungen im IV. Hauptstück der Verfassung, das von den allgemeinen Rechten und Pflichten der Landesangehörigen handelt, können und müssen jedoch auch auf die Medien bezogen werden. Art. 36 LV lautet: «Handel und Gewerbe sind innerhalb der gesetzlichen Schranken frei; die Zulässigkeit ausschliesslicher Handels- und Gewerbeprivilegien für eine bestimmte Zeit wird durch das Gesetz geregelt.» Die Gewerbefreiheit gilt auch für wirtschaftliche Aktivitäten im Medienbereich. Inwieweit die Gewerbefreiheit namentlich im Rundfunkbereich durch die beschränkte Zahl verfügbarer Frequenzen eingeschränkt ist, werden wir weiter unten sehen.

Der für die Medien relevanteste Artikel in der Verfassung ist jedoch Art. 40: «Jedermann hat das Recht, durch Wort, Schrift, Druck oder bildliche Darstellung innerhalb der Schranken des Gesetzes und der Sittlichkeit sein Meinung frei zu äussern und seine Gedanken mitzuteilen; eine Zensur darf nur öffentlichen Aufführungen und Schaustellungen gegenüber stattfinden.»¹⁷⁹ Im Kern begründet dieser Artikel die Pressefreiheit, wie sie in anderen demokratischen Verfassungen teilweise expli-

¹⁷⁸ Siehe Auszüge aus einzelnen europäischen Verfassungen im Anhang.
¹⁷⁹ Wilhelm Beck als wichtigster Promotor der Verfassung von 1921 hatte in seinem Entwurf von Mitte Januar 1919 die folgende Formulierung in Art. 23 gewählt: Abs. 1 «Die Freiheit der Meinungsäusserung und Gedankenmitteilung durch die Presse, durch Schrift, Druck, bildliche Darstellung und Rede ist gewährleistet; gegen Missbrauch schützt das Gesetz.» Abs. 2 «Es darf keine Zensur ausgeübt werden.» Abs. 3 «Die Verfassung gewährleistet das freie Vereins- und Versammlungsrecht; erforderliche Bestimmungen gegen den Missbrauch dieser Rechte trifft die Gesetzgebung.» (Entwurf in mehreren Folgen in den Oberrheinischen Nachrichten vom Juni 1920 publiziert). Die konservativere Verfassungskommission hielt in ihrem Bericht über die Beschlüsse vom 15. und 18. März 1921 fest, dass der Schlussatz zu Art. 40 lauten soll: «Eine Zensur findet nur öffentlichen Aufführungen und

zit formuliert ist. Gleichzeitig bietet die liechtensteinische Verfassung mit dem Hinweis auf Gesetz und Sittlichkeit und mit der Zensurbestimmung die Möglichkeit, die Pressefreiheit einzuschränken.¹⁸⁰

Wie kann man aber die Pressefreiheit aus dem Grundrecht der Meinungsfreiheit ableiten? Werfen wir einen Blick nach Deutschland. Das deutsche Bundesverfassungsgericht entwickelt den grundrechtlichen Schutz der freien öffentlichen Meinungsbildung vor allem durch eine «Funktionalisierung» des Grundrechts der freien Meinungsäusserung.¹⁸¹ Diese ist nicht nur als individuelles Abwehrrecht gegen den Staat zu verstehen, sondern auch als funktionelles Grundrecht zur Aufrechterhaltung einer öffentlichen Meinungsbildung. Das Gleiche gilt für Presse und Rundfunk, wo es nicht nur um den Schutz von Medienschaffenden und Medienunternehmen, sondern auch um die Erhaltung einer kritischen öffentlichen Auseinandersetzung und damit um die Aufrechterhaltung einer funktionierenden Demokratie geht. Herzog wertet dies als Verschiebung von der liberalen Deutung in der klassischen deutschen Staatsrechtslehre zu einer neuen Deutung, in welcher die institutionelle Komponente der Medien ins Blickfeld rückt und sogar von einem öffentlichen Auftrag oder einer institutionellen Garantie der Presse gesprochen wird.¹⁸² In der Schweiz hat sich u. a. Jörg Paul Müller mit der Frage des institutionellen Grundrechtsverständnisses auseinandergesetzt. Er tendiert dazu, den Begriff des institutionellen Grundrechts zu vermeiden und stattdessen das den Juristen vertraute teleologische Denken, das nach Sinn und Zweck der Norm und den rechtlichen und gesellschaftlichen Bedingungen und Folgen der Auslegung fragt, anzu-

Schaustellungen gegenüber statt.» Diese Formulierung fand fast wörtlich Eingang in die Verfassung von 1921. In der vorhergehenden Verfassung vom 26. September 1862 hiess es in § 8 Abs. 2: «Die Freiheit der Gedankenmittheilungen durch das Mittel der Presse wird durch ein besonderes Gesetz normirt.»

¹⁸⁰ Im Wortlaut weitergehend ist das deutsche GG, das in Art. 18, Art. 21 Abs. 2, Art. 9 Abs. 2 und Art. 5 Abs. 3 verschiedene Ausnahmebestimmungen vorsieht. Ein wesentlicher Aspekt ist dabei aufgrund der historischen Erfahrung mit dem Nationalsozialismus die Einschränkung der Meinungs- und Vereinsfreiheit, wenn die freiheitlich-demokratische Grundordnung beeinträchtigt wird oder beseitigt werden soll.

¹⁸¹ Kloepfer 1987, S. 195.

¹⁸² Herzog 1999, S. Rdnr. 3 ff. Für Herzog gilt als Antwort auf die Frage, ob die Meinungsfreiheit als individuelles Recht oder als institutioneller Auftrag zu verstehen ist, ein «sowohl-als-auch», da im GG als Grundakkord nicht nur die Freiheitsidee (Individualrecht), sondern auch das demokratische Prinzip (Funktionieren einer öffentlichen Meinungsbildung) formuliert ist.

wenden.¹⁸³ Eine vergleichbare ausdifferenzierende Rechtsprechung hat es in Liechtenstein bislang mangels Entscheidungsfällen nicht gegeben. In diesem Zusammenhang war vor allem der Fall Heinzel interessant. Die Entscheidung des StGH war jedoch bereits stark von der Ausstrahlung der EMRK geprägt. Der Argumentationsschwerpunkt lag dabei fallbedingt auf dem individuellen Recht und nicht auf dem institutionellen Aspekt der Medien.¹⁸⁴

Als weitere Bestimmung hat auch Art. 41 der liechtensteinischen Verfassung eine gewisse Relevanz für die Medien in Liechtenstein: «Das freie Vereins- und Versammlungsrecht ist innerhalb der gesetzlichen Schranken gewährleistet.» Diese Bestimmung ist für die liechtensteinischen Medien – und ebenso für die liechtensteinischen Parteien – von Bedeutung, weil die meisten Medienunternehmen in Vereinsform organisiert sind bzw. waren. Dies gilt insbesondere für die Printmedien, wobei in jüngster Zeit auch die Form einer Aktiengesellschaft gewählt wurde.¹⁸⁵

4.1.2 Exkurs: Meinungs- und Pressefreiheit im 19. Jahrhundert

Die Formulierung der Meinungsfreiheit in der Verfassung von 1921 findet ihre Vorläufer bereits in verschiedenen süddeutschen Verfassungen des frühen 19. Jahrhunderts. In den Auseinandersetzungen um die Pressefreiheit standen sich kontroverse Standpunkte gegenüber. Während es die eine Seite als Verrat an der Wahrheit ansah, wenn es ein Grundrecht auf «Irrtum» und «Lüge» gebe, wehrten sich fortschrittlich Gesinnte gegen die Legitimation irgendeiner Instanz – vornehmlich auch des Staates – im Prozess zwischen Wahrheit und Irrtum ein Urteil zu fällen.¹⁸⁶ Dabei war die entscheidende Frage angesprochen, ob es in der Demokratie pri-

¹⁸³ Müller 1982, S. 13 ff.

¹⁸⁴ Vgl. ausführlicher im Kapitel über die EMRK.

¹⁸⁵ Vgl. dazu Kapitel Mediengeschichte, Die AG-Form ist bzw. war bei der Radio TV AG, der Betreiberin von Radio L, und dem Liechtensteiner Vaterland nach der Umwandlung in die Vaduzer Medienhaus AG im Jahr 2003 der Fall.

¹⁸⁶ Huber 1990, S. 356 f. Zum konservativen Lager gehörten u.a. Metternich, aber auch Goethe, der sich gegen den «Unfug der Pressefreiheit» aussprach. (ebd.) Goethe erwies sich «als konsequenter Befürworter eines unbedingten Vorrangs der Staatsraison, mithin als überzeugter Fürsprecher fürstlicher Machtpolitik», schreibt Koschwitz (1999, S. 421).

mär um die Richtigkeit der öffentlichen Meinung oder um den freien Meinungsbildungsprozess geht. Mit der Absage an jegliche Dogmas und den Wahrheitsanspruch ist auch der Herrschaftsanspruch der politischen Gewalt relativiert. Der Wettbewerb der gleichgewichtigen Einzelmeinungen (ohne Richtigkeitsgewähr) soll im Prozess der freien Meinungsbildung zu einer grösstmöglichen Annäherung an Wahrheit und Gerechtigkeit und damit grösstmöglicher Rationalität führen. Bestand und Durchsetzung der öffentlichen Meinung sind in diesem Willensbildungsprozess durch die Meinungs- und Pressefreiheit, im Moment der Einmündung in die Staatswillensbildung durch die Wahlfreiheit gesichert.¹⁸⁷ Diese Modellvorstellung der Demokratie kann sowohl von Seiten der Individuen (Irrationalität, Unmündigkeit usw.) als auch von Seiten der Meinungsbildung (einseitige Einflussnahme, Unwahrheiten, Privateigentum an Medien usw.) kompromittiert werden.¹⁸⁸

In der liechtensteinischen landständischen Verfassung vom 9. November 1818, die auf Grund von Art. 13 der deutschen Bundesakte parallel zu den anderen Verfassungen der deutschen Gliedstaaten erlassen wurde, fehlt jedoch ein Hinweis auf die Pressefreiheit. Wie umstritten die Pressefreiheit war, zeigt das Beispiel des Grossherzogtums Sachsen-Weimar-Eisenach. Im Staatsgrundgesetz vom 5. Mai 1816 wurde durch fürstlichen Erlass die Pressefreiheit eingeführt, mit dem korrigierenden Bundesbeschluss vom 20. September 1819 aber wieder zurückgenommen.¹⁸⁹ In Liechtenstein enthalten auch die fürstlichen Erlasse und konstitutionellen Übergangsbestimmungen der Jahre 1848/49 keine Hinweise auf die Meinungs- und Pressefreiheit. Erst in der konstitutionellen Verfassung vom 26. September 1862 heisst es in § 8: «Die Freiheit der Person und der äusseren Religionsausübung wird durch dieses Grundgesetz garantiert. Die Freiheit der Gedankenmittheilung durch das Mittel der Presse wird durch ein besonderes Gesetz normirt.»¹⁹⁰ Ein Pressegesetz auf der Grundlage der Verfassung von 1862 wurde jedoch nie erlassen.¹⁹¹

¹⁸⁷ Huber 1990, S. 177 ff.

¹⁸⁸ Zu diesem Wesenselement der freien Demokratie vgl. Kloepfer 1987, S. 177.

¹⁸⁹ Koschwitz 1999, S. 416 ff.

¹⁹⁰ Abdruck aller Verfassungstexte des 19. Jahrhunderts in Liechtenstein Politische Schriften Bd. 8, Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft. Vaduz 1981. Vgl. Quaderer u. a. 1996 (Schlossabmachungen): S. 148.

¹⁹¹ 1907 brachten die Abgeordneten Ingenieur Schädler, Fritz Walser und Jakob Kaiser einen motivierten Antrag im Landtag betreffend den Erlass eines Pressegesetzes ein.

4.1.3 Stellung der Medien in der Verfassung

Die Medien bzw. die Presse werden wie gesehen in der liechtensteinischen Verfassung nicht erwähnt. Welcher Schluss lässt sich daraus ziehen? In einer historischen Deutung gilt es vor allem zwei Aspekte zu berücksichtigen. Einerseits ist im Unterschied zur Verfassung von 1862 keine Bestimmung vorhanden, wonach die Pressefreiheit gesondert geregelt wird oder werden soll. Ziel einer solchen Sonderregelung auf Grundlage der Verfassung von 1862 wäre wohl eher eine obrigkeitliche Kontrolle der Presse denn ein Mehr an Meinungsfreiheit gewesen. In der LV gibt es somit keine Sonderregelung für die Presse, womit die Meinungsfreiheit für alle gleich gilt. Andererseits hatte aber gerade Wilhelm Beck als ausgewiesener Verfechter der Pressefreiheit, der dies auch als Herausgeber der für damalige Verhältnisse obrigkeitskritischen Oberrheinischen Nachrichten tatkräftig unter Beweis gestellt hatte, in seinem ursprünglichen Verfassungsvorschlag die ausdrückliche Erwähnung der Pressefreiheit vorgeschlagen, war damit aber nicht erfolgreich gewesen.¹⁹² Dies kann als Hinweis gewertet werden, dass die Verfassungsgeber keinerlei herausgehobene Erwähnung und damit keinerlei privilegierte Stellung für die Presse konstituieren wollten. Aus dem bisher bekannten Archivmaterial zur Entstehungsgeschichte der Verfassung von 1921 lässt sich jedoch nicht ablesen, dass der endgültige Wortlaut des Art. 40 LV in Bezug auf die Pressefreiheit umstritten gewesen wäre. Der Wortlaut war im Verfassungsvorschlag von Peer im Anschluss an die Schlossabmachungen von 1920 aufgetaucht und wies weitgehende Ähnlichkeit mit Art. 12 des Staatsgrundgesetzes des Kaisertums Österreich aus dem Jahr

Der Antrag wurde mit 11 gegen 4 Stimmen angenommen und mit Immediateingabe an den Landesfürsten weitergeleitet. Der Fürst antwortete im fürstlichen Handbillet wie folgt: «Ich würdige vollauf den Wert einer guten Presse und deren Einfluss auf Volksaufklärung und Bildung und werde allfällige, vom Landtage gemäss § 41 der Verfassung eingebrachte detaillierte Vorschläge über Erlassung von pressegesetzlichen Bestimmungen, welche den besonderen Verhältnissen und Bedürfnissen Meines Landes, dessen Wohl Mir am Herzen liegt, Rechnung tragen, gerne entgegen nehmen.» (zit. nach Schaedler 1912, S. 44). Zu einem Pressegesetz kam es jedoch nie. Vgl. Vogt 1990, S. 186.

¹⁹² In der Gründungszeit der ersten Parteien Liechtensteins, der Christlich-sozialen Volkspartei und der Fortschrittlichen Bürgerpartei im Jahr 1918, engagierten sich Wilhelm Beck und die Volkspartei für den Ausbau der Volksrechte, unter anderem auch die Pressefreiheit. Dieses Bemühen mündete schliesslich in die Verfassung von 1921.

1867 auf.¹⁹³ Für die Verfassungskommission stand im Bereich der Meinungsfreiheit vor allem die Frage der Sittlichkeit im Vordergrund.¹⁹⁴

Die einschlägige Zensurbestimmung in Art. 40 LV ausschliesslich für öffentliche Aufführungen und Schaustellungen, die sich auf Filme, Varietés und ähnliches bezieht, sowie die ursprüngliche Formulierung im Regierungsentwurf für die Verfassung, wonach eine Zensur nicht stattfindet, belegt, dass eine Pressezensur von der Verfassung nicht zugelassen wird. In der Zusammenschau der Verfassungsbestimmungen bezüglich der Gewerbefreiheit, der Vereins- und Versammlungsfreiheit, sowie der Meinungsfreiheit und dem Zensurverbot gelangt man zum Schluss, dass die Verfassung eine äusserst liberale Haltung gegenüber den Medien einnimmt. Dadurch dass jegliche Sondererwähnung der Medien in der Verfassung vermieden wurde, muss aber auch der mit diesem liberalen Grundverständnis eng gekoppelte Schluss gezogen werden, dass die Verfassung nicht nur enge Grenzen bezüglich einer Kontrolle, Zensurierung, Behinderung, Zulassung usw. der Medien, sondern auch bezüglich einer Privilegierung, denkbar etwa bei der Information, Akkreditierung, Subventionierung, Zeugnisverweigerung usw., zieht.

Diese Überlegung wird noch unterstrichen durch die Bestimmungen im III. Hauptstück der Verfassung («Von den Staatsaufgaben»). Die Verfassungsgeber haben darin eine Reihe von Aufgaben formuliert, die ein besonderes Engagement des Staates erforderlich machen. Erwähnt werden beispielsweise das Bildungswesen, das Gesundheitswesen, Alp-

¹⁹³ Staatsgrundgesetz vom 21. Dezember 1867 über die allgemeinen Rechte der Staatsbürger für die im Reichsrathe vertretenen Königreiche und Länder, RGBl. 1867 Nr. 142. Art. 13 lautet: Jedermann hat das Recht, durch Wort, Schrift, Druck oder durch bildliche Darstellung seine Meinung innerhalb der gesetzlichen Schranken frei zu äussern. Die Presse darf weder unter Zensur gestellt, noch durch das Concessions-System beschränkt werden. Administrative Postverbote finden auf inländische Druckschriften keine Anwendung.» Im Verfassungs-Vorschlag von Peer, der auf den Schlossabmachungen vom September 1920 aufbaute, am 12. Januar 1921 von Fürst Johann II vorsanktioniert worden war und die Grundlage für die neue Verfassung von 1921 darstellte, lautete der entsprechende Artikel: «Jedermann hat das Recht, durch Wort, Schrift, Druck oder bildliche Darstellung innerhalb der gesetzlichen Schranken seine Meinung frei zu äussern und seine Gedanken mitzuteilen, eine Zensur findet nicht statt.» Die Verfassungskommission ergänzte diesen Artikel mit dem Zusatz, dass das Recht innerhalb der gesetzlichen Schranken «und der Sittlichkeit» gelte, und dass eine Zensur für «öffentliche Aufführungen und Schaustellungen» stattfinden dürfe.

¹⁹⁴ Vgl. Bericht über die Beschlüsse der Verfassungskommission, gefasst an den Sitzungen vom 15. und 18. März 1921 (LLA RE 1921/963).

wirtschaft, Gewerbe, Industrie, Verkehrswesen, Rüfeverbauungen, Auf- forstungen usw. In diesem Hauptstück ist weder allgemein von der Bewahrung einer demokratischen Ordnung oder einem kulturellen Auf- trag mittels der Medien, noch im Besonderen von einer Sicherung der öf- fentlichen Meinungsbildung oder dem Schutz der Presse, der Medien oder der Medienvielfalt die Rede. Es bereitet sogar Mühe, die Medien als mitgemeint zu betrachten. Wenn Art. 14 LV von der Förderung der Volkswohlfahrt handelt, wird darunter die «Schaffung und Wahrung des Rechtes» und der «Schutz der religiösen, sittlichen und wirtschaftlichen Interessen des Volkes» verstanden. Und wenn Art. 20 LV von der Unter- stützung von Gewerbe und Industrie durch den Staat handelt, dann un- ter dem Blickwinkel der «Hebung der Erwerbsfähigkeit» und der «Pflege seiner wirtschaftlichen Interessen».

Aus diesen Ausführungen ist die Schlussfolgerung zu ziehen, dass die liechtensteinische Verfassung das Recht der freien Meinungsäus- serung ausschliesslich als Individualrecht behandelt, wobei es grundsätz- lich allen zusteht, also natürlichen wie auch juristischen Personen, im weiteren auch unabhängig von der Staatsbürgerschaft.¹⁹⁵ Der Auftrag zu einer institutionellen Absicherung der Meinungsfreiheit durch funk- tionierende Medien kann der LV weder direkt noch indirekt entnommen werden.¹⁹⁶ Die Meinungsfreiheit gilt in der Lehre jedoch als subsidiäres

¹⁹⁵ Vgl. Höfling 1994, S. 136. Demnach hat der StGH noch Ende 1981 den persönlichen Geltungsbereich von Art. 40 auf Landesbürger beschränkt. Aufgrund des einge- tretenen grundlegenden Wandels in der Judikatur des StGH nimmt aber Höfling an, dass sich heute auch Ausländer auf das Menschenrecht der Meinungsfreiheit beru- fen können.

¹⁹⁶ Interessant ist in diesem Zusammenhang der Verfassungsentwurf der Freien Liste aus dem Jahr 1996, der betreffend die Meinungsfreiheit wie folgt formuliert ist: «Art. 18

Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit

1) Die Meinungs- und Informationsfreiheit ist gewährleistet. Alle können ihre Meinung frei bilden, frei äussern und verbreiten.

2) Jede Person kann Informationen frei empfangen, aus allgemein zugänglichen Quellen beschaffen und verbreiten.

3) Die Freiheit der Presse und der anderen Massenmedien ist gewährleistet. Eine Zensur ist unzulässig. Das Redaktionsgeheimnis ist gewährleistet.

4) Für die politische Meinungsbildung sind die Medien allen demokratischen Parteien zugänglich zu machen.»

Auf der Grundlage einer solchen Verfassungsbestimmung, die die Bedeutung der Massenmedien für die politische Kommunikation herausstreicht und somit generell die Existenz von Massenmedien voraussetzt, wäre eine institutionelle Medienförde- rung verfassungsrechtlich abgesichert.

Grundrecht (Auffanggrundrecht), die Pressefreiheit dagegen als zentrale Ausprägung des allgemeinen Grundrechts der Meinungsfreiheit.¹⁹⁷ Insofern lässt sich die Pressefreiheit aus dem Grundrecht der Meinungsfreiheit begründen und ableiten. Von der Pressefreiheit auf die Zulässigkeit einer Medienförderung zu schliessen, ist allerdings nicht ohne weiteres nachvollziehbar.

4.1.4 Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK)

Die EMRK wurde 1982 von Liechtenstein unterzeichnet und trat am 8. September 1982 in Kraft.¹⁹⁸ Die EMRK hat gemäss einem Urteil des Staatsgerichtshofes «faktisch Verfassungsrang».¹⁹⁹ Nach Höfling geht die Bedeutung der EMRK sogar noch weiter. Er stellt fest: «Selbst dort, wo auf Grund der liechtensteinischen Vorbehaltspraxis einzelne Garantien der EMRK keine Geltung für Liechtenstein beanspruchen, ist der Staatsgerichtshof um eine konventionsfreundliche Rechtsprechung bemüht.»²⁰⁰ Ferner stellt er fest, «dass die EMRK-Garantien dort individuelle Rechtspositionen gewährleisten, wo der relativ fragmentarische Grundrechtskatalog der Verfassung von 1921 Lücken aufweist.»²⁰¹ Es ist daher gerechtfertigt, die EMRK aus dem Umfeld anderer internationaler Vereinbarungen mit Medienrelevanz herauszulösen und im Kapitel über die verfassungsmässigen Grundlagen zu behandeln. Presserechtlich relevant ist dabei vor allem Art. 10 der EMRK, der wie folgt lautet:

«(1) Jedermann hat Anspruch auf freie Meinungsäusserung. Dieses Recht schliesst die Freiheit der Meinung und die Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten oder Ideen ohne

¹⁹⁷ Vgl. Müller 1999, S. 248 ff. In der schweizerischen BV von 1874 war in Art. 55 ausdrücklich die Pressefreiheit, nicht aber die Meinungsfreiheit garantiert. Das Bundesgericht bezeichnete 1961 die Meinungsfreiheit als fundamentales Prinzip des eidgenössischen und kantonalen Rechts und 1965 als ungeschriebenes Grundrecht der Bundesverfassung. Müller 1999, S. 248.

¹⁹⁸ Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten vom 4. November 1950 (Datum des Inkrafttretens für das Fürstentum Liechtenstein: 8. September 1982), LGBl. 1982 Nr. 60.

¹⁹⁹ Nach StGH 1995/21, LES 1997: 18. Zu diesem Schluss gelangen auch Thürier 1998: 114, Hoch 1994: 208 und Höfling 1994, S. 27 f.

²⁰⁰ Höfling 1994, S. 151.

²⁰¹ Höfling 1994, S. 152.

Eingriffe öffentlicher Behörden und ohne Rücksicht auf Landesgrenzen ein. Dieser Artikel schliesst nicht aus, dass die Staaten Rundfunk-, Lichtspiel- oder Fernsehunternehmen einem Genehmigungsverfahren unterwerfen.

(2) Da die Ausübung dieser Freiheiten Pflichten und Verantwortung mit sich bringt, kann sie bestimmten, vom Gesetz vorgesehenen Formvorschriften, Bedingungen, Einschränkungen oder Strafdrohungen unterworfen werden, wie sie vom Gesetz vorgeschrieben und in einer demokratischen Gesellschaft im Interesse der nationalen Sicherheit, der territorialen Unversehrtheit und der öffentlichen Sicherheit, der Aufrechterhaltung der Ordnung und der Verbrechensverhütung, des Schutzes der Gesundheit und der Moral, des Schutzes des guten Rufes oder der Rechte anderer unentbehrlich sind, um die Verbreitung von vertraulichen Nachrichten zu verhindern oder das Ansehen und die Unparteilichkeit der Rechtsprechung zu gewährleisten.»

Für die Medien ist ferner bezüglich der Informationsbeschaffung auch Art. 6 Abs. 1 der EMRK relevant, welcher von der Öffentlichkeit von Gerichtsverfahren handelt. Urteile müssen öffentlich verkündet werden und die Presse und die Öffentlichkeit sind grundsätzlich zu den Verhandlungen zugelassen. Die EMRK zählt jedoch auch eine Reihe von Gründen auf, die den Ausschluss der Öffentlichkeit zulassen können: im Interesse der Sittlichkeit, der öffentlichen Ordnung oder der nationalen Sicherheit, zum Schutz der Jugend oder des Privatlebens der Prozessparteien oder wenn öffentliche Verhandlungen die Interessen der Rechtspflege beeinträchtigen würden. Allerdings hat Liechtenstein bei der Ratifikation den Vorbehalt angebracht, dass die Öffentlichkeit des Verfahrens nur in jenen Grenzen gelten soll, wie sie in einer Reihe einschlägiger Gesetze formuliert sind.²⁰² Neben den Grundrechtsgarantien in der LV erweist sich in der Praxis – nicht nur der liechtensteinischen – die EMRK als wichtigster Schutzschild zur Erhaltung der Meinungs- und Pressefreiheit.

²⁰² EMRK, Vorbehalte gemäss Art. 64 und andere Erklärungen. Solche Vorbehalte sind jedoch nach Darstellung des Völkerrechtsexperten Mark E. Villiger anlässlich eines Vortrages über die Wiener Konvention über das Recht der Verträge vom 21. Januar 2003 im Liechtenstein-Institut als ungeschriebener Auftrag zu verstehen, die Ursache der Vorbehalte möglichst zügig zu beseitigen.

4.1.5 Rechtsprechung zur Meinungsfreiheit nach der LV und EMRK

Im Gegensatz zu manch anderen Ländern, unter anderem auch der Schweiz, weist Liechtenstein nur eine spärliche Zahl von Gerichtsentscheidungen auf dem Gebiet des Grundrechts der Meinungs- und Pressefreiheit auf.²⁰³ Dabei ist in der verfassungsgerichtlichen Praxis in der Interessenabwägung das Grundrecht der Meinungsfreiheit lange Zeit bedeutungslos geblieben.²⁰⁴ Höfling attestiert dem Staatsgerichtshof gerade in der Frage der Meinungsfreiheit in der älteren Judikatur fehlende Grundrechtssensibilität. Dies zeigt sich insbesondere in der Beurteilung der Beschwerde des Herausgebers der Wochenzeitung «Der Liechtensteiner» im Jahr 1966. Der Beschwerdeführer wollte erreichen, dass «Der Liechtensteiner» – wie die beiden Zeitungen «Liechtensteiner Volksblatt» und «Liechtensteiner Vaterland» – als amtliches Publikationsorgan zugelassen werde. Es war und ist bekannt, dass es sich bei diesen Inseraten um eine verdeckte Subventionierung der Presse handelt. Gemäss Beschwerdeführer waren drei Artikel der Verfassung verletzt. Nach Art. 31 LV (Gleichbehandlung vor dem Gesetz) fühlte sich «Der Liechtensteiner» gegenüber den etablierten Zeitungen diskriminiert. Art. 36 LV (Handels- und Gewerbebefreiheit) sei verletzt, da die einseitige Vergabe öffentlicher Aufträge ein Gewerbeprivileg schaffe. Und schliesslich werde durch die Verweigerung der Zulassung als amtliches Publikationsorgan eine Zensur gemäss Art. 40 LV (Meinungsäusserungsfreiheit) ausgeübt.²⁰⁵ Der StGH verwarf die Beschwerde als unzulässig, weil niemand einen Anspruch darauf habe, dass er zur Bekanntmachung herangezogen werde. Wenn aber ein verfassungsmässig gewährleitetes Recht nicht gegeben sei, könne dieses auch nicht verletzt werden.²⁰⁶

Nach Höfling verkannte damit der StGH «völlig die politisch-kommunikative Dimension des Falles.»²⁰⁷ Alle drei Zeitungen waren Parteizeitungen und das Inseratevolumen aus amtlichen Publikationen wäre als mittelbare Pressesubventionierung zu qualifizieren gewesen.

²⁰³ Für die Schweiz vgl. v.a. Müller 1991 und 1999.

²⁰⁴ Höfling 1994, S. 131.

²⁰⁵ StGH 1965/1, ELG 1962–1966, S. 225–227.

²⁰⁶ StGH 1965/1, ELG 1962–1966: 226.

²⁰⁷ Höfling 1994, S. 132.

«Im Schutzbereich der Meinungsgrundrechte sind – auch mittelbare – Förderungsmassnahmen des Staates an eine strikte Neutralität gebunden», schreibt Höfling und meint weiter: «Verzerrungen des publizistischen Wettbewerbs müssen vermieden werden. Der Neutralitätspflicht des Staates entspricht aber auf Seiten des Trägers der Pressefreiheit ein Anspruch auf Gleichbehandlung im publizistischen Wettbewerb.»²⁰⁸

Die innerstaatliche Akzeptanz der Bedeutung der EMRK geht aus der neueren Rechtsprechung des Staatsgerichtshofes hervor. Die Meinungsfreiheit wird nicht nur durch Art. 40 LV, sondern auch durch Art. 10 Abs. 1 der EMRK umfassend geschützt. Während aber in den 60er Jahren noch kaum ein Grundrechtsbewusstsein entwickelt war (trotz einschlägiger Verfassungsbestimmung), schwenkte der StGH in den 90er Jahren auf eine EMRK-konforme Auslegung ein. Anlassfall war eine Klage des Staates Liechtenstein, Stein des Anstosses ein Kommentar des damaligen Chefredaktors der Zeitschrift «Löwenzahn» mit folgendem Wortlaut: «Solange solche Firmenkonstruktionen wie Stiftungen etc. unkontrolliert handhabbar sind, solange verwinkelte Finanztransaktionen nicht transparent gemacht werden können, solange die Justiz versumpft bleibt, solange bleibt auch der Vorwurf bestehen, dass Liechtenstein ein durch und durch verkommenes und verbrecherisches Staatsgebilde darstellt. Eine Eiterbeule im Herzen Europas, darauf spezialisiert, die «Geschäfte» von Betrügern, Gaunern und sonstigem Unrat zu verschleiern und somit zu ermöglichen. Eine fette Made, die von Scheisse lebt, aber nach aussen hin weiss ist und glänzt. Zertreten!»²⁰⁹ Dieser von der Staatsanwaltschaft am 22. Dezember 1992 wegen Verunglimpfung des Staates gemäss Art. 248 des Strafgesetzbuches zur Anzeige gebrachte Kommentar genügte dem StGH jedenfalls nicht, um die vom Landgericht verhängte und vom Obergericht bestätigte Strafe zu sanktionieren. Das Verfahren endete mit einem Freispruch des Journalisten auf Grund des Individualrechtes auf freie Meinungsäusserung. Eine

²⁰⁸ Höfling 1994, S. 133. Man könnte vielleicht sogar von einer versteckten Parteiensubventionierung ohne gesetzliche Grundlage sprechen. Dass parteipolitische Motive in der Rechtsprechung mitgewirkt haben könnten, kann der folgenden vorsichtigen Formulierung von Höfling entnommen werden: «Die Gründe für die spezifisch liechtensteinische Irrelevanz der Meinungsfreiheit in der Rechtsprechungspraxis dürften aber letztlich in tieferen Schichten der politischen Kultur zu suchen sein, denen hier nicht näher nachgegangen werden kann.» Höfling 1994, S. 133.

²⁰⁹ Michael Heinzel im Löwenzahn Nr. 5/1992, S. 11 unter dem Titel «Stiften gehen!»

Bestrafung wäre demgegenüber als eine Art Zensur aufzufassen gewesen.²¹⁰ Er stellt in einem Entscheid fest, dass Art. 248 StGB nicht grundsätzlich gegen die LV und die EMRK verstosse, dass die Angriffe gegen den Staat aber so schwer sein müssten, dass sie dessen rechtsstaatliche, verfassungsmässige Ordnung in Verruf oder Gefahr bringen müssten.²¹¹ Diese Entscheidung steht im Einklang mit der Haltung des EGMR, wonach auch eine repressive strafrechtliche Sanktion im Ergebnis die Wirkung einer Zensur haben kann.²¹²

Die Grundrechtsthematik wurde zusätzlich durch den Entscheid des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte EGMR im Fall Wille forciert, welcher ebenfalls Auswirkungen auf die Pressefreiheit hat. In diesem Fall ging es um eine Form des Berufsverbots, die vom Landesfürsten gegen den damaligen Vorsitzenden der Verwaltungsbeschwerdeinstanz (VBI), Herbert Wille, in der Folge eines wissenschaftlichen Vortrags ausgesprochen wurde. Der EGMR kritisierte dabei nicht nur den fehlenden innerstaatliche Beschwerdeweg, sondern stellte auch

²¹⁰ Der StGH bezieht sich in seinem Urteil ausdrücklich sowohl auf Art. 40 LV als auch auf Art. 10 Abs. 1 EMRK. Die Meinungsfreiheit werde gemäss EGMR als Grundpfeiler einer demokratischen Gesellschaft gewürdigt. Dies beziehe sich auch auf Meinungen, die verletzen, schockieren oder beunruhigen. Das ergäbe sich aus den Erfordernissen des Pluralismus, der Toleranz und der Grosszügigkeit, ohne die eine demokratische Gesellschaft nicht bestehen könne. (StGH 1994/8, LES 1995/1, S. 27) Mit Bezug auf Liechtenstein stellt der StGH fest, dass die ungehemmte Information und die freie öffentliche Auseinandersetzung «gerade im Kleinstaat, dessen Verfassung den politischen Rechten der Bürger eine zentrale Rolle zuerkennt, zum ‚Salz‘ der Politik (gehören).» Den Journalisten «für seine Aussagen zu bestrafen stellt keine für die Aufrechterhaltung der demokratischen Ordnung des Fürstentums Liechtenstein notwendige Massnahme dar.» (ebd.)

²¹¹ StGH 1994/8, Urteil des Staatsgerichtshofes als Verfassungsgerichtshof vom 4. Oktober 1994, LES 1/95, S. 23–27. Ebenfalls zitiert in EuGRZ 1994, S. 607 ff. Interessanterweise fehlt im Entscheid des StGH nach LES 1/95, S. 24 die Passage «solange die Justiz versumpft bleibt» aus dem Löwenzahn-Zitat. Gerade diese Passage würde jedoch möglicherweise den vom StGH monierten Tatbestand erfüllen, dass die rechtsstaatliche Ordnung in Verruf gebracht wird. Das Urteil des StGH lässt daher unabsichtlich offen, wo die Grenzen der Pressefreiheit zu ziehen sind. Es entsteht dadurch auch der Eindruck, dass der StGH keine Verurteilung eines Journalisten wollte, und dass der von Kley im Zusammenhang mit der Methodenwahl bei der Auslegung von Gesetzen geäusserte Verdacht zutrifft, wenn er schreibt: «... die von der Behörde gewählte Auslegungsmethode dient eher als nachträgliche Rechtfertigung für das von ihr gewählte Auslegungsergebnis.» (Kley 1998, S. 111). Der StGH räumt zumindest in StGH 1997/2 ein, «dass der Richter keine Subsumtionsmaschine und dass die Rechtsfindung in der Regel ein komplexer Vorgang ist.» (Zitiert nach Hoch 1999, S. 53).

²¹² Urteil des EGMR vom 8. Juli 1986 (Lingens), zitiert in Müller 1991, S. 129.

klar, dass es sich bei diesem fürstlichen Berufsverbot für ein öffentliches Amt um einen Verstoss gegen die Freiheit der Meinungsäusserung und somit um einen Verstoss gegen Art. 10 EMRK handelte.²¹³ Die Bedeutung und Wirksamkeit der EMRK wurde somit in Liechtenstein nachhaltig in Erinnerung gerufen. Eine weitere Bekräftigung der Anwendbarkeit der EMRK brachte das Urteil des StGH vom 22. Juni 1995, wonach der verfassungsmässige Schutz der Meinungsäusserungsfreiheit auch für Angehörige von Berufsgruppen gilt.²¹⁴

Es ist noch zu erwähnen, dass sich der Grundrechtskatalog in der neuen schweizerischen BV an der EMRK, einschliesslich der darauf basierenden internationalen Rechtsprechung, orientiert.²¹⁵ Auch aus diesem Grunde ist zu erwarten, dass die künftige Rechtsprechung in Liechtenstein an einer starken Berücksichtigung der Grundrechte festhalten wird. Gleichzeitig ist aber auch festzuhalten, dass die Rechtsprechung keine unmittelbaren Auswirkungen auf die Rechtslage in Liechtenstein zeigt. Das Urteil des EGMR hat weder zur Beseitigung des unzulänglichen Instanzenweges, noch zu einer Beseitigung des Zustandes, der zur Einschränkung der Meinungsfreiheit führen kann, geführt.²¹⁶

²¹³ Herbert Wille, damals Vorsitzender der VBI, hielt am Liechtenstein-Institut einen Vortrag, in welchem er u.a. ausführte, dass im Falle eines Konflikts zwischen Fürst (Regierung) und Volk (Landtag) der Staatsgerichtshof als Schiedsgericht fungiere (Bericht im Liechtensteiner Volksblatt v. 17. Februar 1995). Der Fürst orientierte Herbert Wille daraufhin, dass er ihn aufgrund dieser Verfassungsinterpretation künftig nicht mehr für ein öffentliches Amt ernennen werde (Brief v. 27. Februar 1995). Am 25. August 1995 wandte sich Wille mit einer Beschwerde an die Kommission des EGMR wegen Verletzung von Art. 6, 10, 13 und 14 EMRK. Die damalige Kommission des EGMR erklärte die Beschwerde mit Entscheid vom 27. Mai 1997 für zulässig und leitete den Fall an den EGMR weiter. Der Entscheid fiel am 28. Oktober 1999. Inzwischen war Wille tatsächlich vom Landesfürsten mit brieflichem Entscheid vom 17. April 1997 nicht zum Präsident der VBI ernannt worden, nachdem der Landtag Wille für dieses Amt vorgeschlagen hatte. Im Entscheid des EGMR ging es allerdings nicht um diese Nichternennung, sondern um die im Brief vom 27. Februar 1995 und nachfolgenden Stellungnahmen des Fürsten angedrohte Nichternennung für ein öffentliches Amt. (Ausführlich bei Europarat 1999; Batliner 1998; Frowein 1995; Höfling 1995).

²¹⁴ Es ging im Fall StGH 1994/18 um Redewendungen des Beschwerdeführers in Rechtsmitteln, wobei vor allem die in zwei Rechtsmitteln verwendete Formulierung inkriminiert wurde, dass beim Landgericht ein «wahrhaft kafkaesker Zustand» herrsche. LES 1995, S. 122 ff.

²¹⁵ Kley 2000, S. 187 ff.

²¹⁶ Nach der Volksabstimmung vom 16. März 2003 über die Revision der Verfassung gemäss den Vorschlägen des Fürstenhauses wurde der monierte rechtliche Zustand noch weiter zementiert.

4.2 Internationales Recht

Die Bedeutung internationaler Vertragswerke geht einerseits aus ihrer direkten Gültigkeit und Anwendbarkeit,²¹⁷ andererseits aber auch aus ihrem mittelbaren Einfluss auf die Rechtsetzung und Rechtsprechung in Liechtenstein hervor, selbst wenn nicht entschieden ist, welcher Stufenrang ihnen zukommt. So hat die Europäische Menschenrechtskonvention in Liechtenstein faktisch Verfassungsrang. Es scheint klar zu sein, dass eine spätere Rechtsetzung nicht die EMRK derogieren kann.²¹⁸ Innerstaatliches Recht hat sich somit an die Verpflichtungen internationaler Verträge zu halten und internationale Verträge können auch in der Beurteilung von Rechtsstreitigkeiten eine Rolle spielen. Dies zeigt sich beispielsweise in der Entwicklung der Rechtsprechung des StGH, die sich vom positivistischen, formalistischen zu einem materiellen Grundrechtsverständnis verschoben hat.²¹⁹ Durch den Bedeutungszuwachs internationaler Verträge in der innerstaatlichen Rechtsauslegung wird ihre Berücksichtigung in einer medienrechtlichen Darstellung zwingend.

4.2.1 KSZE Schlussakte 1975

Die Konferenz über Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (KSZE), die am 3. Juli 1973 in Helsinki eröffnet und vom 18. September 1973 bis zum 21. Juli 1975 in Genf fortgesetzt wurde, fand ihren Abschluss in

²¹⁷ In der herrschenden Lehre gibt es keinen Zweifel, dass ein vom Landtag genehmigter und vom Fürsten ratifizierter Staatsvertrag «automatisch mit der völkerrechtlichen auch innerstaatliche Wirkung (erlangt).» (Höfling 1995, S. 105).

²¹⁸ Vgl. Höfling 1995, S. 105.

²¹⁹ Vgl. Höfling 1995; Frick 1998; Hoch 1999. Auf dem Gebiet der Gewerbe- und Handelsfreiheit wird die Hinwendung auf ein materielles Grundrechtsverständnis festgestellt, «wonach alle staatlichen Instanzen einschliesslich des Gesetzgebers bei Grundrechtseingriffen immer die Kriterien des öffentlichen Interesses, der Verhältnismässigkeit und der Kernbereichsgarantie zu beachten haben.» (Hoch 1999: 52) Für Höfling (1995, S. 108) markiert dabei die Entscheidung des StGH vom 2. Mai 1988 betr. der Zwangsmitgliedschaft in der Gewerbege nossenschaft die Weichenstellung von der dogmatischen Auslegung hin zu freiheitsakzentuierenden Konturen, wonach Freiheitsbeschränkungen «geeignet, erforderlich und zumutbar» sein müssen. Hinzu kommt nach Hoch, dass mit der Entscheidung StGH 1998/45 erstmals auch vom positivistischen «Bann» gegen ungeschriebenes Verfassungsrecht abgerückt wird und mit dem Willkürverbot erstmals ausdrücklich ein ungeschriebenes Grundrecht anerkannt wird. (Hoch 1999, S. 52)

Helsinki am 1. August 1975. Das siebte Kapitel in der KSZE-Schlussakte handelt von der Achtung der Menschenrechte und Grundfreiheiten, einschliesslich der Gedanken-, Gewissens-, Religions- oder Überzeugungsfreiheit, die für alle ohne Unterschied der Rasse, des Geschlechts, der Sprache oder der Religion gelten sollen. Auf dem Gebiet der Menschenrechte und Grundfreiheiten wurde dabei auch die Übereinstimmung mit den Zielen und Grundsätzen der Charta der Vereinten Nationen und mit der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte hervorgehoben. Die Teilnehmerstaaten – darunter auch Liechtenstein – wollten ferner die Verpflichtungen erfüllen, wie diese festgelegt sind in den internationalen Erklärungen und Abkommen auf diesem Gebiet, soweit sie an sie gebunden sind, darunter auch die Internationalen Konventionen über die Menschenrechte. Damit wird nochmals der Stellenwert der Grundfreiheiten unterstrichen, ohne dass daraus zusätzliche oder weitergehende Konsequenzen im Medienbereich verbunden sind.

4.2.2 Verträge aus der Uno-Familie

4.2.2.1 Charta der Vereinten Nationen

Die Charta der Vereinten Nationen trat in Liechtenstein mit dem Uno-Beitritt am 18. September 1990 in Kraft.²²⁰ Die Ziele und Grundsätze der Uno sind unter dem Eindruck des verheerenden Zweiten Weltkriegs insbesondere auf die Erhaltung des Weltfriedens gerichtet. Die Achtung der Souveränität und Selbstbestimmung der Staaten, die friedliche Beilegung von Konflikten und die Förderung der internationalen Zusammenarbeit stellen dabei wichtige Eckpfeiler dar. In Art. 1 Abs. 3 der Charta ist jedoch auch die Förderung und Festigung der «Achtung vor den Menschenrechten und Grundfreiheiten für alle ohne Unterschied der Rasse, des Geschlechts, der Sprache oder der Religion» aufgeführt. Die Charta der Vereinten Nationen und die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte ist die global ausgerichtete Plattform zu den auf europäischer Ebene durch die EMRK geschützten Menschenrechten und Grundfrei-

²²⁰ Charta der Vereinten Nationen, abgeschlossen in San Franzisko am 26. Juni 1945, Zustimmung des Landtages am 14. Dezember 1989, Inkrafttreten für das Fürstentum Liechtenstein am 18. September 1990, LGBI. 1990 Nr. 65.

heiten. In der Praxis erweist sich die EMRK durch die Einklagbarkeit von Verstößen gegen die Grundrechte als wirksamer. Die Uno hat aber durch die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte im Jahr 1948, die Massenmediendeklaration von 1978, sowie auch mit der Konvention über die Rechte des Kindes globale Leitlinien für Meinungsfreiheit, Demokratie und Pluralismus gesetzt.

4.2.2.2 Allgemeine Erklärung der Menschenrechte

Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte wurde von der Generalversammlung der Vereinten Nationen am 10. Dezember 1948 genehmigt und verkündet. Liechtenstein ist im Jahr 1990 als 160. Mitgliedsland der UNO beigetreten. Nach Art. 19 der Menschenrechtserklärung hat jeder Mensch «das Recht auf freie Meinungsäußerung; dieses Recht umfasst die Freiheit, Meinungen unangefochten anzuhängen und Informationen und Ideen mit allen Verständigungsmitteln ohne Rücksicht auf Grenzen zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.» Ferner sind u. a. auch die Gedanken- und Religionsfreiheit, die Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit in der Menschenrechtserklärung formuliert.

4.2.2.3 Kinderkonvention der Vereinten Nationen

Das UNO-Übereinkommen über die Rechte des Kindes wurde von der Generalversammlung der Vereinten Nationen am 20. November 1989 verabschiedet und trat 1996 auch in Liechtenstein in Kraft.²²¹ Im Sinne dieses Übereinkommens ist ein Kind jeder Mensch, der das achtzehnte Lebensjahr noch nicht vollendet hat, soweit die Volljährigkeit nach dem auf das Kind anzuwendenden Recht nicht früher eintritt (Art. 1). In diesem Übereinkommen werden die Freiheit der Meinungsbildung und -äußerung, der Informationsbeschaffung und -weitergabe, der Vereins- und Versammlungsfreiheit speziell für die Kinder garantiert. Die Universalität der Menschenrechte ist damit explizit auch auf die Kinder ausgedehnt worden.

²²¹ Übereinkommen vom 20. November 1989 über die Rechte des Kindes, LGBl. 1996 Nr. 163.

4.2.2.4 *Unesco-Massenmediendeklaration 1978*

Nachdem die Uno bereits mit der Erklärung der Menschenrechte und verschiedenen Resolutionen Ende der 40er Jahre die Bedeutung der Meinungs- und Informationsfreiheit unterstrichen und die friedensgefährdende Wirkung von Propaganda und falscher Information verurteilt hatte,²²² verabschiedete die Unesco 1978 eine Deklaration, die vom Beitrag der Massenmedien für die Unterstützung des Friedens und der internationalen Verständigung, von der Förderung der Menschenrechte und der Eindämmung von Rassismus, Apartheid und Kriegshetze handelt.²²³ Darin wird nochmals die Bedeutung der Grundrechte der Meinungsäusserung und der Information unterstrichen. Es wird aber auch der Schutz der Medienschaffenden gefordert.²²⁴ Die Deklaration hebt u. a. auch den Einfluss der Massenmedien auf die Erziehung der jungen Menschen hervor. In Art. VIII werden ausserdem Berufsorganisationen und Ausbilder aufgefordert, die Inhalte der Deklaration in einen Code der journalistischen Ethik aufzunehmen. Diese Deklaration ist rechtlich nicht verbindlich und für Liechtenstein, das kein Mitglied der Unesco ist, auch aus diesem Grunde nicht von grosser Tragweite. Sie illustriert aber doch, dass die Bedeutung der Medien – namentlich der Massenmedien – aus unterschiedlichen Blickwinkeln erkannt wird und dass den Medien einerseits ein hohes Mass an Freiheit gewünscht wird, während andererseits auch Funktionszuweisungen im Bereich der Information, der Friedenserhaltung, der Bildung und Erziehung usw. erfolgen. In der Auseinandersetzung über den Deklarationstext spielte die Nord-Süd-Auseinandersetzung eine wichtige Rolle, da von Seiten der Entwicklungsländer befürchtet wurde, dass der freie Fluss der Informationen zu einer kulturellen Hegemonie der westlichen Industriestaaten führen könnte.²²⁵

²²² Resolution 1946, S. 59 (I); 1947, S. 110 (II); 1947, S. 127 (II).

²²³ Declaration on Fundamental Principles Concerning the Contribution of International Understanding, to the Promotion of Human Rights and to Countering Racism, Apartheid and Incitement to War, proclaimed by the General Conference of the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization at its twentieth session, on 28 November 1978.

²²⁴ Art. II Abs. 1, 2 und 4.

²²⁵ Vgl. Schmitz 1995. Dies zeigt sich exemplarisch an der Formulierung in Art. 1, in welcher der ursprüngliche Text über den freien Informationsfluss («free flow of information») schliesslich zu einem «free flow and a wider and better balanced dissemination of information» umformuliert wurde.

4.2.2.5 Konvention über bürgerliche und politische Rechte von 1966

Die internationale Konvention über bürgerliche und politische Rechte wurde von der Uno-Generalversammlung am 19. Dezember 1966 beschlossen. Am 10. Dezember 1998 wurde sie auch von Liechtenstein ratifiziert. In dieser Konvention werden rechtsstaatliche Prinzipien, das Selbstbestimmungsrecht, die Gleichstellung der Geschlechter, das freie Wahlrecht und vieles mehr gefordert, Diskriminierung, Sklaverei, Folter, Todesstrafe usw. geächtet. Die Medien sind indirekt vor allem in zwei Artikeln tangiert. Art. 14 Abs. 1 der Konvention regelt die Öffentlichkeit von Gerichtsverfahren. Er lautet:

«Alle Menschen sind vor Gericht gleich. Jedermann hat Anspruch darauf, dass über eine gegen ihn erhobene strafrechtliche Anklage oder seine zivilrechtlichen Ansprüche und Verpflichtungen durch ein zuständiges, unabhängiges, unparteiisches und auf Gesetz beruhendes Gericht in billiger Weise und öffentlich verhandelt wird. Aus Gründen der Sittlichkeit, der öffentlichen Ordnung (*ordre public*) oder der nationalen Sicherheit in einer demokratischen Gesellschaft oder wenn es im Interesse des Privatlebens der Parteien erforderlich ist oder – soweit dies nach Auffassung des Gerichts unbedingt erforderlich ist – unter besonderen Umständen, in denen die Öffentlichkeit des Verfahrens die Interessen der Gerechtigkeit beeinträchtigen würde, können Presse und Öffentlichkeit während der ganzen oder eines Teils der Verhandlung ausgeschlossen werden; jedes Urteil in einer Straf- oder Zivilsache ist jedoch öffentlich zu verkünden, sofern nicht die Interessen Jugendlicher dem entgegenstehen oder das Verfahren Ehestreitigkeiten oder die Vormundschaft über Kinder betrifft.»

Liechtenstein hat allerdings in der Ratifikationsurkunde vom 10. Dezember 1998 einen Vorbehalt angebracht.²²⁶

²²⁶ «The Principality of Liechtenstein reserves the right to apply the provisions of article 14, paragraph 1 of the Covenant, concerning the principle that hearings must be held and judgments pronounced in public, only within the limits deriving from the principles at present embodied in the Liechtenstein legislation on legal proceedings.» Weitere Gesetzesvorbehalte wurden betr. der männlichen Erbfolge im Fürs-

Art. 19 handelt von der Meinungsfreiheit:

- «(1) Jedermann hat das Recht auf unbehinderte Meinungsfreiheit.
(2) Jedermann hat das Recht auf freie Meinungsäusserung; dieses Recht schliesst die Freiheit ein, ohne Rücksicht auf Staatsgrenzen Informationen und Gedankengut jeder Art in Wort, Schrift oder Druck, durch Kunstwerke oder andere Mittel eigener Wahl sich zu beschaffen, zu empfangen und weiterzugeben.
(3) Die Ausübung der in Absatz 2 vorgesehenen Rechte ist mit besonderen Pflichten und einer besonderen Verantwortung verbunden. Sie kann daher bestimmten, gesetzlich vorgesehenen Einschränkungen unterworfen werden, die erforderlich sind
a) für die Achtung der Rechte oder des Rufs anderer;
b) für den Schutz der nationalen Sicherheit, der öffentlichen Ordnung (*ordre public*), der Volksgesundheit oder der öffentlichen Sittlichkeit.»

4.2.3 EWR-Recht

Das Abkommen zum Europäischen Wirtschaftsraum (EWR)²²⁷ betrifft die Medien weniger aus der Warte der Grundrechtsthematik als in einem ökonomischen Zusammenhang. Gemäss EWR können staatliche Unterstützungsmassnahmen für Unternehmen verboten werden, wenn sie den Wettbewerb verfälschen oder den Handel zwischen den EWR-Vertragsparteien beeinträchtigen.²²⁸ Solange es sich um Medien handelt, die fast ausschliesslich ihre Wirkung im betreffenden Staatsgebiet entfalten, ist der Handel zwischen den Vertragsparteien jedoch kaum tangiert.

Die Europäische Union kennt in ihrem Gründungsvertrag (EGV) die Bestimmung, dass Beihilfen zur Förderung der Kultur und der Erhaltung des kulturellen Erbes, soweit sie die Handels- und Wettbewerbsbedingungen in der Gemeinschaft nicht in einem Mass beeinträchtigen, das dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft, als mit dem Gemeinsamen

tenhaus (Konflikt mit der Gleichstellung von Mann und Frau) sowie den Rechten der Ausländer (Konflikt mit dem Schutz der Familie), der Kinder (Staatsangehörigkeit) und im Bereich der Diskriminierung (Gleichheit vor dem Gesetz) angebracht.
²²⁷ Abkommen vom 2. Mai 1992 über den Europäischen Wirtschaftsraum (EWR), LGBl. 1995 Nr. 68.

²²⁸ Art. 61 EWR.

Markt vereinbar angesehen werden.²²⁹ Im Bereich der Printmedien mit ihrer weitgehend nationalstaatlichen Ausrichtung sind diesbezüglich weniger Konflikte zu erwarten als im Bereich der elektronischen Medien, wo ausserdem durch die Einrichtung der öffentlich-rechtlichen Radio- und Fernsehanstalten auch traditionell ein weit höheres Mass an Medienbeihilfen festzustellen ist. Im Amsterdamer Vertrag und in mehreren Urteilen des Europäischen Gerichtshofes wurde diese Subventionspraxis für rechtmässig angesehen. Im Amsterdamer Vertrag werden die EU-Mitglieder befugt, «den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu finanzieren, sofern die Finanzierung der Rundfunkanstalten dem öffentlich-rechtlichen Auftrag, wie er von den Mitgliedstaaten den Anstalten übertragen, festgelegt und ausgestaltet wird, dient und die Handels- und Wettbewerbsbedingungen in der Gemeinschaft nicht in einem Ausmass beeinträchtigt, das dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft, wobei den Erfordernissen des öffentlich-rechtlichen Auftrags Rechnung zu tragen ist.»²³⁰ Bei der Betrachtung der Medienförderungspraxis in Liechtenstein wird diesem Aspekten besondere Bedeutung zukommen.

Die grundlegenden Ziele der EU bzw. des EWR werden in einer Reihe von Richtlinien, an denen sich das staatliche Handeln der Mitgliedsländer orientieren muss, konkretisiert. In der Richtlinie des Rates vom 3. Oktober 1989 (89/552/EWG) wird beispielsweise die Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedsstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität («Fernsehen ohne Grenzen») geregelt. Die Richtlinie der Kommission vom 25. Juni 1980 (80/723/EWG) fordert die Transparenz der finanziellen Beziehungen zwischen den Mitgliedsstaaten und öffentlichen Unternehmen. Weitere wettbewerbsrechtliche, werberechtliche oder Verbraucherschützende Bestimmungen sind für Medienunternehmen verbindliche Vorgaben. In Bezug auf staatliche Beihilfen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist auf eine Mitteilung des Rates zu verweisen, wonach generell davon auszugehen ist, dass eine staatliche Finanzierung öffentlich-rechtlicher

²²⁹ Art. 87 Abs. 3 lit. d) des Vertrages zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft (EGV). Dies wurde von der EU-Kommission 1996 auf Anfrage, ob die österreichischen staatlichen Pressesubventionen mit den geltenden EU-Bestimmungen vereinbar seien, bestätigt (Abl. Nr. C 161 vom 5. Juni 1996). Vgl. Ausführungen in BuA der Regierung 115/1999, S. 12 f.

²³⁰ Zit. nach BuA der Regierung 115/1999, S. 14 f.

Rundfunkanstalten den Handel zwischen den Mitgliedsstaaten beeinträchtigt, Art. 87 EG aber die Möglichkeit gebe, Beihilfen, die zur Förderung der Kultur eingesetzt würden, als mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar zu betrachten. Entscheidend sei die Verhältnismässigkeit der Wettbewerbsbeeinträchtigung.²³¹

4.3 Gesetze und Verordnungen

4.3.1 *Legitimität von gesetzlichen Eingriffen*

Obwohl die liechtensteinische Verfassung keine einschlägigen Bestimmungen zu den Medien enthält, nehmen eine Reihe von Gesetzen direkt oder indirekt auf die Medien Bezug, und zwar sowohl in förderndem wie auch in einschränkendem Sinne. Wie bereits in der grundrechtlichen Analyse gesehen, wird die Meinungsfreiheit und damit auch die Pressefreiheit zunehmend stärker gewichtet. Bedenken gegenüber einer Medienförderung wurden bereits weiter oben angesprochen. Aber auch Einschränkungen der Meinungsfreiheit sind verfassungsrechtlich kritisch zu beurteilen. Solche Einschränkungen lassen sich in den europäischen Rechtssystemen gemäss Generalbericht der 10. Konferenz der Europäischen Verfassungsgerichte²³² im Grossen und Ganzen in vier Gruppen von legitim zu schützenden Interessen zusammenfassen. «Zur ersten zählen die Interessen des Staates – der Schutz der verfassungsmässigen Grundordnung, die innere und äussere Sicherheit sowie der eventuelle Schutz öffentlich-rechtlicher Würdenträger und staatlicher Symbole. Die zweite Gruppe bilden die Interessen der Gesellschaft als Ganzes, so z.B. die öffentliche Moral oder die öffentliche Ordnung. Als dritte Kategorie sei der Interessenschutz einzelner gesellschaftlicher Gruppen vor Erscheinungen, die eine Diskriminierung nach Rasse, Religion und Geschlecht bedeuten, angeführt. Die vierte Gruppe der zu schützenden Interessen bildet schliesslich die Privatsphäre, zu der die persönlichen Rechte des Individuums, seine Ehre und Privatgeheimnisse

²³¹ ABIEG 2001 Nr. C 320, S. 6 Rdnr. 26 nach Dörr/Zorn 2003: 3021.

²³² Der liechtensteinische Staatsgerichtshof wurde an der XI. Konferenz der europäischen Verfassungsgerichte 1998 in Warschau als Vollmitglied in diese Gemeinschaft aufgenommen. Vgl. Staatsgerichtshof 2000, S. 45 f.

ebenso gehören wie der gute Ruf und Geschäftsgeheimnisse von Unternehmen.»²³³ Alle diese Einschränkungen der Grundfreiheit der Meinungsäusserung finden wir auch in der liechtensteinischen Gesetzgebung wieder. Im erwähnten Generalbericht der Europäischen Verfassungsgerichte wird abgewogen, welche Schranken am ehesten die freie Meinungsäusserung einschränken können, bzw. welche nur in extremen Fällen zur Anwendung gelangen können. «An der Spitze der Reihenfolge stehen der Bedeutung nach die Persönlichkeitsrechte, bei deren Schutz eine Einschränkung der Meinungsfreiheit am ehesten zulässig ist. Das andere Extrem ist der Schutz der Interessen des Staates und seiner Einrichtungen, bei dem – auf Grund der Forderung nach Kritizierbarkeit der Gewalten – die Zulässigkeit von Einschränkungen der Meinungsfreiheit mit besonderer Umsicht geprüft werden muss.»²³⁴

In der liechtensteinischen Rechtsordnung gibt es eine Reihe von Gesetzen und gesetzlichen Bestimmungen zu den Medien, die aber nicht nur Aspekte der Medieneinschränkungen, sondern auch Aspekte der Medienförderung aufweisen. Die liechtensteinische Gesetzgebung lehnt sich dabei teilweise an die schweizerische Gesetzgebung an (bsp. Wettbewerbsrecht, Arbeitsvertragsrecht, Persönlichkeitsschutz, Urheberrecht), teilweise an die österreichische Gesetzgebung (bsp. Strafrecht, Staatsschutz, Liechtensteinischer Rundfunk). Häufig werden jedoch Adaptationen vorgenommen oder sogar eigene liechtensteinische Lösungen geschaffen (bsp. Medienförderung, Konzessionierung, Informationsgesetz).²³⁵ In den folgenden Abschnitten werden die wichtigsten medienrechtlichen Bestimmungen in Liechtenstein erläutert.

4.3.2 Einschränkung der Medien

4.3.2.1 Staatsschutzgesetz

Die inhaltliche Arbeit der Medien stösst an gesetzliche Grenzen, wenn es um den Schutz des Staates einerseits, um den Persönlichkeitsschutz

²³³ Generalbericht der 10. Konferenz der Europäischen Verfassungsgerichte 1996.

²³⁴ Generalbericht der 10. Konferenz der Europäischen Verfassungsgerichte 1996.

²³⁵ Zum schweizerischen Medienrecht siehe Müller 1999; Studer/Mayr von Baldegg 2001; Zölch/Zulauf 2001; Riklin 1996; Ruckstuhl 1997.

andererseits geht. Formvorschriften, Beschlagnahme und Verbote sind im Staatsschutzgesetz (StSchG) geregelt.²³⁶ So müssen auf Druckschriften in der Regel der Name des Verlegers, der Drucker und der Druckort angegeben werden, in Zeitungen und Zeitschriften zusätzlich der Name des verantwortlichen Redaktors.²³⁷ Druckschriften, die diese Bedingungen nicht erfüllen, sind durch die Landespolizei zu beschlagnahmen und verfallen.²³⁸ Diese Bestimmungen werden in Liechtenstein jedoch mehr oder weniger willkürlich angewendet. Das Liechtensteiner Volksblatt und Vaterland verzichteten regelmässig ohne Konsequenzen auf die Nennung von Drucker und Druckort, während wegen dieser Bestimmungen 1989 sogar ein gerichtliches Verfahren gegen die Herausgeber der Freie Liste Zeitung angestrengt wurde.²³⁹

Die Regierung kann Druckschriften beschlagnahmen, wenn die öffentliche Ruhe und Ordnung gefährdet ist, insbesondere wenn zum Ungehorsam gegen Gesetze und Verordnungen oder zu Gewalttätigkeiten aufgefordert wird, wenn Organe, Einrichtungen und Behörden des Staates beschimpft oder verächtlich gemacht werden, wenn offensichtlich unrichtige Nachrichten enthalten sind, deren Verbreitung lebenswichtige Interessen des Staates gefährden oder wenn Vergehen gegen die öffentliche Sittlichkeit begangen werden.²⁴⁰

Die Regierung kann das Erscheinen einer periodischen Druckschrift, die innerhalb eines Jahres zweimal vom Gericht für verfallen erklärt wurde, bis auf die Dauer von sechs Monaten verbieten, wobei unter Druckschrift alle durch was immer für mechanische oder chemische Mittel vervielfältigten, zur Verbreitung bestimmten Schriften, Bilder und Tonwerke zu verstehen sind.²⁴¹

²³⁶ Staatsschutzgesetz vom 14. März 1949, LGBL. 1949 Nr. 8 (StSchG).

²³⁷ Art. 17 StSchG.

²³⁸ Art. 18 StSchG.

²³⁹ Das Verfahren endete jedoch mit einem Freispruch, nachdem der Anwalt der Angeklagten Partei geltend machte, dass gegen diese Bestimmung in den Ausgaben der beiden Landeszeitungen notorisch verstossen wird.

²⁴⁰ Art. 19 StSchG mit Verweis auf § 516 des Strafgesetzes von 1852. Dieser Verweis dürfte sich im neuen Strafgesetzbuch vom 24. Juni 1987, LGBL. 1988 Nr. 37, auf den ähnlich lautenden § 218a beziehen. Vgl. dazu den Abschnitt über das Strafgesetz.

²⁴¹ Art. 22 und Art. 24 StSchG.

Zensur im historischen Rückblick

Das Presserecht war in seinen Anfängen bis weit ins 20. Jahrhundert vor allem geprägt vom Bemühen, die Presse und damit die öffentliche Meinungsbildung unter Kontrolle zu halten. Erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurden in den nationalen Gesetzgebungen und internationalen Vertragswerken den Aspekten der Pressefreiheit, der Erhaltung und Förderung einer pluralen Medienlandschaft, dem Schutz von Medienschaffenden und der Informationspflicht der öffentlichen Hand vermehrt Beachtung geschenkt.

Die liechtensteinische Verfassung von 1862 sah vor, dass die Freiheit der Presse durch ein besonders Gesetz normiert wird. Zu einem entsprechenden Pressegesetz ist es jedoch nicht gekommen. Stattdessen wurde durch den ersten Redaktor des Liechtensteiner Volksblattes, Johann Franz Fetz, eine freiwillige Selbstzensur geübt.²⁴² Da das Volksblatt auch Amtsblatt war, versuchte der Landesverweser Karl von In der Maur zusätzlich, auf den Inhalt der Zeitung Einfluss zu nehmen. Er teilte 1886 dem Volksblattredaktor mit, «dass im Amtsblatt keine Artikel erscheinen durften, die der Regierung nicht genehm waren. Die Pressezensur war damit eingeführt, sie wurde aber nicht öffentlich eingestanden.»²⁴³ 1894/95 kam es zu einer ernsthaften Krise, weil der Landesverweser Friedrich Stellwag von Carion tatsächlich zur Zensur schritt. Es ging um die Publikation eines Landtagsberichtes, der dem Landesverweser nicht genehm war. Der Landtagspräsident sowie der Landtag insgesamt protestierten heftig gegen diese Massnahme und es wurde ein Kompromiss gefunden, indem künftig die Landtagsberichte im Einvernehmen zwischen Regierung und Landtag veröffentlicht werden sollten und zudem der Landtag die Protokolle der Landtagssitzungen veröffentlichen konnte.²⁴⁴ Ein Pressegesetz wurde dennoch nicht realisiert, obwohl einige Abgeordnete 1907 im Landtag die Schaffung eines Pressegesetzes vorschlugen.²⁴⁵

²⁴² Vgl. Vogt 1990, S. 183 ff.

²⁴³ Vogt 1990, S. 186.

²⁴⁴ Vogt 1990, S. 186. Die Redaktion des Liechtensteiner Volksblattes hatte schon am 23. November 1894 geschrieben: «Von nun an muss das <Liechtensteinische Volksblatt> bevor es zur Ausgabe kommen darf, der Hohen frstl. Regierung zur Zensur vorgelegt werden und kann infolgedessen erst mit einer Post später befördert werden.»

²⁴⁵ Vogt 1990, S. 186.

Auch in den 20er und 30er Jahren standen die Aspekte des Staatsschutzes auf dem Gebiet des Presserechtes im Vordergrund. Die neue Verfassung von 1921 normierte in Art. 40 die Meinungsfreiheit innerhalb der Schranken des Gesetzes und liess Zensur nur bei öffentlichen Aufführungen und Schaustellungen zu. Die wüsten und polemischen Attacken in den Zeitungen bewogen die Regierung und den Landtag 1930, ein Pressegesetz zu verabschieden, das nach Geiger «zwar keine Vorzensur (vorsah), aber strenge Strafbestimmungen mit bis zu sechs Monaten Arrest bei Pressevergehen.»²⁴⁶ Nun fiel dieses Pressegesetz aber genau in die Zeit, als die Fortschrittliche Bürgerpartei FBP die einzige Partei im Landtag und in der Regierung war.²⁴⁷ Zusätzlich war die Initiative der nach dem Sparkassaskandal 1928 arg gebeutelten Christlich-sozialen Volkspartei (VP) auf Einführung eines Proporz- anstelle des Majorzwahlsystems am 2. März 1930 vom Volk verworfen worden.²⁴⁸ Das Pressegesetz wurde daher als Angriff auf die Opposition verstanden und von der VP mittels Referendum und durch entsprechende Kommentare in den Liechtensteiner Nachrichten – dem Parteiblatt der VP – vehement bekämpft.²⁴⁹ Auch aus der schweizerischen Presselandschaft hagelte es Proteste gegen dieses Pressegesetz.²⁵⁰ Der Streit über das Pressegesetz dauerte von Juli bis Oktober 1930 und wurde mit der Ablehnung durch das Volk am 26. Oktober 1930 beendet. Die Abstimmung fiel mit 1008 Nein gegen 1005 Ja denkbar knapp aus.

Im Verlaufe der 30er Jahre wurde dann die Pressefreiheit in Liechtenstein dennoch zunehmend verschärft. Rechtliche Grundlage

²⁴⁶ Das Pressegesetz wurde am 9.7.1930 im Landtag verabschiedet. Geiger 1997 Bd. 1, S. 311.

²⁴⁷ Die vier Mandatäre der VP zogen sich mit Schreiben vom 30.12.1929 aus dem Landtag zurück mit der Begründung, dass nach den letzten ordentlichen Wahlen von 1926 und den vorgezogenen Neuwahlen von 1928 im Gefolge des Sparkassaskandals 1930 Neuwahlen fällig seien. Am 16.3.1930 fanden daher ohne Teilnahme der VP Ergänzungswahlen statt. Vgl. Geiger 1997 Bd. 1, S. 305 f.

²⁴⁸ Die Initiative wurde mit 60,6 % Nein-Stimmen deutlich verworfen. Es war zu durchsichtig, dass es sich dabei um parteipolitische Motive handelte, da die VP früher ähnliche Begehren der vormaligen Minderheitspartei FBP abgewehrt hatte und durch die Einführung der Stellvertreterwahl – mit Blick auf die im Ausland tätigen Saisonarbeiter – und die Orientierung des Wahltermins an den letzten ordentlichen Wahlen – was sofortige Neuwahlen zur Folge gehabt hätte – eindeutig auf den eigenen Vorteil bedacht war. Vgl. Geiger 1997 Bd. 1, S. 306 ff.; Wille 1981.

²⁴⁹ Die LN war die Parteizeitung der VP.

²⁵⁰ Geiger 1997 Bd. 1, S. 311 ff.

für diese Verschärfung war das Vollmachtengesetz (VmG) aus dem Jahr 1933.²⁵¹ Mit diesem Gesetz wurde der Regierung die «Vollmacht zur Vornahme aller Massnahmen, die für die Aufrechterhaltung von Ruhe und Ordnung, sowie zur Wahrung des Ansehens und der wirtschaftlichen Interessen des Landes erforderlich sind», erteilt.²⁵² Die Regierung war aufgefordert, dem Landtag jeweils in der nächsten Sitzung über die entsprechenden Massnahmen mit Begründung zu berichten. Durch die Dringlicherklärung wurde das Gesetz dem Referendum entzogen. Gleichen Tags wurde bereits die erste Verordnung erlassen, die lautete, dass die Regierung Druckschriften beschlagnahmen und einziehen bzw. in bestimmten Fällen auch verbieten kann.²⁵³ Auf der Grundlage des VmG wurden 1934 auch das Tragen von Parteiuniformen verboten und Kundgebungen unter freiem Himmel bewilligungspflichtig.²⁵⁴

Am 24. Juni 1933 wurde eine Ausgabe der «Liechtensteinischen Arbeiter-Zeitung» beschlagnahmt.²⁵⁵

1934 wurde eine Ausgabe der «Liechtensteiner Nachrichten» beschlagnahmt, in der von der Auflösung des Zollvertrages gesprochen wurde und die Auflösung der Gesandtschaft in Bern kritisiert wurde.²⁵⁶

1937 wurde ein Staatsschutzgesetz verabschiedet, das vor allem gegen nachrichtendienstliche Tätigkeiten für fremde Staaten zielte.²⁵⁷ Gleichzeitig wurde die Pressefreiheit weiter eingeschränkt. In Art. 7 hiess es: «Es ist ... verboten, kommunistische, anarchistische und religionsfeindliche Presseorgane, Schriften und anderes Propagandamaterial nach Liechtenstein einzuführen, oder zu verbreiten.» Auch dieses Gesetz wurde für dringlich erklärt.

²⁵¹ Gesetz vom 30. Mai 1933 betreffend die Erteilung besonderer Vollmachten an die Regierung, LGBL. 1933 Nr. 8.

²⁵² Art. 1 LGBL. 1933 Nr. 8.

²⁵³ Verordnung vom 30. Mai 1933 betreffend Beschlagnahme und Verbot von Druckschriften, LGBL. 1933 Nr. 9 (VmV). Als Verbotgründe galten Aufruf zum Ungehorsam gegen Gesetze, Aufruf zu oder Billigung von Gewalttätigkeiten, Beschimpfung und Verächtlichmachung von Staatsorganen oder -behörden sowie die Verbreitung unrichtiger Nachrichten, die lebenswichtige Staatsinteressen gefährden. (Art. 2 VmV). LGBL. 1934 Nr. 9 und Nr. 15.

²⁵⁴ Geiger 1997 Bd. 1, S. 341.

²⁵⁵ Geiger 1997 Bd. 1, S. 361; 1699–1999 Liechtensteins Weg (Eintrag zu 1934).

²⁵⁷ Gesetz vom 17. März 1937 betreffend den Schutz der Sicherheit des Landes und seiner Bewohner, LGBL. 1937 Nr. 3.

1939 wurden weitere Massnahmen auf der Grundlage des VmG beschlossen. Die Herstellung und Verbreitung von Flugschriften nichtperiodischen Charakters war nur noch mit Bewilligung der Regierung zulässig, ebenso das Abbrennen von Feuern im Freien – es ging dabei vor allem um Nazi-Symbole. Ferner wurde jede Herabwürdigung oder Beschimpfung anderer Staaten in Wort, Schrift und Bild untersagt.²⁵⁸ Im Mai 1940 wurde verordnet, dass jedermann verpflichtet ist, sich über die Richtigkeit von Gerüchten, die zur Beunruhigung der Bevölkerung betragen könnten, bei der Ortsvorsteherung oder der Regierung zu erkundigen. Wer unwahre Gerüchte verbreitete, konnte mit Arrest bis zu sechs Monaten bestraft werden.²⁵⁹ Im Juli des gleichen Jahres wurde auch ein Versammlungsverbot für politische Organisationen ausgesprochen.²⁶⁰ Die Pressefreiheit wurde 1941 weiter beschränkt, indem mit einer Verordnung politische Provokationen jeder Art in Zeitungen oder sonstwie in der Öffentlichkeit verboten wurden.²⁶¹

Die Zensur erreichte in der Zeit des Zweiten Weltkriegs einen Höhepunkt. Die nationalsozialistische Volksdeutsche Bewegung in Liechtenstein gab zwischen dem Oktober 1940 und dem Februar 1944 insgesamt 247 Ausgaben des Kampfblattes «Der Umbruch» heraus, anfänglich wöchentlich, später zweimal pro Woche. Am 8. Juli 1943 verbot die Regierung den Umbruch. Danach erschien der Umbruch nur noch in vier weiteren Ausgaben, allerdings ohne Titelkopf. Die letzte Ausgabe vom 12. Februar 1944 wurde von der Regierung sofort beschlagnahmt.²⁶²

Mit dem Staatsschutzgesetz vom 14. März 1949 wurden die in der Zeit der nationalsozialistischen Bedrohung erlassenen, oben erwähnten Gesetze und Verordnungen wieder aufgehoben.²⁶³

²⁵⁸ Verordnung vom 27. Januar 1939 zur Aufrechterhaltung von Ruhe und Ordnung, LGBl. 1939 Nr. 5.

²⁵⁹ Verordnung vom 16. Mai 1940, LGBl. 1940 Nr. 11.

²⁶⁰ Verordnung vom 20. Juli 1940 zur Aufrechterhaltung von Ruhe und Ordnung, LGBl. 1940 Nr. 15.

²⁶¹ Verordnung vom 29. März 1941, LGBl. 1941 Nr. 10. Diese Verordnung bezog sich nicht ausdrücklich auf das VmG.

²⁶² Marxer 2000, S. 111.

²⁶³ Art. 28 Staatsschutzgesetz vom 14. März 1949.

4.3.2.2 Straffreiheit bei Berichterstattung

Im Zusammenhang mit der Landtagsberichterstattung ist das Gesetz betreffend Straffreiheit von Mitteilungen und Berichterstattungen aus dem Jahr 1922 zu nennen.²⁶⁴ In Art. 1 Abs. 1 heisst es: «Wer wahrheitsgetreu mündlich oder schriftlich über öffentliche Verhandlungen (Reden, Vorgänge usw.) des Landtages oder einer Verwaltungs- oder Gerichtsbehörde sei es wortgetreu oder in sinngemässer verkürzter Wiedergabe ganz oder teilweise Mitteilungen macht oder berichtet, bleibt von jeder Verantwortlichkeit frei und darf deshalb insbesondere nicht bestraft werden.»

4.3.2.3 Verbote nach Strafgesetz

Im Strafgesetzbuch (StGB) sind keine spezifischen Bestimmungen enthalten, die sich ausdrücklich auf die Medien beziehen. Die Medien haben jedoch bezüglich der Verbreitung und Veröffentlichung von Meinungen oder auch ihrer Möglichkeiten auf dem Gebiet der Agitation besondere Voraussetzungen, weshalb einige Artikel des Strafgesetzbuches für die Medien besondere Bedeutung haben.

Herabwürdigung des Staates

§ 248 StGB lautet: «Wer auf eine Art, dass die Tat einer breiten Öffentlichkeit bekannt wird, in gehässiger Weise das Fürstentum Liechtenstein beschimpft oder verächtlich macht, ist mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr zu bestrafen.» Nach einem Urteil des StGH im Jahr 1994 sind jedoch an diesen Artikel sehr hohe Anforderungen zu stellen, damit er wirksam werden kann. Wie im Kapitel über die EMRK gesehen, wird in der modernen Rechtsprechung das Grundrecht der Meinungsfreiheit gemäss Art. 40 LV wie auch Art. 10 Abs. 1 EMRK stark gewichtet, woraus sich ergibt, dass solche Strafnormen einschränkend zu interpretieren sind.

²⁶⁴ Gesetz vom 17. Oktober 1922 betreffend Straffreiheit von Mitteilungen und Berichterstattungen, LGBl. 1922 Nr. 32.

Täuschung bei einer Wahl oder Abstimmung

§ 264 Abs. 1 lautet: «Wer öffentlich eine falsche Nachricht über einen Umstand, der geeignet ist, Wahl- oder Stimmberechtigte von der Stimmabgabe abzuhalten oder zur Ausübung des Wahl- oder Stimmrechts in einem bestimmten Sinn zu veranlassen, zu einer Zeit verbreitet, da eine Gegenäusserung nicht mehr wirksam verbreitet werden kann, ist ... zu bestrafen.» In Liechtenstein muss dieser Artikel vor dem Hintergrund gewertet werden, dass die dominierenden Medien Parteizeitungen sind. Sie könnten daher speziell verleitet sein, in der Schlussphase vor Wahlen noch Stimmung für die eigene bzw. gegen die gegnerischen Parteien zu machen. Das StGB würde dies jedoch nicht dulden. Man muss dazu aber auch sagen, dass diese Bestimmung aus der österreichischen Vorlage übernommen wurde und daher im liechtensteinischen Kontext zu interpretieren wäre. In der neuen schweizerischen BV will Art. 34 Abs. 2 für eine faire politische Auseinandersetzung vor Wahlen und Abstimmungen sorgen. Nach Kley betrifft dies namentlich im Zusammenspiel mit dem Sachgerechtigkeitsgebot und dem Sachlichkeitsgebot die Berichterstattung in den elektronischen Medien.²⁶⁵

Verbreitung falscher, beunruhigender Gerüchte

§ 276 StGB verbietet auch die Verbreitung von falschen Gerüchten, die einen grossen Personenkreis zu beunruhigen vermögen und dadurch die öffentliche Ordnung gefährden.

Rassendiskriminierung

Im Jahr 2000 wurde § 283 StGB betreffend Rassendiskriminierung verschärft. Es ist demnach verboten, öffentlich gegen eine Person oder eine Gruppe wegen ihrer Rasse, Ethnie oder Religion zu Hass oder Diskriminierung aufzureizen, entsprechende Propaganda in Wort, Schrift, Bild oder elektronischen Medien zu verbreiten oder Gegenstände dieser Art herzustellen, einzuführen, zu lagern, in Verkehr zu bringen, auszustellen, anzubieten usw.

²⁶⁵ Kley 2000, S. 215 ff. Das Sachgerechtigkeitsgebot basiert auf Art. 93 Abs. 2 neue BV und Art. 4 RTVF, das Sachlichkeitsgebot auf Art. 34 Abs. 2 neue BV.

Verbotene Veröffentlichungen

§ 301 StGB sieht eine Strafe vor, wenn einem gesetzlichen Verbot zuwider eine Mitteilung über den Inhalt einer Verhandlung vor einem Gericht oder einer Verwaltungsbehörde, in der die Öffentlichkeit ausgeschlossen war, in einem Druckwerk, im Radio, Fernsehen oder sonst auf eine Weise veröffentlicht wird, dass die Mitteilung einer breiten Öffentlichkeit zugänglich wird. Das gleiche gilt, wenn jemand eine Mitteilung über die Beratung in einem Verfahren vor einem Gericht oder einer Verwaltungsbehörde, über eine solche Abstimmung oder deren Ergebnis veröffentlicht und dabei die Pflicht zur Geheimhaltung verletzt.²⁶⁶

Herabwürdigung fremder Symbole

Nach § 317 StGB ist auch zu bestrafen, wer auf eine Art, dass die Tat einer breiten Öffentlichkeit bekannt wird, in gehässiger Weise eine Fahne oder ein Hoheitszeichen eines fremden Staates oder einer zwischenstaatlichen Einrichtung oder die bei einem öffentlichen Anlass vorgetragene Hymne eines fremden Staates beschimpft, verächtlich macht oder sonstwie herabwürdigt.

²⁶⁶ Es gibt zu dieser Gesetzesbestimmung keine Rechtsprechung in Liechtenstein. Der Blick in die Schweiz zeigt jedoch, dass sich hier das Geheimhaltungsinteresse des Staates nach Art. 293 des schweizerischen Strafgesetzbuches einerseits, das Postulat nach freier Meinungsäußerung und Informationspflicht der Journalisten andererseits diametral gegenüberstehen. Dies zeigt sich exemplarisch im Fall der Veröffentlichung eines vertraulichen Lagebericht des Schweizer Botschafters Jagmetti in Washington zur Holocaust-Krise im Jahr 1997, der von der SonntagsZeitung veröffentlicht wurde. Der Schweizer Presserat stellte in seiner Stellungnahme 1/97 (www.presserat.ch) fest, dass die Vertraulichkeit in diesem Fall nicht schutzwürdig gewesen sei, während das Zürcher Obergericht und nach ihm auch das Bundesgericht den Lagebericht für schutzwürdig hielten und die SonntagsZeitung zu einer Busse verurteilten. Das letzte Wort könnte der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte in Strassburg haben. In Liechtenstein trat im Zusammenhang mit der Untersuchung von Vorwürfen gegenüber dem Finanzdienstleistungsbereich durch den Sonderstaatsanwalt Kurt Spitzer im Jahr 2000 ein gravierender Fall von Indiskretion auf. Ein geheimer und vertraulicher Bericht des Sonderstaatsanwaltes, der nur für die Regierung und den Landgerichtsvorstand bestimmt war, fand den Weg zu einem Wiener Presseorgan. Die undichte Stelle konnte aber nicht gefunden werden. Gegen das Wiener Medienunternehmen wurden jedoch keine rechtlichen Schritte unternommen.

4.3.2.4 Strafprozessordnung: Öffentlichkeit von Verfahren

Als Hauptregel gilt in den europäischen Staaten «die Öffentlichkeit von Verhandlungen bzw. sonstigen staatlichen Körperschaftssitzungen (einschliesslich der Parlamentsitzungen), was jedoch mit Rücksicht auf Aspekte der öffentlichen Moral, der öffentlichen Ordnung und Sicherheit sowie der Privatsphäre eingeschränkt werden kann.»²⁶⁷ Dies schliesst jedoch nicht automatisch die Zulassung der Presse bzw. der Medien zu den Gerichtsverhandlungen und die Bewilligung zur Berichterstattung mit ein. Es zeichnet sich aber doch eine Tendenz zu mehr Transparenz und Öffentlichkeit ab, sei dies in der öffentlichen Ton- oder Bildübertragung von Parlamentsitzungen, sei dies in der Zulassung der Medien zu Verhandlungen oder auch die Auskunftstätigkeit von Organen der Gerichtsbarkeit.

Die Öffentlichkeit von Verhandlungen ist in Liechtenstein nach wie vor fallweise eingeschränkt. Über die entsprechenden Vorbehalte in internationalen Verträgen ist bereits an anderer Stelle berichtet worden. Diese Regelung ist sehr weitgehend. Eher üblich sind dagegen Bestimmungen, die die Medien kategorisch bezüglich Fernseh- und Hörfunkübertragungen, Film- und Fotodokumentationen von Prozessen einschränken.²⁶⁸

4.3.2.5 Konzessionierung

Verhältnis von Medien und Staat

Im Unterschied zur Presse kann sich bei Radio und Fernsehen keine den freien Marktgesetzen gehorchende Angebotsstruktur entwickeln. Der Grund liegt darin, dass die notwendigen Frequenzen aus technischen Gründen limitiert sind. Der Staat verfügt in internationaler Koordination mit den anderen Staaten über die Frequenz-Hoheit. Rundfunkbetreiber benötigen daher eine staatliche Konzession, um einen Radio-

²⁶⁷ Generalbericht der 10. Konferenz der Europäischen Verfassungsgerichte.

²⁶⁸ Vgl. etwa § 22 Österreichische Mediengesetznovelle von 1992 (BGBl.Nr. 20/1993): «Fernseh- und Hörfunkaufnahmen und -übertragungen sowie Film- und Fotoaufnahmen von Verhandlungen der Gerichte und unabhängigen Verwaltungssenaten sind unzulässig.»

oder Fernsehsender zu betreiben. Somit entsteht ein viel engeres Verhältnis zwischen dem Staat und den Medienunternehmungen des Rundfunks. Bis vor wenigen Jahren waren in den meisten Staaten Europas überhaupt nur öffentlich-rechtliche Sender in Betrieb. Die Liberalisierung und Zulassung von privaten Rundfunkbetreibern hat erst in den 1970er/80er Jahren richtig eingesetzt.

Aus dieser Konstellation heraus gewinnt das Verhältnis zwischen Staat und (Rundfunk-)Medien eine besondere Brisanz. Dem Grundrecht der Meinungs- und Pressefreiheit steht die Macht des Staates gegenüber, Konzessionen zu erteilen und zu entziehen. Wie kann dieser latente Konflikt geregelt werden? Das deutsche Verfassungsgericht hat gemäss Generalbericht «wie bei der geschriebenen Presse, auch die Rechtsstellung von Rundfunk und Fernsehen mit Hilfe des verfassungsmässigen Grundsatzes auf Freiheit gegenüber dem Staat, also der jeweiligen Regierung bzw. der aktuellen parlamentarischen Mehrheit (Staatsfreiheit) festgeschrieben. (Unter «Staatsfreiheit» im weiteren Sinne wird allgemein auch die Freiheit vom bestimmenden Einfluss durch Parteien verstanden.) Dies bezieht sich sowohl auf öffentlich-rechtliche als auch privatrechtliche Rundfunk- bzw. Fernsehanstalten.»²⁶⁹

Gesetz über Radio und Fernsehen

Betrachten wir nun die liechtensteinische Gesetzgebung. Das Gesetz über Radio und Fernsehen (RFG) wurde am 15. November 1978 vom Landtag verabschiedet.²⁷⁰ Eine erste Abänderung des Gesetzes erfolgte im Jahr 1988, eine zweite Abänderung im Jahr 2000. Im RFG wird die Radio- und Fernsehhoheit des Staates festgestellt. Die Regierung ist Konzessionsbehörde.²⁷¹ Allerdings muss für die Gültigkeit einer Konzession auch der Landtag seine Zustimmung erteilen.²⁷² Konzessionen

²⁶⁹ Generalbericht der 10. Konferenz der Europäischen Verfassungsgerichte, Kapitel 8. Im Bereich von Funk und Fernsehen erfordere dies aufgrund finanzieller und technischer Hindernisse besondere Vorkehrungen, während sich die Unabhängigkeit und Pluralität bzw. die Ausgewogenheit im Gesamtangebot im Printbereich von selbst herstelle. Über diese Aussage könnte man natürlich streiten.

²⁷⁰ LGBL 1978 Nr. 42; LGBL 1988 Nr. 38; LGBL 2000 Nr. 13.

²⁷¹ Art. 6 Abs. 1 RFG.

²⁷² Art. 20 Abs. 1 RFG. Eine Zustimmung des Landtages ist für die Verlängerung einer Konzession und für gemeindeeigene Fernsehprogramme nicht notwendig (Art. 20 Abs. 2 und 3 RFG).

werden in der Regel auf unbestimmte Zeit erteilt und erlöschen bei Verzicht, bei Widerruf oder Ablauf der Dauer, wenn sie befristet ist.²⁷³ Für verschiedene Dienste kann die Regierung Gebühren verlangen. Die Empfangsgebühr indes wurde bereits im Jahr 1999 nicht mehr erhoben und im Jahr 2000 auch rechtlich abgeschafft.²⁷⁴ In der Konzession können Vorschriften über unzulässige Sendungen sowie zeitliche und inhaltliche Beschränkungen von Werbung vorgesehen werden.²⁷⁵ Der Widerruf der Konzession kann «jederzeit bei Nichterfüllung der Konzessionsbedingungen, Missachtung der Konzessionsvorschriften sowie bei Missbrauch der Konzession oder aus anderen wichtigen Gründen erfolgen.»²⁷⁶ Im Bereich der Werbung gelten klare gesetzliche Einschränkungen. So muss die Werbung vom übrigen Programm streng getrennt werden, es darf in den Programmen keine Werbung betrieben werden und die Werbung darf keinen Einfluss auf die Programme ausüben.²⁷⁷

Verordnungen zum Gesetz über Radio und Fernsehen

In der Verordnung zum Gesetz über Radio und Fernsehen vom 20. Dezember 1978 (Konzessionsordnung) werden die Konzessionsvorschriften für den Radio- und Fernsehempfang, Installations- und Vorführungs-Konzessionen für Radio- und Fernsehinstallationen, Radioeinbau-Konzessionen, Radiovorführungs-Konzessionen und Gemeinschaftsantennen-Konzessionen näher geregelt.²⁷⁸

Die Verbreitung von eigenen Radio- und Fernsehprogrammen wurde erst in der Rundfunk-Verordnung (RFV) vom 10. Dezember 1991 geregelt.²⁷⁹ Darin werden zunächst allgemein die Konzessionspflicht, die Zulassungsvoraussetzungen, das Zulassungsverfahren, Wer-

²⁷³ Art. 13 Abs. 1 und 2 und Art. 25 Abs. 1 und 2 RFG.

²⁷⁴ Art. 14 Abs. 1 Bst. a abgeändert durch LGBL 2000 Nr. 13.

²⁷⁵ Art. 22 und 23 RFG.

²⁷⁶ Art. 25 Abs. 3 RFG.

²⁷⁷ Art. 23 Abs. 2 RFG. Es existieren jedoch fließende Grenzen. So wären etwa die Sendungen von Radio L zwischen 13 und 14 Uhr («Blickpunkt Wirtschaft»), in denen eine Firma, ein Projekt oder Ähnliches mit klarem PR- oder Werbeziel vorgestellt wird, eher als Werbung denn als redaktionelles Programm aufzufassen. Eine klare Trennlinie wird jedoch nicht gezogen. Dieser Graubereich der Werbung und des Sponsorings hat sich allerdings bei den Privatmedien – sowohl bei Radio, wie auch bei Fernsehen oder sogar den Printmedien – sukzessive etabliert.

²⁷⁸ LGBL 1978 Nr. 45.

²⁷⁹ LGBL 1992 Nr. 2.

bung und Sponsoring näher bestimmt.²⁸⁰ Im Abschnitt II folgen zusätzliche Regelungen für Radioprogramme im Lande und gemeindeeigene Fernsehprogramme.

In Art. 18 heisst es, dass Rundfunkveranstalter für Radioprogramme bis zum Inkrafttreten des neuen Gesetzes über Radio und Fernsehen zugelassen werden können. Die Veranstalter haben in ihren Programmen primär die Eigenheiten des Landes und der Gemeinden zu berücksichtigen.²⁸¹ Ausserdem muss der Veranstalter liechtensteinisch beherrscht sein und die beteiligten Personen (Redaktion, Geschäftsführung, Vorstand) müssen mehrheitlich liechtensteinische Staatsbürger sein.²⁸²

Für Fernsehprogramme werden gemäss RFV nur Konzessionen an die Gemeinden vergeben, damit es ortsbezogenen Gruppen und Gemeinschaften möglich sein soll, «gesellschaftliche, religiöse, kulturelle und sonstige Aktivitäten zu fördern und zur Meinungsbildung über Fragen des jeweiligen örtlichen Geschehens beizutragen», wobei nur gemeinnützige Zwecke verfolgt werden dürfen.²⁸³ Andere lokale und regionale Konzessionen werden gemäss RFV ausdrücklich nicht erteilt.²⁸⁴ Die Programme dürfen nur über Kabel verbreitet werden.²⁸⁵ Die Werbung ist bei gemeindeeigenen Fernsehprogrammen verboten. Mit Blick auf die Tonübertragung des kommerziellen Privatsenders Radio L zu den Standbildern der Gemeindekanäle wurde 1997 das Zugeständnis gemacht, dass Radioprogramme, die als Tont Teppich dienen, Werbung enthalten dürfen.²⁸⁶

Die Regierung ist Aufsichtsbehörde.²⁸⁷ Gestützt auf das RFG sieht die RFV in Art. 33 eine Medienkommission vor, die als Schlichtungs-, Beratungs- und Aufsichtsorgan dient. Die RFV regelt auch die Zusammensetzung der Medienkommission und deren Aufgabenbereich.²⁸⁸ Die Medienkommission gemäss Medienförderungsgesetz hat jedoch die Nachfolge der Medienkommission gemäss RFV angetreten, sodass die

²⁸⁰ Art. 3–17 RFV.

²⁸¹ Art. 18 Abs. 1 und 2 RFV.

²⁸² Art. 19 Abs. 1 RFV.

²⁸³ Art. 20 Abs. 2 RFV.

²⁸⁴ Art. 20 Abs. 4 RFV.

²⁸⁵ Art. 23 Abs. 2 RFV.

²⁸⁶ Art. 31 Abs. 3 abgeändert durch LGBL 1997 Nr. 194.

²⁸⁷ Art. 38 Abs. 1 RFV.

²⁸⁸ Art. 34 und 35 RFV.

entsprechenden Bestimmungen in der RFV obsolet geworden sind. Art. 36 und 37 der RFV enthalten noch kurze Bestimmungen über Teletextdienste und den Landeskanal, welcher von der Regierung in einem separaten Reglement zu regeln sei.

Im Sommer 2003 trat eine völlig neue Entwicklung ein. Nach jahrelanger Defizitwirtschaft kündigte die Radio-TV-AG den Rückzug von Radio L an, weshalb von der Regierung der Plan für einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk entworfen wurde. Darauf wird in einem Abschnitt weiter unten – im Kapitel über medienfördernde Gesetze – näher eingegangen.

4.3.2.6 Persönlichkeitsrecht

Medien und Medienschaffende geniessen keine uneingeschränkte Freiheit. Der Schutz der Persönlichkeit gilt generell, also auch gegenüber Persönlichkeitsverletzungen durch Medien. Die Pressefreiheit stösst an Grenzen, wenn das Persönlichkeitsrecht verletzt ist, welches nicht nur durch das Personenrecht, sondern auch grundrechtlich geschützt ist.²⁸⁹ Im Falle einer Widerrechtlichkeit oder Persönlichkeitsverletzung sieht das PGR vor, dass Widerruf, Genugtuung oder Schadenersatz vor Gericht verlangt werden kann.²⁹⁰ Umgekehrt gilt der Persönlichkeitsschutz – für juristische und natürliche Personen – nicht absolut und nicht für alle gleichermassen. Beispielsweise ist die zumutbare Kritik, welche sich Personen des öffentlichen Lebens gefallen lassen müssen, weit grösser als bei anderen Personen. Bei der Einschränkung der Meinungsfreiheit durch den Personenschutz wird also durchaus ein Unterschied gemacht, wie gross die Bedeutung der Meinungsäusserung für den demokratischen Meinungsbildungsprozess ist.

²⁸⁹ Zum liechtensteinischen Persönlichkeitsrecht siehe M. Th. Frick 1996 und die rechtsvergleichende Studie über den Stand des Persönlichkeitsschutzes in Österreich, Deutschland, der Schweiz und Liechtenstein bei M. Th. Frick 1991. Allerdings ist der Persönlichkeitsschutz in der Zwischenzeit weiterentwickelt worden, etwa im Bereich des Gegendarstellungsrechts. Auf die Frage nach der mittelbaren oder unmittelbaren Wirksamkeit der Grundrechte im Verhältnis zwischen Privaten (u.a. M. Th. Frick 1991, S. 258; 1996; K. Frick 1996; Kley 2000, S. 203) wird hier nicht näher eingegangen.

²⁹⁰ Art. 39 und Art. 40 PGR.

4.3.2.7 Gegendarstellungsrecht

Scharf davon zu trennen ist das Recht auf Gegendarstellung. Denn während beim Persönlichkeitsschutz die Unzulässigkeit einer Darstellung festgestellt wird und allenfalls Schadensersatz gefordert werden kann, schliesst die Gegendarstellung nicht aus, dass die ursprüngliche Darstellung richtig ist und aufrechterhalten werden kann. Das Recht auf Gegendarstellung ist ebenfalls im Personen- und Gesellschaftsrecht (PGR) geregelt.²⁹¹ Es wurde erst 1992 in das PGR eingefügt.²⁹² Der Grundsatz lautet wie folgt:

- «1) Ist eine natürliche oder juristische Person oder eine Behörde durch Tatsachendarstellungen in periodisch erscheinenden Medien, insbesondere Presse, Radio und Fernsehen, in ihrer Persönlichkeit unmittelbar betroffen, so hat sie Anspruch auf Gegendarstellung.
- 2) Tatsachendarstellungen sind Angaben, die ihrer Art nach auf ihre Richtigkeit und Vollständigkeit hin überprüfbar sind und deren wesentliche Aussage nicht in einer persönlichen Meinungsäusserung, einer Wertung oder einer Warnung vor dem Verhalten einer anderen Person besteht.
- 3) Kein Anspruch auf Gegendarstellung besteht, wenn über öffentliche Verhandlungen einer Behörde wahrheitsgetreu berichtet wurde und die betroffene Person an der Verhandlung teilgenommen hat.»²⁹³

In den folgenden Artikeln 40b bis 40e PGR werden die Form und der Inhalt der Gegendarstellung, das Verfahren, die Veröffentlichung und eine allfällige Anrufung des Richters näher erläutert. Die Gegendarstellung muss knapp und auf die beanstandete Darstellung beschränkt sein. Sie muss innert drei Wochen nachdem der Betroffene von der Dar-

²⁹¹ Personen und Gesellschaftsrecht vom 20. Januar 1926, LGBL. 1926 Nr. 4 (PGR).

²⁹² LGBL. 1992 Nr. 57.

²⁹³ PGR Art. 40a, eingefügt durch LGBL. 1992 Nr. 57. Das Gegendarstellungsrecht in Liechtenstein orientiert sich somit am «germanischen» Modell (Deutschland, Schweiz, Österreich), das die Gegendarstellung auf Tatsachenbehauptungen beschränkt. Im «romanischen» Modell (Frankreich, Spanien, Italien) wird eine Gegendarstellung auch zu geäusserten Meinungen zugelassen. Vgl. BuA 1991 Nr. 60.

stellung Kenntnis erhalten hat, eingereicht werden, spätestens aber drei Monate nach der Verbreitung durch den Medienunternehmer (Verleger, Veranstalter). Die Gegendarstellung muss sobald als möglich veröffentlicht werden, und zwar auf eine Art, dass sie den gleichen Veröffentlichungswert hinsichtlich Aufmachung, Platzierung und Auffälligkeit hat wie die Veröffentlichung, auf die sie sich bezieht.²⁹⁴ Die Gegendarstellung ist als solche zu bezeichnen und darf nicht kommentiert werden. Das Medienunternehmen darf nur die Erklärung beifügen, ob es an seiner Darstellung festhält oder auf welche Quellen es sich stützt. Ein solcher Zusatz ist deutlich von der Gegendarstellung zu trennen. Die Gegendarstellung ist kostenlos und erfolgt in der gleichen Sprache wie die Veröffentlichung. Wird die Gegendarstellung verhindert, verweigert oder nicht korrekt veröffentlicht, kann der Richter angerufen werden, der auf Grund der verfügbaren Beweismittel unverzüglich entscheidet.

Voraussetzung für eine Gegendarstellung ist die Betroffenheit, sei dies als Privatperson, als Verein, Institution u. a. Die in einem Medium aufgestellte Tatsachenbehauptung muss jedoch nicht falsch oder widerrechtlich sein. Folgerichtig kann das Medium auch an seiner Tatsachenbehauptung festhalten.

4.3.2.8 Datenschutz

Am 14. März 2002 verabschiedete der Landtag ein Datenschutzgesetz (DSG), das weitgehend dem Schweizerischen Datenschutzgesetz angeglichen wurde.²⁹⁵ Dieses Gesetz soll gemäss Art. 1 dem Schutz der Persönlichkeit und der Grundrechte von Personen, über die Daten bearbeitet werden, dienen. Es entstand im Wesentlichen vor dem Hinter-

²⁹⁴ Damit ist die Praxis beendet, wie sie der damalige Volksblatt-Chefredaktor Walter B. Wohlwend 1965 in einer Auseinandersetzung mit dem «Liechtensteiner» führte. Eine gerichtlich erzwungene Berichtigung zu seiner Behauptung, beim «Liechtensteiner» handle es sich um eine «Bande von verantwortungslosen Dilettanten», setzte er im Volksblatt vom 18. Dezember 1965 kaum erkennbar an den Schluss eines Fortsetzungsromans.

²⁹⁵ Datenschutzgesetz (DSG) vom 14. März 2002, LGBl. 2002 Nr. 55 bzw. Bundesgesetz über den Datenschutz vom 19. Juli 1992. Kommentar zum Schweizerischen Datenschutzgesetz bei Maurer/Vogt 1995. Einführung in das liechtensteinische Datenschutzgesetz bei Mittelberger 2003.

grund einer EWR-Umsetzungspflicht.²⁹⁶ Für Medienunternehmen und Medienschaffende ist der Datenschutz in zweierlei Hinsicht von Belang. Einerseits verwalten die Medien auf Grund von Zeitungsabonnements und dem Werbeverkauf personenbezogene Daten von Kunden. Andererseits werden auch für die redaktionelle Arbeit Datensammlungen angelegt, sei dies mit Blick auf Kundenanbindung (Geburtstagsgratulationen, Jubiläumsdaten usw.), sei dies für die Berichterstattung (Zeitungsarchiv, Fotoarchiv, Datensammlungen von Journalisten usw.).

Der Gesetzgeber unterstellt die Medienunternehmer als Personen – natürliche oder juristische – grundsätzlich den gleichen gesetzlichen Bestimmungen wie andere auch. Datensammlungen müssen korrekt sein oder auf Verlangen betroffener Personen korrigiert werden, die Datensicherheit, das Datengeheimnis und das Auskunftsrecht von betroffenen Personen müssen gewährleistet sein.²⁹⁷ Für bestimmte Fälle, worunter die übliche Tätigkeit der Medien jedoch nicht fällt, ist auch eine behördliche Anmeldung vorzunehmen.

Für Medienschaffende gelten nach Datenschutzgesetz jedoch zusätzliche Bestimmungen. So kann der Inhaber einer Datensammlung, die ausschliesslich für die Veröffentlichung im redaktionellen Teil eines periodisch erscheinenden Mediums verwendet wird, die Auskunft verweigern, einschränken oder aufschieben, wenn a) die Personendaten Aufschluss über die Informationsquellen geben, b) Einblick in Entwürfe für Publikationen gegeben werden müsste oder c) die freie Meinungsbildung des Publikums gefährdet würde. Medienschaffende können die Auskunft zudem verweigern, einschränken oder aufschieben, wenn ihnen eine Datensammlung ausschliesslich als persönliches Arbeitsinstrument dient.²⁹⁸

Datensammlungen der Medien sind nach Datenschutzverordnung (DSV)²⁹⁹ nicht anzumelden, wenn sie a) vom Inhaber ausschliesslich für die Veröffentlichung im redaktionellen Teil eines periodisch erscheinenden Mediums verwendet werden und wenn ihre Daten Dritten nicht bekannt gegeben werden, ohne dass die betroffenen Personen davon

²⁹⁶ Richtlinie 95/46/EG vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr (EWR-Rechtssammlung: Anh. XI – 5e.01).

²⁹⁷ Art. 7 bis Art. 11 DSGVO LGBL. 2002 Nr. 55.

²⁹⁸ Art. 13 DSGVO.

²⁹⁹ Datenschutzverordnung DSV vom 9. Juli 2002, LGBL. 2002 Nr. 102.

Kenntnis haben; b) ausschliesslich als persönliches Arbeitsinstrument des Journalisten verwendet werden.³⁰⁰

Die Medien unterstehen somit dem Datenschutzgesetz, sind jedoch auf Grund ihrer spezifischen Mission zur kritischen Begleitung politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen auch einem speziellen Schutz unterstellt. In der Spannungslage zwischen dem Persönlichkeitsschutz auf der einen, der Presse-, Informations- und Meinungsfreiheit auf der anderen Seite hat sich im Gleichzug mit dem schweizerischen Gesetzgeber auch Liechtenstein ein Datenschutzgesetz gegeben, das die Funktionserfüllung der Medien grundsätzlich schützt und gewährleistet.³⁰¹ Mit der eingeschränkten Auskunftspflicht der Medien – sowohl der Medienschaffenden wie auch der Medieinunternehmer – hat der Gesetzgeber Vorsorge getroffen, dass geistiges Eigentum, Pluralismus und Konkurrenz zwischen den Medien und anderen gesellschaftlichen Akteuren und auch die Arbeitsbasis der Medienschaffenden – wie beispielsweise der Informantenschutz – erhalten bleiben.

4.3.2.9 Unlauterer Wettbewerb

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb³⁰² betrifft die Medien in zweierlei Hinsicht. Einerseits sind die Medien wie jeder andere Teilnehmer am wirtschaftlichen Wettbewerb angehalten, auf unlautere Geschäftsgebaren zu verzichten. Unlautere Werbung würde beispielsweise vorliegen, wenn mit unrichtigen Auflagezahlen, Reichweiten usw. an die Werbekundschaft herangetreten würde. Die Kosten für Inserate und Werbespots orientieren sich stark an der Kontakthäufigkeit und der Intensität, mit welcher eine Werbezielgruppe erreicht wird. Falsche Angaben können daher die Kundschaft täuschen und den Wettbewerb zwischen zwei Konkurrenten verfälschen.

Auf der anderen Seite können sich die Medien auch durch ihre Berichterstattung unlauter verhalten. Aufsehenerregend war das Urteil

³⁰⁰ Art. 4 DSV.

³⁰¹ Vgl. zum analogen Fall der Schweiz den Kommentar zum Datenschutzgesetz von Jungo 1995.

³⁰² Gesetz vom 22. Oktober 1992 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), LGBl. 1992 Nr. 121.

des Schweizerischen Bundesgerichtes, das die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG 1998 zu einer Schadenersatzzahlung von 480'000 Franken verurteilte und damit das Urteil des Handelsgerichtes bestätigte. Dieses Urteil wurde auch vom Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte bestätigt.³⁰³ Die Fernsehsendung «Kassensturz» hatte im April 1993 trotz superprovisorischer Verfügung auf Nebenwirkungen eines Medikamentes eines bestimmten Herstellers hingewiesen, obwohl bekannt war, dass auch die Produkte anderer Hersteller solche Nebenwirkungen aufweisen. Die einseitige Anprangerung eines Produktes bzw. Produzenten wurde als unlauter eingestuft.³⁰⁴ Insbesondere die Wirtschaftspresse ist seit diesem Urteil angehalten, sehr vorsichtig und abgesichert zu informieren.³⁰⁵ Im Umfeld dieser Entscheidung des Bundesgerichtes wurde sogleich die Frage nach der Reichweite des Entscheids aufgeworfen. Sind negative Buchrezensionen, Theaterkritiken usw. unlauter? Wie sieht es mit Testberichten von Autos aus? Die Grenze ist nicht klar definierbar, aber auf jeden Fall bewegt sie sich zwischen dem berechtigten Anspruch der Wirtschaft (wie auch von Privatpersonen) auf faire Behandlung einerseits, dem Recht der freien Meinungsäusserung sowie dem Informationsauftrag der Medien andererseits. Wo die Grenze exakt liegt, wird die Spruchpraxis weisen müssen.

³⁰³ Tages-Anzeiger vom 2. Mai 2001.

³⁰⁴ Zum Zuge kommt dabei Art. 3 lit a) UWG: «Unlauter handelt insbesondere, wer a) andere, ihre Waren, Werke, Leistungen, deren Preise oder ihre Geschäftsverhältnisse durch unrichtige, irreführende oder unnötig verletzende Äusserungen herabsetzt». Das liechtensteinische UWG hat diese Formulierung im gleichen Artikel 3 lit a) exakt übernommen.

³⁰⁵ Urteil der I. Zivilabteilung vom 8. Januar 1998 i.S. Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG gegen Dr. Wild & Co. AG. Entscheidungen des Schweiz. Bundesgerichtes, 124. Bd. 1998 III (Zivilrecht, Betreibungs- und Konkursrecht), S. 72–78. Im übrigen können auch Äusserungen von Privatpersonen gegen das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb verstossen, wie der Fall H. gegen Fachverband Elektroapparate für Haushalt und Gewerbe in der Schweiz (FEA) zeigt. H. hatte in verschiedenen Zeitschriftenartikeln auf die Gefahren von Mikrowellenherden hingewiesen und die Gefahren als wissenschaftlich bewiesen dargestellt. Im Urteil des Bundesgerichtes heisst es, dass es nicht «um eine Zensur der Arbeiten des Gesuchstellers (geht), sondern bloss darum, unrichtige, irreführende oder unnötig verletzende und damit unlautere Äusserungen zu verhindern, die geeignet sind, den Wettbewerb zu beeinflussen und die Wettbewerbsstellung der Mitglieder des Gesuchsgegners zu beeinträchtigen.» Auszug aus dem Urteil der I. Zivilabteilung vom 2. März 1999 i.S. H. gegen Fachverband Elektroapparate für Haushalt und Gewerbe in der Schweiz (FEA). Entscheidungen des Schweiz. Bundesgerichtes, 124. Bd. 1998 III (Zivilrecht, Betreibungs- und Konkursrecht), S. 185–192.

Kley ist auf Grund von Art. 17 neue BV zuversichtlich, dass die künftige Sprechpraxis des Bundesgerichts zu einem anderen Ergebnis als in der Vergangenheit führen wird.³⁰⁶

Im umgekehrten Fall, d.h. wenn ein Medienunternehmen durch die Wirtschaft unfair behandelt wird, ist das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb bisher nicht zum Tragen gekommen. Es kommt gelegentlich vor, dass Medien auf Grund ihrer Berichterstattung mit einem Inseratenboykott bestraft werden. Der Schweizerische Presserat hält dazu fest: «Die Trennung zwischen redaktionellem Teil und Werbeteil in den Medien muss unter allen Umständen hochgehalten werden. Ohne die Trennung ist das Recht auf Information nicht mehr gewährleistet. Macht ein Unternehmen oder ein ganzes Kartell vom Mittel des Werbeboykotts Gebrauch, so ist sofort Öffentlichkeit herzustellen. Die Medienschaffenden sind ethisch verpflichtet, unzumutbare Forderungen, die mit einem Boykott durchgesetzt werden sollen, abzulehnen und auf seriös recherchierten, gut begründeten Positionen zu beharren.»³⁰⁷

In Liechtenstein ist unter dem Aspekt des unlauteren Wettbewerbs oder der Wettbewerbsverfälschung auch die Inseratepraxis der öffentlichen Hand kritisch zu würdigen. Dieser Sachverhalt wird im Abschnitt über die Medienförderung genauer dargestellt.

4.3.3 Direkte und indirekte Medienförderung

4.3.3.1 Medieninformation

Informationsgesetz und Informationsverordnung

Am 1. Januar 2000 trat das Gesetz über die Information der Bevölkerung (IG) in Kraft.³⁰⁸ Das Gesetz regelt die Grundsätze und das Verfahren zur Information der Bevölkerung über die Tätigkeit der Behörden. Die Tätigkeit der staatlichen Behörden soll transparent gemacht werden, um die freie Meinungsbildung der Bevölkerung und das Vertrauen in die

³⁰⁶ Kley 2000, S. 210.

³⁰⁷ Stellungnahme des Schweizerischen Presserates vom 7. November 1994 zum Fall Denner c. «Cash» (www.presserat.ch).

³⁰⁸ Gesetz vom 19. Mai 1999 über die Information der Bevölkerung (Informationsgesetz) LGBI. 1999 Nr. 159.

Tätigkeit der Behörden zu fördern.³⁰⁹ Als Behörden gelten dabei die Organe des Staates und die öffentlich-rechtlichen Stiftungen und Anstalten, die Organe der Gemeinden sowie private Personen und privatrechtliche Institutionen und Organisationen, soweit sie in Erfüllung der ihnen übertragenen öffentlichen Aufgaben tätig sind.³¹⁰ Als Staatsorgane sind dabei sowohl die Regierung einschliesslich der Verwaltung, die Gerichte, aber auch der Landtag und der Landesfürst zu betrachten, auch wenn es einzelnen Organen freigestellt ist, wie sie ihrer Informationspflicht nachkommen wollen. So lautet Art. 17 IG: «Der Landesfürst entscheidet über die Art und Weise der Information der Öffentlichkeit bezüglich der Tätigkeiten, die er in Wahrnehmung seiner Aufgaben als Staatsoberhaupt ausübt.» Das bindet den Landesfürsten zwar insgesamt in die Informationspflicht gemäss IG ein, stellt es ihm aber frei, auf welche Art und Weise er der Informationspflicht nachkommen will.³¹¹ Der Landtag regelt nach IG seine Informationstätigkeit in seiner Geschäftsordnung (Art. 4). Die Verhandlungen vor dem Staatsgerichtshof, der Verwaltungsbeschwerdeinstanz sowie den ordentlichen Gerichten sind öffentlich, sofern besondere gesetzliche Vorschriften die Öffentlichkeit nicht ausschliessen. Nach Rechtsprechung des Staatsgerichtshofes scheint aber das Öffentlichkeitsgebot an Bedeutung zu gewinnen.³¹²

³⁰⁹ Art. 1 IG.

³¹⁰ Art. 2 IG.

³¹¹ Dieser Art. 17 IG lautete in der ursprünglichen Regierungsvorlage wie folgt: «Der Landesfürst entscheidet über die Information der Öffentlichkeit bezüglich der Tätigkeit, die er in Wahrnehmung seiner Aufgaben als Staatsoberhaupt ausübt.» Dies löste im Landtag in der zweiten Lesung eine längere Diskussion aus. Dabei stand das Ziel im Vordergrund, auch dem Landesfürsten als einem der obersten Staatsorgane nicht generell freizustellen, ob er die Öffentlichkeit informiert, sondern nur die Art und Weise freizustellen, wie dies auch bei den Formulierungen bezüglich des Landtags der Fall war. Die neue Formulierung fand eine mehrheitliche Zustimmung mit 15 Stimmen. (LP v. 19. Mai 1999, S. 687–690).

³¹² Art. 7 IG. Bevor das IG in Kraft trat, hatten sich die Gerichte bereits mit der Frage zu befassen, ob Verhandlungen öffentlich – und damit auch für die Medien zugänglich – sein sollten oder nicht. Im Falle einer disziplinarischen Entlassung eines Staatsangestellten kam der StGH zum Schluss, dass Art. 6 Abs. 1 EMRK hinsichtlich des Erfordernisses der Öffentlichkeit des Verfahrens nicht anwendbar sei aufgrund der Vorbehalte, die Liechtenstein bei der Ratifikation der EMRK angebracht hat. Der Beschwerdeführer kritisierte aber erfolgreich, dass das Verfahren nicht fair durchgeführt worden war, weil er kein rechtliches Gehör gefunden habe. In keiner Instanz (Regierung, VBI) habe eine mündliche Verhandlung stattgefunden, in der die Standpunkte der Parteien gehört worden wären. Im vorliegenden Fall erschien dem StGH aber auch der Grundsatz der Publikumsöffentlichkeit gemäss Art. 6

Für die Medien ist das Informationsgesetz in mehrererlei Hinsicht von Belang, da sie als aktive Informationsbeschaffer, als passive Informationsempfänger und als Verbreitungsmedium für behördliche Informationen angesprochen sind. Im IG heisst es, dass Anfragen, Abklärungen und Recherchen der Medienschaffenden nach Möglichkeit zu unterstützen sind und dass die Behörden bei der Wahl des Zeitpunktes und der Art der Information auf die Bedürfnisse der Medien nach Möglichkeit Rücksicht nehmen.³¹³ Recherchen von JournalistInnen werden somit ausdrücklich akzeptiert. Auch als passive Informationsempfänger nehmen die Medien in der Kommunikationsstrategie der Behörden eine herausragende Position ein. Es sind fünf Informationsweisen im IG vorgezeichnet:

- a) Medienmitteilungen (schriftlich oder mündlich);
- b) private gedruckte und elektronische Medien;
- c) amtliche Kundmachungsorgane;
- d) Landeskanal und Gemeindekanäle;
- e) eigene Publikationen.³¹⁴

Abs. 1 EMRK von besonderer Bedeutung zu sein, da das Verfahren möglicherweise weitreichende Konsequenzen für die zukünftige Handhabung der disziplinarischen Vorschriften des Beamtenrechtes haben konnte. Der StGH dazu weiter: «Gerade im Interesse der Transparenz und der grösstmöglichen demokratischen Legitimation der Gerichtsbarkeit erscheint es wichtig, dass für die Öffentlichkeit bedeutsame Verfahren auch öffentlich durchgeführt werden und den Medien Gelegenheit zur Berichterstattung über den Verhandlungsgang gegeben wird.» (StGH 1996/6, LES 3/97, S. 152) Den Öffentlichkeitsanspruch leitet der StGH dabei einerseits vom Gebot des fairen Verfahrens gemäss Art. 31 LV (Gleichheitsgrundsatz) oder Art. 6 EMRK ab. Demnach kann die öffentliche Durchführung von Verhandlungen, die für die Öffentlichkeit und die Medien besonders bedeutsam sind, im Sinne eines modernen, institutionellen Grundrechtsverständnisses ein Aspekt eines fairen Verfahrens darstellen. Andererseits begründet der StGH das Öffentlichkeitsgebot im vorliegenden Fall mit der berechtigten «Ausstrahlungswirkung» der Bestimmungen der EMRK (Art. 6 Abs. 1). Diese Begründung wurde in einem späteren Entscheid des StGH (StGH 1997/21, LES 5/98, S. 292) wiederholt. Es ging in diesem zweiten Fall um den Ausbau der Abfalldéponie (Inertstoffe) einer Gemeinde.

³¹³ Art. 12 IG.

³¹⁴ Art. 13 IG. Die Aufzählung wirkt unsystematisch, weil Verbreitungsmedien (Landeskanal, Print- und elektronische Medien, Publikationen, Amtsanzeiger u. ä.), Verbreitungsart (schriftlich, mündlich, audiovisuell u. a.) und Adressatenkreis (Medien, Wohnbevölkerung, Stimmberechtigte, spezifische Zielgruppen u. a.) nicht auseinandergehalten werden.

Während die Informationstätigkeit gemäss Buchstaben b) bis e) unmittelbar gesteuert werden kann, sind die Medienmitteilungen Informationen zuhanden der Medienschaffenden, die unverändert publiziert, gekürzt, zusammengefasst oder ignoriert werden können, aber auch Anlass für eigene Recherchen bilden können. Die Medien wirken insofern als mögliche Multiplikatoren. Unter Buchstabe b) sind die Medien aber auch als Trägermedium für die Verbreitung offizieller Meldungen – in Ergänzung zu den staatseigenen Medien – angesprochen. Diese Bestimmung kann für die Medien finanziell interessant sein, wenn durch Inserate oder Leistungsvereinbarungen Publikationsdienste der Medien entgolten werden. Auf diesen Punkt wird im Zusammenhang mit dem Medienförderungsgesetz noch näher einzugehen sein.

Das IG bestimmt ferner auch, dass die Regierung für die Information der Öffentlichkeit über ein Presse- und Informationsamt verfügt.³¹⁵ Medienschaffende, die sich regelmässig mit Angelegenheiten des Landes befassen, haben ein Recht auf Akkreditierung beim Presse- und Informationsamt. Die Gerichte (obligatorisch) und die Gemeinden (fakultativ) regeln die Akkreditierung selbständig.³¹⁶ In der Verordnung zum Informationsgesetz (IV)³¹⁷ werden die Details über die Information auf Anfrage, die Information von Amtes wegen, die Information über offizielle Fernsehkanäle und die Akkreditierung von Medienschaffenden geregelt.

Informationswege

Die im IG und der IV geforderte Informationspflicht der Behörden gilt gegenüber allen Anfragen, egal ob es sich um Anfragen von Einzelpersonen, Kollektiven oder Medien handelt. Bei der Information von Amtes wegen kommt den Medien dagegen eine Sonderrolle zu. In Art. 13 IV heisst es, dass die Information grundsätzlich über die Medien erfolgt. Informiert eine Behörde von Amtes wegen, so ist eine mediengerechte Verbreitung sicherzustellen.³¹⁸ Bei Abstimmungen sowie für spezielle Projekte können zusätzliche Informationsmittel herausgegeben werden.³¹⁹

³¹⁵ Art. 19 IG.

³¹⁶ Art. 34–36 IG.

³¹⁷ Verordnung vom 19. Oktober 1999 zum Informationsgesetz, LGBl. 1999 Nr. 206.

³¹⁸ Art. 14 Abs. 2 IV.

³¹⁹ Art. 13 Abs. 2 IV.

Medien erhalten auch die Unterlagen zu den öffentlichen Landtags-sitzungen auf Anfrage oder im Abonnement kostenlos vom Presse- und Informationsamt zugestellt.³²⁰ Bei abgeschlossenen Verwaltungsverfahren sieht die IV vor, dass die am Verfahren Beteiligten noch vor den Medien über den Inhalt der Entscheidung informiert werden sollen. In dieser Hinsicht gibt es somit keine privilegierte Behandlung der Medien.³²¹

Landeskanal

Der Landeskanal ist ein Fernsehkanal, der in allen an liechtensteinischen Kabelnetzen angeschlossenen Haushalten empfangen werden kann. Er informiert mit Texttafeln im Vollbild und Teletext-System rund um die Uhr. Der Landeskanal bezweckt die Vermittlung aktueller Nachrichten auf Landesebene sowie die rasche und unmittelbare Information der Bevölkerung in Krisenzeiten. Verbände, Vereine, Parteien und Privatpersonen haben keinen Zugang zum Landeskanal.³²²

Im Landeskanal können auch bewegte Bilder oder Tonsendungen im Rahmen der genehmigten Mittel bewilligt werden. Sie müssen jedoch von staatspolitischer Bedeutung sein.³²³ Vor wichtigen Abstimmungen auf Landesebene kann die Regierung Abstimmungssendungen durchführen, wobei Befürworter und Gegner von Abstimmungsvorlagen angemessen zu berücksichtigen sind. Vor Landtagswahlen werden Wahl-sendungen durchgeführt, wobei die Wählergruppen angemessen zu berücksichtigen sind.³²⁴

Gemeindekanäle

Die Gemeindekanäle sind für die Gemeindebehörden reservierte Fernsehkanäle, die über das jeweilige Gemeinde-Kabelnetz verbreitet werden.³²⁵ Die Gemeinden können im Rahmen der medienrechtlichen Vor-

³²⁰ Art. 17 IV.

³²¹ Art. 19 IV.

³²² Art. 21 und Art. 22 IV.

³²³ Art. 24 IV. Die seit dem Jahr 2003 sporadisch durchgeführten Liveübertragungen von Fußballspielen der Nationalmannschaft werden offensichtlich als staatspolitisch bedeutsam eingestuft.

³²⁴ Art. 24 und Art. 25 IV.

³²⁵ Art. 27 IV.

schriften eigene Reglemente über den Gemeindekanal erlassen. Im Gegensatz zum Landeskanal können diese Reglemente auch den Zugang von Verbänden, Vereinen, Parteien und Privatpersonen vorsehen.³²⁶

Information im Not- und Katastrophenfall

Sowohl dem Landeskanal wie auch den Gemeindekanälen kommt im Not- und Katastrophenfall eine besondere Bedeutung zu. Die IV sieht des weiteren vor, dass auch über weitere elektronische Medien die Information der Bevölkerung und die Bekanntgabe von Verhaltensmassnahmen sicherzustellen ist.³²⁷

Akkreditierung von Medienschaffenden

Medienschaffende werden vom Presse- und Informationsamt akkreditiert. Sie erhalten zeitgerecht und kostenlos alle Pressemitteilungen, Pressebulletins, Unterlagen zu den öffentlichen Landtagssitzungen sowie alle Dokumente und Publikationen, die von den Behörden den Medien zur Verfügung gestellt werden, namentlich den Staatskalender und den Rechenschaftsbericht. Sie werden zu sämtlichen Anlässen, die für die Medien organisiert oder für die Medien zugänglich gemacht werden, eingeladen.³²⁸ Das Recht auf Akkreditierung besteht jedoch nur für Medienschaffende, die sich regelmässig mit Angelegenheiten des Landes befassen.³²⁹ Die Akkreditierung kann entzogen werden, wenn die Voraussetzungen für die Akkreditierung wegfallen oder wenn Medienschaffende unter Missachtung der von den journalistischen Berufsorganisationen anerkannten Ständeregeln Informationen erlangen oder missbräuchlich verwenden.³³⁰

³²⁶ Art. 28 IV.

³²⁷ Art. 29 und Art. 30 IV.

³²⁸ Art. 31 und 34 IV.

³²⁹ Art. 34 Abs. 1 IG.

³³⁰ Art. 35 Abs. 1 IV und Art. 34 Abs. 2 IG. Die rechtliche Durchsetzbarkeit dieser Bestimmung kann allerdings in Zweifel gezogen werden. Fehlbares Verhalten mit einem staatlichen Informationsentzug zu bestrafen verletzt die Informationsfreiheit der Medienschaffenden. Wenn das Verhalten eines Medienschaffenden eine strafbare Handlung darstellt, wäre dies mit den Mitteln des Strafgesetzes zu ahnden. Das Gebot, dass sich der Staat grundsätzlich aus der Medienarbeit fernzuhalten hat, legt zusätzlich nahe, dass sich die Regierung oder die Verwaltung nicht zum Richter über journalistisches Berufsverhalten aufschwingt.

4.3.3.2 Medienfondsgesetz und Medienförderungsgesetz

Lange vor dem heute gültigen Medienförderungsgesetz war bereits 1980 ein Medienfonds³³¹ errichtet worden, der jedoch seiner Zweckbestimmung nie ganz gerecht wurde. Der Medienfonds wurde aus den Nettoüberschüssen aus den Gebühren gemäss RFG geäufnet, durfte jedoch den Betrag von 3 Millionen Franken nicht übersteigen. Die Mittel des Medienfonds durften ausschliesslich zur Finanzierung von Massnahmen im Rahmen eines vom Landtag zu genehmigenden Medienkonzeptes verwendet werden.³³² Generell mussten die Ausgaben vom Landtag beschlossen werden, sei dies indem der Landtag über Art und Umfang der Ausgaben, die andersweitige Verwendung der Fondsmittel oder die projektierten Ausgaben im Landesvoranschlag oder Nachtragskredite zu beschliessen hatte.³³³

Jährlich flossen rund 700'000 Franken Nettoeinnahmen in den Medienfonds, denen aber nur wenige Ausgaben gegenüberstanden. Fondsentnahmen beschränkten sich auf grössere Infrastrukturausgaben für Radio und Fernsehen, nicht zuletzt auch im Hinblick auf den Sendestart von Radio L. Im Rahmen des Finanzleitbildes 2005 wurde der Medienfonds – wie die meisten anderen Fonds – aus finanztechnischen Gründen aufgelöst.³³⁴

Eine für die liechtensteinischen Medien wirtschaftlich entscheidende Weichenstellung wurde mit der Einführung des Medienförderungsgesetzes (MFG), das seit dem 1. Januar 2000 in Kraft ist, geschaffen.³³⁵ Das Gesetz bezweckt die Erhaltung und Förderung der Vielfalt der Medienlandschaft in Liechtenstein und die Gewährleistung eines freien und unabhängigen Meinungsbildungsprozesses der Bevölkerung sowie die Abgeltung von Leistungen der Medien.³³⁶ Mit dem MFG war die endgültige Abkehr von der Schweizorientierung in der Medienförderung vollzogen. Bis zum Jahr 1997 wurde nämlich lediglich die SRG mit

³³¹ Gesetz vom 19. November 1980 über die Bildung eines Medienfonds, LGBL. 1981 Nr. 6.

³³² Art. 1 Abs. 1 und Art. 2 Abs. 1 Medienfondsgesetz.

³³³ Art. 2 und Art. 3 Medienfondsgesetz.

³³⁴ Gesetz vom 17. Dezember 1997 über die Auflösung der Fonds und die Gliederung des staatlichen Reinvermögens, LGBL. 1998 Nr. 27.

³³⁵ Gesetz vom 25. November 1999 über die Förderung und Abgeltung von Leistungen der Medien, LGBL. 2000 Nr. 14.

³³⁶ Art. 1 Abs. 1 MFG.

einem jährlichen Betrag von 250'000 Franken für Programmleistungen direkt entschädigt. Gleichzeitig erhielt die schweizerische PTT einen Betrag von mehr als einer Million Franken jährlich als Abgeltung für die technische Infrastruktur. Diese Zahlungen wurden bis ins Jahr 1998 geleistet. Die direkte Medienförderung beschränkte sich somit auf die elektronischen Medien und richtete sich ins schweizerische Ausland. Diesen Ausgaben standen jährliche Einnahmen aus Gebühren in der Höhe von mehr als 2 Millionen Franken gegenüber.

Die Abkehr von der Versorgung durch die Schweiz im Bereich der Post und Telekommunikation zeigt sich namentlich in der Aufkündigung des Besorgungsvertrages mit der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der Gründung der Liechtensteinischen Post AG³³⁷ sowie der Liberalisierung im Telekommunikationsbereich.³³⁸ In diesem Zuge wurden die Radio- und Fernsehgebühren in Liechtenstein abgeschafft und die Geldzahlungen in Richtung Schweiz gestoppt.³³⁹ Besonders anstößig war die Praxis, den schweizerischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk finanziell zu unterstützen, während der liechtensteinische Privatsender Radio L leer ausging. Im MFG werden nunmehr sowohl gedruckte als auch elektronische Medien als förderungswürdig definiert, wobei jedoch Bücher ausgeschlossen sind.³⁴⁰

Ziel der Medienförderung ist gemäss Bericht und Antrag der Regierung die «Erhaltung und Förderung einer möglichst vielfältigen und farbigen Medienlandschaft und damit die Hochhaltung von Prinzipien wie Presse- und Rundfunkfreiheit, Meinungsäusserungs- und Meinungsbildungsfreiheit, welche in einem demokratischen Staatswesen von grundlegender Bedeutung sind.»³⁴¹ Damit ist ein Bezug gegeben zu den einschlägigen Bestimmungen in der Verfassung und der EMRK, die weiter oben beschrieben wurden. Der Staat sieht sich veranlasst, nicht nur die individuelle Meinungsfreiheit zu schützen, sondern darüber hinaus

³³⁷ Gesetz vom 18. Dezember 1998 über die Errichtung und die Organisation der Liechtensteinischen Post (Postorganisationsgesetz, POG), LGBl. 1999 Nr. 36, Gesetz vom 18. Dezember 1998 über das liechtensteinische Postwesen (Postgesetz, PG), LGBl. 1999 Nr. 35 und Verordnung vom 14. Dezember 1999 zum Gesetz über das liechtensteinische Postwesen (Postverordnung, PV), LGBl. 1999 Nr. 248.

³³⁸ TelG, LGBl. 1996 Nr. 132.

³³⁹ Siehe Abschnitt über «Radio- und Fernsehgesetz».

³⁴⁰ Art. 2 MFG.

³⁴¹ Bericht und Antrag der Regierung Nr. 16/1999, S. 3.

die institutionellen oder funktionellen Voraussetzungen zu garantieren bzw. zu fördern, damit eine öffentliche Meinungsbildung unter Zuhilfenahme der Medien stattfinden kann.

Exkurs: Verfassungsrechtliche Aspekte

Wegen der Bedeutung der Meinungsfreiheit und der freien Meinungsbildung in einer Demokratie sind staatliche Aktivitäten im Bereich der Meinungsbildung besonders kritisch zu beurteilen. Besonders augenscheinlich wird dies in Staaten mit ausgeprägten direktdemokratischen Rechten, in denen regelmässig Entscheidungen an der Urne herbeigeführt werden. In der Schweiz wie auch in Liechtenstein gilt daher für den Staat in solchen Meinungsbildungsprozessen ein Zurückhaltungsgebot. Aber nicht nur solche direkten Eingriffe des Staates in die Meinungsbildung sind kritisch zu beurteilen, sondern auch indirekte Eingriffe, wie sie beispielsweise durch Förderung oder Begünstigung von Medien generell, oder einseitige Begünstigung von einzelnen Medien, Medienunternehmen oder einzelnen Branchen. Bei der Betrachtung der liechtensteinischen Verfassung haben wir festgestellt, dass den Medien keine privilegierte Stellung zukommt. Eine Medienförderung ist aus diesem Blickwinkel besonders kritisch zu betrachten. Es stellt sich grundsätzlich die Frage, ob eine institutionelle Förderung überhaupt zulässig, geschweige denn verpflichtend ist. Interessant ist hierbei auch ein Blick auf die deutsche Rechtslage. Herzog schreibt in seinem Kommentar zum deutschen Grundgesetz³⁴²: «Deswegen verpflichtet Art. 5 I den Staat zwar, innerhalb gewisser Schranken jede Meinungsäusserung zu dulden und wohl auch zu ermöglichen, deswegen garantiert er die Freiheit der Presse und der sonstigen Massenkommunikationsmittel. Er verpflichtet den Staat aber keineswegs, bestimmte Formen der Meinungsäusserung und bestimmte Formen der Massenkommunikation gegenüber anderen zu privilegieren, und es wäre ein übler Trugschluss, solche Folgerungen etwa aus dem demokratischen Prinzip selbst herleiten zu wollen.»³⁴³ Aus dem Auftrag, das Funktionieren der öffentlichen Meinung zu schützen, sollte man sich nach Herzog in Zeiten eines rapiden technischen Wandels davor hüten, voreilige Schlüsse zugunsten einzelner Kommunikationsformen zu ziehen.

³⁴² Der im Zitat angesprochene Art. Grundgesetz ist in Fn. 1 ausformuliert.

³⁴³ Herzog 1999: Rdnr. 13 f. (ohne Hervorhebung).

Die Medienförderung muss sich diesem Definitionsproblem stellen. Welche Medien, welche Presseerzeugnisse werden gefördert oder sollen gefördert werden? Mangels liechtensteinischer Judikatur und spezifischen Verfassungskommentaren soll weiter ein Blick auf das deutsche Grundgesetz geworfen werden. Dort sind in der Definition des Begriffes «Presse» im Zusammenhang mit der Pressefreiheit rein formale Kriterien und keinerlei inhaltliche Kriterien wirksam. Als Presse gilt, was mit der Impression des gedruckten Wortes – unabhängig vom konkreten Druckverfahren und der Periodizität – einen Vervielfältigungseffekt gegenüber der Öffentlichkeit erzielt.³⁴⁴ Damit wird explizit Abstand genommen von einer Sonderstellung einer wie auch immer – jedenfalls elitär – definierten «politisch-kulturell-weltanschaulichen» Presse oder einer Presse von «öffentlichem Interesse». Was aber für das Abwehrrecht und bestimmte Sonderrechte der Presse³⁴⁵ gelten kann, muss nicht unbedingt in einem Analogieschluss auch für die Pressesubventionierung gelten. Das BVerfG hat aber zumindest einige Klarstellungen vollzogen.³⁴⁶ Es ging im Entscheidfall um die kostengünstige Postzustellung von Presseerzeugnissen, die als Subvention qualifiziert wurde. Dabei wurde klargestellt, dass es a) keinen Anspruch auf staatliche Presseförderung gebe und dass b) der Staat in der Subventionierung der Presse nicht völlig frei sei. Der Staat müsse sich der Einflussnahme auf Inhalt und Gestaltung der Presseerzeugnisse enthalten und dürfe auch keine Verzerrung des publizistischen Wettbewerbs verursachen. Art. 5 I Satz 2 lege ihm vielmehr eine inhaltliche Neutralitätspflicht auf, die jede Differenzierung nach Meinungsinhalten verbiete. Eine Verschiedenbehandlung auf Grund meinungsneutraler Kriterien sei dagegen zulässig.³⁴⁷ Was für die günstige Postzustellung zutrifft, muss für andere Massnahmen der Medienförderung analog gelten. Vor diesem Hintergrund wäre eine Medienförderung abzulehnen, wenn sie den Wettbewerb verzerren würde, auf Inhalt oder Gestaltung Einfluss hätte oder eine Bevorzugung von beispielsweise wohlgesonnen, regierungsfreundlichen Medien beinhalten würde.

³⁴⁴ Vgl. Herzog 1999: Rdnr. 126–133.

³⁴⁵ Es geht vor allem um die Frage, ob die Presse Privilegien im Bereich der Informationsbeschaffung, unwahrer und ehrenrühriger Behauptungen und der Zeugnisverweigerung genießt.

³⁴⁶ BverfGE 80, 124.

³⁴⁷ Herzog 1999: Rdnr. 144a.

Eine weiteres Problem der Medienförderung zeigt sich im Widerspruch zwischen der theoretischen und praktischen Freiheit der Meinungsäußerung. Es ist zweifellos so, dass die Medien – insbesondere die Massenmedien – im Bereich der öffentlichen Meinungsbildung eine wichtige Funktion einnehmen. Die Medien gehören aber nicht der Öffentlichkeit und unterstehen nicht ihrer Kontrolle. Der Zugang zu den Medien kann daher auch weitgehend, d.h. im Rahmen des wirtschaftlich oder politisch trag- oder wünschbaren, von den privaten oder öffentlich-rechtlichen Medienbetreibern oder deren Bevollmächtigten (Chefredaktoren, Ressortleiter u. a.) gestattet oder verwehrt werden. Hinzu kommt, dass Medien nicht selten eine bestimmte politisch-ideologische Linie, wenn nicht sogar parteipolitische Ziele verfolgen. In Liechtenstein ist dies sogar der Regelfall. Herzog lässt jedoch in Bezug auf das GG keinen Zweifel offen, dass es weder ein Recht auf Ermöglichung der Meinungsäußerung durch den Staat noch ein Recht auf Zugang zu den Massenmedien gibt.³⁴⁸ Das bedeutet beispielsweise, dass es keinen Anspruch auf Veröffentlichung von Leserbriefen gibt.

Medienförderung in Liechtenstein

Nun zur Situation in Liechtenstein. Die liechtensteinische staatliche Medienförderung erfolgt unter drei Titeln: Leistungsvereinbarungen, reguläre Medienförderung und ausserordentliche Medienförderung. Die Leistungsvereinbarungen können zur Sicherstellung der Information abgeschlossen werden, wobei es sich sowohl um allgemein interessierende Angelegenheiten, um Aktivitäten der Behörden (Regierung und Landtag) oder Informationen in Not- und Krisenzeiten bzw. im Katastrophenfall handeln kann. Leistungsvereinbarungen können mit Medien abgeschlossen werden, deren Gegenstand die Berichterstattung in einem Fachbereich ist, oder die eine Reichweite von mindestens 15 Prozent der liechtensteinischen Bevölkerung erzielen.³⁴⁹ Für solche Leistungsvereinbarungen ist ein Betrag von 1 Million Franken im Budget 2000 vorgese-

³⁴⁸ Herzog 1999: Rdnr. 64 f.

³⁴⁹ Art. 3 MFG. Diese Reichweitenschwelle wird vom Liechtensteiner Volksblatt und dem Liechtensteiner Vaterland deutlich übertroffen. An der Reichweitenschwelle bewegen sich der Blick, die Neue Züricher Zeitung, der Tages-Anzeiger und die Vorarlberger Nachrichten. Ferner liegen Gratiszustellungen an alle Haushaltungen

hen. Die Federführung beim Abschluss von Leistungsvereinbarungen liegt bei der Regierung.

Die regulären Medienförderungsbeiträge können an die folgenden Adressaten ausgerichtet werden:

- a) Medien und Medienberichterstattungen, soweit sie sich vorwiegend und anhaltend mit Themen oder Ereignissen in Liechtenstein befassen;
- b) Aus- und Weiterbildung von Medienschaffenden, die in Liechtenstein beschäftigt sind, sowie für Ausbildungsveranstaltungen zum Thema «Medien in Liechtenstein»;
- c) Forschungsarbeiten und -projekte zum Themenbereich «Liechtensteinische Medien»;
- d) weitere Veranstaltungen und Massnahmen, welche der Förderung der liechtensteinischen Medienlandschaft dienen, wie die Vergabe von Medienpreisen.³⁵⁰

Nicht unterstützungsberechtigt sind Medien und Medienberichterstattungen mit mehr als 50 Prozent Werbung, oder die weniger als viermal jährlich erscheinen, oder die in Liechtenstein nicht empfangen werden können bzw. nicht erhältlich sind, oder die von öffentlich-rechtlichen Institutionen stammen, oder die vorwiegend der Information von Mitgliedern, Mitarbeitern, Religionsangehörigen oder der Eigenwerbung dienen.³⁵¹ An Institutionen, die periodisch und wiederholt vom Land unterstützt werden, können keine Medienförderungsbeiträge, jedoch Beiträge auf Grund von Leistungsvereinbarungen ausgerichtet werden.³⁵²

Für Spezialfinanzierungen von Infrastrukturen, die zur Verbreitung oder Weiterverbreitung von Medien erforderlich sind, können zusätzlich ausserordentliche Medienförderungsbeiträge als Investitionszuschläge ausgerichtet werden.³⁵³

– wie LieWo und fl-info – über der Schwelle. Bei den elektronischen Medien liegen Radio L deutlich über DRS I knapp an der Schwelle. Die Reichweiten von Fernsehsendern sind nicht erhoben.

³⁵⁰ Art. 4 Abs. 1 MFG.

³⁵¹ Art. 4 Abs. 2 MFG.

³⁵² Art. 4 Abs. 3 MFG.

³⁵³ Art. 5 Abs. 1 MFG.

Gesetze und Verordnungen

*Table 7: Staatsausgaben und -einnahmen im Medienbereich
1986–2003 (in Franken)*

	SRG- Programm Leistungen	Entschä- digung PTT u.a.	Einnah- men aus Gebühren	Medien- Förde- rungs- beiträge	Leistungs- vereinba- rungen gemäss Medien- gesetz	Invets- tions- zuschläge (a.o. MF- Beiträge)	Nettoein- nahmen nach Ab- zug von Verwal- tungsauf- wand
1986		741'379	1'726'716				853'044
1987		782'515	1'784'618				870'506
1988	2'250'000	655'333	1'847'649				1'461'351
1989	250'000	699'611	1'936'132				848'150
1990	250'000	715'145	1'975'008				869'662
1991	250'000	862'666	2'015'970				755'121
1992	250'000	895'527	2'094'490				783'399
1993	250'000	922'376	2'147'855				762'639
1994	250'000	1'028'098	2'165'454				750'787
1995	250'000	1'090'548	2'251'124				780'609
1996	250'000	1'152'030	2'381'552				850'294
1997	250'000	1'153'568	2'398'230				868'215
1998	0	1'158'126	2'406'147				1'249'045
1999	0	0	764'152	1'125'000			-360'848
			³⁵⁴	³⁵⁵			
2000	0	0	0	759'880	750'000		-1'509'880
				³⁵⁶			
2001	0	0	0	750'000	1'000'000		-1'750'000
				³⁵⁷			
2002	0	0	0	934'000	1'000'000	90'000	-2'024'000
				³⁵⁸		³⁵⁹	
2003	0	0	0	1'180'000	1'000'000		-2'180'000
				³⁶⁰			

Quelle: Landesvoranschlag und Rechenschaftsbericht der Regierung (div. Jahre). Bericht und Antrag der Regierung 98/1998, S. 8.

³⁵⁴ 18'420.– Gebührenerträge und 745'732.– Rückerstattung Kosten Radio L.

³⁵⁵ Beitrag für Radio-TV AG.

³⁵⁶ Aufgeteilt in 659'880.– für Medien und Medienberichterstattung, 82'000.– für Aus- und Weiterbildung, 0.– für Forschungsarbeiten und 18'000.– für weitere Veranstaltungen und Massnahmen.

³⁵⁷ 650'000.– für Medien und Medienberichterstattung, 100'000.– für Aus- und Weiterbildung, 0.– für Forschungsarbeiten, 0.– für weitere Veranstaltungen und Massnahmen.

Für die Ausrichtung der Medienförderung sind der Landtag, die Regierung und die Medienkommission zuständig. Der Landtag ist dafür zuständig, die regulären Medienförderungsbeiträge auf die vier in Art. 4 vorgesehenen Budgetpositionen zu verteilen (Medien und Medienberichterstattung, Ausbildung, Forschung, weitere Massnahmen). Er wählt jeweils für vier Jahre die Medienkommission³⁶¹. Und er entscheidet über die Vergabe von ausserordentlichen Medienförderungsbeiträgen. Die Regierung übt die Aufsicht über die Medienkommission aus (Entgegennahme des Jahresbudgets, des Jahresberichtes und der Jahresrechnung, Genehmigung des Reglements) und ist Beschwerdeinstanz gegen Entschiede der Medienkommission. Sie ist ferner für den Abschluss von Leistungsvereinbarungen mit den Medien zuständig. Die Medienkommission ist für die Vergabe der im Landesvoranschlag budgetierten or-

Nach Auskunft von Regierungschef-Stellvertreterin Rita Kieber Beck auf eine Anfrage des Abgeordneten Peter Sprenger im Landtag sollen jedoch 780'000 Franken ausgegeben worden sein, die sich auf die folgenden Empfänger verteilen: FL-Info (30'000.-), Kultur (15'000.-), Volksblatt und Vaterland (je 240'000.-), LieWo (60'000.-), News.li (10'000.-), Radio L (20'000.-), Radio Ri (45'000.-), SDA (50'000.-), Stiftung Ostschweizer Medienpreis (5'000.-), Vereine für eine offene Kirche (7'000.-), Wirtschaft Regional (28'000.-), XML (10'000.-) und private Medienschaffende (20'000.-). Zu Radio L ist zu erwähnen, dass der Sender Beiträge aufgrund einer Leistungsvereinbarung erhielt, weshalb die Mittel aus der ordentlichen Medienförderung nur bescheiden waren. (Liechtensteiner Vaterland v. 16. März 2002).

³⁵⁸ 814'000.- für Medien und Medienberichterstattung, 120'000.- für Aus- und Weiterbildung, 0.- für Forschungsarbeiten und -projekte, 90'000.- für weitere Veranstaltungen und Massnahmen, die unter die «ausserordentliche Medienförderung» fallen, die vom Landtag zu beschliessen sind.

³⁵⁹ Den Beschluss fällte der Landtag in der Sitzung vom 19. Dezember 2002, nachdem die Regierung den entsprechenden Antrag auf Empfehlung der Medienkommission im Landtag eingereicht hatte. Es wurden über ausserordentliche Gelder für die Jahre 2001 und 2002 entschieden. Insgesamt waren Anträge von über 2 Millionen Franken eingereicht worden. Antragssteller waren der Presseverein fl-info, die Radio-TV AG, Radio Ri und die X-Media AG. Es wurde jedoch nur 90'000 Franken zur Installation eines Radio Data Systems (RDS) bei Radio L auf Antrag der Radio-TV AG genehmigt. Vgl. Regierung, Bericht und Antrag Nr. 125/2002 und Landtagsprotokoll vom 19. Dezember 2002.

³⁶⁰ Gemäss Voranschlag für das Jahr 2003: 900'000.- für Medien und Medienberichterstattung, 180'000.- für Aus- und Weiterbildung, 50'000.- für Forschungsarbeiten, 50'000.- für weitere Veranstaltungen und Massnahmen.

³⁶¹ Die Medienkommission besteht aus einem Präsidenten, einem Vizepräsidenten und fünf weiteren Mitgliedern, die unabhängig und unbefangen sein sollen. Sie dürfen auch in keinem Arbeits- oder Abhängigkeitsverhältnis zu Medien stehen oder Mitglied im Landtag, der Regierung, eines Gemeinderats sein oder Vorsteher sein. Der Amtsleiter des Presse- und Informationsamtes nimmt mit beratender Stimme an den Sitzungen teil (Art. 6 MFG). In der Mandatsperiode 2000–2004 setzt sich die Medienkommission aufgrund eines Beschlusses des Landtags im März 2000 aus fol-

dentlichen Medienförderungsbeiträge und für die Ausarbeitung von Anträgen betr. ausserordentlichen Beiträgen zuhanden der Regierung, sowie für die im RFG und den RFV festgelegten Aufgaben zuständig. Darunter fällt insbesondere auch die Funktion als Schlichtungs-, Beratungs- und Aufsichtsorgan von Radio und Fernsehen.

Am 5. Dezember 2000 genehmigte die Regierung das von der Medienkommission ausgearbeitete Medienförderungs-Reglement, das die praktische Grundlage für die Ausrichtung von Medienförderungen – beginnend mit dem Jahr 2000 – darstellt. Grössere Probleme bereitete die Ausarbeitung von Leistungsvereinbarungen. Am 27. Januar 2000 hatte die Regierung im Rahmen der Notifikation des Medienförderungsgesetzes an die EFTA-Überwachungsbehörde den Grundsatzbeschluss gefasst, wonach Leistungsvereinbarungen zur Sicherstellung der im öffentlichen Interesse liegenden Information, die unter Marktbedingungen nicht kostendeckend erbracht würden, abgeschlossen werden. Es werden die Nachteile abgegolten, die einem Medium mit der Erfüllung des vereinbarten Leistungsauftrages entstehen. Die Förderung richtet sich

genden Personen zusammen: Dr. Roman Banzer, Triesen (Präsident), Hansrudi Sele, Vaduz (Vizepräsident), Andrea Kühbacher-Schlapp, Innsbruck, Michael Schanne, Zürich, Dr. Erich Niederer, Herisau, Dr. Günter Hagen, Dornbirn, Sigvard Wohlwend, Triesen. Im Verlaufe des Jahres 2001 wurde die Medienkommission jedoch handlungsunfähig, weil einzelne Mitglieder der Kommission ihre Mitarbeit einstellten. Der Grund lag in der geringen Entschädigung für die Arbeit in der Kommission, die sich nach den allgemeinen gesetzlichen Bestimmungen richtete. Nach einer öffentlichen Auseinandersetzung zwischen der Verkehrsministerin Rita Kieber-Beck (Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt v. 6. November 2001) und dem Kommissionspräsidenten Roman Banzer (Liechtensteiner Vaterland v. 10. November 2001) legte auch der Vorsitzende der Kommission seine Arbeit nieder. Der Landtag wählte daher am 12. Dezember 2001 vier neue Mitglieder in die Medienkommission. Als Vorsitzender wurde Michael Biedermann, als Vizepräsident Daniel Quaderer bestimmt. Michaela Braun und Norman Hoop wurden ebenfalls neu gewählt. Günther Hagen, Erich Niederer und Sigvard Wohlwend blieben als Bisherige in der Kommission. Die Wahl war parteipolitisch geprägt, da der Vorsitzende und zwei Neumitglieder von der FBP vorgeschlagen worden waren, während von der Vorschlagsliste der VU nur der Vizepräsidenten gewählt wurde. Nach dem Wechsel in die Landesverwaltung trat Norman Hoop aus der Medienkommission zurück und wurde mit Landtagsbeschluss vom 17. September 2003 durch Thomas Alois Ritter ersetzt. In der Sitzung vom 10. März 2004 bestellte der Landtag die Medienkommission neu. Sie setzt sich wie folgt zusammen: Michael Biedermann (FBP; Präsident, bisher), Daniel Quaderer (VU, Vizepräsident, bisher), Michaela Braun (FBP, bisher), Erich Niederer (bisher), Thomas Ritter (FBP, bisher), Marcel Ritter (VU, neu), Joachim Batliner (FL, neu). (Liechtensteiner Volksblatt vom 11. März 2004) Von den ursprünglichen Mitgliedern war einzig Erich Niederer noch in der Kommission.

somit nach den zusätzlichen Kosten, die Erfüllung der vereinbarten Leistung kann nicht gewinnbringend sein. Die auf Initiative des Landtags eingeführte Möglichkeit von Leistungsvereinbarungen wurde vor allem mit Blick auf die Grundversorgung Liechtensteins mit einem Radiosender – also Radio L – eingeführt. Die Verhandlungen mit Radio L dauerten das ganze Jahr 2000 und auch Teile des Jahres 2001 an. Auch die beiden Tageszeitungen Liechtensteiner Volksblatt und Liechtensteiner Vaterland deponierten den Wunsch, Leistungsvereinbarungen abzuschliessen.³⁶² Dies wurde jedoch nicht realisiert.

Schliesslich wurde im Oktober 2001 von der Regierung beschlossen, Radio L auf der Basis einer Leistungsvereinbarung zu fördern.³⁶³ Für das Jahr 2000 wurde rückwirkend ein Betrag von 750'000 Franken zugesprochen, in den Folgejahren belief sich dieser Betrag auf 1 Mio. Franken. Die Medienkommission hatte sich im Vorfeld gegen diese Entscheidung ausgesprochen. Ein Mitglied der Medienkommission bezeichnete diese Art der Medienförderung als Subvention,³⁶⁴ da die vereinbarten Leistungen zu den Kernaufgaben eines Radios gehören oder in der Radiokonzession vorgeschrieben sind. Es wurde von Seiten der Medienkommission auch vor einem Präjudiz gewarnt, da mit der Begründung der Leistungsvereinbarung mit Radio L auch andere Medien – namentlich die liechtensteinischen Tageszeitungen – einen Anspruch auf Leistungsvereinbarungen entwickeln könnten. Die Tageszeitungen mussten sich aber im Jahr 2000 mit einer Medienförderung von 200'000 Franken pro Zeitung bescheiden. Die Betreiberin von Radio L argumentierte dagegen, dass erstens ein Präjudiz ausgeschlossen sei, weil Radio L der einzige Sender sei, dass zweitens die Landeszeitungen in der Grössenordnung von 700'000 bis 1 Million Franken von amtlichen Kundmachungen profitierten und dass drittens die Zeitungen Abonnementsgebühren verlangten, die durch die Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren für Radio L ausser Reichweite seien.³⁶⁵

³⁶² Siehe etwa Stellungnahme von William Gerner als Mitglied des Verwaltungsrates des Liechtensteiner Vaterlandes in einem Leserbrief. Liechtensteiner Vaterland v. 21.12.2000.

³⁶³ Liechtensteiner Vaterland v. 19. Oktober 2001.

³⁶⁴ Sigvard Wohlwend nach Darstellung im Liechtensteiner Vaterland v. 10. Oktober 2001.

³⁶⁵ Walter-Bruno Wohlwend, Delegierter des Verwaltungsrates der Radio-TV AG im Liechtensteiner Vaterland vom 20. Oktober 2001.

4.3.3.3 Kundmachungsgesetz

Das Kundmachungsgesetz (KmG) aus dem Jahr 1985 erhält für die Medien insofern praktische Relevanz, als dieses Gesetzes die Rechtsgrundlage für Kundmachungen in den Tageszeitungen oder aber in einem öffentlichen Amtsblatt enthält.³⁶⁶ In Art. 1 KmG heisst es: «Rechtsetzende Vorschriften (Rechtsvorschriften) werden im Landesgesetzblatt, andere Vorschriften und Anordnungen sowie amtliche Mitteilungen im Amtsblatt kundgemacht». Das Landesgesetzblatt und Amtsblatt werden gemäss Art. 2 KmG von der Regierung herausgegeben. Nach Art. 16 ist das Amtsblatt das offizielle Kundmachungsorgan des Fürstentums Liechtenstein. Auch über die Form des Amtsblattes äussert sich das KmG: «Das Amtsblatt kann als eigene Sammlung oder als Teil eines anderen von der Regierung bezeichneten Kundmachungsorgans herausgegeben werden.»³⁶⁷

Mit einem Amtsblatt wäre ein finanzieller Nerv der Tageszeitungen getroffen, da hohe Inserateinnahmen der beiden Tageszeitungen wegfallen würden. Beide Landeszeitungen tragen im Kopf der Ausgabe die Bezeichnung «Mit amtlichen Publikationen».³⁶⁸ Ein von der Regierung gemäss KmG herausgegebenes Amtsblatt würde grosse finanzielle Einbussen bedeuten. Von Seiten der Freien Liste wird diese Praxis heftig kritisiert, weil sie eine versteckte Parteienförderung zugunsten der FBP und der VU dahinter sieht.³⁶⁹ Über die negativen Konsequenzen einer Einführung eines Amtsblattes für die beiden Landeszeitungen dürften

³⁶⁶ Kundmachungsgesetz vom 17. April 1985, LGBL 1985 Nr. 41 (KmG).

³⁶⁷ Art. 17 Abs. 12 KmG.

³⁶⁸ Stand September 2003. Das Liechtensteiner Volksblatt führte vor dem September 2003 die Bezeichnung «Amtliches Publikationsorgan». Die Bezeichnung hat bei den verschiedenen Medien im Verlauf der Geschichte immer wieder leicht variiert.

³⁶⁹ Im Wahlprogramm 2001 schreibt die FL: «Wir fordern ein Amtsblatt, das nicht nur finanziell günstiger ist, sondern auch eine bessere Information der Bevölkerung und der Wirtschaft erlaubt. Auf ein Amtsblatt darf nicht verzichtet werden, nur um die beiden Parteizeitungen mittels gut bezahlter «Amtlicher Kundmachungen» zusätzlich zu subventionieren. Eine solche versteckte staatliche Förderung dient allein dem Überleben der Parteizeitungen.» Sie schliesst eine generelle Kritik an der Medienförderung an: Die Medien in Liechtenstein werden vom Staat massiv gefördert – allerdings werden die finanziellen Mittel sehr ungleich verteilt: Radio L, Vaterland und Volksblatt bekommen den Löwenanteil. Die Medienförderung muss darauf ausgerichtet werden, die Meinungsvielfalt und die journalistische Qualität der Medien zu fördern.»

sich alle einig sein.³⁷⁰ Damit dieses nicht unmittelbar eintritt, wurde das Inkrafttreten der Bestimmungen über das Amtsblatt hinausgeschoben, bis «entsprechende Einrichtungen geschaffen sind.»³⁷¹ Während die Herausgabe einer systematischen Rechtssammlung auf Grundlage des KmG an eine private Stelle delegiert wurde, ist das Amtsblatt auch 18 Jahre nach Verabschiedung des Kundmachungsgesetzes noch nicht verwirklicht worden. In einer Interpellationsbeantwortung im Jahr 1994 liess die Regierung auch keine Absicht erkennen, von der Publikation in den beiden Landeszeitungen abzuweichen.³⁷² Die amtlichen Kundmachungen in den beiden Tageszeitungen sind ökonomisch nicht nur für die öffentliche Hand aufwändig, sondern auch kostspielig für Private, die ihre Mitteilungen amtlich kundmachen müssen, sowie auch all jene, die eine der beiden Tageszeitungen abonnieren müssen, um über die amtlichen Kundmachungen auf dem Laufenden zu sein. Es ist also denkbar, dass über Kurz oder Lang eine Lösung in Form eines separaten Amtsblattes gefunden werden muss.

Die finanzielle Bedeutung der amtlichen Kundmachungen für die liechtensteinische Presse geht auch daraus hervor, dass sich die Medien immer um die Aufnahme in den Kreis der Amtsblätter bemüht haben. Dieses Privileg wurde den ersten Zeitungsversuchen bis hin zum Liechtensteiner Volksblatt zu teil. Die Oberrheinischen Nachrichten ebenso wie die Folgeblätter bis hin zum Liechtensteiner Vaterland durften ebenfalls die amtlichen Kundmachungen veröffentlichen. Damit existierten parallel zwei amtliche Kundmachungsorgane. Die Volkswirtschaftliche Zeitung und der Liechtensteiner Heimatdienst konnten ebenfalls die amtlichen Publikationen veröffentlichen, wobei aber dem Heimatdienst diese Unterstützung aus politischen Gründen 1934/35 während eines Jahres entzogen wurde.³⁷³ Anderen Zeitungen wie dem Heimatland (1927) oder dem Liechtensteiner (seit 1974) wurde dieses Privileg ver-

³⁷⁰ Selbst wenn der Verwaltungsratspräsident des Liechtensteiner Vaterlandes, Reinhard Walser, an einer Veranstaltung im Liechtenstein-Institut am 16. Januar 2001 verlauten liess, dass das Wegfallen von amtlichen Publikationen kein Problem darstellen würde, ist dies wohl eher so zu werten, dass er davon ausgeht, dass die Konkurrenzzeitung von dieser Einbusse weit stärker betroffen wäre und daher das Vaterland mit einem relativen Vorteil dastehen würde.

³⁷¹ Art. 21 Abs. 2 KmG.

³⁷² Regierung 1994 (Interpellationsbeantwortung betr. Kundmachungen in den Landeszeitungen Nr. 64/1994.

³⁷³ Siehe Geiger 1997 Bd. 1, S. 401.

wehrt. Der Liechtensteiner ging auch gerichtlich gegen diesen Entscheid der Regierung vor, unterlag jedoch.

4.3.3.4 Vergünstigte Postzustellung

Eine weitere Förderung der Medien, namentlich der Printmedien, besteht in der vergünstigten Postzustellung. Im Vergleich zur Zustellung von Einzelsendungen wie Briefen, aber auch gegenüber Werbesendungen und Massenzustellungen gelten für die Zeitungen und Zeitschriften besondere Tarife. Die liechtensteinische Post orientiert sich dabei an der Tarifstruktur der Schweiz.³⁷⁴ Gemäss Auskunft der Liechtensteinischen Post AG belief sich die Subvention in der Schweiz 2003 auf 100 Millionen Franken, soll aber 2004 auf 80 Millionen Franken reduziert werden. Der liechtensteinische Zeitungsmarkt profitiert nicht von den schweizerischen Subventionen. Die Tarifstruktur sei jedoch identisch und könne so attraktiv gestaltet werden, weil Liechtenstein eine hohe Zeitungs-dichte aufweise.³⁷⁵

4.3.3.5 Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk

Es dauerte lange, bis auch in Liechtenstein ein entscheidender Anlauf für einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk unternommen wurde. Dazu bedurfte es des Scheiterns der Privatinitiative in Form von Radio L.³⁷⁶ Jedenfalls rief die drohende Einstellung des einheimischen Radiosenders die Regierung auf den Plan. In kurzer Zeit wurde ein Gesetzesentwurf für einen Liechtensteinischen Rundfunk (LRF) in der Regierung verabschiedet und dem Landtag vorgelegt.³⁷⁷ Der Gesetzesentwurf lehnte sich weitgehend an das österreichische Vorbild (ORF-Gesetz) an und wurde grossteils wörtlich übernommen, teilweise auf die spezifischen Verhältnisse in Liechtenstein angepasst. Die wesentlichen Züge des Gesetzes

³⁷⁴ Tarife in: Die Post 2003.

³⁷⁵ Mitteilung der Liechtensteinischen Post AG (Herbert Rüdissler, Vorsitzender der Geschäftsleitung) vom 6. Oktober 2003.

³⁷⁶ Über die mediengeschichtliche Seite des Rundfunks siehe im entsprechenden Kapitel.

³⁷⁷ Bericht und Antrag der Regierung Nr. 65/2003 vom 22. August 2003.

über den Liechtensteinischen Rundfunk (LRFG) sind die Einrichtung einer Anstalt öffentlichen Rechts (Art. 2 Entwurf) zur Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunk, einschliesslich der Produktion von Rundfunkwerbung, von Radio Data System (RDS), Online-Diensten und Teletext im Zusammenhang mit dem Rundfunk sowie damit zusammenhängende Tätigkeiten (Art. 4). Nach Art. 5 hat der LRF «auf die Grundsätze der liechtensteinischen Rechtsordnung, insbesondere auf den Grundsatz der Meinungsfreiheit, Bedacht zu nehmen sowie die Sicherung der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Berücksichtigung der Meinungsvielfalt und die Ausgewogenheit der Programme sowie die Unabhängigkeit von Personen und Organen des LRF, die mit der Besorgung seiner Aufgaben betraut sind, zu gewährleisten.» (Art. 5) Das LRFG verlangt als Mindestleistung ein landesweit empfangbares Radioprogramm unter dem Namen «Radio Liechtenstein», ermöglicht aber auch ein Fernsehprogramm sowie weitere elektronische Dienste (Art. 6). Im Programmauftrag nach Art. 7 wird Information, Förderung des Verständnisses für alle Fragen des friedlichen demokratischen Zusammenlebens und die Darbietung von Unterhaltung gefordert. Die Unabhängigkeit der Mitarbeiter soll dabei gewährleistet sein (Art. 9). Eine breite Palette von erwarteten redaktionellen Beiträgen³⁷⁸ unter Berücksichtigung der Grundsätze von Ausgewogenheit, Abdeckung der Vielfalt der Interessen aller Rundfunkteilnehmer und hohen Qualitätskriterien vervollständigen den Programmauftrag (Art. 10 ff.). Das Gesetz definiert ferner Programmgrundsätze und enthält Regelungen über Werbung und Sponsoring (Art. 13 ff.).

Die Organe des LRF sind der Verwaltungsrat, der Intendant sowie der Publikumsrat. Der Verwaltungsrat besteht aus 7 Mitgliedern. Der Präsident, Vizepräsident und ein weiteres Mitglied wird durch den Landtag bestellt, zwei weitere Mitglieder, nach Möglichkeit mit mehrjähriger Erfahrung im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, durch die Regierung sowie zwei Mitglieder durch den Publikumsrat (Art. 21). Durch eine Reihe von Unvereinbarkeitsklauseln soll die Neu-

³⁷⁸ Erwähnt werden etwa Kunst, Kultur, Wissenschaft, Sport, Anliegen aller Altersgruppen, von Familien und Kindern, Gleichberechtigung von Mann und Frau, Anliegen Behinderter, religiöse Fragen, Volks- und Jugendbildung unter besonderer Berücksichtigung der Schul- und Erwachsenenbildung, Umwelt- und Konsumentenschutz, Gesundheit, Toleranz und Verständnis für verschiedene Kulturen. Art. 7 Abs. 1 (Entwurf).

tralität und Überparteilichkeit des Verwaltungsrates gesichert sein. Als unvereinbar gelten etwa ein Arbeitsverhältnis zum LRF oder zu einem sonstigen inländischen Medienunternehmen, Mitgliedschaft in Landtag oder Regierung, Beamte oder Angestellte in der Landesverwaltung, Funktionäre und Angestellt von politischen Parteien, sowie Mitgliedschaft in der Medienkommission (Art. 21 Abs. 4). Ähnliche Unvereinbarkeiten bestehen auch bei der Bestellung des Intendanten, der jeweils auf vier Jahre gewählt werden soll (Art. 25 ff.).

Das dritte Organ – der Publikumsrat – besteht aus 15 Mitgliedern, die per Los ausgewählt werden. Es sind wie beim Verwaltungsrat und der Intendanz Unvereinbarkeiten festgelegt (Art. 29). Der Publikumsrat bestellt zwei Mitglieder und ein Ersatzmitglied in den Verwaltungsrat, kann die Medienkommission anrufen, und gibt Empfehlung zur Programmgestaltung, der Einhebung und Höhe einer Rundfunkgebühr, der Erfüllung des gesetzlichen Auftrages, den Jahressendeschemen und den Qualitätssicherungssystemen ab (Art. 31).³⁷⁹

Nachdem erst vor wenigen Jahren die Rundfunkgebühr abgeschafft wurde, sieht Art. 39 vorsorglich die Wiedereinführung einer Rundfunkgebühr vor. Diese soll auf Vorschlag des Verwaltungsrates mittels Verordnung durch die Regierung festgelegt werden. Die Gebühr ist von jedem Rundfunkteilnehmer zu entrichten und kann im Verletzungsfall mit Bussen bis zu 5000 Franken belegt werden (Art. 39). Art. 40 und Art. 41 regeln noch die Aufzeichnungspflicht des LRF sowie die Möglichkeit der Gegendarstellung bei Tatsachenbehauptungen. Die rechtliche Kontrolle von Beschwerden und die Funktion als Schlichtungsstelle liegt bei der Medienkommission (Art. 42).

4.3.4 Medien und Autorenrechte

Die Geschichte und Entwicklung des liechtensteinischen Urheberrechts war bis zum Ersten Weltkrieg geprägt von einem weitgehenden Fehlen

³⁷⁹ Auf die Ausschreibung zum Publikumsrat meldeten sich 60 Personen, aus denen am 19. Januar 2003 die 15 Mitglieder (12 aus dem Oberland, 3 aus dem Unterland) und 5 Ersatzmitglieder (4 aus dem Oberland und 1 aus dem Unterland/12 Männer, 3 Frauen) zum ersten Publikumsrat ausgelost wurden. Mitteilung des Presse- und Informationsamtes (Liechtensteiner Volksblatt vom 21. Januar 2004).

urheberrechtlicher Bestimmungen. Eine Ausnahme bildete der Patentschutz. Erst die verstärkte Hinwendung zur schweizerischen Eidgenossenschaft nach dem Ersten Weltkrieg und dabei namentlich der Zollanschluss Liechtensteins an das schweizerische Zollgebiet führte zu einer Übernahme schweizerischer und internationaler Regelungen in Liechtenstein.³⁸⁰ 1928 wurden verschiedene Gesetze zum Patent-, Werk-, Marken-, Muster- und Modellschutz im Landtag verabschiedet. 1959, 1972 und 1988 erfolgten Änderungen im Urheberrechtsgesetz, die von der Schweiz übernommen wurden.³⁸¹ Doch «für einmal genauso wesentlich wie die Rezeption eines ausländischen Erlasses» war nach Baur/Seeger die Nichtrezeption des Bundesgesetzes betreffend die Verwertung von Urheberrechten vom 25. September 1940 durch Liechtenstein.³⁸² Dies bedeutete, dass die Rechte liechtensteinischer und durch staatsvertragliche Regelungen auch ausländischer Urheber geschützt waren, dass aber nicht geregelt war, wer in Liechtenstein die Gebühren für die Aufführung von geschützten Werken der Urheber einkassieren sollte. Diese Frage erhielt besondere Brisanz, nachdem Radio L im Jahr 1995 seinen Sendebetrieb aufgenommen hatte und für die gesendeten Musikwerke entschädigungspflichtig wurde. Baur/Seeger gelangen in ihrer Analyse unabhängig vom Fall Radio L zum Schluss, dass es einer schweizerischen Verwertungsgesellschaft wohl freigestellt war, entsprechende Entschädigungen einzukassieren, dass dies aber einer anderen Verwertungsgesellschaft ebenfalls freigestellt sein müsste und dass es für eine schweizerische Verwertungsgesellschaft keinen Monopolanspruch geben könne, da Liechtenstein in der Bezeichnung der Verwertungsgesellschaften autonom sei.³⁸³

Diese Lücke wurde erst im Jahr 2000 geschlossen. Vorangegangen war eine Gesamtrevision des Urheberrechts und der Erlass einer Urheber-

³⁸⁰ Vgl. ausführlich die Geschichte des Urheberrechts bei Baur/Seeger 1994 und Baur u. a. 1995.

³⁸¹ Hinzu kommen staatsvertragliche Regelungen wie das Übereinkommen zur Errichtung der Weltorganisation für geistiges Eigentum vom 14. Juli 1967 (Beitritt Liechtensteins am 21. Mai 1972), das Welturheberrechtsabkommen vom 6. September 1952 (Inkrafttreten für Liechtenstein am 22. Januar 1959) und die Berner Übereinkunft zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst vom 9. September 1886 (Ratifikation durch Liechtenstein am 14. Juli 1967). Vgl. Baur u. a. 1995, S. 73 f.

³⁸² Baur u. a. 1995, S. 73.

³⁸³ Baur u. a. 1995, S. 92 ff.

berrechtsverordnung im Jahr 1999.³⁸⁴ Diese stellen die Grundlage für die Erteilung von Konzessionen an Verwertungsgesellschaften dar. Am 28. November 2000 erteilte die Regierung mit Regierungsbeschluss die Verwertungskonzession an vier schweizerische Verwertungsgesellschaften, nämlich die SUIISA, Pro Litteris, Suissimage und Swissperform. Es wurde eine Zeitdauer von drei Jahren rückwirkend von 23. Juli 1999 bis 22. Juli 2002 festgelegt.³⁸⁵ Die Konzession wurde am 21. Juli 2002 um weitere fünf Jahre verlängert.³⁸⁶ Für die Medien hat dies praktische Relevanz, weil für die Übernahme von Werken u.ä. Beiträge zu entrichten sind. Für Radio L beläuft sich die Summe für die öffentliche Übertragung von Musikwerken auf eine Summe von 100'000 Franken jährlich, die an die Suisa zu entrichten ist.³⁸⁷

Gleichzeitig unterstehen auch die Autoren und Künstler Liechtensteins dem urheberrechtlichen Schutz, der durch die konzessionierten Betriebe wahrzunehmen ist.

4.3.5 Medien und staatliche Organisation

In der praktischen Regierungstätigkeit gewinnt die Kommunikationsfähigkeit zunehmende Bedeutung. Daher stellt der Umgang mit den Medien für alle Regierungsmitglieder ein wichtiges Tätigkeitsfeld dar und insofern haben alle Regierungsmitglieder etwas mit den Medien zu tun. Darüber hinaus sind aber im Ressortplan der Regierung direkte Verwaltungs-Zuständigkeiten einzelner Ressorts in Bezug auf die Medien festgelegt.³⁸⁸

³⁸⁴ Urheberrechtsgesetz vom 19. Mai 1999, LGBL 1999 Nr. 160 (URG) und Urheberrechtsverordnung vom 14. Dezember 1999, LGBL 1999 Nr. 253.

³⁸⁵ RA 0/2349–7619/00; RA 0/2351–7619/00; RA 0/2352–7619/00; RA 0/2353–7619/00. Die SUIISA verwertet Rechte zur Aufführung und Sendung nichttheatralischer Werke der Musik sowie zur Herstellung von Ton- und Tonbildträgern. ProLitteris verwertet Urheberrechte an Werken der Literatur und bildenden Kunst. SUISSIMAGE verwertet Urheberrechte an audiovisuellen Werken sowie in Vertretung der Société Suisse des Auteurs SSA an wort- und musikdramatischen Werken. SWISSPERFORM verwertet verwandte Schutzrechte der ausübenden KünstlerInnen, der ProduzentInnen von Ton- und Tonbildträgern sowie der Sendeunternehmen in Liechtenstein.

³⁸⁶ Mitteilung des Presseamtes Nr. 567 vom 23. Oktober 2002.

³⁸⁷ Bericht und Antrag der Regierung Nr. 65/2003, S. 22.

³⁸⁸ Verordnung vom 14. April 1997 über die Geschäftsverteilung und den Ressortplan der Regierung, LGBL 1997 Nr. 86.

4.3.5.1 Ressort Verkehr

Die hauptsächliche Zuständigkeit liegt beim Ressort Verkehr. Neben der Verkehrsplanung, der Förderung des öffentlichen Verkehrs, dem Straßenverkehr, dem Eisenbahn, Schifffahrts- und Luftverkehr und der Post beinhaltet das Ressort Verkehr auch den Bereich Radio und Fernsehen. Als Teile dieses Bereiches gelten Radio, Fernsehen, Multimedia und der Medienfonds bzw. nach dessen Auflösung die Medienförderung.

4.3.5.2 Ressort Finanzen

Das Ressort Finanzen ist angesprochen, wenn es um die Telekommunikation geht, worunter internationale Aspekte, Telekommunikation und Postvertrag, Konzessionen, Mobiltelefonie und Netzfragen verstanden werden. Der Bereich der Telekommunikation ist allerdings nicht Gegenstand dieser Studie.

4.3.5.3 Ressort Präsidium

Die Vertretung der Regierungspolitik nach aussen und deren ressortübergreifende Kommunikation ist vor allem Aufgabe des Ressorts Präsidium. Darunter fallen eine Reihe von Aufgaben, die direkt oder indirekt auch einen Bezug zu den Medien aufweisen: Abstimmungsinformationen, Liechtensteinbild, Presse-, Radio- und Fernsehinformation, Landeskanal sowie Kundmachungen in Form von Publikationen im Landesgesetzblatt und in amtlichen Kundmachungsorganen.

4.3.5.4 Amt für Kommunikation

Gestützt auf das Telekommunikationsgesetz³⁸⁹ und das Gesetz über Radio und Fernsehen³⁹⁰ wurde 1999 das Amt für Kommunikation als Vollzugsbehörde für den Telekommunikationsbereich und den Bereich von

³⁸⁹ TelG LGBL. 1996 Nr. 132 in der Fassung des Gesetzes LGBL. 1998 Nr. 214.

³⁹⁰ LGBL. 1978 Nr. 42 (RFG).

Zusammenfassung

Radio und Fernsehen geschaffen.³⁹¹ Das Amt für Kommunikation wurde vor dem Hintergrund der Liberalisierung und Privatisierung im Telekommunikationsbereich eingerichtet. Die Zuständigkeiten im Radio- und Fernsbereich sind zweitrangig. In der Verordnung heisst es: «Im Rahmen des Vollzuges der Gesetzgebung in den Bereichen Radio und Fernsehen ist das Amt für Kommunikation zuständig für die Durchführung aller Tätigkeiten, die nicht ausdrücklich der Kollegialregierung oder einer untergeordneten Amtsstelle wie insbesondere der Dienststelle für Post- und Fernmeldewesen vorbehalten sind.»³⁹² Die Zuständigkeit des Amtes für Kommunikation beschränkt sich im Bereich des Radio und Fernsehens im Wesentlichen auf die Verwaltung knapper Ressourcen (Frequenzspektrum u. a.) und entsprechende internationale Vertretungen. Alle weiteren Aufgabenbeschreibungen in der Verordnung über das Amt für Kommunikation beziehen sich auf den Telekommunikationsbereich.

Das Amt für Kommunikation ist daher nicht für die Medien insgesamt oder für die publizistische Tätigkeit der Medien im Besonderen zuständig. Die Zuständigkeit beschränkt sich erstens auf die elektronischen Medien (Radio und Fernsehen), und dabei zweitens auf den technischen Bereich.

4.4 Zusammenfassung

Die liechtensteinische Rechtsentwicklung im Medienbereich und medienrelevanten Bereichen weist eine deutliche Tendenz in eine liberale Richtung auf. Während noch im 19. Jahrhundert die obrigkeitliche Kontrolle der schwach entwickelten Medien dominierte, wurde gegen Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts der Ruf nach Freiheitsrechten laut. Die Verfassung von 1921 brachte diesbezüglich auch für die Medien einen Durchbruch, indem die Zensur weitgehend abgeschafft wurde. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurden diese verfassungsrechtlichen Bestimmungen noch flankiert und unterstützt von internationalen Verträgen, denen sich Liechtenstein anschloss. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Europäische Menschenrechtskonvention. Aber auch in

³⁹¹ Verordnung über das Amt für Kommunikation, LGBL 1999 Nr. 1.

³⁹² Art. 5 LGBL 1999 Nr. 1.

weiteren internationalen Verträgen und Organisationen, denen sich Liechtenstein angeschlossen hat, wird die Pressefreiheit hochgehalten. Ein separates Pressegesetz kennt die liechtensteinische Rechtsordnung allerdings bis heute nicht. So müssen die Rechte und Freiheiten der Medien weitgehend aus den verfassungsrechtlichen Bestimmungen zur Meinungsfreiheit sowie dem internationalen Recht abgeleitet werden. Da den Medien in der Verfassung keine Sonderrolle eingeräumt wird, ist nicht davon auszugehen, dass sie als institutionalisierte Träger der Meinungsfreiheit einen besonderen Schutz geniessen oder eine finanzielle Förderwürdigkeit abgeleitet werden könnte. Insofern herrscht normativ eine klare Trennung zwischen dem Staat und den Medien.

Die Presse- oder Medienfreiheit ist jedoch nicht absolut zu sehen. Eine Reihe von einschlägigen Bestimmungen in einer Vielzahl von Gesetzen schränken die Medienfreiheit ein, wenn andere Interessen stärker gewichtet werden. Dazu zählen Interessen des Staatsschutzes, der Gesellschaft als Ganzes, Interessen einzelner gesellschaftlicher Gruppen und schliesslich die Persönlichkeitsrechte. Die Persönlichkeitsrechte nehmen dabei in der Abwägung mit den Medieninteressen an Bedeutung eher zu, der Staatsschutz eher ab. Einen gesetzlichen Schutz geniessen auch die Künstler und Autoren, deren Interessen durch konzessionierte Vereinigungen in der Schweiz – beispielsweise die Suisa auf dem Gebiet der Musik – wahrgenommen werden. Eine Besonderheit stellt die Konzessionserteilung dar, wenn es sich um Medien mit limitierten Ressourcen – also Radio oder Fernsehen, die auf freie Frequenzen oder eine Konzession durch den Staat angewiesen sind – handelt. Die Medienunternehmen haben auch die üblichen gewerblichen und arbeitsmarktrechtlichen Auflagen einzuhalten, wie dies bei anderen Unternehmen der Fall ist. Sie geniessen in dieser Hinsicht keine Sonderrolle.

Der Staat ist dennoch nicht untätig im Medienbereich, selbst wenn von einer liberalen Rechtslage auszugehen ist. Die Medien geniessen in verschiedenerlei Hinsicht eine besondere Stellung, welches sich von privilegierter Behandlung über direkte oder indirekte finanzielle Unterstützung bis hin zu eigenständiger Medienleistung des Staates erstreckt. In verschiedenen Gesetzen, insbesondere auch dem Informationsgesetz, wird der Funktion der Medien als Nachrichtenübermittler Rechnung getragen. Das Medienförderungsgesetz bildet die Grundlage für eine grosszügige Förderung von Medien und Medienschaffenden. Hinzu kommt eine indirekte Förderung durch die Veröffentlichung von amt-

Zusammenfassung

lichen Publikationen als Inserate in den Landeszeitungen mangels staatlichem Amtsanzeiger, welcher gemäss Kundmachungsgesetz herausgegeben werden könnte. Mit dem Landeskanal betreibt der Staat ausserdem selbst ein permanentes Medium. Nach dem finanziellen Scheitern von Radio L wurden schliesslich die gesetzlichen Grundlagen für einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk geschaffen, woraus in einem ersten Schritt Radio Liechtenstein lanciert wurde.

5 Mediennutzung

5.1 Printmedien

5.1.1 Quantitative Nutzung der liechtensteinischen Tageszeitungen

5.1.1.1 Datenbasis

Im Verlaufe der letzten Jahre ist eine stattliche Zahl an Erhebungen über die Auflagenzahlen und die Reichweiten der liechtensteinischen Printmedien durchgeführt worden. Diese lassen sich in zwei Gruppen einteilen. Die eine Gruppe ist vom Verlegerinteresse und den Interessen der Werbewirtschaft geleitet. Es handelt sich dabei einerseits um die regelmässig von der AG für Werbemedienforschung WEMF³⁹³ erhobenen Auflagenzahlen der Zeitungen, andererseits um die vom Liechtensteiner Vaterland periodisch in Auftrag gegebenen und publizierten Umfragen über die Nutzung der Tageszeitungen. Die zweite Gruppe von Datenerhebungen erfolgte im Zuge wissenschaftlicher Forschungsprojekte, bei denen die Mediennutzung einen Teilaspekt darstellte. Diese Datenerhebungen sollten Grundlagen für politikwissenschaftliche Studien liefern, bei denen unter anderem auch der Einfluss der Medien auf die politische Kommunikation und Entscheidung untersucht wurde. Entsprechende Daten liegen von der Nachwahlumfrage zu den Landtagswahlen 2001 (in der Folge «Wahlumfrage»), einer Umfrage im Zuge der Auseinander-

³⁹³ Die WEMF AG erhebt seit dem Jahr 1990 kontinuierlich die Reichweiten, Affinitäten, Leserstrukturen der Medien und die Mediennutzung der Befragten. Die gewonnenen Daten sind in der Werbewirtschaft für die Medienplanung und bei den Verlagen für den Werbeverkauf massgeblich. Die Veröffentlichung erfolgt unter dem Titel MACH Basic (Medienstudie Schweiz).

Table 8: *Ökonomisch motivierte Datenerhebungen der Mediennutzung*

	WEMF 2000–2003	Liecht. Vaterland
Umfrageinstitut	DemoSCOPE, LINK, M.I.S.	DemoSCOPE
Umfragezeitraum	jeweils 1 Jahr (bsp. 10.3.1999–9.4.2000 oder 9.4.2001–28.3.2002)	Juni 2000/2002
Methode	CATI	CATI
Auswahl	Random-Random	
Stichprobengrösse	23'344 (2000) bis 23'614 (2003) in CH und FL (FL = 105 gewichtet)	500 (nur FL)
Grundgesamtheit	Sprachkundige über 14 Jahre (CH und FL)	EinwohnerInnen über 18 Jahre (FL)
Ziele	Reichweite, Kontaktqualität Leserschaftsprofil	Leserschaftsprofil Marktbeobachtung
Vertrauensbereich	+/- 9,8 % (FL)	+/- 4,5 %

Quelle: WEMF 2000 ff. Liechtensteiner Vaterland v. 4. und 10. Nov. 2000. LieWo v. 3. November 2002.

setzung über die Verfassungsrevision aus dem Jahr 2001 («Verfassungsumfrage»), sowie eine Umfrage nach der Volksabstimmung über die Verfassungsrevision im Jahr 2003 vor («Abstimmungsumfrage»).

Bei allen Umfragen handelt es sich um repräsentative Umfragen, die mit der Methode des computergestützten Telefoninterviews (CATI) durch professionelle Meinungsforschungsinstitute durchgeführt wurden. Umfragezeitpunkt, Stichprobengrösse, Fragenstruktur, Fragebogenlänge und das Auswahlverfahren variieren jedoch sehr stark. Ferner unterscheiden sich die Umfragen hinsichtlich der definierten Grundgesamtheit. Während bei den ökonomisch motivierten Umfragen die Bevölkerung (mit unterschiedlichen Filtern) befragt wurde, waren dies bei den wissenschaftlich motivierten Umfragen die Stimmberechtigten. Der Grund liegt darin, dass die Verlage und die Werbewirtschaft an allen potentiellen Leserinnen und Lesern interessiert sind, während im Zusammenhang mit dem Stimm- und Wahlverhalten naturgemäss die Stimmberechtigten im Mittelpunkt stehen. Soweit sinnvoll und möglich werden in den folgenden Abschnitten alle verfügbaren Daten zur

Mediennutzung

Tabelle 9: Wissenschaftlich motivierte Datenerhebungen der Mediennutzung

	Wahlumfrage ³⁹⁴	Verfassungsumfrage ³⁹⁵	Abstimmungs- umfrage ³⁹⁶
Umfrageinstitut	ipso/IHA-GfM	ipso/IHA-GfM	DemoSCOPE
Umfragezeitraum	12.-22.2. 2001	5.-12.11.2001	14.-18.3.2003
Methode	CATI	CATI	CATI
Auswahl	Random-Random	Random-Random	Random-
Random			
Stichprobengrösse	800 (nur FL)	602 (nur FL)	801 (nur FL)
Grundgesamtheit	Wahlberechtigte (FL)	Wahlberechtigte (FL)	Wahlberechtigte (FL)
Ziele	Wahlverhalten, Mediennutzung, politische Kommunikation	Politische Kommunikation, Meinungsbildung	Politische Kommunikation, Abstimmungs- verhalten
Vertrauensbereich	+/- 3,5 %	+/- 4,1 %	+/- 3,5 %

Mediennutzung in Form einer Sekundäranalyse berücksichtigt und ausgewertet.

5.1.1.2 Fragestellungen

Die verschiedenen Umfragen verfolgen wie erwähnt unterschiedliche Ziele. Bei den ökonomisch motivierten Umfragen steht das Ziel im Vordergrund, die Position der einzelnen Medien im Vergleich zu anderen Medien darzustellen. Das ist nicht nur für die interne Verwendung bedeutend, indem etwa Schwächen und Stärken des eigenen Medienunternehmens oder von einzelnen Produkten sowie die Marktposition usw.

³⁹⁴ Umfrage nach den Landtagswahlen vom 11. Februar 2001 im Rahmen eines Forschungsprojektes. Marxer 2001 und Marxer 2003.

³⁹⁵ Umfrage des Demokratie-Sekretariates mit fachlicher Unterstützung und wissenschaftlicher Begleitung des Liechtenstein-Instituts (Frank Marcinkowski und Wilfried Marxer). Detaillierte Auswertung im Zusammenhang einer Studie über die politische Kommunikation bei Marcinkowski 2003.

³⁹⁶ Umfrage nach der Abstimmung über die Verfassungsrevision vom 13. März 2003 im Rahmen der wissenschaftlichen Studie über die politische Kommunikation in Liechtenstein, Marcinkowski 2003.

Printmedien

eruiert werden. Zentral ist hingegen das Signal an die Werbekundschaft. Die erhobenen Zahlen bilden die Datenbasis für die Mediaplanung der Werbekundschaft. Schlüsselgrößen sind in diesem Zusammenhang die Auflagen von Printmedien, die Nutzung von Printmedien – gemessen in Leser pro Ausgabe –, die Einschaltquoten von Fernsehsendern und einzelnen Sendungen, die Reichweite von Radiosendern – gemessen in täglicher Hörerschaft und Hördauer. In den folgenden Abschnitten werden immer wieder die oben erwähnten Begriffe verwendet, weshalb eine kurze Definition der Begriffe vorangestellt wird.

Auflage

Im Abonnement und/oder freien Verkauf und/oder gratis durchschnittlich abgesetzte Exemplare eines Titels. Die Auflage wird von den Verlagen an die Werbemedien AG WEMF gemeldet und wird nach allfälliger Prüfung als beglaubigte Auflage bekannt geben.

Reichweite: Leser pro Ausgabe

Von WEMF erhobene Zahl der Leser, die mit einer Ausgabe der Zeitung durchschnittlich erreicht werden. LpA gibt die Zahl der Personen an, die regelmässige Leser einer Ausgabe, eines Titels sind: also jeden Tag bei täglichen Medien, je Woche bei wöchentlich erscheinenden, jeden Monat bei monatlich erscheinenden Medien.

Tagesreichweite von Radiosendern

Reichweite ist der Anteil jener Personen in der Bevölkerung (im Falle der Schweiz ab 15 Jahren, im Falle Österreichs ab 10 Jahren), die an einem Tag einen bestimmten Sender hören. Die Reichweite kann auch auf Stunden oder noch kleinere Zeiteinheiten (Viertelstundenreichweite) erhoben werden.

Hördauer

Sämtliche Minuten, welche die HörerInnen mit Radiohören verbracht haben, werden addiert und gemittelt, also durch die Anzahl HörerInnen eines Senders geteilt. So ergibt sich die durchschnittliche Hördauer der

Mediennutzung

effektiven HörerInnen. Je länger die Hördauer, desto grösser die Bindung der Nutzer an das Programm bzw. die Hörertreue.

Hörvolumen

Das Hörvolumen ergibt sich aus der Umrechnung der Hördauer der effektiven HörerInnen auf die gesamte Bevölkerung, also inklusive der Nicht-HörerInnen. Durch diese Umrechnung wird die Nutzung aller Radioprogramme miteinander vergleichbar. Korrektiv zur Reichweite: Damit ein Hörer, der das Programm 5 Minuten genutzt hat, nicht mehr gleich zählt, wie ein Hörer, der das Programm 5 Stunden eingestellt hat. Je höher der Wert desto intensiver wird das Programm genutzt.

Marktanteile

Anteil des Hörvolumens eines einzelnen Senders am gesamten Hörvolumen für das Medium Radio in Prozent.

5.1.1.3 Auflagen von Vaterland und Volksblatt

Die Auflagenzahlen der Printmedien werden jährlich von der AG für Werbemedienforschung WEMF erhoben. Sie bezeichnen die beglaubigte Auflage und können somit als Argument im Werbeerwerb verwendet werden. Die Auflagenzahlen der liechtensteinischen Tageszeitungen sind trotz aller Krisen im Printmediensektor, namentlich auch dem schwierigen Markt der Lokalzeitungen, nicht zurückgegangen. Im Verlauf der Zeit konnte das Liechtensteiner Vaterland dabei gegenüber dem früheren Marktführer, dem Liechtensteiner Volksblatt, kontinuierlich Boden gutmachen und hat seit den 1980er Jahren die Spitzenposition erobert.

5.1.1.4 Reichweite von Vaterland und Volksblatt

Bei allen Umfragen – ob kommerziell oder wissenschaftlich motiviert – wird deutlich, dass die Reichweite der beiden liechtensteinischen Tageszeitungen sehr hoch ist. Dabei zeigt sich aktuell ein deutlicher Vorsprung des Liechtensteiner Vaterlandes gegenüber dem Liechtensteiner

Tabelle 10: Beglaubigte Auflage von Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt

	ca. 1975 ³⁹⁷	2000	2001	2002
Vaterland	4'700	10'171	10'295	10'286
Volksblatt	6'100	7'370	7'515	7'503
Total	10'800	17'541	17'810	17'789

Quelle: Batliner 1997. WEMF, diverse Jahre. Liechtensteiner Vaterland v. 13. Mai 2002 und 27. Mai 2003.

Volksblatt. Der ermittelte Vorsprung bewegt sich zwischen 24 Prozentpunkten (WEMF) und 11 Prozentpunkten (Nachwahlumfrage). Die Vaterland-Umfrage liegt mit 15 Prozentpunkten Differenz in der Mitte.

Umfragen von WEMF und Liechtensteiner Vaterland

Bei den WEMF-Umfragen ergeben sich Reichweiten von 76–85 Prozent für das Liechtensteiner Vaterland und 57–61 Prozent für das Liechtensteiner Volksblatt. Diese Reichweiten sind aus den absoluten Umfragezahlen rechnerisch ermittelt.³⁹⁸ Die grosse Differenz in der WEMF-Umfrage kann statistisch bedingt sein. Durch die kleine Zufallsstichprobe (105 Befragte aus Liechtenstein/gewichtet) resultiert nämlich ein statistischer Vertrauensbereich von plus/minus knapp 10 Prozent.

Die Entwicklung der Reichweiten gemäss WEMF-Umfrage 2003 haben sofort eine Polemik zwischen den beiden Landeszeitungen ausgelöst. Das Volksblatt strich einen Leserzuwachs auf Seiten des Volksblat-

³⁹⁷ Nach Batliner 1976, S. 183.

³⁹⁸ Wenn in den WEMF-Umfragen beispielsweise 80 Personen angeben, Zeitung A zu lesen, insgesamt aber beispielsweise 100 Personen aus Liechtenstein in der Gesamtstichprobe von rund 23'000 Interviews enthalten sind, kann man daraus eine Reichweite von 80 Prozent ermitteln. Dabei wird die Annahme getroffen, dass nur Personen aus Liechtenstein angaben, Zeitung A zu lesen. Wenn von den 80 Personen beispielsweise 5 aus der Schweiz stammen würden, würden 75 Personen aus Liechtenstein bleiben, die dann für Zeitung A in Liechtenstein eine Reichweite von 75 Prozent ergeben würden. Die ausgewiesene, rechnerisch ermittelte Reichweite mit der Annahme, dass alle Leser aus Liechtenstein stammen, ergibt somit eine Maximalreichweite in Liechtenstein. Man muss aber aufgrund der kleinen Fallzahl auch auf den statistischen Vertrauensbereich von annähernd +/- 10 Prozent hinweisen.

Tabelle 11: Reichweite von Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt in Liechtenstein (in Prozent gerundet)³⁹⁹

	WEMF 2000 ⁴⁰⁰	WEMF 2002 ⁴⁰¹	WEMF 2003 ⁴⁰²	Vaterland 2000	Vaterland 2002
Vaterland	85	76	88	81	78
Volksblatt	61	57	69	66	60
LieWo	–	–	–	–	77

Quelle: WEMF 2000, 2002, 2003. Liechtensteiner Vaterland v. 4. und 10. Nov. 2000. LieWo v. 3. Nov. 2002. Eigene Berechnungen.

tes heraus, der weit über demjenigen des Vaterlandes liege und ein Beweis für die hohe Akzeptanz des Volksblattes nach dessen Verjüngungskur sei. Das Vaterland hielt dem Volksblatt vor, mit falschen Zahlen zu operieren.⁴⁰³ In diesem Zusammenhang muss festgehalten werden,

³⁹⁹ Die Fragen waren bei den drei Umfragen nicht identisch. In der Mach Basic Studie der WEMF wird seit dem Jahr 2000 nach dem tatsächlichen, und nicht mehr nach dem habituellen Leseverhalten gefragt. Die Vaterland-Umfrage fragt nach der regelmässigen Lektüre, worunter jede oder jede zweite Ausgabe verstanden wird.

⁴⁰⁰ In der WEMF-Studie (Mach Basic 2000) stammen 105 Interviewte aus Liechtenstein. Insgesamt gaben 89 bzw. 64 Personen an, dass sie das Vaterland bzw. das Volksblatt lesen. Diese Personen könnten auch Interviewpersonen aus der Schweiz sein. Es ist aber anzunehmen, dass sie fast ausschliesslich aus Liechtenstein stammen, weshalb in der Tabelle der entsprechende Prozentwert direkt aus diesen Zahlen ermittelt wird.

⁴⁰¹ Reichweite 2001 gemäss WEMF in absoluten Zahlen. Die Berechnung basiert auf 23'487 Fällen in der ganzen Schweiz, davon 105 Fälle aus Liechtenstein. Von allen Fällen (23'487) geben 80 an, Vaterland zu lesen, 60 geben an, Volksblatt zu lesen. Das ergibt eine Reichweite von 76 Prozent für das Vaterland und 57 Prozent für das Volksblatt.

⁴⁰² Reichweite 2003 gemäss WEMF in absoluten Zahlen. Die Berechnung basiert auf 23'614 Fällen in der ganzen Schweiz, davon 105 Fälle (gewichtet) aus Liechtenstein. Von allen Fällen (23'614) geben 92 an, Vaterland zu lesen, 72 geben an, Volksblatt zu lesen. Das ergibt eine Reichweite von 88 Prozent für das Vaterland und 69 Prozent für das Volksblatt. In der WEMF-Umfrage wird diese Zahl hochgerechnet mit 17'000 bzw. 22'000 Lesern angegeben.

⁴⁰³ Liechtensteiner Volksblatt vom 9. und 11. September 2003, Liechtensteiner Vaterland vom 10. September 2003. Tatsächlich lösten die WEMF-Zahlen auch in der Schweiz Erstaunen aus. So verbuchten die meisten Titel steigende Leserzahlen, obwohl die Auflagen in den meisten Fällen gesunken war. WEMF-Direktor René Schmutz begründete die ausgewiesenen höheren Leserzahlen mit Änderungen im Fragebogen und teilweise auch mit Abgrenzungsproblemen zwischen Normal- und Grossauflagen. Von Seiten der Medienagenturen wurden die WEMF-Methoden als rückständig kritisiert und die Leserzahlen in Zweifel gezogen. Vgl. Artikel «Weniger Frage bringt mehr Leser» in der Sonntagszeitung vom 14. September 2003, S. 65.

Tabelle 12: Mittelwert der WEMF-Zahlen 2000–2003

	Volksblatt	Vaterland
Fälle in der Stichprobe	65	87
Leser hochgerechnet	15'528	20'681
Reichweite in FL	62,2 %	82,9 %
Reichweite in CH + FL	0,28 %	0,37 %

Quelle: WEMF div. Jahre. Eigene Berechnungen.

dass auf die WEMF-Zahlen im Falle Liechtensteins nur beschränkt Verlass ist. Zum Einen muss nochmals betont werden, dass von den rund 23'000 Interviews, die in der Schweiz und Liechtenstein jährlich geführt werden, nur ungefähr 100 aus dem Raum Liechtenstein stammen. Es geben von allen rund 23'000 Interviewten jeweils rund 60 bis 90 Personen an, das Liechtensteiner Vaterland und/oder das Liechtensteiner Volksblatt zu lesen. Von diesen 60 bis 90 Personen wird dann mit Blick auf die Grundgesamtheit von rund 5,5 Millionen Personen über 14 Jahren hochgerechnet und gerundet. 60 Fälle von 23'000 Interviews ergeben auf die Grundgesamtheit hochgerechnet und gerundet 14'000 Leser. Die kleine Fallzahl mit grosser statistischer Unschärfe und zusätzlich noch das Rundungsproblem wirkt sich bei Zeitungen mit kleiner Verbreitung überproportional aus. Jährliche Zuwächse oder Verluste sind daher mit grosser Vorsicht aufzufassen.⁴⁰⁴ Weniger problematisch ist es, einen Mittelwert aus mehreren Jahren zu bilden. Dieser ist statistisch gesehen weit stabiler als ein einzelnes Jahresergebnis. Bezogen auf die angeführten WEMF-Daten wären die Mittelwerte wie in der Tabelle 12 dargestellt.

Umfragen zu Wahlen, Verfassungsfrage und Verfassungsabstimmung

Die Nachwahlumfrage zeigt einen Anteil von rund 40 Prozent der Wahlberechtigten, in deren Haushalt beide Zeitungen abonniert sind. Noch mehr, nämlich rund 55 Prozent der Befragten lesen beide Zeitungen re-

⁴⁰⁴ Hinzu kommt noch eine methodische Umstellung bei der Erhebung der WEMF-Zahlen, die 2003 zahlenmässig zu einem ausgewiesenen Zuwachs bei den meisten Zeitungen in der Schweiz geführt haben. Vgl. Meldung im Tages-Anzeiger vom 9. September 2003.

Tabelle 13: Reichweite von Liechtensteiner Vaterland, Liechtensteiner Volksblatt und Liechtensteiner Woche (in Prozent)⁴⁰⁵

	Wahl 2001		Verfassung 2001	Abstimmung 2003
	Abo	Leser ⁴⁰⁶	Leser	Leser
Nur Vaterland	29,0	24,9	17,3	18,2
Nur Volksblatt	18,5	14,6	10,6	8,1
Beide	40,4	54,6	63,1	64,4
Anderes	12,1	5,9	9,0	9,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total Vaterland	69,4	79,5	80,4	82,6
Total Volksblatt	58,9	69,2	73,7	72,5
LieWo	–	65,1	70,3	69,8

Quelle: Wahlumfrage 2001. Verfassungsumfrage 2001. Abstimmungsumfrage 2003.

regelmässig. Nur etwa 6 Prozent lesen weder das Vaterland noch das Volksblatt regelmässig. Aus dem Blickwinkel der politischen Kommunikation ist dabei besonders erwähnenswert, dass sich ein Grossteil der Berichterstattung der beiden Tageszeitungen überschneidet. Die Lektüre beider Tageszeitungen drängt sich inhaltlich nur dort auf, wo essentielle Unterschiede in der Berichterstattung zu erwarten sind. Dies betrifft insbesondere den politischen Teil der Zeitungen. Das Interesse der Leser-

⁴⁰⁵ Die Fragen waren bei den verschiedenen Umfragen nicht identisch. In der Nachwahlumfrage von 2001 wurde gefragt, welche Zeitungen abonniert sind («Abo») und welche Zeitungen sonst noch regelmässig, d.h. fast täglich gelesen werden («+ Lesen»). Die Summe dieser beiden bezeichnet die Reichweite. Abonnenten werden als Leser behandelt. Die Daten sind um Mehrfachnennungen (Abo + Leser) bereinigt worden. In der Verfassungsumfrage von 2001 und der Abstimmungsumfrage von 2003 wurde das Leseverhalten bezüglich der verschiedenen Zeitungen direkt abgefragt. Der angegebene Prozentwert entspricht der Antwortvorgabe «regelmässig» (2001) bzw. «regelmässig (fast immer)» (2003). Im Unterschied zu den Tageszeitungen wurde das Leseverhalten gegenüber der LieWo in der Wahlumfrage direkt abgefragt. Die angegebenen Prozentwerte bedeuten in der Wahlumfrage von 2001 «fast immer», in der Verfassungsumfrage von 2001 «regelmässig» und in der Abstimmungsumfrage von 2003 «regelmässig (fast immer)».

⁴⁰⁶ Das Total ergibt sich aus der Zahl der Abonnenten und der zusätzlichen regelmässigen Leser der Tageszeitungen, die um Doppelnennungen bereinigt und in einer neuen Variable zusammengefasst wurden. Doppelleser können bsp. Leute sein, die beide Zeitungen abonniert haben, die eine Zeitung abonniert haben und die andere zusätzlich lesen (etwa am Arbeitsplatz), oder die beide Zeitungen lesen, obwohl sie keine abonniert haben.

schaft, die Standpunkte beider Medien bzw. beider Parteien kennenzulernen, scheint somit ausgesprochen hoch zu sein. Die Daten aus den beiden repräsentativen Umfragen im Rahmen der Verfassungsabstimmung kommen zu leicht modifizierten Resultaten. Der Anteil der Doppelleser liegt um knapp 10 Prozentpunkte höher als in der Wahlumfrage, der Anteil der Residualkategorie um rund 3 Prozent höher, während der Anteil der exklusiven Vaterland- und Volksblattleser etwas tiefer ausfällt. Die Resultate der beiden Verfassungs-Umfragen sind dagegen statistisch weitgehend identisch.

Die exklusiven Leser und die Doppelleser ergeben zusammenge-rechnet die Reichweiten der beiden Tageszeitungen. Diese beträgt im Mittelwert der drei Umfragen für das Vaterland 80,8 Prozent (Mittelwert WEMF 80,5 Prozent; Mittelwert Vaterland-Umfragen 80,5 Prozent), für das Volksblatt 71,8 Prozent (Mittelwert WEMF 59 Prozent; Mittelwert Vaterland-Umfragen 63 Prozent). Die Reichweitenergebnisse für das Vaterland sind somit sehr stabil über alle Umfragen hinweg, während beim Volksblatt deutliche Abweichungen zwischen den Ergebnissen festgestellt werden müssen. Die Ursache liegt sehr wahrscheinlich – neben allfälligen rein statistischen Unschärfen auf Grund kleinerer Fallzahlen bei den kommerziell orientierten Umfragen – in der unterschiedlichen Grundgesamtheit. Das Volksblatt erzielt bei den ausländischen Bewohnern vermutlich eine deutlich schwächere Reichweite als bei den liechtensteinischen Bewohnern, was sich in einer relativ höheren Reichweite bei den Wahlberechtigten ausdrückt. Diese Vermutung kann jedoch mangels Daten nicht überprüft werden.

Beide liechtensteinischen Tageszeitungen weisen im Ergebnis eine beachtliche Reichweite auf, wobei das Vaterland gegenüber dem Volksblatt einen Vorsprung von rund 10 Prozent aufweist, und zwar sowohl bei den Zeitungsubonnements wie auch bei den LeserInnen

Die Lektüre der LieWo bewegt sich ebenfalls auf relativ hohem Niveau. Bei den verschiedenen Umfragen seit 2001 geben zwischen 65 und 70 Prozent der Befragten an, dass sie die LieWo regelmässig lesen.

Mit den Auflagenzahlen von maximal rund 10'000 Exemplaren und einer Leserschaft von rund 15'000 bis 20'000 bewegen sich die liechtensteinischen Zeitungen im Mittelfeld der rund 120 schweizerischen Tageszeitungen. In der Schweiz gehören bei den Tageszeitungen der Blick (746'000 Leser), 20 Minuten (720'000), der Tages-Anzeiger (559'000) und die Mittellandzeitung (366'000) zu den Spitzenreitern. Die Neue Zürcher

Zeitung bringt es auf 324'000 Leser.⁴⁰⁷ Die Auflagen der liechtensteini-
schen Tageszeitungen von 7'000 bis knapp 10'000 Exemplaren bewegen
sich Umfeld von Regional- und Lokalzeitungen wie dem Willisauer Bo-
ten (10'700 verkaufte Ex.), der Jungfrau Zeitung aus Interlaken (9500),
der Engadiner Post aus St. Moritz (8700), dem Entlebucher Anzeiger
(8100), oder der Rheintalischen Volkszeitung aus Altstätten (6500 Ex.).
Der schweizerische Zeitungsmarkt weist aber auch weitere rund 80 Zei-
tungen auf, die verkaufte Auflagen von unter 7000 Exemplaren haben.⁴⁰⁸

5.1.1.5 Auflagenzahlen im internationalen Vergleich

Die Auflagenzahl der Tageszeitungen in Relation zur Bevölkerung be-
wegt sich in Liechtenstein im internationalen Vergleich am oberen Ende
und liegt an der Spitze gemeinsam mit Norwegen. Die Auflage beträgt
knapp 700 Zeitungsexemplare pro 1000 Erwachsenen, die tägliche Reich-
weite liegt mit über 90 Prozent höher als in anderen Ländern und die Zahl
der Titel – auf 1 Million erwachsene Einwohner hochgerechnet – sprengt
jedes Mass. Bei allen drei im Internationalen Handbuch Medien⁴⁰⁹ doku-
mentierten Indices rangiert Liechtenstein an vorderer Stelle. Im Vergleich
mit Deutschland oder Österreich werden rund doppelt so viele
Zeitungsexemplare gedruckt. Hinzu müsste man noch den relativ hohen
Anteil an konsumierten ausländischen Titeln zählen. Rund 90 Prozent –
allerdings bezogen auf die Stimmberechtigten – lesen ausserdem regel-
mässig mindestens eine der beiden Landeszeitungen – etwa die Hälfte von
ihnen sogar Vaterland und Volksblatt. Die Auflage und die Reichweite
liegt somit deutlich über lesefreundlichen Ländern wie Deutschland,
Österreich oder der Schweiz, wo die Reichweite jeweils rund 75 Prozent
beträgt. Die Vereinigten Staaten (55 Prozent) oder die westlichen Indus-
trialländer mit weniger entwickelter Lesekultur wie Frankreich (33 Pro-
zent Reichweite) und Italien (39 Prozent Reichweite) rangieren weit
dahinter. Ein wichtiger Grund für die relativ grosse Auflage und Reich-
weite in Liechtenstein ist die parallele Existenz von zwei Tageszeitungen.
Dies äussert sich an der hochgerechneten Zahl von 77 Titel pro 1 Million

⁴⁰⁷ WEMF 2003.

⁴⁰⁸ WEMF 2003.

⁴⁰⁹ Hans-Bredow-Institut 2002.

Printmedien

Table 14: Durchschnittliche verbreitete Auflage und tägliche Reichweite von Tageszeitungen und Zahl der Tageszeitungen im Jahr 2000⁴¹⁰

Land	Auflage à 1000 Erw.	Tägliche Reichweite in %	Zahl der Titel à 1 Mio. Erw.
Liechtenstein	674	91,0	77
Norwegen	720	86,0	23
Japan	669	80,4	1
Schweiz	454	75,0	18
Grossbritannien	409	>83,8	2
Deutschland	375	78,0	6
Österreich	374	75,7	2
USA	264	55,0	7
Frankreich	190	33,1	2
Italien	121	39,6	2
China	54	k.A.	1
Kamerun	1	19,0	k.A.

Quelle: World Press Trends 2001. Eigene Berechnungen.

Erwachsenen – etwa dreimal so hoch wie im Spitzenland Norwegen, etwa viermal so hoch wie in der Schweiz und etwa zehnmals so hoch wie in Deutschland oder den Vereinigten Staaten. Offenbar ist eine kleine Bevölkerungszahl und eine hohe Titelzahl miteinander korreliert. Für Liechtenstein ergibt sich jedenfalls ein aussergewöhnlicher Wert.

5.1.1.6 Abonnentenstruktur der liechtensteinischen Tageszeitungen

Wer die politische Situation in Liechtenstein kennt, wird damit rechnen, dass es zwischen der Parteibindung mit der Vaterländischen Union oder der Fortschrittlichen Bürgerpartei und der Präferenz für die jeweilige

⁴¹⁰ World Press Trends 2001 nach Hasebrink/Herzog 2002, S. 118. Für Liechtenstein eigene Berechnungen auf der Basis von 26'000 Erwachsenen, 2 Tageszeitungen und den Reichweitenmessungen weiter oben in diesem Kapitel. Zu stark abweichenden Zahlen kommt Publicitas (2003, S. 16) mit Verweis auf WAN 2002/Medienland Schweiz 2002 (allerdings bezogen auf die gesamte Bevölkerung und unter Einbezug vom Amtsblättern und Anzeigern.

Mediennutzung

Tabelle 15: Abonnement von liechtensteinischen Tageszeitungen nach Bevölkerungssegmenten (in Prozent gerundet)

	Keine	Vaterland	Volksblatt	Beide	Total Cramer's V ⁴¹¹	
Fallzahl (N)	97	232	148	323	800	
Fallzahl (%)	12,1	29,0	18,5	40,4	100,0	
Geschlecht						
- Männer	13	26	17	44	100	
- Frauen	11	32	21	37	100	n.s.
Parteiidentifikation ⁴¹²						
- VU	11	49	4	36	100	
- FBP	9	12	34	44	100	
- FL	26	26	17	31	100	0,27**
Zivilstand						
- verheiratet	7	30	17	46	100	
- ledig	29	21	17	33	100	0,19**
Bildung ⁴¹³						
- tief	11	34	21	35	100	
- hoch	14	22	16	48	100	0,17**
Alter						
18–29 Jahre	21	27	14	38	100	
30–39 Jahre	18	36	16	30	100	
40–49 Jahre	8	26	21	45	100	
50–59 Jahre	6	30	23	42	100	
60 und mehr Jahre	12	29	19	40	100	0,13**

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. Lesehilfe: 13 Prozent der Männer haben keine liechtensteinische Tageszeitung abonniert, 26 Prozent nur das Vaterland, 17 Prozent nur das Volksblatt, 44 Prozent beide Zeitungen. Zwischen Männern und Frauen besteht kein signifikanter Unterschied (n.s. = nicht signifikant).

Parteizeitung – Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt – eine enge Assoziation gibt. Gibt es aber auch Unterschiede bezüglich des Alters, des Geschlechts, des Zivilstandes und anderer sozio-

⁴¹¹ In diese Berechnung von Cramer's V wurden nur die exklusiven Vaterland-Abonnenten (232 Fälle) und Volksblatt-Abonnenten (148) Fälle eingeschlossen, um die Unterschiede zwischen diesen beiden polaren Gruppen herauszuarbeiten.

⁴¹² «Welcher Partei standen Sie in den letzten 10 bis 20 Jahren normalerweise am nächsten?». Filter: Nur BekennerInnen (N = 696).

⁴¹³ «Tief» umfasst obligatorische Schule bis Berufsschule, «hoch» bedeutet Mittelschule bis Universität.

demografischer Merkmale? Die Analyse der Daten zeigt, dass dies nicht der Fall ist. Die Parteiidentifikation weist dagegen erwartungsgemäss eine äusserst hohe Assoziation bei hoher Signifikanz mit dem Abonnementverhalten auf.⁴¹⁴ Diese Massgrösse ergibt sich, wenn nur die exklusiven Abonnenten des Vaterlandes bzw. des Volksblattes gegenübergestellt werden. Wenn die – sozusagen neutralen – Doppelabonnenten und Nichtabonnenten in die Berechnung mit einbezogen werden, wird die Assoziation schwächer.⁴¹⁵ Andererseits zeigen sich aber auch weitere Assoziationen. So sind Ledige und Junge seltener Zeitungsabonnenten als Verheiratete und Ältere. Ferner sind besser Gebildete häufiger DoppelleserInnen als weniger Gebildete. Dieses Ergebnis ist nicht überraschend und klingt jedenfalls plausibel.

5.1.2 Präferenzen der Nutzung von liechtensteinischen Tageszeitungen

In diesem Kapitel kann kein eigenständiger Beitrag zur Rezeptionsforschung geleistet werden, indem etwa Prädispositionen der Rezipienten, Selektions- und Verarbeitungsmechanismen der Leserschaft oder ähnliches untersucht werden.⁴¹⁶ Im Rahmen dieser Arbeit werden nur die Präferenzen in der Nutzung der Zeitungen untersucht. Eine Analyse der Dauer und Intensität der Nutzung würde ein ganz anderes Untersuchungsdesign verlangen. Soweit Daten von anderen Ländern vorliegen werden auch Vergleiche angestellt.

Wir haben eine quantitativ sehr hohe Verbreitung der liechtensteinischen Tageszeitungen festgestellt. Im vorliegenden Abschnitt interessieren wir uns nun dafür, welche Teile der Zeitungen besonders hohes Interesse in der Leserschaft hervorrufen. Es muss noch einmal daran er-

⁴¹⁴ Cramer's $V = 0,62^{**}$. Es wurden nur die Fälle mit einer Parteiidentifikation zugunsten der FBP oder VU in das Modell einbezogen.

⁴¹⁵ Cramer's $V = 0,27^{**}$.

⁴¹⁶ Vgl. dazu etwa Früh 1991; Donsbach 1991, 1993; Brosius 1995, 2003; Charlton/Schneider 1997; Eilders 1997; die kritische Beurteilung von Halff 1998; Jäckel 1991; Noelle-Neumann 1999; Schorr u.a. 1999; Bonfadelli 1999, 2000; Grossmann 1999; – oder auch der Bereich des Agenda-Settings, im deutschsprachigen Raum insbesondere untersucht bei Brettschneider 1994; Eichhorn 1996; Rössler 1997. Die Nutzung der Printmedien ist dabei gegenüber der Untersuchung der Nutzung und Wirkung des Fernsehens etwas in den Hintergrund getreten.

Tabelle 16: Interesse für verschiedene Zeitungsrubriken in Liechtenstein

	N	starkes Interesse	%	Mittelwert auf Skala 1–3 ⁴¹⁷
FL Politik	782	433	55	1,5
Leserbriefe	783	354	45	1,7
Wirtschaft	782	302	39	1,8
Kultur/Veranstaltungen	782	286	37	1,8
Menschen ⁴¹⁸	783	262	34	1,9
Sport	783	270	35	2,0
Unfälle/Ereignisse	778	238	31	2,0
Service ⁴¹⁹	780	226	29	2,0
Anzeigen/Inserate	779	118	15	2,3

Quelle: Nachwahlumfrage 2001.

innert werden, dass sich die Befragung auf die Wahlberechtigten als Grundgesamtheit beschränkte.

Das grösste Interesse besteht für die liechtensteinische Politik. 55 Prozent der Befragten haben ein starkes Interesse an diesem Teil der Tageszeitungen. Aber auch die Leserbriefe, der Wirtschaftsteil, der Bereich Kultur/Veranstaltungsberichte sowie Informationen über die Menschen in Liechtenstein wecken noch ein grösseres Interesse in der Leserschaft. Exakt beim Mittelwert von 2 liegen die Themengebiete Sport, Unfälle/Ereignisse und der Serviceteil der Zeitungen. Etwas mässiger ist das Interesse am Anzeigenteil. Insgesamt besteht somit ein relativ starkes Interesse an fast allen Zeitungsteilen. An vorderster Stelle rangieren aber die lokalpolitischen Aspekte.

Ein Vergleich mit Untersuchungsdaten aus Deutschland weist auf eine unterschiedliche Prioritätensetzung hin. Gemeinsam ist in beiden Ländern das hohe Interesse an der lokalen und innenpolitischen Berichterstattung. Hier zeigt sich der hohe Stellenwert von Zeitungen als Informationsdrehzscheibe in Politik und Gesellschaft. Bei den weiteren Nen-

⁴¹⁷ Mittelwert aus einer 3er-Skala (1 = stark interessiert; 2 = mittelmässig interessiert; 3 = kaum interessiert).

⁴¹⁸ Heiraten, Geburten, Todesfälle u.ä.

⁴¹⁹ Veranstaltungshinweise, Kino-, Fernsehprogramme u.ä.

Table 17: Interesse für verschiedene Zeitungsrubriken in Deutschland (in Prozent)

	«... das lese ich im Allgemeinen immer»	
	1991	1999
Lokale Berichte	78	85
Innenpolitik	66	68
Auslandsmeldungen	54	53
Anzeigen	46	49
Leserbriefe	40	47
Leitartikel	36	46
Sport	37	41
Tatsachenberichte aus dem Alltag	41	41
Kultur	26	34
Wirtschaft	29	34
Gerichtsberichte	33	34
Frauenseite	29	31
Technik und Wissenschaft	21	29
Fortsetzungsroman	9	8

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach, IfD Archiv 6075, zit. nach Bundesverband Deutscher Zeitungsverlage (www.bdzv.de/Zugriff am 20. Mai 2003).

nungen treten jedoch Differenzen zutage. In Liechtenstein rangieren die Leserbriefe und die Wirtschaftsberichte deutlich höher als in Deutschland. Die Anzeigen, die in Deutschland offenbar rege zur Kenntnis genommen werden, sowie die Sportberichterstattung lösen dagegen in Liechtenstein ein geringeres Interesse aus als in Deutschland. Da die Fragestellung in den Umfragen in Deutschland und Liechtenstein voneinander abweicht, dürfen die Prozentwerte nicht direkt miteinander verglichen werden. Bezüglich der relativen Präferenz einzelner Rubriken, also der Rangfolge in der Beachtung, ist ein Vergleich jedoch zulässig. Offen bleiben muss jedoch die Frage, ob das liechtensteinische und das deutsche Publikum an sich ein unterschiedliches Leseverhalten aufweisen, oder ob dies eine Wirkung des unterschiedlichen Zeitungsangebotes und des jeweiligen geografischen Horizonts darstellt. Es wäre nämlich durchaus denkbar und plausibel, dass in Deutschland bei Lokalzeitungen beispielsweise die Leserbriefe ähnlich hoch gewichtet werden wie in Liechtenstein, während dies für überregionale Tageszeitungen weit we-

Tabelle 18: Signifikante Interessenunterschiede für verschiedene Zeitungsteile nach Gruppenmerkmalen (Cramer's V)

Zeitungsteil	Geschlecht	Alter ⁴²⁰	Bildung	Partei ⁴²¹
Sport	Mann 0.20**			VP 0.08*
FL Politik	Mann 0.15**	Alte 0.16**	hoch 0.18**	
Kultur/Veranstaltungen	Frau 0.17**	Alte 0.12**	hoch 0.09*	FL 0.10**
Leserbriefe		Alte 0.10*	tief 0.10*	
Wirtschaft	Mann 0.27**		hoch 0.14**	VP 0.11**
Menschen	Frau 0.25**	Alte 0.15**	tief 0.27**	VP 0.11**
Unfälle/Ereignisse			tief 0.23**	VP 0.12**
Anzeigen/Inserate	Frau 0.10*		tief 0.15**	FL 0.09*
Service		Junge 0.15**		FL 0.11**

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. Lesehilfe: Mann 0.20** bedeutet Cramer's V = 0.20 (** hochsignifikant), wobei das Sendeformat eher bei den Männern als bei den Frauen auf Interesse stösst. Bei Feldern ohne Eintrag besteht keine signifikante Assoziation.

niger der Fall sein dürfte. Was auch immer die Ursache sei, bleibt dennoch festzustellen, dass das Leseverhalten in Bezug auf die liechtensteinischen Tageszeitungen anders ausfällt als das Leseverhalten bei den deutschen Zeitungen.

Zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen Liechtensteins zeigen sich markante Unterschiede. Im Vergleich zu den Frauen ist das Interesse der Männer im Bereich Wirtschaft, Sport und Politik höher, während sich die Frauen mehr als die Männer für Menschen, Kultur und den Anzeigenteil interessieren. Die Älteren haben ein besonderes Interesse im Bereich Politik, Menschen und Kultur. Die Jüngeren interessieren sich mehr als die Älteren für Veranstaltungshinweise. Ausgeprägt sind die Unterschiede in der Präferenz der Zeitungsteile auch bei verschiedenen Bildungssegmenten. Die besser Gebildeten interessieren sich überdurchschnittlich für Politik, Wirtschaft und Kultur, die weniger Gebildeten hingegen eher für Menschen, Unfälle/Ereignisse und den Anzeigenteil. Auch die WählerInnen der Parteien setzen ihre Prioritäten

⁴²⁰ Berechnet auf Grundlage einer fünfteiligen Altersgruppierung.

⁴²¹ Nach Wahlentscheid bei den Landtagswahlen 2001. VP = Volksparteien (VU und FBP zusammen); FL = Freie Liste.

Printmedien

Table 19: Reichweite ausländischer Tageszeitungen in Liechtenstein (in Prozent gerundet)

Tageszeitung	Nachwahlumfrage			Vaterland-Umfrage
	Abo	+ Lesen	= Total	Total
Blick		9	9	18
Neue Zürcher Zeitung	9	10	19	16
Tages-Anzeiger	8	8	16	15
Voralberger Nachrichten	1	2	3	12
Werdenberger & Obertoggenburger	1	1	2	12
St. Galler Tagblatt	1	0	1	
Südostschweiz		1	1	

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. Liechtensteiner Vaterland v. 4. und 10. Nov. 2000.

anders. Die WählerInnen der Freien Liste interessieren sich überdurchschnittlich für den Kulturteil und den Serviceteil der liechtensteinischen Tageszeitungen, während sich die WählerInnen der beiden grossen Volksparteien überdurchschnittlich für Unfälle/Ereignisse, Menschen und die Wirtschaft interessieren.

5.1.3 Nutzung ausländischer Tageszeitungen in Liechtenstein

Die Reichweiten ausländischer Tageszeitungen in Liechtenstein sind in den folgenden der weiter oben beschriebenen Umfragen erhoben worden: Wahlumfrage 2001, Verfassungsumfrage 2001, Abstimmungsumfrage 2003 und Vaterland-Umfrage 2002. Wie aus der Tabelle hervorgeht, decken sich die Umfrageergebnisse nicht vollständig. Die Umfrage des Liechtensteiner Vaterlandes zeigt einen deutlich höheren Wert bezüglich des Konsums ausländischer Zeitungen an. Die Ursache ist wohl darin zu suchen, dass in der Vaterland-Umfrage alle über 18-Jährigen befragt wurden, während in der Nachwahlumfrage nur die Wahlberechtigten berücksichtigt waren. Ein Grossteil der Leserinnen und Leser etwa des Blick oder des Werdenberger & Obertoggenburgers dürfte schweizerischer Nationalität sein, während der hohe Anteil der Leserschaft der

Vorarlberger Nachrichten in der Vaterland-Umfrage vor allem auf österreichische Staatsbürger zurückzuführen sein dürfte. Wenn die liechtensteinischen Staatsangehörigen betrachtet werden, stechen vor allem die Neue Zürcher Zeitung und der Tages-Anzeiger als wichtigste ausländische Zeitungen heraus. Neben der bereits sehr hohen Verbreitung der liechtensteinischen Tageszeitungen konsumiert – bei aller Divergenz der Umfragedaten – ein beachtlicher Teil des Publikums zusätzlich ausländische Tageszeitungen.

5.1.4 Abonnentenhäufigkeit und -merkmale in Liechtenstein

Aus den folgenden Tabellen geht hervor, wie viele Zeitungen in den Haushalten der befragten Personen abonniert sind und wie viele Zeitungen regelmässig sonst noch gelesen werden. Dabei werden sowohl die liechtensteinischen Tageszeitungen wie auch die ausländischen Zeitungen berücksichtigt. Unter allen Befragten der Nachwahlumfrage ist nur bei 10 Prozent im Haushalt keine Zeitung abonniert. In 43 Prozent der Haushalte ist eine Zeitung, bei 35 Prozent sind zwei Zeitungen, bei 13 Prozent drei oder mehr Zeitungen abonniert. Der Zeitungskonsum liegt logischerweise noch etwas höher. Nur 4 Prozent geben an, dass sie überhaupt keine Zeitung regelmässig lesen. 20 Prozent lesen regelmässig eine Zeitung, 40 Prozent zwei Zeitungen und 37 Prozent drei oder mehr Zeitungen.

Der Mittelwert der Zeitungsabonnements bei allen Befragten beträgt 1,5 Zeitungen. Die regelmässige Zeitungslektüre bewegt sich bei einem Mittelwert von 2,3 Zeitungen. Einen überdurchschnittlichen Zeitungskonsum weisen Männer, Verheiratete, Personen mit höherer Bildung auf. Unter den Abonnenten heben sich Verheiratete und Personen mit höherer Bildung und mittelalte bis ältere Personen etwas ab.⁴²²

⁴²² Es werden nur die Merkmalsdifferenzen auf hochsignifikantem Niveau (***) zitiert.
⁴²³ Die Frage zu den abonnierten Zeitungen lautete: «Würden Sie mir sagen, welche Tageszeitungen in ihrem Haushalt abonniert sind?» Es wird im Modell davon ausgegangen, dass die abonnierten Zeitungen auch regelmässig gelesen werden. Dies muss allerdings nicht zwangsläufig der Fall sein, da das Zeitungsabonnement von einem Haushaltsmitglied stammen kann und die befragte Person nicht unbedingt die ent-

Printmedien

Table 20: Anzahl abonnerter und regelmässig gelesener (in Klammer) Zeitungen nach ausgesuchten Gruppenmerkmalen (in Prozent gerundet)⁴²³

Gruppenmerkmal	Anzahl abonnerter (regelmässig gelesener) Zeitungen				Cramer's V
	0	1	2	3 +	
Fallzahl (N = 800)	79 (30)	329 (158)	276 (317)	106 (295)	
Fallzahl (%)	9,9 (4)	42,6 (20)	34,5 (40)	13,3 (37)	
Geschlecht	(4)	(20)	(40)	(37)	
– Männer	10 (4)	38 (14)	36 (37)	15 (45)	
– Frauen	10 (3)	46 (26)	33 (42)	11 (29)	n.s. (0.19**)
Parteiidentifikation ⁴²⁴					
– VU	10 (4)	46 (20)	33 (41)	11 (36)	
– FBP	7 (3)	41 (20)	35 (37)	17 (40)	
– FL	15 (7)	41 (21)	31 (35)	12 (38)	0.10* (n.s.)
Zivilstand	(4)	(20)	(40)	(37)	
– verheiratet	5 (3)	40 (18)	38 (39)	16 (40)	
– ledig	24 (8)	36 (17)	29 (39)	10 (36)	0.19** (0.14**)
Bildung ⁴²⁵	(4)	(20)	(40)	(37)	
– tief	10 (3)	51 (25)	31 (44)	8 (27)	
– hoch	10 (4)	32 (13)	38 (33)	20 (50)	0.22** (0.24**)
Alter	(4)	(20)	(40)	(37)	
18–29 Jahre	18 (6)	36 (23)	31 (34)	14 (37)	
30–39 Jahre	16 (5)	48 (20)	29 (44)	7 (30)	
40–49 Jahre	6 (2)	40 (17)	38 (38)	16 (43)	
50–59 Jahre	6 (4)	36 (16)	41 (40)	17 (40)	
60 und mehr Jahre	4 (2)	49 (24)	33 (39)	15 (37)	0.14** (n.s.)

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. Lesehilfe: 10 Prozent der Männer haben keine Zeitung abonniert (4 Prozent lesen keine Zeitung), 38 Prozent haben 1 Zeitung abonniert (14 Prozent lesen 1 Zeitung) usw. Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Zahl von Zeitungs-Abonnements nicht (Männer lesen aber hochsignifikant** mit Cramer's V = 0.19 mehr Zeitungen als Frauen).

sprechende Zeitung regelmässig lesen muss. Die Nachfolgefrage lautete: «Können Sie mir sagen, welche Tageszeitungen Sie persönlich (sonst noch) regelmässig, also fast täglich lesen (zu Hause oder anderswo)?» Die Summe der abonnierten und zusätzlich gelesenen Zeitungen ergibt die neu gebildete Variable «Zahl regelmässig gelesener Zeitungen».

⁴²⁴ «Welcher Partei standen Sie in den letzten 10 bis 20 Jahren normalerweise am nächsten?»

⁴²⁵ «Tief» umfasst obligatorische Schule bis Berufsschule, «hoch» bedeutet Mittelschule bis Universität.

5.1.5 Zusammenfassung

Das Lesepublikum in Liechtenstein sieht sich weitgehend gezwungen, beide existierenden liechtensteinischen Tageszeitungen zu lesen, um sich über die politischen Begebenheiten im Landes möglichst umfassend zu informieren. Ein Anspruch auf eine neutrale Berichterstattung besteht weder auf Seiten der beiden Parteizeitungen, noch macht sich das Lesepublikum diesbezüglich grosse Illusionen. Die Strategie der Leserschaft ist daher die Doppelnutzung beider Zeitungen, um in der politischen Berichterstattung die eine wie die andere Seite zu hören, und sich daraus, sowie aus den weiteren Informationen, die in einem Ministaat durch persönliche Erfahrungen, durch interpersonelle Kommunikation und weiteres Wissen aus Schule, Beruf oder der Nutzung ausländischer Medien gewonnen werden kann, ein Bild zu machen. Den beiden Zeitungen kann es recht sein, wenn möglichst viele Leser beide Zeitungen lesen, oder noch besser abonnieren. Rund zwei Drittel der Erwachsenen lesen tatsächlich beide Zeitungen regelmässig. Liechtenstein weist wegen der parallelen Existenz von zwei Tageszeitungen eine im internationalen Vergleich grosse Mediendichte auf – immerhin zwei Zeitungen und andere Medien in einem Land mit rund 34 000 Einwohnern –, obwohl die Medienvielfalt absolut betrachtet eher ärmlich ist. Die Reichweite der beiden Tageszeitungen bewegt sich bei rund 70 bis 80 Prozent, also ebenfalls auf äusserst hohem Niveau. Das Liechtensteiner Vaterland weist gegenüber dem Volksblatt einen Reichweitenvorsprung auf. In der Abonnentenstruktur unterscheiden sich die beiden Zeitungen geringfügig, aber dennoch signifikant. Insbesondere die Parteidentifikation steuert das Abonnentenverhalten, indem Anhänger der VU eher das Vaterland, Anhänger der FBP eher das Volksblatt vorziehen. Die Leserschaft interessiert sich dabei beim Konsum liechtensteinischer Zeitungen insbesondere für die innenpolitischen Aspekte. Namentlich finden auch die Leserbriefe eine hohe Beachtung. Die liechtensteinischen Tageszeitungen bedienen damit jene Interessen, die generell von der Lokalpresse abgedeckt werden. Da in Liechtenstein die lokale zugleich die nationale Ebene ist, müssen die Zeitungen auch Informationsinteressen abdecken, die den üblichen Rahmen von Lokalzeitungen übersteigen. Das grosse Interesse an der politischen Berichterstattung und den Meinungen der Leserschaft unterstreicht, dass die Zeitungen eine wichtige Funktion für die politische Diskussion und Meinungsbildung in Liechtenstein erfül-

len. Die Form der Leserbriefe unterläuft dabei auch massgeblich die parteipolitisch motivierte Berichterstattung der Redaktionen und relativiert dabei die politische Meinungsmacht der Medien. Je nach Geschlecht, Alter und Bildung variieren die Interessen an den verschiedenen Zeitungsteilen leicht. Die Nutzung einheimischer Zeitungen wird von manchen noch ergänzt durch die Nutzung ausländischer Zeitungen, insbesondere aus der Schweiz. Blick, Neue Zürcher Zeitung und Tages-Anzeiger erreichen in Liechtenstein rund 15 bis knapp 20 Prozent der Leserinnen und Leser. Die Lesefreudigkeit ist besonders hoch bei Menschen mit höherer Bildung und bei Männern etwas ausgeprägter als bei Frauen.

Die politische Meinungsmacht der beiden Parteizeitungen in Liechtenstein wird somit durch mindestens vier Faktoren in Frage gestellt. Erstens lesen viele sowohl das Vaterland wie auch das Volksblatt, womit sie in vielen politischen Auseinandersetzungen sowohl das Pro wie auch das Contra erfahren und abwägen können. Zweitens kann die Leserschaft in den kleinräumigen und sozial eng verflochtenen Verhältnissen Liechtensteins wesentliche Informationen auch direkt und unabhängig von den Medien aufnehmen, sei dies durch persönliche Erfahrung, Teilnahme an Veranstaltungen, interpersonelle Kommunikation u. a. Drittens stellen die abgedruckten Lesermeinungen ein bedeutendes Korrektiv zur redaktionellen Berichterstattung dar. Sie können Themen auf die Agenda setzen, die sonst untergehen würden oder die als politisch zu heikel betrachtet werden. In die Reihe dieser Leserbriefe hat sich in den letzten Jahren auch die Form von Forumsbeiträgen eingereiht, die Verlautbarungen von Vereinen, Verbänden, Interessengruppen oder sogar der konkurrenzierenden Freien Liste enthalten. Auf diese Weise ist das Meinungsmonopol der Parteien in ihren eigenen Zeitungen massgeblich unterminiert. Viertens stellt Liechtenstein keine Insel dar. Die Menschen können die lokalen Informationen und Ereignisse auch in einen internationalen Kontext stellen. Sie konsumieren ausländische Medien – Printmedien ebenso wie elektronische Medien. Einerseits werden damit auch in beschränktem Umfang Berichte und Reportagen über Liechtenstein von ausländischen Medien zur Kenntnis genommen. Diese können die einheimische Berichterstattung teilweise korrigieren, obwohl darauf hingewiesen werden muss, dass solche Berichte eher selten sind, auf wenige herausragende Ereignisse fokussiert und nicht selten auch holzschnittartig oder clichéhaft aufgemacht sind. Andererseits

– und dies ist die wichtigere Funktion ausländischer Medien – können Ereignisse, Erfahrungen, politische Auseinandersetzungen, politische Themensetzungen und vieles weitere, welches aus ausländischen Medien erfahren wird, auf die politischen Einstellungen, die politische Themenstellung, Auseinandersetzung, Zielsetzung und Problemlösung in Liechtenstein abfärben. Bedingung ist hierfür die Nutzung ausländischer Medien. Dies ist in beschränktem Umfang bei den Printmedien, jedoch vollständig beim Fernsehen der Fall.

5.2 Elektronische Medien

5.2.1 *Radio*

5.2.1.1 *Untersuchungsrichtungen*

Die Messung der Hörgewohnheiten der Menschen eines Landes oder einer Region sind aus zwei Perspektiven notwendig oder wünschenswert. Einerseits interessiert sich die Kommunikationswissenschaft dafür, wer welche Sender bzw. welche Programme in welcher Intensität und Dauer konsumiert, um je nach Forschungsinteresse unterschiedliche Hörersegmente zu identifizieren, Mechanismen der Informationsaufnahme und -verarbeitung zu erkennen oder etwa Einflüsse des Medienkonsums auf Einstellungen oder Verhalten, insbesondere auch politisches Verhalten bei Wahlen und Abstimmungen, zu untersuchen. Das methodische Spektrum reicht dabei von experimentellen Anordnungen bis hin zu den verschiedenen Befragungsmethoden. In unserem Falle liegen bezogen auf die Mediennutzung Daten der bereits weiter oben erwähnten repräsentativen Umfragen aus Liechtenstein vor, in denen nach der Präferenz von Radiosendern, der durchschnittlichen Hördauer und Ähnlichem gefragt wurde.

Andererseits interessieren sich die Medienunternehmer selbst sowie deren Werbekundschaft für die Reichweiten ihrer Sender, die Hördauer und die Marktanteile, bevorzugt mindestens aufgeschlüsselt nach Wochentagen und Sendezeiten sowie nach Altersgruppen. Insbesondere mit dem Aufkommen der Privatradios, deren finanzielles Standbein der Werbeverkauf ist, sind diese Daten zur relevanten Münze im Werbegeschäft geworden. Die Privatradios bzw. deren Werbekundschaft hat

dabei in der Regel ein spezielles Augenmerk auf das aus Werbesicht offenbar interessante Zielpublikum der Jüngeren gerichtet. In den entsprechenden Erhebungen wird daher neben der Gesamtheit der Befragten auch diese Altersgruppe ausgewiesen.⁴²⁶ Für die meisten Privatradios liegt die Zielgruppe bei den rund 15 bis 49-Jährigen.⁴²⁷

Messmethoden und Daten

Bei der Radionutzung interessieren wir uns vor allem für die Nutzung von Radio L. Um die Reichweite von Radio L zu erfassen, müssen drei Märkte betrachtet werden: Liechtenstein, das St. Galler Rheintal und Vorarlberg. Das sind die Gebiete, in denen Radio L empfangbar ist.

Der liechtensteinische Hörermarkt wird nicht durch ein eigenes Medienbeobachtungssystem erfasst, sondern ist dem schweizerischen System angeschlossen. Bis ins Jahr 2002 wurden die Daten im Auftrag der Publicadata, die Medienforschungsstelle und Tochterunternehmung der SRG SSR idée suisse, per Umfrage erhoben. Seit dem Jahr 2001 werden die quantitativen Radiohörgewohnheiten mit dem Radiocontrol-System erfasst, wodurch exaktere Ergebnisse erzielt werden. Die minutengenaue Erfassung erfolgt mittels akustischen Aufzeichnungsgeräten, die wie eine Armbanduhr von Freiwilligen getragen werden, welche zweimal pro Jahr aufgefordert werden, das Aufzeichnungsgerät zu tragen.⁴²⁸ Die Stichprobe wird durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut IHA-GfK rekrutiert. Bei der Ermittlung der Tagesreichweite

⁴²⁶ In Österreich wird die Altersgruppe von 14–49 Jahren (bei einer Grundgesamtheit von 10+ Jahren) ausgewiesen. In der Schweiz werden die Altersgruppen noch weiter spezifiziert in die Segmente 15–24 Jahre, 25–34 Jahre, 35–49 Jahre und 50+ Jahre.

⁴²⁷ Vgl. etwa die Zielgruppenbestimmung der schweizerischen Privatradios bei IP Media (Schweiz) 2003. Einige Sender setzen die Grenze unten bei 20 Jahren, einige setzen die Grenze oben bei 35, 40 oder 45 Jahren an. Ausnahmen sind Radio Central (UR, SZ, GL, oberer Zürichsee, Linthgebiet), der mit Hits der 60er Jahre bis heute die Zielgruppe von 24–64 Jahre ansprechen will, ferner Eviva, der via Kabel in der ganzen Deutschschweiz empfangbar ist, volkstümliche Lieder sendet und ein Zielpublikum ab 35 Jahren anpeilt, und schliesslich auch Tropic mit Musik aus Afrika, Asien, Lateinamerika usw., welcher ein Zielpublikum von 3–99 Jahren angibt.

⁴²⁸ Radiocontrol ist ein in der Schweiz entwickeltes elektronisches, in eine Armbanduhr integriertes Messgerät. Das technische Aufzeichnungssystem registriert minutengenau alle Geräusch in der Umgebung und kann durch einen Audiovergleich mit den Geräuschen aller empfangbaren Radio- und Fernsehsender – zum Erhebungszeitraum 128 Radio- und 59 Fernsehstationen – minutenscharf ermitteln, welcher

wird eine Mindesthördauer von drei Minuten vorausgesetzt. Bei der ersten Untersuchung mit dem Radiocontrol-System wurden nur die Hör- und Sehgewohnheiten in der Schweiz (genauer genommen in der Deutschschweiz und der Westschweiz) erfasst. Das Gebiet Liechtenstein wurde erst in den Messungen ab dem vierten Quartal 2001 miterfasst. Aber auch die Daten von 2001 gaben bereits interessante Ergebnisse und Erkenntnisse, auch für unser Untersuchungsgebiet. Eine Erkenntnis lag darin, dass jeder Sender versucht, die Datenerfassung zu seinen Gunsten zu interpretieren. Je nach Abweichung gegenüber den früheren Reichweiten- und Marktanteilsresultaten zeigten sich die Medienunternehmer auch kritisch bis ablehnend gegenüber dem neuen Messsystem. Für kleine Regionen kommt ein statistisches Problem hinzu: mit den 431 Erfassungsgeräten in der Deutschschweiz, wovon acht Geräte in Liechtenstein, bleibt für ein kleines Sendegebiet eine sehr kleine Zahl an Aufzeichnungsgeräten. Schwankungen in der ausgewiesenen Reichweite sind daher an der Tagesordnung.⁴²⁹ Bei weiteren Segmentierungen nach Altersklassen oder Geschlecht wird die entsprechende Stichprobe noch kleiner und der statistische Vertrauensbereich entsprechend grösser.

In Österreich erfolgt die Erfassung der Reichweite unter dem Begriff Radiotest seit Januar 1993 mittels Umfrage. Basis bildet die Erinnerungsfrage «welchen Sender haben Sie gestern gehört». Durchgeführt wird die Umfrage mit CATI-Methode im Auftrag des Österreichischen

Sender wann von wem wie lange gehört wird. Bedingung für ein zuverlässiges und gültiges Ergebnis ist die repräsentative Auswahl der Träger und das ununterbrochene Tragen des Messsystems durch die Stichprobenpersonen. Identifikationsprobleme können sich ergeben, wenn zwei Sender parallel das gleiche Programm ausstrahlen, also etwa die Nachrichten von «Radio aktuell» beim Sender «Radio Ri» mitübertragen werden. Die Zuweisung muss dann nach Plausibilität erfolgen, also etwa in Betracht ziehen, welcher Sender vorher oder nachher gehört wird. Der Systemwechsel vom Face-to-face-Interview (Erinnerungsfragen) hin zur RadioControl-Messung hat einige Datenanpassungen bewirkt: die gemessene Reichweite stieg von 70 auf 93 %, die Hördauer sank von 170 auf 110 Minuten pro Tag, es werden durchschnittlich mehr Sender gehört als vorher ermittelt (2,4 statt 1,2), im Tagesverlauf haben sich zwischen 17.00 und 19.00 Uhr erhöhte Werte gezeigt und Programme mit höheren Wortanteilen wiesen höhere Reichweiten aus. Die Marktanteile der einzelnen Sender haben sich auch mit der neuen Erhebungsmethode nur geringfügig geändert. Vgl. Kenel 2001 und 2003, S. 11.

⁴²⁹ So äusserte sich etwa der Geschäftsführer von Radio Ri, Max Müller, in einem Beitrag von *Wirtschaft regional*, der Samstagsbeilage des Liechtensteiner Vaterlandes, vom 2. August 2003. Darin liess er verlauten, dass die ermittelte Zahl der Zuhörer von einem Monat auf den anderen sich verdoppeln könne, um sich dann im nächsten Monat wieder zu vierteln.

Tabelle 21: Täglicher Radiokonsum in Liechtenstein 2001 und Vergleich mit Deutschland

Radiokonsum	Liechtenstein		Deutschland
	Häufigkeit	Prozent	Prozent
0 Minuten	38	5	6
bis 30 Minuten	175	22	10
bis 1 Stunde	187	23	15
bis 2 Stunden	118	15	22
über 2 Stunden	274	34	45
k.A./weiss nicht	8	1	1
Total	800	100	

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. ALLBUS 1998.

Tabelle 22: Anzahl regelmässig gehörter Radiosender

Zahl der Sender	N	Prozent
0 Sender	104	17
1 Sender	311	52
2 Sender	122	20
3 Sender	42	7
4 Sender	20	3
5 Sender	1	0
6 Sender	2	0
Total	602	100

Quelle: Verfassungsumfrage 2001.

Rundfunks von Fessel GfK, Institut für Marktforschung. Täglich werden rund 70 Personen ab zehn Jahren telefonisch über die Radionutzungsgewohnheiten befragt. Das ergibt im Jahr rund 24'000 Interviews, mit denen die Tagesreichweite (mindestens eine Viertelstunde Radio gehört), die Viertelstundenreichweite (Reichweite einzelner Viertelstunden), die Hördauer und der Marktanteil (Hördauer eines Senders prozentuiert an der Hördauer «Radio gesamt») ermittelt werden.

5.2.1.2 Radiokonsum

Bevor die Nutzung bestimmter Radiosender dargestellt wird, soll der generelle Radiokonsum betrachtet werden. In der Nachwahlumfrage gaben die Befragten an, dass sie durchschnittlich knapp drei Stunden täglich Radio hören.⁴³⁰ Weniger als fünf Prozent geben an, dass sie gar nie Radio hören. Etwa die Hälfte hört täglich nach eigenen Angaben über eine Stunde Radio. Der Mittelwert des in der Wahlumfrage erhobenen Radiokonsums liegt bei 170 Minuten und damit in der Nähe des mit dem ALLBUS in Deutschland erhobenen Mittelwertes von 177 Minuten.

Die Radionutzung muss sich selbstverständlich nicht auf einen einzigen Sender beschränken. Rund die Hälfte aller Befragten hört nur einen Sender regelmässig, 20 Prozent hören dagegen zwei Sender, rund 10 Prozent sogar 3 oder mehr Sender regelmässig. Auf der anderen Seite geben 17 Prozent an, dass sie überhaupt keinen Radiosender regelmässig hören.

5.2.1.3 Nutzung von Radiosendern

Fast die Hälfte der Befragten in der Nachwahlumfrage 2001 geben Radio L als denjenigen Sender an, den sie am häufigsten hören. In der Verfassungsumfrage im gleichen Jahr wurde mit der Frage, welches der Lieblingssender sei, ein um rund 10 Prozent tieferer Wert ermittelt. Radio L ist bzw. war in Liechtenstein unzweifelhaft der Marktleader. Dabei ist zu berücksichtigen, dass nur die Wahlberechtigten befragt wurden. Bei den in Liechtenstein wohnhaften AusländerInnen dürfte sich die Hörgewohnheit etwas stärker nach dem Herkunftsland richten. Das heisst, dass Schweizer öfter schweizerische Sender, Österreicher öfter österreichische Programme konsumieren als die befragten LiechtensteinerInnen. Die in der Umfrage erhobene Präferenz von Radio L im Empfangsgebiet Liechtenstein ist demnach als Maximalgrösse zu betrachten.

Unter den ausländischen Radiosendern rangieren gemäss Nachwahlumfrage von 2001 DRS I und Radio Vorarlberg zuoberst (14 und 10 Prozent). Es folgen die dritten Programme von DRS und ORF (8 und 6 Prozent). Weit abgeschlagen in der Publikumsgunst liegt Radio Ri

⁴³⁰ Mittelwert Radiokonsum = 170 Minuten (N = 792; FILTER: k.A./weiss nicht).

Table 23: Bevorzugter Radiosender des liechtensteinischen Publikums

	Wahlumfrage 2001 ⁴³¹		Verfassungsumfrage 2001 ⁴³²	
	N	%	N	%
Radio L	370	46	213	35
DRS I	113	14	98	16
Radio Vorarlberg	76	10	75	13
DRS III	65	8	40	7
Ö III	46	6	45	8
Radio Ri	18	2	14	2
Andere	64	8	61	10
K.A./Weiss nicht	13	2	56	9
Hört nie Radio	35	4	–	n.e.
Gesamt	800	100	602	100

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. Verfassungsumfrage 2001.

(2 Prozent). In der Verfassungsumfrage zeigen sich etwas höhere Werte für die staatlichen Programme von DRS und ORF, die zulasten von Radio L gehen. Radio Ri rangiert aber auch in dieser Umfrage bei mageren zwei Prozent.

Das Hörverhalten widerspiegelt die Präferenz für einzelne Sender. Radio L nimmt auch diesbezüglich die Spitzenposition ein: 49 Prozent geben an, Radio L regelmässig zu hören, 19 Prozent manchmal, 21 Prozent selten und 10 Prozent nie. DRS I wird von 22 Prozent regelmässig gehört, Radio Vorarlberg von 18 Prozent. Es folgen DRS III und Ö3 mit je 11 Prozent und Radio Ri mit 8 Prozent. Da man mehrere Sender regelmässig hören kann, summiert sich das Total in der Tabelle auf über 100 Prozent.

Was für die Hörgewohnheit der AusländerInnen in Liechtenstein als Vermutung geäussert wurde, kann in etwas modifizierter Form auch für das Oberland und Unterland angenommen werden. Es ist damit zu rechnen, dass im Unterland auf Grund der geografischen Nähe und der

⁴³¹ Die Frage lautete: «Welchen Radiosender hören Sie am häufigsten?».

⁴³² In der Umfrage wurde zunächst gefragt, wie häufig einzelne Radiosender gehört werden. Die Anschlussfrage lautete dann: «Und welcher dieser Sender ist Ihr Lieblingsender?»

Mediennutzung

Table 24: Hörintensität bei verschiedenen Radiosendern (in Prozent)

Sender	Hörverhalten nach Häufigkeit					Total
	regelmässig	manchmal	selten	nie	k.A.	
Radio L	49	19	21	10	1	100
DRS I	22	16	24	36	1	100
Radio Vorarlberg	18	20	21	40	1	100
DRS III	11	19	29	40	1	100
Ö3	11	17	29	42	1	100
Radio Ri	8	19	38	34	1	100
Total	119	110	162	153	6	

Quelle: Verfassungsumfrage 2001.

traditionell engeren Bindungen eher österreichische Programme gehört werden als im Oberland und im Oberland dafür eher schweizerische Programme. Dies lässt sich mit den erhobenen Daten tatsächlich belegen. 18 Prozent der UnterländerInnen bevorzugen ORF-Radiosender gegenüber 8 Prozent der OberländerInnen. Umgekehrt bevorzugen 26 Prozent der OberländerInnen DRS-Programme gegenüber 16 Prozent der UnterländerInnen.

5.2.1.4 Reichweitenmessung mit Radiocontrol

Die Reichweitenmessungen der Hörerforschung der SRG mittels Radiocontrol bestätigt die Prioritätensetzung des liechtensteinischen Radiopublikums, wie sie sich in der oben dargestellten Umfrage gezeigt hat. Auch bei dieser methodisch abweichenden Erhebung führt Radio L mit einer Tagesreichweite von rund 50 Prozent, während DRS I auf knapp 20 Prozent, Radio Ri auf etwas unter oder über 10 Prozent kommt. Die ORF-Sender weisen Tagesreichweiten in der Grössenordnung der DRS-Sender auf. Der private Sender Antenne Vorarlberg ist auf dem liechtensteinischen Hörermarkt weitgehend unbedeutend.

In den folgenden Abschnitten interessiert, wie gross die Verbreitung von Radio L insgesamt ist, also auch über den liechtensteinischen Hörermarkt hinaus. In einer Pressemitteilung berichtete Radio L im September 2001 von «erfreulichen Ergebnissen», weil Radiocontrol für

Table 25: Tagesreichweite verschiedener Radiosender in Liechtenstein (in Prozent)

Sender	2001	2002	2003
Radio L	45	51	49
DRS I	20	16	15
Radio Ri	12	6	6
Ö1		5	
Radio Vorarlberg		18	8
Ö3		11	
Antenne Vorarlberg		5	

Quelle: SRG Publicadata, Hörerforschung Bern (nach Regierung 2003: 7). GfK Media Research 2002.

Radio L «in der Deutschschweiz, genauer im Rheintal, 34'000 treue Hörer von Sargans bis Altstätten» ausweise.⁴³³ Radio L addierte diese 34'000 Hörer mit der Stammhörerschaft von Radio L in Liechtenstein und Vorarlberg auf insgesamt 64'000 «treue Hörer» (womit Radio L für Liechtenstein und Vorarlberg eine «treue Hörerschaft» von 30'000 annahm). Tatsächlich waren die erhobenen 34'000 Hörer in der Schweiz aber nicht «treue Hörer», sondern die Tagesreichweite des Senders. Diese Kennziffer bedeutet nur, dass täglich durchschnittlich 34'000 HörerInnen aus der Schweiz irgendwann Radio L hörten, es sagt aber nichts über die tatsächliche Dauer und die zusätzliche Nutzung anderer Sender aus. Auch kurzes Hören im Auto, bei Bekannten, am Arbeitsplatz usw. wird registriert. Für Radio Ri wird im gleichen Erhebungszeitraum eine Tagesreichweite von 71'200 gemessen, also mehr als doppelt so hoch wie für Radio L.

Im Sendegebiet von Radio L im St. Galler Rheintal bewegt sich der Sender in der Tagesreichweite gemäss Bericht der Regierung zur Einführung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks etwa auf dem Niveau von Radio Ri und deutlich hinter DRS I. Diese Zahlen müssen allerdings hinterfragt werden. In den Datenauswertungen der Publicadata werden nämlich andere Zahlen genannt. Kompliziert wird die Darstellung inso-

⁴³³ Liechtensteiner Volksblatt vom 1. September 2001.

Mediennutzung

Tabelle 26: Tagesreichweite verschiedener Radiosender im Sendegebiet von Radio L im St. Galler Rheintal (in Prozent)

Sender	2001	2002	2003
Radio L	15	16	18
DRS I	30	30	30
Radio Ri	13	17	14

Quelle: Regierung 2003, S. 7 mit Verweis auf SRG Publicadata, Hörerforschung Bern.

fern, als für die Ausweisung der Hörerzahlen unterschiedliche Gebiete abgegrenzt werden. Die für die Schweizer Radios publizierten Zahlen beziehen sich auf den Schweizer Hörermarkt. Der Marktanteil von Radio Ri von 0,3 Prozent bezieht sich somit auf das gesamte Hörvolumen in der Schweiz. Liechtenstein ist in diese Daten nicht einbezogen. Es wird aber für Liechtenstein eine separate Auswertung gemacht, die sich auf den Liechtensteiner Hörermarkt bezieht. Mit anderen Worten müssen die Hörerzahlen von Radio L und Radio Ri aus beiden Gebieten (CH und FL) addiert werden. Es wird aber noch ein weiteres Gebiet abgegrenzt, nämlich das sogenannte Empfangsgebiet von Radio Ri (Gebiet Ri), das allerdings nicht das gesamte Empfangsgebiet, sondern nur einen Teil des St. Galler Rheintals umfasst. Als weitere Schwierigkeit kommt hinzu, dass bei den publizierten Daten der Medienbeobachtungsinstitute nicht alle Sender berücksichtigt werden.

Marktanteile der Radiosender

Die Reichweiten berücksichtigen ausserdem nicht die Hördauer der Radiokonsumenten und beschränken sich auch nicht auf einen einzelnen Sender. Es kann jemand auch verschiedene Sender mit unterschiedlicher Dauer hören, sodass die Summe der Reichweiten über 100 Prozent betragen kann. Um die relative Stärke der Sender, somit also die Marktanteile zu ermitteln, muss die Hördauer mitberücksichtigt werden. Da nicht alle Sender in den Erhebungen miterfasst werden und teilweise auch Abgrenzungsschwierigkeiten mit den verschiedenen Hörermärkten auftauchen, stellen die Marktanteile in der Tabelle 27 Schätzwerte dar, die aber ziemlich nah an der Realität sein dürften.

Table 27: Marktanteil 2003 verschiedener Radiosender in der Schweiz und in Liechtenstein (geschätzt) (in Prozent)

Sender	Gebiet Liechtenstein ⁴³⁴	Gesamte Schweiz
Radio L	41	0,1
DRS I	14	42,6
Radio Vorarlberg	14	n.e.
DRS 3	7	12,5
Hitradio Ö3	7	n.e.
Radio Ri	4	0,3
Antenne Vorarlberg	3	0,1
andere	10	44,5 ⁴³⁵
Total	100	100

Quelle: SRG Publicadata 2003. Verschiedene Umfragen. Schätzungen.

Negativ für die Marktposition von Radio L war, dass Radio L eine unterdurchschnittliche Hördauer aufwies. Die Radiocontrol-Messung ergab, dass Radio L von den Hörern durchschnittlich rund 20 Minuten lang gehört wird. Damit bewegt sich Radio L am unteren Rand der Hördauer von Privatradios. Radio Ri wird durchschnittlich rund 30 Minuten gehört, das St. Gallische Radio aktuell knapp 50 Minuten, die grossen Sender wie Radio 24, Radio Z und Argovia bringen es auf eine durchschnittlich Hördauer von rund 60 Minuten. Die Reichweite der Sender und die Hördauer sind hochsignifikant positiv miteinander korreliert: Reichweitenstarke Sender werden in der Regel nicht nur von mehr Leuten, sondern auch länger gehört.⁴³⁶ Radio L wirkt denn auch im Vergleich mit anderen Privatradios der Schweiz als Zwerg. Die bedeutenden Sender weisen eine mehr als zehnfache Gesamthördauer als Radio L auf. Von den 24 terrestrisch empfangbaren Sendern rangieren in der Deutschschweizer Publikumsgunst nur noch der deutschsprachige Sen-

⁴³⁴ Die Schätzung erfolgt auf der Basis vorhandener Umfragen von Radiocontrol und Radiotest sowie verschiedener Meinungsumfragen mit u.a. Fragen über die Hörgeohnheiten in Liechtenstein.

⁴³⁵ Ausländische Sender machen 8,1 Prozent aus, weitere SRG SSR-Sender 11,7 Prozent und weitere private Sender 24,7 Prozent.

⁴³⁶ Korrelationskoeffizient von 0,73** nach Pearson. Vgl. Grafik bei Radio Tele 2003, S. 14.

Mediennutzung

Tabelle 28: Vergleich der Gesamthördauer ausgewählter Privatradios, deren Marktanteile und Sekundenpreise 2003⁴³⁷

Radio	Gesamthördauer (Mio. Minuten)	Marktanteile (%)	Sekundenpreis Mo-Fr 12–13 Uhr	1000-Kontaktepreis ⁴³⁸
Radio 24	14,3	3,2	32	10,1
Hitradio Z	10,4	2,5	24	12,3
Argovia	9,9	2,0	31	14,1
Pilatus	7,6	1,7	23	12,3
Zürisee	7,5	1,6	20	12,9
Grischa	5,9	1,1	20	12,3
Radio aktuell	3,3	0,7	16	23,0
Radio Ri	1,5	0,3	8	20,4
Radio L	0,6	0,2	12	59,1
toxic.fm	0,5	0,1	4	19,7
Antenne Vorarlberg	0,6	0,1	4,39	28,6

Quelle: Radiocontrol. IP Media (Schweiz). Eigene Berechnungen.

der von Fribourg, sowie Tropic und toxic.fm hinter Radio L. Da das Gesamthörvolumen auch für die Ermittlung des Marktanteils massgeblich ist, weist Radio L einen bescheidenen Marktanteil von 0,1 bis 0,2 Prozent in der Deutschschweiz auf.

Die Sekundentarife der einzelnen Sender weichen stark voneinander ab. Die grossen Sender wie etwa die Zürcher Stadtsender haben zwar bedeutend höhere Sekundenpreise als die kleineren Sender, zu denen auch Radio L zählt. Auf der anderen Seite ist aber deren Marktanteil bzw. die Gesamthördauer auch bedeutend grösser. Mit welchem Radiosender fährt also der Kunde besser? Der 1000-Kontaktepreis ist in dieser

⁴³⁷ Die Gesamthördauer ist berechnet aus der durchschnittlichen Reichweite und der durchschnittlichen Hördauer gemäss Angaben von Radiocontrol. Die Marktanteile berechnen sich aus dieser Gesamthördauer, wobei auch die öffentlich-rechtlichen und ausländischen Sender einbezogen werden. Die Tarife von 2003 stammen von IP Media (Schweiz) 2003.

⁴³⁸ Periode Januar-April 2003 (Montag bis Freitag) nach IP Multimedia (Schweiz). TKP = 20⁹/StNR-T (Tausendkontaktepreis = Preis für 20 Sekunden Werbung in CHF geteilt durch Nettoreichweite pro Stunden bzw. durchschnittliche Stundenreichweite in 1000 Hörer).

Hinsicht eine zuverlässige Vergleichsgrösse. Das Resultat bewegt sich zwischen 10,1 (Radio 24) und 59,1 Franken (Radio L). Um eine gewisse Zahl von Werbekontakten mit dem Hörpublikum herzustellen, ist Werbung auf Radio L also rund sechsmal teurer als bei Radio 24. Zwischen der Reichweite eines Senders und dem Kontaktpreis besteht ein deutlicher Zusammenhang. Grosse Sender bieten relativ günstigere Werbentarife an. Das hängt damit zusammen, dass die Kosten für das Radio machen nicht linear mit der Grösse des erreichten Publikums steigen. Es kommt aber auch hinzu, dass sich die grösseren Sender oftmals einen starken Konkurrenzkampf liefern, was sich auf den Sekundenpreis auswirken dürfte.

Die kleineren Sender haben dennoch eine Berechtigung mit ihren relativ höheren Sekundenpreisen, da sie geografische Nischen abdecken, die von den Grossen nicht erreicht werden. Sie wirken dadurch unter Umständen zielgruppenspezifischer. Dies erlaubt es ihnen auch, verhältnismässig hohe Sekundenpreise zu verlangen. Radio L bewegte sich mit den Werbentarifen aber auch im Kontext der kleineren Sender in einem extrem teuren Bereich. Selbst wenn man eine Hörerreichweite annimmt, die sich gemäss Kalkulation von Radio L mit dem Gebiet Liechtenstein und Vorarlberg auf knapp 70'000 addiert – also eine ungefähre Verdoppelung der Reichweitenmessung von Radiocontrol –, ist der Sekundenpreis immer noch höher als bei anderen Sendern. Die Einnahmen reichten dennoch für das wirtschaftliche Überleben von Radio L nicht aus. Radio L trug in Bezug auf Werbeeinnahmen noch ein spezielles Handicap, weil es nicht in einem Werbepool vertreten war. Radio Ri und Grisch machen dagegen im One Pool⁴³⁹ (Sekundenpreis: 131,10) und im One Pool Ost⁴⁴⁰ (Sekundenpreis: 59,70) mit, wodurch ein grösseres Volumen an nationaler und regionaler Werbung akquiriert wird.

5.2.2 Fernsehen

In den folgenden Abschnitten wird die Dauer des Fernsehkonsums der liechtensteinischen Bevölkerung, die Präferenz für einzelne Senderubri-

⁴³⁹ One Pool besteht aus Argovia, Central, Radio 32, Grisch, Hitradio Z, Top, Sunshine und Ri.

⁴⁴⁰ One Pool Ost besteht aus Central, Grisch, Ri und Top.

Tabelle 29: Täglicher Fernsehkonsum in Liechtenstein

Fernsehkonsum	Liechtenstein		Deutschland
	Häufigkeit	Prozent	Prozent
0 Minuten	32	4	2
bis 30 Minuten	145	18	3
bis 1 Stunde	192	24	7
bis 2 Stunden	255	32	28
über 2 Stunden	176	22	58
k.A./weiss nicht	0	0	1
Total	800	100	100

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. ALLBUS 1998.

Tabelle 30: Täglicher Fernsehkonsum und Vergleich mit europäischen Ländern (Mittelwert in Minuten)⁴⁴¹

Liechtenstein	Österreich	Schweiz	Deutschland	Frankreich	Italien
101	148	155	203	204	238

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. Key Facts Television 2001.

ken und die Nutzung von Sendern dargestellt. Bei der Nutzung von Sendern werden jedoch nur die einheimischen Sender – also XML sowie der Landeskanal und die Gemeindekanäle – berücksichtigt. Exakte Erhebungen über die Nutzung der Vielzahl ausländischer Sender durch das liechtensteinische Publikum liegen nicht vor.

5.2.2.1 Fernsehkonsum

In der Nachwahlumfrage gaben die Befragten an, dass sie durchschnittlich täglich rund 100 Minuten fernsehen.⁴⁴² Nur 4 Prozent sehen über-

⁴⁴¹ Angaben aus dem Int. Medienhandbuch 2002/2003 (Hans-Bredow-Institut 2002, S.119) mit Verweis auf die Quelle: European Key Facts Television 2001. Angaben für Schweiz: deutsche Schweiz.

⁴⁴² Mittelwert Fernsehkonsum = 101 Minuten (N = 800).

haupt nicht fern. Etwa die Hälfte sieht täglich über eine Stunde fern. Diese Angaben beruhen alle auf einer geschätzten Selbstdeklaration, sind also keine harten Werte. Damit verbunden ist erfahrungsgemäss eine Tendenz zur Untertreibung. Im Vergleich zu harten Werten, wie sie sich beispielsweise ermitteln lassen, indem konkret nach dem Fernsehkonsum des Vortrages gefragt oder mit einem objektiven, technischen Messinstrument (etwa Radio- bzw. Fernsehcontrol) die Sehgewohnheit aufgezeichnet wird, neigen die Konsumenten dazu, ihren Medienkonsum falsch bzw. in der Regel zu tief einzuschätzen. Dies zeigt sich im Vergleich mit den Daten aus Deutschland oder auch anderen Ländern, wo deutlich höhere Werte festgestellt werden.

Wenn wir annehmen, dass sich der Fernsehkonsum der Liechtensteiner nicht wesentlich von demjenigen der umliegenden deutschsprachigen Länder unterscheidet, müsste eine massive Korrektur der selbstdeklarierten Werte nach oben vorgenommen werden. Gegenüber der Schweiz und Österreich müsste der Wert um rund 50 Prozent, gegenüber Deutschland um 100 Prozent nach oben korrigiert werden. Dies geht aus einem Vergleich mit den Zahlen aus dem Internationalen Medienhandbuch hervor. Es sei noch hinzugefügt, dass auch in gut beobachteten und erforschten Staaten wie Deutschland unterschiedliche Werte ermittelt werden. So eruierte die ALLBUS-Studie⁴⁴³ eine durchschnittliche Fernsehkonsumdauer von 169 Minuten (1998), während Key Facts Television einen Wert von 203 Minuten (2001) ermittelte.

⁴⁴³ Der ALLBUS ist die «Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften» in Deutschland, die seit 1980 im Zweijahres-Rhythmus durchgeführt wird (Zusatz-Basisumfrage 1991). Sie wird vom ZUMA (Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen e.V., Mannheim) und dem Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung, Köln, in Zusammenarbeit mit dem ALLBUS-Ausschuss realisiert. Die Daten sind beim Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung, Köln, erhältlich. Die vorgenannten Institutionen und Personen tragen keine Verantwortung für die Verwendung der Daten in diesem Beitrag. Der ALLBUS enthält seit 1986 auch regelmässig einen Fragenkomplex des International Social Survey Programms (ISSP). Die Befragung erfolgt face-to-face in Form eines computergestützten persönlichen Interviews (CAPI). Die Stichprobe 1998 betrug 3234. Die neuen Bundesländer sind in den Umfragen seit 1991 überproportional einbezogen (oversample). In einer gesamtdeutschen Auswertung müssen die Daten daher gewichtet werden. Diese Ost-West-Gewichtung ist in der hier dargestellten Tabelle vorgenommen worden. Vgl. ausführlicher im ZUMA-Arbeitsbericht 99/02, S. 39 ff. und im Codebuch des Zentralarchivs zum ALLBUS 1998 (ZA Nr. 3000).

Tabelle 31: Nutzung des Landeskanals 1993 und 1996

	1993		1996	
	Zahl	Prozent	Zahl	Prozent
Total	501	100	502	100
Landtagsbericht verfolgt	153	31	77	15
Landtagsbericht nicht verfolgt	348	69	425	85
Nutzung bis mehrmals pro Woche	147	30	90	18
Nutzung einmal pro Woche	151	31	122	24
Nutzung weniger als einmal pro Woche	191	39	290	58

Quelle: DemoScope AG (Tabellenband von telefonischen Meinungsumfragen im Auftrag der Regierung).

5.2.2.2 Nutzung des Landeskanals

Es gibt nur wenige Nutzungsdaten über den Landeskanal. Am 23./24. Juni 1993 führte die DemoScope AG im Auftrag der Regierung eine telefonische Meinungsumfrage durch. Eine weitere Einschaltquotenerhebung betr. Übertragung Landtagssitzungen wurde im Anschluss an die Tonübertragung der Landtagssitzung vom 20./21. März 1996 durchgeführt.⁴⁴⁴ In beiden Umfragen wurde jeweils Bezug auf eine vorangegangene Landtagssitzung genommen. Bei der ersten Umfrage handelte es sich zudem um die erste Tonübertragung einer Landtagssitzung, weshalb auch die Neugierde eine Rolle gespielt haben dürfte. Es zeigt sich, dass 1993 immerhin 31 Prozent der Befragten die Landtagssitzung – oder in der Regel eher Teile davon – mitverfolgt haben, während dieser Anteil 1996 nur noch 15 Prozent betrug. Ein ähnliches Bild vermittelt auch die Nutzung der weiteren Dienste des Landeskanals im Normalbetrieb, also die Informationsleistung in Form von durchlaufenden Standbildern und der Teletextdienst. Der Anteil der Intensivnutzer (täglich bis mehrmals pro Woche) war von 30 Prozent auf 18 Prozent zurückgegangen, während der Anteil der seltenen Landeskanal-Nutzer (weniger als einmal pro Woche) von 39 auf 58 Prozent angestiegen war.

⁴⁴⁴ Beide Telefonumfragen wurden von DemoScope AG in Adligenswil durchgeführt. Die Stichprobe betrug 501 bzw. 502 Fälle, die im Random-Quota-Verfahren ermittelt wurden. Befragt wurden Einwohnerinnen und Einwohner ab 18 Jahren.

Table 32: Nutzung von Informationskanälen zur Information über die Gemeinde Eschen 2003

Medium	Nutzer	Nichtnutzer	Nutzer in %
Landeszeitungen	509	81	86,3 %
Bekannte	316	274	53,6 %
Gemeindekanal	312	278	52,9 %
Gemeindebulletin	261	329	44,2 %
Internet	126	464	21,4 %
Vereine	113	477	19,2 %
Sonstiges	26	564	4,4 %

Quelle: Bevölkerungsumfrage Eschen (Marxer 2003).

5.2.2.3 Nutzung von Gemeindekanälen

Nutzungsdaten der Gemeindekanäle werden nicht systematisch erhoben. Da die meisten Haushalte in Liechtenstein mit Kabelfernsehen ausgestattet sind, ist immerhin davon auszugehen, dass die meisten Haushalte theoretisch den Gemeindekanal aufschalten könnten. In der Gemeinde Eschen wurde im Jahr 2003 eine breit angelegte schriftliche Bevölkerungsumfrage durchgeführt, bei der es um die Zukunftsentwicklung der Gemeinde ging.⁴⁴⁵ Unter anderem enthielt der Fragebogen auch ein Frage über die genutzten Informationskanäle. Von herausragender Bedeutung sind die Landeszeitungen. Aber auch die interpersonale Kommunikation im Verwandten- und Bekanntenkreis, der Gemeindekanal und das Gemeindebulletin («Eschen aktuell») spielen eine wichtige Rolle. Weniger bedeutend sind (noch?) das Internet und die Vereine. Unter «sonstiges» wurden etwa die Anschlagtafeln der Gemeinde oder in ganz seltenen Fällen Radio L genannt.

⁴⁴⁵ Die Umfrage erfolgte im Auftrag der Projektgruppe «Zukunft Eschen» bzw. der Gemeinde Eschen und wurde vom Autor dieser vorliegenden Studie, Wilfried Marxer, durchgeführt. Die schriftliche Umfrage richtete sich adressiert und mit Begleitbrief des Vorstehers Gregor Ott an 3195 Bewohnerinnen und Bewohner der Gemeinde ab 14 Jahren. Der teilstandardisierte Fragebogen hatte eine Länge von vier Seiten. Der Rücklauf betrug 590 Fragebogen (knapp 20 Prozent). Die Umfrage wurde im Mai 2003 nach vorheriger öffentlicher Präsentation durchgeführt und am 30. Juni 2003 der Öffentlichkeit vorgestellt. Vgl. Marxer 2003

Tabelle 33: Nutzung des Gemeindekanals Eschen 2003 nach Altersgruppen

Medium	Nutzer	Nichtnutzer	Nutzer in %
14–29 Jahre	36	95	26,9 %
30–45 Jahre	97	112	46,4 %
46–60 Jahre	106	44	70,7 %
über 60 Jahre	54	14	79,4 %
Total	293	268	52,2%

Quelle: Bevölkerungsumfrage Eschen. Filter: Nur Antwortende mit Altersangabe.
Cramer's V = 0,37 **.

In der Nutzerstruktur zeigt sich eine deutliche Korrelation mit dem Alter. Mit steigendem Alter findet der Gemeindekanal vermehrte Beachtung. Dieses Informationsverhalten beschränkt sich im übrigen nicht nur auf den Gemeindekanal, sondern zeigt sich auch bei der Nutzung des Gemeindebulletins «Eschen aktuell». Mit einem Assoziationsmass von 0,37 bzw. 0,27 (Cramer's V) bei hoher Signifikanz ist in beiden Fällen ein starker Zusammenhang gegeben. Bei anderen Merkmalen wie beispielsweise Geschlecht, Wohnverhältnis oder Erwerbstätigkeit zeigen sich keine vergleichbar grossen Assoziationen.

Man darf nicht davon ausgehen, dass die Einwohner einer Gemeinde täglich und intensiv den Gemeindekanal aufschalten. Das Umfrageergebnis von Eschen zeigt aber immerhin, dass im gesamten Informationsangebot über die Gemeinde der Gemeindekanal eine nicht zu unterschätzende Rolle spielt. Die Annahme, dass dies nicht nur auf die Gemeinde Eschen zutrifft, erscheint dabei sehr plausibel.

5.2.2.4 Nutzung des Senders XML

Wie bereits im Kapitel über die Mediengeschichte dargestellt, ist der liechtensteinische Markt für einen eigenständigen Fernsehsender zu klein. Allenfalls überregionale Kooperationsprojekte oder Sender, deren Zielgebiet weit über Liechtenstein hinausreicht, können theoretisch Erfolgsaussichten haben. Das Projekt eines privaten Fernsehsenders mit Zielgebiet Liechtenstein muss daher vorläufig als schwer realisierbar und

Table 34: Beachtung der Sendungen von XML

	Häufigkeit	Prozent	
		Alle	mit Internet ⁴⁴⁶
K.A./Weiss nicht	5	1	1
Häufig	56	7	5
Ab und zu	282	35	37
Nie	457	57	57
Total	800	100	100

Quelle: Nachwahlumfrage 2001.

wirtschaftlich defizitär eingestuft werden. Bereits nach wenigen Monaten auf Sendung mussten die redaktionellen Ansprüche von XML nach unten korrigiert werden. Dabei darf aber der kleine liechtensteinische Markt nicht als alleinige Ursache für den misslungenen Start des Fernsehzeitalters in Liechtenstein genannt werden. Es lagen ebenso redaktionelle Mängel (zu wenig attraktives Programm usw.) sowie Mängel im Marketing vor. Die Akzeptanz war nie sehr gross, das Konkurrenzumfeld stark. Viele hatten den via Kabelnetz verbreiteten Sender XML nicht einmal richtig auf ihrem Fernsehapparat programmiert.

Diese Schwierigkeiten widerspiegeln sich in der Reichweite des Senders. In der Nachwahlumfrage 2001 wurde die Frage gestellt, ob die Sendungen von XML beachtet worden waren, als noch regelmässig Magazinsendungen produziert wurden.⁴⁴⁷ Das Ergebnis ist ernüchternd: mehr als 50 Prozent gaben an, die Sendungen von XML nie verfolgt zu haben. Nur sieben Prozent haben die Sendungen häufig angeschaut. Diese Tendenz ist im Übrigen unabhängig vom Alter, dem Geschlecht und dem Bildungsstand der Befragten. Man könnte annehmen, dass wenigstens Personen, die neuen Technologien gegenüber aufgeschlossener oder den Umgang mit neueren Technologien gewohnt sind, sich eher an den Fernsehapparat setzen, XML im Kabelnetz suchen und program-

⁴⁴⁶ Es wurden nur diejenigen Befragten erfasst, die privat einen Internetanschluss haben, also insofern als besonders Fortschrittliche betrachtet werden können (N = 232).

⁴⁴⁷ Die regelmässige Produktion einer rund einstündigen Magazinsendung war per Ende 1999 eingestellt worden. Die Erinnerungsfrage reichte somit rund ein Jahr zurück.

mieren würden und neugierig wären, wie der Sender auftritt. Eine solche Bevölkerungsgruppe könnte beispielsweise diejenigen mit privatem Internet-Anschluss sein. Doch auch bei diesem Segment zeigt sich keine statistisch signifikante Abweichung. XML hat nicht Fuss fassen können – auch nicht im Segment der Jungen, Aufgeschlossenen und Modernen.

Sendereigene oder von externen Messstellen erhobene Daten über die Einschaltquoten von XML sind nicht öffentlich bekannt. Wie bereits im Kapitel über die Mediengeschichte erwähnt sendete XML nur während einer kurzen Zeit eigenständig produzierte Magazinsendungen. In der Folge reduzierte sich das Programm auf Teletext-Tafeln, bis schliesslich eine Kooperation mit Tele Ostschweiz eingegangen wurde. Im Kontext mit der Meinungsbildung in Liechtenstein hat daher XML seine Aktivitäten praktisch vollständig aufgegeben, lange bevor dem Sender die Konzession entzogen wurde und der Sendebetrieb ganz eingestellt wurde.

5.2.2.5 Interesse für Programmgestaltungen

Im Rahmen der Nachwahlumfrage 2001 wurde die Präferenz für verschiedene Fernsehformate abgefragt. Das liechtensteinische Publikum interessiert sich mit deutlichem Vorsprung am meisten für Nachrichten. 86 Prozent interessieren sich sehr stark oder stark für Nachrichten. Bei 35 bis 40 Prozent der Befragten lösen Spielfilme, Sportsendungen und politische Magazine grosses Interesse aus. Es folgen kulturelle Sendungen, Krimis, Shows/Quizsendungen und Unterhaltungsserien, die nur noch bei rund 20–25 Prozent ein starkes oder sehr starkes Interesse auslösen. An unterster Stelle auf der Beliebtheitsskala rangieren Actionfilme und Heimatfilme.

Ein Vergleich mit Umfragedaten aus Deutschland zeigt eine ähnliche Ausprägung der favorisierten Fernsehsendungen. Nachrichten nehmen die Spitzenposition ein, gefolgt von Spielfilmen. Insgesamt ist das Interesse in Deutschland bei den seichteren Formaten (Krimis, Shows, Serien, Actionfilme, Heimatfilme) etwas grösser als in Liechtenstein. In der Reihenfolge der beliebtesten Formate rangieren entsprechend die Krimis weiter oben, Kunst und Kultur weiter unten.

Es ist zu erwarten, dass die einzelnen Sendeformate bei unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen auch ein unterschiedliches Interesse

Table 35: Interesse für verschiedene Programmhaltungen im Fernsehen

	N	starkes bis sehr starkes Interesse	%	Mittelwert ⁴⁴⁸
Nachrichten	777	671	86	1,6
Spielfilme	773	272	35	2,8
Sport	774	311	40	2,9
Politische Magazine	772	301	39	2,9
Kunst/Kultur	775	166	21	3,3
Krimis	772	203	26	3,3
Shows/Quizsendungen	772	169	22	3,4
Unterhaltungsserien	774	150	19	3,5
Actionfilme	772	110	14	3,9
Heimatfilme	772	84	11	4,0

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. Filter: k.A., weiss nicht.

Table 36: Interesse für verschiedene Fernsehformate: Vergleich Deutschland und Liechtenstein

	starkes bis sehr starkes Interesse in %		Mittelwert ⁴⁴⁹	
	FL	D	FL	D
Nachrichten	86	78	1,6	1,8
Spielfilme	35	58	2,8	2,4
Sport	40	36	2,9	3,0
Politische Magazine	39	35	2,9	3,0
Kunst/Kultur	21	21	3,3	3,5
Krimis	26	43	3,3	2,8
Shows/Quizsendungen	22	31	3,4	3,1
Unterhaltungsserien	19	37	3,5	3,0
Actionfilme	14	27	3,9	3,4
Heimatfilme	11	28	4,0	3,4

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. ALLBUS 1998. Filter: K.A., weiss nicht.

⁴⁴⁸ Mittelwert aus einer 5er-Skala (1 = sehr stark; 2 = stark; 3 = mittel; 4 = wenig; 5 = überhaupt nicht).

⁴⁴⁹ Mittelwert aus einer 5er-Skala (1 = sehr stark; 2 = stark; 3 = mittel; 4 = wenig; 5 = überhaupt nicht).

Tabelle 37: Signifikante Interessenunterschiede für verschiedene Fernsehformate nach Gruppenmerkmalen (Cramer's V)

Sendeformat	Geschlecht	Alter ⁴⁵⁰	Bildung	Partei ⁴⁵¹
Nachrichten		Alte 0.16**		
Spielfilme		Junge 0.14**		
Sport	Mann 0.30**	Alte 0.10**		VP 0.15**
Polit. Magazine	Mann 0.20**	Alte 0.14**	hoch 0.10*	
Kunst/Kultur		Alte 0.10**		FL 0.15**
Krimis				
Shows/Quiz	Frau 0.17**		tief 0.13**	VP 0.12**
Unterhaltungsserien	Frau 0.19**		tief 0.18**	
Actionfilme	Mann 0.30**	Junge 0.24**	hoch 0.12**	
Heimatfilme	Frau 0.12*	Alte 0.18**	tief 0.19**	

Quelle: Nachwahlumfrage 2001. Lesehilfe: Mann 0.30** bedeutet, dass Cramer's V = 0.30 (hochsignifikant), wobei das Sendeformat eher bei den Männern als bei den Frauen auf Interesse stösst.

auslösen. Zu diesem Zweck wird nun der Zusammenhang zwischen den Programmprioritäten und dem Geschlecht, dem Alter, dem Bildungsstand und der Wahl einer bestimmten Partei statistisch berechnet. Die Analyse der Daten belegt die Vermutung: Bei allen Gruppen zeigen sich mehrere signifikante Assoziationen. Die Männer zeigen im Vergleich zu den Frauen stärkeres Interesse an Sportsendungen, Actionfilmen und politischen Magazinen. Frauen interessieren sich dagegen mehr für Unterhaltungsserien, Shows/Quizsendungen und mit schwachem Zusammenhang auch für Heimatfilme. Jüngere interessieren sich mehr für Actionfilme und Spielfilme als die Älteren. Diese zeigen im Vergleich zu den Jüngeren ein stärkeres Interesse an Nachrichten, politischen Magazinen und Heimatfilmen, mit schwachem Zusammenhang auch für Sport- und Kultursendungen. Zwischen den Bildungssegmenten zeigen sich vier hochsignifikante Unterschiede: Leute mit tieferem Bildungsniveau interessieren sich mehr für Heimatfilme, Unterhaltungsserien und Shows/Quizsendungen. Actionfilme stossen dagegen im höheren Bil-

⁴⁵⁰ Berechnet auf Grundlage einer fünfteiligen Altersgruppierung.

⁴⁵¹ Nach Wahlentscheid bei den Landtagswahlen 2001. VP = Volksparteien VU und FBP. FL = Freie Liste.

dungssegment auf ein grösseres Interesse als im tieferen Bildungssegment. Zwischen den WählerInnen der einzelnen Parteien sind nur wenige Unterschiede feststellbar. Wer eine Volkspartei (VU, FBP) gewählt hat, ist etwas mehr an Sportsendungen und Unterhaltungsserien interessiert als die WählerInnen der Freien Liste. Die Letzteren haben dagegen ein ausgeprägteres Interesse an kulturellen Sendungen. Bei den anderen Programmformaten zeigen sich dagegen keine signifikanten Unterschiede zwischen den verschiedenen Parteianhängern.

Liechtenstein stellt in dieser Hinsicht keinen Sonderfall dar. Es zeigt sich in den Präferenzen von Publikumssegmenten für einzelne Programmschwerpunkte eine weitgehende Übereinstimmung mit den Resultaten der Medienforschung in Deutschland, die hier nicht weiter dargestellt werden.⁴⁵²

5.2.3 Typen der Nutzer von Radio und Fernsehen

Trotz der insgesamt sehr wahrscheinlich zu tief geschätzten Durchschnittsdauer des Radio- und Fernsehkonsums darf theoretisch davon ausgegangen werden, dass die deklarierten Abweichungen vom tatsächlichen Konsum bei allen Segmenten ähnlich hoch sind und in die gleiche Richtung abweichen, sodass das Publikum in «Vielseher» und «Wenigseher» segmentiert werden kann. Man kann nun fragen, ob diejenigen, die viel Radio hören weniger fernsehen und umgekehrt – oder ob es Vielkonsumenten gibt (also solche, die überdurchschnittlich fernsehen und Radio hören) und Wenigkonsumenten (also solche, die eher selten Radio hören und fernsehen.) Tatsächlich stimmt das zweite: Wer wenig Radio hört (bis eine Stunde) neigt auch eher dazu, wenig fernzusehen. Umgekehrt sind die Vielhörer auch überdurchschnittlich bei den Vielsehern anzutreffen. Der Zusammenhang ist zwar nicht sehr stark ausgeprägt, aber statistisch immer noch signifikant (Cramer's $V = 0.12^{**}$).

Aus den Angaben über die Dauer des Konsums von Radio und Fernsehprogrammen lassen sich vier Konsumgruppen bilden. Sie können wie folgt charakterisiert werden: Weyignutzer (maximal eine Stunde Radio und Fernsehen), Fernsehnutzer (maximal eine Stunde Radio,

⁴⁵² Vgl. ALLBUS 1998.

Tabelle 38: Überdurchschnittliche Ausprägung von Merkmalen verschiedener Nutzergruppen von Radio und Fernsehen

Medienkonsumgruppe		Wenignutzer	Radionutzer	Fernsehnutzer	Allesnutzer
N	Cramer's V	208	156	192	236
Geschlecht	0.12**		Männer		Frauen
Polit. Interesse	0.10**	hoch			tief
Ideologie ⁴⁵³	n.s.				
Parteiwahl	0.12**	FL	FL		FBP
Alter ⁴⁵⁴	0.18**	Mittlere	Jüngere	Ältere	
Bildung	0.16**	hoch			tief
Zeitungskonsum	0.11**	hoch	niedrig	niedrig	mittel

Quelle: Nachwahlumfrage 2001.

mehr als eine Stunden Fernsehen), die Radionutzer (maximal eine Stunde Fernsehen, mehr als eine Stunde Radio) und die Allesnutzer (mehr als eine Stunde Radio und Fernsehen). Gibt es typische und statistisch signifikante Merkmale der Vertreter dieser vier Gruppen? Es gibt sie tatsächlich. Die Gruppe der Wenignutzer weist ein hohes Bildungsniveau auf, liest überdurchschnittlich viele Zeitungen, ist politisch stark interessiert und wählt überdurchschnittlich oft Freie Liste. Die Radionutzer (wenig Fernsehen) sind eher jung, männlich, lesen wenig Zeitung und wählen ebenfalls überdurchschnittlich oft die Freie Liste. Die Fernsehnutzer (wenig Radio) sind eher alt und lesen wenig Zeitung. Die Allesnutzer (Radio und Fernsehen) sind politisch weniger interessiert, älter, überdurchschnittlich oft Frauen, weisen ein tieferes Bildungsniveau auf und wählen überdurchschnittlich oft FBP. Alle erwähnten Merkmalsunterschiede bewegen sich auf hochsignifikantem Niveau. Allerdings fallen die Unterschiede zwischen den verschiedenen Gruppen mit dem Masswert Cramer's V zwischen 0.10 und 0.16 nicht sehr stark aus.

⁴⁵³ Berechnet nach der Selbsteinstufung auf der Links-Rechtsskala von 0 bis 10, zusammengefasst in drei Kategorien (0–4 eher links/5 mitte/6–10 eher rechts).

⁴⁵⁴ Berechnung auf der Basis einer dreiteiligen Alterssegmentierung (18–30 Jahre/31–55 Jahre/>55 Jahre).

5.2.4 Internet

5.2.4.1 Verbreitung, Nutzung und Verwendungszweck

Umfrageergebnisse zur Nutzung des Internets sind auf Grund der rasanten Entwicklung dieses Medienbereiches jeweils nur zum Umfragezeitpunkt wirklich aktuell. Die rasante Entwicklung der weltweiten Internetanschlüsse illustriert dies. 1995 gab es 4,8 Mio. Anschlüsse, 1997 bereits 16 Millionen, 1999 waren es 43 Millionen und 2001 knapp 110 Millionen.⁴⁵⁵ Alle zwei Jahre verdreifacht sich demnach die Zahl der Internetanschlüsse. In den letzten beiden Jahren begann die Kurve etwas abzuflachen. World Wizard zählte im Januar 2003 171 Millionen Anschlüsse.⁴⁵⁶ Trotz dieser rasanten Entwicklung ist es immer noch aufschlussreich, dass in der Nachwahlumfrage von 2001 63 Prozent der Befragten angaben, persönlich Zugang zum Internet zu haben. 49 Prozent der Befragten verfügten sogar über einen privaten Internetzugang.

Das ist ein im internationalen Vergleich sehr hoher Anteil. Eine grobe Schätzung weist für den besagten Zeitpunkt für Liechtenstein rund 175 Internetanschlüsse pro 1000 Einwohner aus.⁴⁵⁷ Für einen internationalen Vergleich müssen Zahlen aus dem gleichen Zeitraum herangezogen werden. Dann stellt man fest, dass die Internetdichte in Liechtenstein in der Grössenordnung von Vorreiterstaaten wie USA (179), Finnland (200) und Norwegen (193) liegt und deutlich über derjenigen von Deutschland (41), Österreich (84) oder der Schweiz (83).

Wer einen Internetzugang hat, nutzt ihn in der Regel auch regelmässig. Mehr als ein Drittel aller Befragten (58 Prozent aller Befragten mit Internet-Zugang) steigen fast täglich ins Internet ein, weitere 14 Prozent sind etwa einmal pro Woche im Internet, nur 12 Prozent sind selten

⁴⁵⁵ Zimmer 2002, S. 143.

⁴⁵⁶ Network Wizard unter www.nw.com (Zugriff am 14. Mai 2003).

⁴⁵⁷ Eigene Annäherungs-Berechnung wie folgt: 392 von 800 Befragten gaben an, privat über einen Internetzugang zu verfügen. Alle Befragten repräsentieren einen Haushalt in Liechtenstein, da pro angewähltem Haushalt jeweils nur eine Person befragt wurde. Bei rund 12'000 Haushalten kann man daher eine Zahl von 5880 Haushalten mit privatem Internetzugang bzw. 5880 Internetanschlüsse hochzurechnen. Das entspricht bei 33'500 Einwohnern 175 Anschlüsse pro Tausend Einwohner. Die Zahl entspricht lediglich einer groben Schätzung, die methodisch anders zustande gekommen ist als die Erhebung durch Network Wizards. Das Ergebnis erscheint aber durchaus plausibel.

Mediennutzung

Tabelle 39: Persönlicher Zugang zum Internet

	Zahl	Prozent
Zugang	505	63,1
– davon privat	(392)	(49)
Kein Zugang	292	36,5
k.A./Weiss nicht	3	0,7
Total	800	100,0

Quelle: Nachwahlumfrage 2001.

Tabelle 40: Internetanschlüsse in verschiedenen Ländern im Jahr 2000 (je Tsd. Einwohner)⁴⁵⁸

Land	Zahl	Land	Zahl	Land	Zahl
Finnland	200	Kanada	100	Deutschland	41
USA	179	Österreich	84	Italien	30
Liechtenstein	175	Schweiz	82	Spanien	21
Niederlande	136	Grossbritannien	57	Argentinien	9
Schweden	125	Japan	49	Russland	3

Quelle: Network Wizard. Eigene Berechnung.

Tabelle 41: Häufigkeit der Internet-Nutzung

Häufigkeit	Häufigkeit	Prozent
Fast täglich	291	36,4
Einmal pro Woche	114	14,3
Selten	100	12,5
Kein Internet ⁴⁵⁹	295	36,9
Gesamt	800	100,0

Quelle: Nachwahlumfrage 2001.

⁴⁵⁸ Zimmer 2002, S. 143 mit Quellenhinweis auf Network Wizards/www.nw.com. Es werden nicht die Nutzer erhoben, sondern die Internetanschlüsse. Methodisch werden dabei die aktiven Internet-Adressen im weltweiten Netz gesucht und gezählt. Daten Liechtenstein an Wahlumfrage 2001.

⁴⁵⁹ Einschliesslich «keine Antwort», «Weiss nicht».

Tabelle 42: Hauptsächlicher Zweck des Internets (Mehrfachnennungen möglich)

Zweck	Zahl	Prozent
News / Info / Wirtschaft / Börse u. ä.	317	39,6
Mailen	220	27,5
Surfen	67	8,4
Download	29	3,6
Einkaufen	24	3,0
Chatten	10	1,3
Anderes	72	9,0
Weiss nicht / k. A.	11	1,4

Quelle: Nachwahlumfrage 2001.

online. Insgesamt sind (oder waren) also mehr als die Hälfte aller Befragten mindestens einmal pro Woche im Internet.

In der Nutzung des Internets zeigen sich zwei Schwerpunkte. Einerseits wird das Internet als Informationsmedium genutzt, also für Nachrichten, Informationen, Wirtschaftsdaten, Börsenbeobachtung und ähnliches. Andererseits dient das Internet der Nachrichtenübermittlung, d.h. dem Mailverkehr. Die weiteren Verwendungszwecke sind dagegen zweitrangig. Surfen, Herunterladen von Dateien, Spielen, Software usw., Einkaufen via Internet, Chatten oder andere Nutzungsarten treten gegenüber der Informations- und Mailfunktion des Internets deutlich in den Hintergrund.

5.2.4.2 Nutzerstruktur

Die Analyse der Nutzerstruktur des Internets ergibt kaum Überraschungen: Die Männer haben eher Internetzugang als die Frauen, die Jungen eher als die Alten, Menschen mit besserer Ausbildung eher als Menschen mit schlechterer Ausbildung (jeweils Assoziationswerte auf hochsignifikantem Niveau). Dies entspricht exakt den weltweit verbreiteten Nutzerunterschieden, welche unter dem Stichwort «Digital Divide» Gegenstand wissenschaftlicher und politischer Debatten sind. So wird auch im Human Development Report der Vereinten Nationen

Tabelle 43: Internetzugang nach Bevölkerungsgruppen

Bevölkerungsgruppe	Fälle	Prozent	Cramer's V
Geschlecht			
– Männer	409	70	
– Frauen	391	56	0,15**
Parteienwahl ⁴⁶⁰			
– VU	271	61,3	
– FBP	356	62,4	
– FL	89	76,4	n.s.
Alter			
– 18–29 Jahre	105	81,9	
– 30–39 Jahre	207	73,4	
– 40–49 Jahre	215	73,5	
– 50–59 Jahre	129	57,4	
– 60 und mehr Jahre	144	24,3	0,24**
Zeitungsabonnement			
– nur Vaterland	232	61,2	
– nur Volksblatt	148	54,1	
– Vaterland und Volksblatt	323	69,3	
– weder-noch	97	60,8	0,12**
Bildung			
– Obligatorische Schule	72	19,4	
– Berufslehre	375	58,1	
– Diplommittelschule u.ä.	186	73,7	
– Fachhochschule/Universität	147	87,1	0,27**

Quelle: Nachwahlumfrage 2001.

der typische Internetnutzer als männlich, unter 35 Jahre alt, mit einer College-Ausbildung und hohem Einkommen, Stadtbewohner und Englisch sprechend charakterisiert.⁴⁶¹

Es ist bekannt, dass ältere Leute durchschnittlich eine weniger gute Ausbildung aufweisen als die Jüngeren. Die Assoziation zwischen Internetnutzung und Alter könnte daher auch kausal mit dem Bildungsgefälle zusammenhängen und umgekehrt. Eine logistische Regressionsanalyse zeigt auf, ob der Internetzugang tatsächlich eher vom Alter oder von der

⁴⁶⁰ Filter: nur BekennerInnen (N = 696).

⁴⁶¹ Nach Zimmer 2002, S. 144.

Bildung beeinflusst ist. Das Resultat lautet, dass sowohl Alter wie auch Bildung einen signifikanten Effekt auf die Internetnutzung aufweisen, während das Geschlecht als Einflussgrösse zu vernachlässigen ist.⁴⁶²

5.2.5 Zusammenfassung

Radio L war in Liechtenstein bis zu dessen Betriebseinstellung der bevorzugte Radiosender, mit Abstand gefolgt von den öffentlich-rechtlichen Sendern DRS I und Radio Vorarlberg. Rund 30 Prozent der Befragten geben an, mehrere Sender regelmässig zu hören. Ausserhalb des Landes bricht die Reichweite von Radio L jedoch stark ein. Im St. Galler Rheintal stellte Radio L keine wesentliche Konkurrenz dar, in Vorarlberg war er sogar eine zu vernachlässigende Grösse. Realistischerweise muss erkannt werden, dass sich ein liechtensteinischer Radiosender weitgehend auf den liechtensteinischen Heimmarkt beschränken muss. Das Konzept eines Regionalsenders, ursprünglich aus kommerziellen Überlegungen angepeilt und in den Folgejahren mit exorbitanten jährlichen Betriebsverlusten weiter verfolgt, kann als gescheitert angesehen werden. Die lokale Identifikation ist kaum über Landesgrenzen hinaus transportierbar. In Liechtenstein selbst findet hingegen ein einheimischer Radiosender eine hohe Akzeptanz. Die Umwandlung von Radio L in einen öffentlich-rechtlichen Sender kann auf dem Bonus der lokalen Anbindung aufbauen. Vor dem Hintergrund des öffentlich-rechtlichen Auftrags mit einer sehr breiten Definition des Zielpublikums kann der Sender aber auch Gefahr laufen, zu viele Interessen bedienen zu müssen und somit das Stammpublikum zu verprellen. Um dem Informationsauftrag gerecht zu werden, dürfte es daher zielführend sein, Newschwerpunkte in die Magazinsendungen am Morgen, Mittag und Abend zu verlegen in der Hoffnung, in diesen Sendezeiten eine möglichst grosse Reichweite zu erzielen. Es muss dabei in Kauf genommen werden, dass die Hörer zwischen verschiedenen Sendern hin und her zappen. Umso wichtiger ist es, zeitlich klar definierte Nachrichtenschwerpunkte zu setzen.

⁴⁶² Regressionskoeffizient $B = -.847^{**}$ (Bildung) bzw. $.B = 585^{**}$ (Alter).

Mangels liechtensteinischer Vollprogramme im Fernsehsektor ist es mässig, die Senderwahl des liechtensteinischen Publikums mit Blick auf die Reichweite liechtensteinischer Programme zu erheben. Die vorliegenden Daten zur Nutzung des Senders XML, des Landeskanals und der Gemeindekanäle zeigen, dass diese Sender als ergänzende Informationsdienstleister genutzt wurden bzw. werden. Der Erfolg des Privatsenders XML muss jedoch als schwach eingestuft werden bzw. werden. Auf kommerzieller Basis ist ein Fernsehprogramm für Liechtenstein kaum zu bewerkstelligen. Ob der Liechtensteinische Rundfunk (LRF) den gemäss Rundfunkgesetz grundsätzlich zulässigen Betrieb eines Fernsehsenders avisiert, ist noch offen. Es ist aber damit zu rechnen, dass das Fernsehpublikum verwöhnt ist und einen zweitklassigen Sender kaum anerkennen wird. Auch hier dürfte der einzig gangbare Weg darin bestehen, einen finanziell verkraftbaren und zeitlich definierten sowie limitierten Nachrichtenblock für das liechtensteinische Publikum anzubieten, der mit Vorteil über den Landeskanal ausgestrahlt wird.

Das Internet hat in Liechtenstein relativ rasch und früh eine starke Verbreitung und eine Nutzung mit den Schwerpunkten auf dem Mail- und Newssektor erfahren. Die Nutzerstruktur entspricht weitgehend derjenigen in anderen westlichen Industriestaaten mit Schwerpunkten bei den Jüngeren mit gehobener Ausbildung.

5.3 Mediennutzung und Meinungsbildung

In dieser Arbeit kann nicht das gesamte Spektrum der Medienwirkungsforschung abgehandelt und empirisch aufgearbeitet werden. Diesbezüglich sei auf die spezifischere liechtensteinbezogene Studie von Marcinkowski hingewiesen.⁴⁶³ Die Medienwirkungsforschung hat in den vergangenen Jahrzehnten eine Vielzahl an empirischen Arbeiten generiert, die das Verhältnis zwischen Medien und deren Konsumenten kommunikationswissenschaftlich untersuchen. Dabei hat sich eine Spannweite von theoretischen Erklärungsmodellen entwickelt, die von einer unidirektionalen und kausalen Wirkungskette vom Medium auf den Rezipienten – einer Stimulus-Response-Beziehung – über interaktive und

⁴⁶³ Marcinkowski 2004 (i.Ersch.)

komplexe Wechselwirkungen – etwa im dynamisch-transaktionalen Modell⁴⁶⁴ – bis zur Anpassung der Medien an die Selektionskriterien des Publikums und somit grundsätzlich einer Umkehr der Wirkungsrichtung reicht. Dieses Verhältnis kann sowohl aus der Warte der Rezipienten wie auch aus der Warte der Medien betrachtet werden. Entsprechend stehen eher die Selektions-, Wahrnehmungs- und Verarbeitungsmuster eines segmentierten Publikums – in der Rezipientenforschung – oder aber die Nachrichtenselektion, journalistische Aufmachung, Meinungsbildung und das Agenda-Setting der Medien – in der Kommunikatorforschung – im Vordergrund.⁴⁶⁵ Als Untersuchungsbereich können dabei auf beiden Seiten kognitive oder affektive Prozesse auf der Individualebene ebenso ins Forschungszentrum rücken wie historische, strukturelle, ökonomische oder gesellschaftliche Rahmenbedingungen, die sich dem Kommunikator oder dem Rezipienten stellen und das Beziehungsgeflecht beeinflussen. Neben der Interaktion zwischen Kommunikatoren und Rezipienten wirken gleichzeitig auch Intra-Aktionen bei den Kommunikatoren – etwa in Form journalistischer Standards oder einer Konkurrenzbeobachtung, sowie Intra-Aktionen zwischen den Rezipienten – etwa durch interpersonelle Kommunikation und Kommentierung von Medienberichten.⁴⁶⁶

Zu diesen kommunikationswissenschaftlichen Studien kann mit der vorliegenden Arbeit keine weitere Studie hinzugefügt werden. Es können lediglich einige Besonderheiten über das Fallbeispiel Liechtenstein vermerkt werden. So stellt sich etwa die Mediensituation anders dar als in grösseren Staaten, in denen dem Medium Fernsehen in der politischen Meinungsbildung ein hoher Stellenwert zukommt und in denen entsprechend auch der Wirkungsforschung des Fernsehens ein entsprechend hoher Stellenwert beigemessen wird. Die Bedeutung einzelner Medien weicht daher in Liechtenstein stark vom internationalen Muster ab. Eine weitere Besonderheit ist die spezifische Rolle der Presse in Liechtenstein, die sowohl Lokal- wie auch Nationalpresse ist, und die darüber hinaus noch den Status von Parteizeitungen hat. Dies erzeugt

⁴⁶⁴ Früh 1991.

⁴⁶⁵ Vgl. dazu im Überblick Charlton/Schneider 1997 oder Eilders 1997 mit Fokus auf die Rezeption, Rössler 1997 oder Eichhorn 1996 mit Schwerpunkt auf der Frage des Agenda-Settings.

⁴⁶⁶ Vgl. die Transaktionsvorgänge bei Früh 1991, S. 53.

sowohl auf Seiten der Medien bezüglich Agenda-Setting und Meinungsbildung, wie auch auf Seiten der Rezipienten in Bezug auf die Glaubwürdigkeit von Nachrichten und Berichten besondere Voraussetzungen. Ferner ist auch das soziale Beziehungsnetz im Ministaat besonders eng, was auch für das Verhältnis zwischen Medienschaffenden und Publikum zutrifft. Dies bedingt einerseits besondere Rücksichtnahmen in der Berichterstattung, andererseits aber auch einen schnellen Zugang von Aussenstehenden auf und in die Medien. Weiters erlaubt die Kleinheit auch eine persönliche Gegenkontrolle der Berichterstattung durch das Publikum, da dieses oftmals an den Ereignissen, über die berichtet wird, selbst anwesend war. Eine fehler- oder mangelhafte Berichterstattung kann daher leicht entlarvt werden, die Glaubwürdigkeit der Medien kann darunter leiden und generell kann das Muster der beschönigenden Berichterstattung – insbesondere über einheimische Veranstaltungen – durchschaut werden. Dennoch bleiben die Journalisten im Dilemma gefangen, dass eine rücksichtslose und kritische Berichterstattung zwar journalistisch und ethisch wünschenswert wäre, aber gleichzeitig mit Sanktionen – etwa Abonnementskündigungen oder Nachteilen für die jeweilige Partei – verbunden sein kann. Schliesslich ist als weitere Besonderheit noch anzufügen, dass als Korrektiv zur redaktionellen Berichterstattung der Medien einerseits eine breitere Mediennutzung gewählt wird, indem beide liechtensteinischen Zeitungen gelesen und zusätzlich ausländische Medien konsumiert werden. Ein weiteres Korrektiv stellend die Leserbriefe und neuerdings auch Forumsbeiträge dar, die meist ungefiltert durch Redaktionsstuben den Weg in die Zeitungsspalten finden.

Mit diesen Vorbemerkungen versehen können wir uns kurz den Daten zuwenden, die auf der Basis verschiedener Erhebungen einen provisorischen Zugang zu einer liechtensteinischen Medienwirkungsforschung eröffnen. In dieser Arbeit werden diesbezüglich keine abschliessenden Antworten gegeben. Dieses Kapitel soll vielmehr zu einer weiteren Vertiefung der Medienwirkungsforschung in Liechtenstein auffordern. Der Schluss des Kapitels enthält denn auch nicht eine abschliessende Analyse, sondern vielmehr eine Reihe von Fragen, die sich der Forschung weiter stellen.

5.3.1 Datengrundlage

Um die Medienwirkung auf die politische Meinungsbildung abzuschätzen, stehen uns mittlerweile drei Datenerhebungen zur Verfügung. Es handelt sich um die bereits weiter oben herangezogenen Umfragen: Wahlumfrage 2001, Verfassungsumfrage 2001 und Abstimmungsumfrage 2003. Die Erhebungen erfolgten in einem jeweils separaten Kontext (nach den Wahlen 2001, im Verlauf der Verfassungsauseinandersetzung 2001 bzw. nach der Verfassungsabstimmung von 2003), und es interessierten auch jeweils unterschiedliche Aspekte der Wirkung von verschiedenen Einflussfaktoren. Die Fragenkomplexe zu den Medieneinflüssen waren ebenfalls nicht identisch. Das ist jedoch nicht störend, da es ja nicht um den Nachweis einer Entwicklung des Medieneinflusses auf einer Zeitachse oder nach politischem Sachverhalt geht, sondern um eine Einschätzung des Medieneinflusses auf die politische Meinungsbildung generell. Und in dieser Hinsicht können die unterschiedlich ausgestalteten Umfragen ein je eigenes Licht auf die Thematik werfen und sich somit ergänzen.

5.3.2 Bedeutung einzelner Medien

In der Verfassungsauseinandersetzung zeigt sich eine herausragende Bedeutung der Landeszeitungen als Informationsmedium. Bei beiden Umfragen stellen die Zeitungen die wichtigste Informationsquelle für die Stimmberechtigten dar. Rund 60 Prozent haben aus den Zeitungen gemäss eigenen Angaben sehr viel oder viel erfahren. Die Radiosendungen liegen in der Bedeutung weit dahinter. Nur 1,7 Prozent haben 2001 aus dem Radio sehr viel erfahren, bei der Abstimmung 2003 waren es acht Prozent. Das widerspiegelt den generellen Befund der Medienforschung, dass Zeitungen als Informationsmedien, Radio eher als Unterhaltungsmedium genutzt wird.⁴⁶⁷ Das Fernsehen hat in Liechtenstein eine noch geringere Bedeutung. Und das Internet stellt eine fast zu vernachlässigende Grösse dar. Ebenfalls zu vernachlässigen sind die ausländischen Medien.

⁴⁶⁷ Vgl. etwa den Befund des jährlichen Barometers der Schweizer Medien von Ringier (2001, S. 7).

Mediennutzung

Tabelle 44: Informationen aus verschiedenen Informationsquellen in der Verfassungsauseinandersetzung, geordnet nach Bedeutung in der Abstimmung 2003 (in Prozent)⁴⁶⁸

Informationsquelle	Verfassung 2001		Abstimmung 2003	
	sehr viel	viel	sehr viel	viel
Artikel in den Landeszeitungen	18,9	37,7	27,2	34,4
Persönliche Gespräche	11,8	22,4	23,6	29,9
Leserbriefe	–	–	15,4	24,8
Broschüre des Fürstenhauses	12,1	25,4	–	–
Inserate in den Zeitungen	–	–	12,5	24,2
Infobroschüre der Regierung	–	–	10,1	20,0
Abstimmungswerbung im Briefkasten	–	–	9,4	20,2
Radiosendungen	1,7	15,4	8,0	18,7
Strassenplakate	–	–	7,6	16,0
Fernsehsendungen	0,7	2,5	6,2	11,9
Informationsveranstaltungen	5,3	9,0	5,1	11,5
Papiere der Verfassungskommission	5,3	13,8	–	–
Wissenschaftliche Gutachten	4,0	7,5	–	–
Artikel in ausländischen Zeitungen	0,3	2,2	3,1	7,7
Informationen im Internet	0,3	1,7	2,3	5,9

Quelle: Verfassungsumfrage 2001. Abstimmungsumfrage 2003.

dischen Zeitungen für die politische Meinungsbildung in Liechtenstein. An zweiter Stelle in der Bedeutung der Informationsquellen rangiert nach den Landeszeitungen das persönliche Gespräch, gefolgt von den Leserbriefen, welche ebenfalls über die Landeszeitungen transportiert werden. Aber auch die gesamte Palette an Abstimmungswerbung – Broschüren, Inserate, Abstimmungsunterlagen – rangiert in der Bedeutung noch vor den elektronischen Medien.

⁴⁶⁸ Die zugrundeliegenden Fragen lauteten: «Wie haben Sie sich bisher über den Verfassungsvorschlag des Fürstenhauses informiert? Was würden Sie sagen: wie viel haben Sie persönlich darüber aus Zeitungen, Radio, Gesprächen und aus anderen Quellen erfahren?» (2001) bzw. im Anschluss an die Fragen nach der Nutzung verschiedener Medien die Frage: «Wie viel haben Sie persönlich über die beiden Verfassungsinitiativen aus den verschiedenen Quellen erfahren?» (2003).

Tabelle 45: Mithören von Wahlsendungen der Lokalradios 2001

Hören von Wahlsendungen	Radio L		Radio Ri	
	N	%	N	%
oft	114	14	23	3
ab und zu	332	41	77	10
nie	349 ⁴⁶⁹	44	695 ⁴⁷⁰	87
k.A./weiss nicht	5	1	5	1
Total	800	100	800	100

Quelle: Wahlumfrage 2001.

Insgesamt hat die Bedeutung aller Informationsquellen zwischen den beiden Umfragezeitpunkten zugenommen. Das hängt nicht nur mit dem grösseren Aktivismus und der breiteren Berichterstattung der politischen Akteure und der Medien zusammen, sondern auch mit der gesteigerten Informationsaufnahme des Publikums bzw. der Stimmberechtigten vor der entscheidenden Abstimmung. Die grosse Kluft zwischen der sehr grossen Bedeutung der Landeszeitungen für die Informationsvermittlung und der untergeordneten Bedeutung aller elektronischen Medien sowie auch der ausländischen Zeitungen bleibt aber für den Umfragezeitraum bestehen.

Ein weiterer Hinweis auf eine eher marginale Bedeutung der Radios auf dem Gebiet der politischen Meinungsbildung kann der Wahlumfrage von 2001 entnommen werden. Im Vorfeld von Wahlen wurden spezielle Wahlsendungen mit Interviews, Kandidatenvorstellungen, Diskussionsrunden und ähnliches produziert und gesendet. Nur 14 Prozent der Wählerinnen und Wähler geben jedoch an, diese Sendungen oft gehört zu haben. Bei Radio Ri waren dies noch weit weniger, nämlich 3 Prozent. 44 Prozent haben sich keine Sendung auf Radio L, 87 Prozent keine Sendung auf Radio Ri angehört.

Die Bedeutung des Fernsehens für die innenpolitische Meinungsbildung in Liechtenstein ist ähnlich gering einzuschätzen wie die Bedeutung des Radios. Allerdings bezieht sich dies nicht auf die ausländischen

⁴⁶⁹ 314 Fälle mit Angabe «nie» und 35 gefilterte Fälle mit Angabe «hört nie Radio».

⁴⁷⁰ 660 Fälle mit Angabe «nie» und 35 gefilterte Fälle mit Angabe «hört nie Radio».

Programme, sondern auf die Sendungen des Landeskanals. Ein Vergleich der beiden Umfragen im Rahmen der Verfassungsdiskussion zeigt, dass die Bedeutung des Fernsehen zwischen den beiden Umfragezeitpunkten markant gestiegen ist. Der Grund liegt darin, dass erst im Hinblick auf die Abstimmung im Landeskanal Diskussionssendungen übertragen wurden. Auf diese Sendungen dürfte sich im wesentlichen die Nennungen beziehen, die einen Informationsgewinn aus dem Fernsehen andeuten. Die ausländischen Programme sind in dieser Hinsicht weitgehend zu vernachlässigen, da es sich bei der Themenbehandlung um oberflächliche oder plakative Darstellungen handelt, die für die innenpolitische Meinungsbildung wenig geeignet sind.

Der Landeskanal als Regierungssender hat nicht die Überzeugungskraft und Wirkung unabhängiger Medien. Die Sendungen wirken inszeniert und schwerfällig. Eine kritische Auseinandersetzung fehlt weitgehend. Die Bedeutung wird aber auch abgeschwächt, wenn die Einschaltquoten betrachtet werden. Für die Verfassungsdiskussionen liegen keine entsprechenden Angaben vor. In der Nachwahlumfrage 2001 wurde hingegen erhoben, ob man sich die Wahlsendungen angeschaut hat. Nur 13 Prozent gaben an, die überschaubare Zahl an Sendungen – nämlich zwei – vollständig mitverfolgt zu haben. 29 Prozent haben sie teilweise verfolgt, während 56 Prozent diese Sendungen völlig ignoriert haben.

Die Bedeutung der elektronischen Medien – hier Radio und Fernsehen – wird theoretisch noch weiter reduziert, wenn man berücksichtigt, dass Wählerinnen und Wähler mit einer Parteineigung überdurchschnittlich oft Wahlsendungen im Radio und dem Landeskanal mitverfolgt haben. Das tendenziell volatilere Segment der Ungebundenen, das durch Medienberichte und Wahlsendungen am ehesten in der Entscheidung noch beeinflussbar wäre, hat sich dem Einfluss der Medien überdurchschnittlich stark durch Nichtbeachtung entzogen. Nur 7 Prozent der Ungebundenen (15 Prozent der Gebundene) haben Radiosendungen oft angehört, und nur 8 Prozent (14 Prozent der Gebundenen) haben die Landeskanalsendungen vollständig angeschaut. Daher ist es auch nicht erstaunlich, dass diejenigen, die Wahlsendungen in den elektronischen Medien mitverfolgt haben, ein überdurchschnittlich stabiles Wahlverhalten an den Tag gelegt haben. Es ist also keineswegs so, dass sich ein unvoreingenommener Wähler vor den Fernsehapparat setzt oder Radio hört, um sich die Argumente anzuhören und dann eine

Mediennutzung und Meinungsbildung

Table 46: Einschaltquoten bei Wahlsendungen auf dem Landeskanaal 2001⁴⁷¹

Zuschauerverhalten	N	%
vollständig	106	13
teilweise	230	29
gar nicht	450	56
k.A./weiss nicht	14	2
Total	800	100

Quelle: Wahlumfrage 2001.

Table 47: Zuschauerverhalten gegenüber Sender XML⁴⁷²

Zuschauerverhalten	N	%
häufig	56	7
ab und zu	282	35
gar nie	457	57
k.A./weiss nicht	5	1
Total	800	100

Quelle: Wahlumfrage 2001.

Wahlentscheidung zu treffen. Vielmehr sind die Meinungen des Publikums bzw. Elektorats bereits weitgehend gemacht. Die politisch Interessierten und parteimässig Gebundenen schauen oder hören sich Wahlsendungen an, ohne dadurch ihren Entscheid wesentlich beeinflussen zu lassen. Eine entscheidende Wirkung der elektronischen Medien auf die politische Meinungsbildung ist auf Basis des Datenmaterials somit nicht nachweisbar.

⁴⁷¹ Die Frage lautete: «Auch im Landeskanaal sind zwei Diskussionssendungen übertragen worden. Haben Sie diese vollständig, teilweise oder gar nicht mitverfolgt?»

⁴⁷² Das Verhalten gegenüber XML wurde mit folgender Erinnerungsfrage erhoben: «Der liechtensteinische Fernsehsender XML hat bis vor rund einem Jahr regelmässig Sendungen produziert und ausgestrahlt. Haben Sie diese Sendungen häufig, ab und zu oder gar nie mitverfolgt?».

Das Manko an einheimischem Fernsehen konnte auch durch den Privatsender XML nicht wettgemacht werden. Als er noch regelmässig eigene Magazinsendungen produziert hatte, wurde er nur von 7 Prozent häufig aufgeschaltet. 35 Prozent gaben in der Nachwahlumfrage an, ihn ab und zu gesehen zu haben, 57 Prozent haben ihn gar nie angeschaut. In den grossen politischen Auseinandersetzungen der letzten Jahre – Landtagswahlen 2001, Verfassungsabstimmung 2003 – konnte XML überhaupt keine Impulse setzen, da er sich längst von eigenen Programmleistungen verabschiedet hatte.

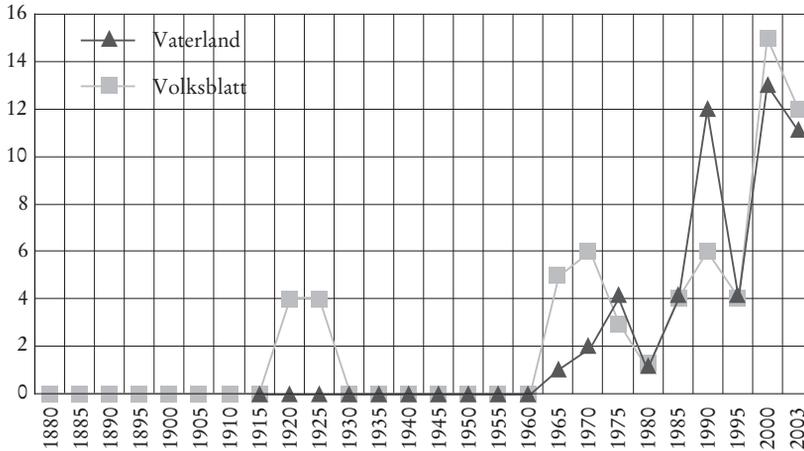
5.3.3 Exkurs: Die Leserbriefe

Wie weiter oben gezeigt, geht aus verschiedenen Umfragen hervor, dass die Leserbriefe einen hohen Beachtungsgrad in der Leserschaft finden. Die Leserbriefe stellen eine Art Seismograf in der Gesellschaft dar und wirken auch als Agenda-Setter, sowohl für die Medien, wie auch für die Parteien und politischen Entscheidungsträger. Vor dem Hintergrund einer weitgehend vom Parteiendenken geprägten Medienkultur füllen die Leserbriefe oftmals auch Lücken, die für die Redaktionen Tabus darstellen. In einer Langzeitanalyse seit Bestehen der Zeitungen wird deutlich, dass die Form des Leserbriefes eher jüngerem Datums ist. Die gezogenen Stichproben – jeweils die letzte vollständige Juniwoche im Fünf-Jahres-Rhythmus – mag nicht ganz repräsentativ sein. Sie zeigt aber doch klare Tendenzen auf.

5.3.3.1 Zahl der Leserbriefe

Beim Liechtensteiner Volksblatt zeigen erstmals die Stichproben in den 1920er Jahren einzelne Leserbriefe. Es gab jedoch noch keine spezielle Rubrik, und es ist daher fraglich, ob es sich dabei um Leserbriefe im heutigen Sinne handelt. Die Zeitungen arbeiteten damals wesentlich mittels eines Korrespondentennetzes aus den Gemeinden oder druckten Stellungnahmen von Behörden, Vereinen, Verbänden oder von Teilnehmern verfasste Kurzberichte von Veranstaltungen ab. Die hier als Leserbrief markierten Berichte könnten demgemäss auch Berichte aus der Feder eines Korrespondenten oder Informanten der Zeitung sein. Jedenfalls

Abbildung 9: Leserbriefe in den Landeszeitungen in der letzten Juni-woche 1880–2003



tauchen in den weiteren Stichproben bis in die 1950er Jahre keine Leserbriefe mehr auf. Bei den Oberrheinischen Nachrichten, den Liechtensteiner Nachrichten und dem daraus hervorgegangenen Liechtensteiner Vaterland finden sich in dieser Periode keine Leserbriefe. Erst nach 1960 werden die Leserbriefe zu einem dauerhaften Bestandteil der Zeitungen.

Für eine zuverlässige quantitative Analyse der Leserbriefe erscheint eine einzelne Untersuchungswoche im Fünf-Jahres-Rhythmus zu klein gewählt. Selbstverständlich wäre eine Vollerhebung aller Zeitungsausgaben wünschenswert, allerdings auch mit einem erheblichen Aufwand verbunden. Um also rein tagesaktuelle Spitzenereignisse auszugleichen, wurde die Stichprobe den aktiven Leserbrief-Jahren (1960–2003) auf den gesamten Monat Juni ausgedehnt. In der Zeit von 1960 bis 2003 wurden also für die beiden Landeszeitungen im Fünfjahresturnus jeweils alle Leserbriefe im Monat Juni addiert. Die neu gewonnene Verlaufskurve gleicht weitgehend der reduzierten Stichprobe einer einzelnen Woche. Es zeichnen sich dabei Zyklen der Leserbriefaktivität ab. Aber auch diesen Befund sollte man eher mit Vorsicht genießen. Es ist durchaus denkbar, dass ein anderer Monat des Jahres oder andere Jahresstichproben andere Detailresultate bringen würden, je nach dem welche politischen Ereignisse – bsp. die Verfassungsdiskussion oder anstehende

Abbildung 10: Leserbriefe in den Landeszeitungen im Juni 1960–2003

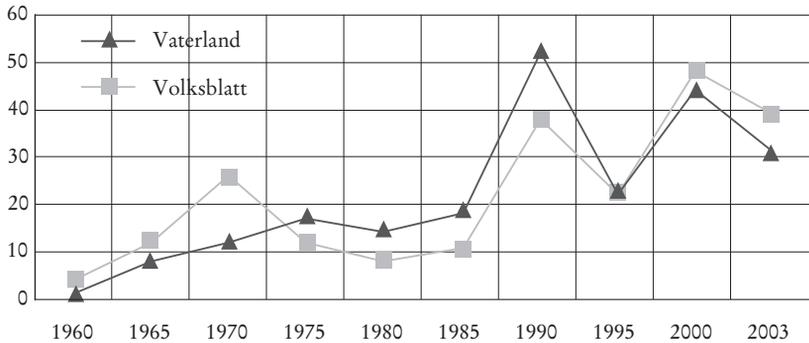


Tabelle 48: Mittelwert der Leserbriefe pro Monat und Zeitung nach Jahrzehnten

	1960er	1970er	1980er	1990er	2000er
Mittelwert	6	17	12	33	40

Volksabstimmungen – oder sonstige heiss diskutierte Themen gerade aktuell waren.

Trotz dieser vorsichtigen Interpretation erscheint es aber zulässig, einen langfristigen Trend in Richtung zunehmender Leserbriefe festzustellen. In den 1960er Jahren betrug der Mittelwert der Stichproben rund sechs Leserbriefe pro Monat. Dieser Wert stieg diskontinuierlich auf 40 Leserbriefe pro Monat in der Gegenwart an.

5.3.3.2 Weitere Aspekte der Leserbriefe

Kennzeichnung

Die Bedeutungszunahme der Leserbriefe wird noch zusätzlich unterstrichen, wenn die Form der Leserbriefe betrachtet wird. Es hat sich gezeigt, dass das Volksblatt in den 1960er Jahren deutlich mehr Leserbriefe publizierte als das Vaterland. Diese Leserbriefe wurden jeweils auf der Frontseite des Blattes abgedruckt. Als Autoren wurden verschlüsselte

Namen wie «Argus» oder «Kritikus» genannt, sodass der Verdacht nahe liegt, dass diese «Leserbriefe» aus der Feder von Redaktoren stammten oder von der Redaktion weitgehend gesteuert waren. Bis in die erste Hälfte der 1980er Jahren hinein war es generell üblich, die Leserbriefe mit Initialen in unterschiedlicher Schreibart sowie mit oder ohne Angabe eines Ortes zu kennzeichnen.⁴⁷³ Häufig wurden auch Umschreibungen für die Autoren gewählt, wie etwa «Ein besorgter Bürger» oder «Eine junge Mutter».⁴⁷⁴ Auch hier liegt der Verdacht nahe, dass solche Lesermeinungen redaktionell oder politisch gesteuert waren. Dies wird noch untermauert durch die Tatsache, dass Leserbriefe oftmals nur in einer einzigen Zeitung erschienen bzw. nur einer Zeitung «zugestellt» wurden. Vereinzelt in den 1970er Jahren, vermehrt in den 1980er Jahren und verbindlich auf Grund redaktioneller Entscheide seit Mitte der 1980er Jahre wird der Name sowie Wohnort der Leserbriefschreiber veröffentlicht. Es ist auch zur Regel geworden, dass Leserbriefe beiden Zeitungen zugestellt werden und in beiden Zeitungen veröffentlicht werden. Seit dieser Zeit ist also erkennbar, dass hinter der Meinung eines Leserbriefes auch tatsächlich eine Person steht. Dies verhindert allerdings nicht ganz, dass Leserbriefe in begrenztem Ausmass weiterhin parteipolitisch zur Meinungsbildung instrumentalisiert werden und Leserbriefe inszeniert sein können.

Rubrik

Eine spezielle Rubrik für Leserbriefe war ursprünglich in den Zeitungen nicht vorgesehen. Auch dadurch ist es schwierig, vor den 1960er Jahren Korrespondentenberichte von Leserbriefen zu unterscheiden. Seit den 1960er Jahren werden die Leserbriefe jedoch in speziell gekennzeichneten Rubriken platziert. Beim Volksblatt hiess dies zunächst die «Tribüne der freien Meinung», in den 1970er Jahren «Unsere Leser schreiben», später «Leserbriefe» und in der aktuellen Aufmachung «Lesermeinung»

⁴⁷³ Die Leserbriefschreiber hiessen etwa «msu», «hj», «h.m.», «BZ», «P.M.», «F.B., Triesen», «VE, Triesen» usw. (verschiedene Leserbriefe im Volksblatt und Vaterland 1965–1980).

⁴⁷⁴ Weitere Umschreibungen in den Stichproben waren etwa «Ein Demokrat, der nicht titelfreundlich ist», «Ein katholischer Laie», «Ein an Kunst und Kultur wahrhaft interessierter Liechtensteiner», «Ein betroffener Sänger», «Ein Triesenberger Bürger», «Ein besorgter Waidmann», «Eine altmodische Mutter» u.ä.

bzw. «Lesermeinungen». Beim Liechtensteiner Vaterland hiess die Rubrik bis in die 1990er Jahre «Treffpunkt des Lesers», wobei das Signet verschiedentlich abgeändert wurde. Gegenwärtig werden die Leserbriefe als «Leserbrief» bzw. «Leserbriefe» angekündigt.

Leserbrieflänge

Die Menge und Länge der Leserbriefe stellt die Zeitungsherausgeber inzwischen sogar schon vor gewisse Probleme, da Leserbriefe Platz beanspruchen. Das Liechtensteiner Volksblatt hat im August 2002 auf dieses Problem reagiert, indem nur noch Leserbriefe mit maximal 2500 Zeichen veröffentlicht werden, allenfalls auch Kürzungen vorgenommen werden. Dieser an sich nachvollziehbare Schritt war zeitlich etwas problematisch gewählt, da er genau in eine heisse Diskussionsphase in der Verfassungsdiskussion fiel und mit einem Exempel an einem Leserbrief des Landtagsabgeordneten Peter Sprenger statuiert wurde, der in dieser politischen Frage eine andere Auffassung vertrat als das Volksblatt und die Regierungspartei. Die quantitative Limitierung der Leserbriefe auf einen bestimmten Umfang kann sicher nicht als Zensurversuch gewertet werden, da generell gar kein Rechtsanspruch auf die Veröffentlichung von eingesandten Meinungen besteht. Die vom Volksblatt aufgestellte Limite kann auch als ausreichend betrachtet werden, um eine Lesermeinung kundzutun. In der Praxis dürfte es sogar so sein, dass kürzere Leserbriefe mehr Beachtung finden als längere. Zu kritisieren ist nur, wenn die Regel in Fällen politischer Opportunität durchbrochen wird, wie es gelegentlich der Fall ist.⁴⁷⁵

⁴⁷⁵ Dies war nicht nur selektiv während der Verfassungsdiskussion bis zur Volksabstimmung vom 16. März der Fall (etwa in einem «fürstentreuen» Leserbrief vom 19. Februar 2003), sondern wiederholte sich in der Abstimmungskampagne über das Polizeigebäude/den Sicherheitskomplex etwa mit einem befürwortenden Leserbrief am 20. Februar 2004 mit rund 3500 Zeichen. Eine konsequente Durchsetzung einer selbst aufgestellten Regel gegenüber Leserbriefen aller politischen Richtungen könnte zur Glaubwürdigkeit eines Mediums beitragen.

5.3.4 Zusammenfassung

Auf dem Gebiet der politischen Meinungsbildung nehmen in Liechtenstein die Tageszeitungen unter den Medien eine herausragende Rolle ein. Dies ist ein deutlicher Unterschied zu Staaten mit einer breiteren Medienstreuung. In der Medienwissenschaft wird dem Fernsehen eine bedeutende Rolle in der Meinungsbildung zugestanden. In Liechtenstein reduziert sich dieser Aspekt auf einige wenige Diskussionssendungen vor Wahlen oder Abstimmungen. Auch das Radio kann nur wenig zur politischen Meinungsbildung beitragen. Dass die parteipolitisch disziplinierten Redaktionen keine Allmacht über die Leserschaft haben, zeigt sich an den Leserbriefen. Diese sind unabhängig von der Redaktion, werden bereitwillig in den Zeitungen abgedruckt, haben zahlenmässig laufend zugenommen und wirken beim Publikum authentischer als Parteimeinungen. Zudem wird die Wirkung der liechtensteinischen Medien – wie bereits an anderer Stelle ausgeführt – durch die Nutzung mehrerer einheimischer Medien, persönliche Erfahrungen, teilnehmende Beobachtung, interpersonelle Kommunikation und ausländische Medien stark relativiert. Die parteipolitische Wirkung der liechtensteinischen Medien ist daher weit geringer als von Kritikern der Parteienpresse befürchtet.

6 Journalistenverbände in Liechtenstein

Der Beruf des vollzeitlichen Journalisten hat in Liechtenstein keine lange Tradition und auf Grund der Kleinheit des Landes sowie der Medienszene ist die Zahl der Medienschaffenden auch relativ klein. Entsprechend sind auch Standesorganisationen der Journalisten in Liechtenstein erst spät entstanden. 1969 wurde der Internationale Liechtensteiner Presseclub LPC gegründet, 1999 folgte die Gründung des Komment.

6.1 Internationaler Liechtensteiner Presseclub

6.1.1 Gründung, Zielsetzung, Tätigkeit, Organe

Der Internationale Liechtensteiner Presseclub (LPC) wurde am 8. Februar 1969 gegründet. Initiant, erster und bis heute einziger amtierender Präsident war und ist Walter B. Wohlwend, der zur damaligen Zeit noch Chefredaktor des Liechtensteiner Volksblattes war. Ziel des LPC war es, insbesondere den ausländischen Journalisten einen erleichterten Zugang zu Informationen in und über Liechtenstein zu verschaffen. Diese Serviceleistung für Kollegen war kombiniert mit der Absicht, ein positives Bild Liechtensteins im Ausland zu vermitteln. In unregelmässigen Abständen organisiert der LPC Vortrags- und Diskussionsveranstaltungen. Einen allgemeinen Einblick in die aktuelle Tätigkeit liefert der Bericht anlässlich der Generalversammlung 2001, der eine zweijährige Berichtsperiode umfasst.⁴⁷⁶ Darin wurden die direkte oder indirekte Mitwirkung an der Verleihung des Breitbach-Literaturpreises, die Durchführung von Neujahrsempfängen (im Jahr 2000 mit der neuen Ge-

⁴⁷⁶ Liecht. Volksblatt vom 26. Mai 2001.

samtregierung, im Jahr 2001 zum Thema Finanzplatz), die Teilnahme an einer Begegnung mit Auslandsjournalisten in Berlin, die Organisation einer Vorbesichtigung des Kunstmuseums, sowie die Durchführung eines Symposiums über eine «Medienkampagne» im Zusammenhang mit den Geldwäschereivorwürfen gegen Liechtenstein (in Zusammenarbeit mit der LGT Bank in Liechtenstein) angeführt.⁴⁷⁷

In den revidierten Statuten vom 10. August 1999 werden vier Zwecke des LPC genannt: die Förderung einer möglichst objektiven Darstellung aller politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Belange des Fürstentums Liechtenstein in den internationalen, regionalen und nationalen Medien, die Förderung von Weiterbildungsmöglichkeiten für Medienschaffende, die regelmässige Durchführung von Veranstaltungen sowie die Führung eines Berufsregisters (mit Ausgabe von LPC-Mitgliederausweisen). Die Organe des LPC sind die Generalversammlung⁴⁷⁸, der Vorstand⁴⁷⁹, der Generalsekretär, die Kontrollstelle und der Internationale Beirat⁴⁸⁰.

6.1.2 Merkmale der LPC-Mitglieder

Die Bedeutung des LPC für die aktiven Journalisten in Liechtenstein kann als nicht sehr hoch eingeschätzt werden. In der Journalisten-Umfrage (vgl. Kapitel 7) gaben weniger als fünf Prozent an, Mitglied im LPC zu sein. Gemessen am Gesamttotal aller Journalisten in Liechten-

⁴⁷⁷ Liecht. Vaterland und Liecht. Volksblatt vom 17. November 2000 sowie eigene Beobachtungen des Autors an der Veranstaltung. Der vom LPC verwendete Begriff «Medienkampagne» suggeriert eine Inszenierung der Berichterstattung, und ignoriert den realen Hintergrund der Medienberichterstattung. Dies wurde von verschiedenen Journalisten ausländischer Medien anlässlich der erwähnten Veranstaltung vom 16. November 2000 kritisiert und klargestellt.

⁴⁷⁸ In der Regel alle zwei Jahre einberufen.

⁴⁷⁹ Vorstand nach der GV 2001: Walter B. Wohlwend (Präsident), Günther Meier (Generalsekretär), Elmar Oberhauser (ORF Wien, Vizepräsident), Walter Brülisauer (Langendorf/CH, Vizepräsident), Gisela Blau (Zürich, Beisitzerin). Hinzu kommt der Patronatsherr, S.D. Prinz Nikolaus v. Liechtenstein.

⁴⁸⁰ Nach Statuten gehören dem Beirat bis zu sieben Mitglieder an, von denen höchstens zwei liechtensteinischer Nationalität sein dürfen. Ihm obliegt zusammen mit dem Vorstand die Wahrnehmung der Interessen der Vereinigung gegenüber internationalen Institutionen sowie die Herstellung und Pflege von Kontakten zu ausländischen Personen und Institutionen, die für das internationale Ansehen des Fürstentums Liechtenstein von Bedeutung sind.

Journalistenverbände in Liechtenstein

Tabelle 49: Merkmale der Mitglieder des LPC (Skalierungen 0-10/
Median = 5)⁴⁸¹

	Umfragetotal (N = 99)	LPC-Mitglieder (N = 5)
Durchschnittsalter 2002	39 Jahre	57 Jahre
Männeranteil	58 %	80 %
Frauenanteil	42 %	20 %
Links-Rechts-Selbsteinstufung	4,0	5,2
Sympathie FBP	3,9	5,2
Sympathie VU	4,7	5,0
Sympathie FL	4,9	3,7

stein weist der LPC eine Mitgliederstruktur mit einem relativ hohen Durchschnittsalter und einem hohen Männeranteil auf. Die LPC-Mitglieder stufen sich politisch selbst etwas rechts vom Durchschnitt aller befragten Journalisten ein und stehen der FBP freundlicher gegenüber als die anderen.

Der Liechtensteiner Presseclub ist ein Generationenverein, dessen Altersstruktur sich mit dem Älterwerden seines Präsidenten nach oben verschiebt. Eine Anbindung der jüngeren Journalisten des Landes hat praktisch nicht stattgefunden. Ausserdem ist der LPC männerlastig, was sich nicht nur in der weitgehend männlichen Zusammensetzung des Vorstandes, sondern auch in der – allerdings mit sehr kleinen Fallzahlen arbeitenden – Journalistenumfrage zeigt. Politisch sind die LPC-Mitglieder – soweit es sich gemäss Selbsteinstufung in der Umfrage ergibt – um einen Skalapunkt (auf einer Skala von 0 bis 10) rechts vom Durchschnitt der Journalisten Liechtensteins angesiedelt. Diese politische Grundhaltung äussert sich auch in der Parteiensympathie. Im Vergleich zur Gesamtheit der Journalisten weisen die LPC-Mitglieder eine höhere Sympathie für die beiden Volksparteien (FBP und VU), aber eine deutlich tiefere Sympathie – bzw. eine eher negative Einstellung – gegenüber der FL auf.

⁴⁸¹ 0 auf der Skala bedeutet «wenig»/«links», 10 bedeutet «viel»/«rechts».

6.1.3 Charakterisierung des LPC

Der LPC ist weniger ein Berufsverband für die Journalisten in Liechtenstein als ein Sprachrohr für eine positive Liechtensteindarstellung im In- und Ausland. Dieses Ziel wird durch aktive Informationstätigkeit und Serviceleistungen bei Journalistenanfragen sowie ein gutes Beziehungsnetzwerk im In- und Ausland erreicht. Die Tätigkeit des LPC wird bis in die Gegenwart weitgehend durch die Person seines bisher einzigen Präsidenten geprägt. Als ehemaliger Chefredaktor des Liechtensteiner Volksblattes (1963–1984) konnte er seine Parteilichkeit zugunsten der FBP nie verstecken. Daneben gilt er als wirtschaftsfreundlich und fürstentreu.⁴⁸² Nach Beendigung der Tätigkeit als Chefredaktor des Volksblattes eröffnete Wohlwend ein Pressebüro, das Schreib-, Medien- und PR-Dienste anbot. Dies brachte ihn beruflich in noch engeren Kontakt zur Wirtschaft, sowohl dem Industrie- wie auch dem Finanzdienstleistungssektor. Parallel dazu war er mehrere Jahre Korrespondent für das Regionaljournal von Radio DRS. Er wurde auch der wichtigste Promotor für die Gründung eines Privatradios in Liechtenstein, das mit dem Sendestart von Radio L 1995 realisiert wurde. Bei Radio L amtierte Wohlwend seit Beginn als Verwaltungsrat und Delegierter des Verwaltungsrates. Wohlwend und in seinem Gefolge LPC-Generalsekretär Günther Meier⁴⁸³ sind in der Wahl der Mittel nicht zimperlich. Nicht selten kollidieren auch die journalistischen und unternehmerischen Interessen Wohlwends miteinander, wobei er regelmässig den unternehmerischen Interessen den Vorrang gibt.⁴⁸⁴ Allein aus den letzten Jahren gibt es eine (nicht vollständige) Auswahl von Vorfällen, die die Haltung illustrieren.

⁴⁸² Dies belegen die zahllosen Stellungnahmen und Kommentare Wohlwends in Presse und Radio. Am 1. September 2003 wurde er durch Fürst Hans-Adam II im Rahmen einer Ordens- und Titelverleihung mit dem Komturkreuz mit Stern bedacht.

⁴⁸³ Günther Meier war 1984–1999 Nachfolger von Wohlwend als Chefredaktor des Liecht. Volksblattes. Nach seinem unfreiwilligen Abgang wurde er freischaffender Journalist, der neben seiner bereits früher ausgeübten Tätigkeit als Korrespondent der NZZ auch für weitere Medien im Ausland und im Inland (insbesondere Radio L) arbeitet.

⁴⁸⁴ Ein jüngeres Beispiel ist ein Leserbrief Wohlwends in seiner Funktion als Medienbeauftragter der LIHGA 2002 im Zusammenhang mit einem angekündigten Vortrag des Kärntner Landeshauptmanns Dr. Jörg Haider. Indirekt rief er darin zu einer Einschränkung des Demonstrationsrechts – nach entsprechenden Gerüchten über

6.1.3.1 Beispiel: Der Fall Markus Rohner

Der Fall Markus Rohner demonstriert die Intention des LPC in mehrfacher Weise. Ausgangspunkt war eine Artikelserie, die der freischaffende Journalist Markus Rohner aus Altstätten im Januar 2001 in Schweizer Tageszeitungen platziert hatte. Er setzte sich darin kritisch mit dem Finanzplatz Liechtenstein auseinander. Dies veranlasste den LPC zu einer geharnischten Kollegenschelte. Wohlwend und Meier warfen Rohner vor, mit seiner Berichterstattung «auf Dauer zu einer schleichenden Vergiftung der Jahrzehnte alten, traditionell freundschaftlichen Beziehungen zwischen den Menschen unseres Landes und jenen in der benachbarten Schweiz beizutragen.»⁴⁸⁵ Es folgten Vorwürfe zur Berichterstattung Rohners über die laufende Verfassungsdebatte. Auf Unverständnis sei auch gestossen, dass Dr. Werner Walser als repräsentativer Vertreter des Finanzdienstleistungsplatzes Liechtenstein vorgestellt worden sei. Wohlwend und Meier bedauerten in diesem Schreiben, dass Rohner mit seinem Verständnis von kritischer Berichterstattung Unfrieden zwischen Menschen diesseits und jenseits des Rheins säe und damit auch die Medien, die seine Beiträge veröffentlichten, hierzulande in ein zweifelhaftes Licht stelle. Dieses Schreiben des Präsidenten und des Generalsekretärs des LPC ging in Kopie an den Regierungschef, das Presse- und Informationsamt sowie die Redaktion des St. Galler Tagblattes, womit es von der Kollegenkritik noch zusätzlich zur Denunziationschrift mutierte.

In einem Antwortschreiben bezeichnete Rohner den Inhalt des Schreibens der «zwei selbsternannten Gralshüter» als «absurd». Rohner habe nichts anderes getan, als seiner journalistischen Pflicht nachzukommen. «Wenn das Land wegen einer seit acht Jahren anhaltenden

eine Demonstration von SchülerInnen – und damit des Rechts auf freie Meinungsäußerung auf (Liechtensteiner Volksblatt/Vaterland v. 26. August 2002). Seine Ausführungen gipfelten in der Frage, «ob politische Agitation – gegen wen sie sich auch immer richtet – zum Lehrplan eines öffentlichen Gymnasiums gehört?» In der Folge wehrten sich die angesprochenen Schüler des Liechtensteinischen Gymnasiums mit einer Reihe von Leserbriefen. (Liechtensteiner Volksblatt/Vaterland v. 28./29. August 2002). Selbst der Tages-Anzeiger und die Zeitschrift FACTS berichteten mit Unverständnis über diesen Vorfall (Tages-Anzeiger v. 5. September 2002; FACTS 36/2002 vom 5. September 2002).

⁴⁸⁵ Brief des LPC (Präsident Walter B. Wohlwend und Generalsekretär Günther Meier) vom 16. Januar 2001.

Verfassungskrise, einem vor drei Jahren ausgelösten Disput um die katholische Kirche Liechtenstein, einem in Strassburg verurteilten Monarchen und einer 1999 entstandenen Diskussion um den Finanzplatz Liechtenstein für internationale Schlagzeilen sorgt und ich als Journalist darüber in Schweizer Zeitungen berichte, kann mir deshalb doch kein Vorwurf gemacht werden.»⁴⁸⁶ Rohner äusserte sich auch erstaunt, dass mit Günther Meier ein Berufskollege das Schreiben mitunterzeichnet habe.

In der Folge intervenierte auch der Komment – eine andere liechtensteinischen Journalistenvereinigung, über die im nächsten Kapitel geschrieben wird – mit einer Stellungnahme in den Landeszeitungen. Er hielt fest, dass kritischer Journalismus fast ausschliesslich aus dem Ausland stamme. Diese Berichterstattung sei wichtig für Liechtenstein. «Es sind fast die einzigen unabhängigen Stimmen, die auch in Liechtenstein hörbar sind, und der Versuch des LPC, auch diese Berichterstattung unter die Fuchtel zu kriegen, scheitert hoffentlich.»⁴⁸⁷ Der Komment regte an, einen «Liechtensteiner Presserat» ins Leben rufen, der die liechtensteinische Presse und die Berichterstattung zu Liechtenstein im Ausland beobachte, um «in Zukunft solche LPC-Zensuren zu verhindern.» Wenig später griff auch die SDA den Fall auf. Darin wird LPC-Vizepräsident Walter Brülisauer wie folgt zitiert: «Anstatt die eigenen Aufgaben des Vereins wahrzunehmen, wird in einem Rundumschlag ein Vereinsmitglied attackiert, und zwar in totaler Verletzung der Vereinsstatuten.»⁴⁸⁸ Damit war aber der Fall noch nicht ganz abgeschlossen. Im Mai 2001 wandte sich Markus Rohner mit einem offenen Brief an den Vorstand des LPC. Rohner kritisiert darin, dass er von der anstehenden Generalversammlung nur auf Umwegen erfahren habe, obwohl er ordentliches LPC-Mitglied sei. Als nunmehr ausscheidendes Mitglied äusserte er aber noch die Bitte, das Wort «Presse» aus dem Vereinsnamen zu entfernen. «Was der so genannte «Internationale Liechtensteiner Presseclub» mit Medien, Öffentlichkeit und Internationalität zu tun hat, ist mir bis heute ein Rätsel. Habts nett miteinander, genießt im Tabakskolle-

⁴⁸⁶ Antwortbriefes von Markus Rohner vom 17. Januar 2001.

⁴⁸⁷ Forumsbeitrag im Liecht. Vaterland v. 28. Februar 2001/Liecht. Volksblatt v. 1. März 2001.

⁴⁸⁸ Bericht von Ruedi Lämmler, SDA, im Liecht. Vaterland v. 10. März 2001. Im Liecht. Volksblatt nicht abgedruckt.

gium die Geselligkeit und regt Euch nicht mehr länger über frustrierte Liechtenstein-Kritiker auf, die in ausländischen Medien über das kleine Land herziehen. Diese Journalisten werden ganz einfach nie begreifen, wie der Staat Liechtenstein nach LPC- und wbw-Fasson zu funktionieren hat.»⁴⁸⁹ Der Fall wurde selbst in einem längeren Beitrag im Tages-Anzeiger aufgegriffen.⁴⁹⁰

6.1.3.2 Beispiel: Der Fall Elf-Aquitaine

Ausgangspunkt war die Berichterstattung von Vaterland und Volksblatt auf der Frontseite am 12. Juli 2001 über Schmiergeldzahlungen von Elf-Aquitaine über Schwarze Konten in Liechtenstein.⁴⁹¹ Basis für die Berichte in den Zeitungen war eine Meldung der SDA, die im Falle des Liechtensteiner Vaterlandes noch durch eine Anfrage beim Leiter des Rechtsdienstes der liechtensteinischen Regierung ausgebaut wurde. Der Lead wurde in beiden Berichten von der SDA übernommen und lautete: «Der ehemalige französische Staatskonzern Elf-Aquitaine soll seit den 70er Jahren mehrere Milliarden französische Franc Schmiergelder auf Konten in Liechtenstein überwiesen haben. Diese Aussage machte der ehemalige Elf-Spitzenmanager André Tarallo.»

Diese Berichterstattung rief den LPC auf den Plan. Unter dem Titel «Einstimmen in die internationale Kakophonie» veröffentlichte der LPC, vertreten durch Präsident Wohlwend und Generalsekretär Meier einen Leserbrief.⁴⁹² Sie bemängeln, dass sich die Agenturmeldung im Wesentlichen auf den Bericht einer französischen Tageszeitung über ein laufendes Verfahren stützt. «Wer das Thema verfolgt hat, weiss darüber hinaus, dass Liechtenstein neben der Schweiz und anderen Finanzplätzen vom französischen Konzern möglicherweise benützt (oder miss-

⁴⁸⁹ Leserbrief im Liecht. Vaterland/Liecht. Volksblatt v. 18. Mai 2001.

⁴⁹⁰ Hannes Nussbaumer im Tages-Anzeiger vom 1. März 2001, S. 76.

⁴⁹¹ Das Liecht. Vaterland berichtete unter dem Titel «Mehrere Milliarden Franc für Schmiergeld-Zahlungen» und dem Untertitel «Schwarze Konten von Elf-Aquitaine in Liechtenstein». Das Liecht. Vaterland titelte mit «Schwarze Konten von Elf-Aquitaine in Liechtenstein» (in Anführungszeichen) und dem Untertitel «Brisante Aussage des ehemaligen Elf-Spitzenmanagers André Tarallo». Liecht. Vaterland und Liecht. Volksblatt vom 12. Juli 2000.

⁴⁹² Liecht. Vaterland v. 13. Juli 2000.

braucht?) wurde, um Geldtransaktionen abzuwickeln, die – wie sich heute herauszustellen scheint – mindestens zweifelhaften Charakters waren.» Der Sachverhalt wird – trotz laufendem Verfahren – heruntergespielt (es gehört «zu den normalen Dienstleistungen von Banken auf der ganzen Welt, Gelder entgegenzunehmen, zu verwalten oder zu transferieren») und vorausseilend der Finanzplatz Liechtenstein entlastet (bei Elf-Aquitaine handle es sich «um einen grossen, internationalen Konzern, den grundsätzlich jedes Geldinstitut in Europa gerne zu seinen Kunden zählt»). Mit dem Hinweis auf das laufende Verfahren wurden sodann die Zeitungen gerügt: «Umso fragwürdiger erscheint es uns, dass sich nun ausgerechnet die Liechtensteiner Zeitungen gegenseitig darin überbieten, mit umstrittenen und reisserischen Schlagzeilen lautstark in die konzertante internationale Kakophonie über den Finanzplatz Liechtenstein einzustimmen.»

6.1.3.3 Beispiel: Der Fall SPD/Schröder

Peinlich präsentierte sich der LPC im Anschluss an einen Ausspruch von Bundeskanzler Gerhard Schröder im deutschen Wahlkampf. Dessen Worte «lieber das Geld in Leipzig arbeiten lassen als auf Konten in Liechtenstein» bewog den LPC zu einem Protestschreiben an den SPD-Parteivorstand in Berlin.⁴⁹³ Hintergrund war das Wahlkampfthema Arbeitslosigkeit, das unter anderem auch zu einer Diskussion über eine Steueramnestie führte für Fälle, in denen Geld am deutschen Fiskus vorbeigeschleust worden war. Der LPC schrieb, dass die Äusserung Schröders in Liechtenstein «Enttäuschung und Entrüstung» ausgelöst habe. In der Tat beschränkte sich die öffentlich gewordene Entrüstung allerdings auf einen kurzen Leserbrief. Garniert wurde die Protestnote an die SPD noch mit dem Hinweis, dass sich «das Fürstentum Liechtenstein von der deutschen Innen- und Steuerpolitik missbraucht (fühle), wenn es heute als Sündenbock einer möglicherweise verfehlten Politik der amtierenden deutschen Regierung herhalten muss.»

⁴⁹³ Liecht. Vaterland v. 14. August 2002 (mit Auszügen) und Liecht. Volksblatt v. 16. August 2002 (Stellungnahme des LPC). Die Stellungnahme fand sogar ein Echo in der Zeitschrift Focus 34/2002, S.9.

Dies sind nur einige wenige Beispiele für übereifrigen Aktionismus mit dem Ziel einer journalistischen Landesverteidigung, die man nur schwerlich einem Presseclub zutrauen würde. Der LPC übernimmt jedoch unter dem agilen Vorsitz seines Präsidenten einmal die improvierte Rolle eines Presserates mit Tendenz zur Kollegenschelte, einer Kontrollinstanz mit zweifelhaften Qualitätskriterien, oder eines politischen Akteurs mit Interessenzielen weit ausserhalb des Journalismus. Wohlwend selbst fällt aber auch mit seinen regelmässigen Leserbriefen, seinen voreingenommenen Radiomoderationen und journalistischen Beiträgen immer wieder als resoluter Interessenvertreter und Scharfmacher auf.⁴⁹⁴

6.2 Der Kommentar

6.2.1 *Gründung und Zielsetzung*

Im Juli 1999 wurde der Verein Liechtensteinischer Medienschaffender «Komment» gegründet. Erste Präsidentin wurde Ines Rampone-Wanger⁴⁹⁵. Der Verein will das Berufsverständnis und die Solidarität un-

⁴⁹⁴ Wortgewaltig war auch seine Stellungnahme – diesmal als Inhaber des Pressebüros Vaduz, Mitarbeiter von Radio L und freischaffender Journalist in Vaduz – im «Anzeiger», einer Wochenzeitung für die Ostschweiz, vom 12./13. August 2003. Die Demonstranten des ereignisreichen Herbstes 1992 – oft als: «Staatskrise» im Vorfeld der EWR-Abstimmung bezeichnet – titulierte er als «eine Minderheit selbst ernannter Demokraten», die den «Aufstand gegen den neuen Fürsten (probten)». Wer sich gegen die späteren Verfassungsvorschläge des Landesfürsten wehrte, bezeichnete er in diesem Artikel als «eine militante Minderheit teils ehemals gescheiterter Politiker aus allen drei Parteien und einer Gruppe engagierter Idealisten, die dem Fürsten unterstellten, mit der von ihm initiierten Verfassung die Demokratie im Lande abschaffen zu wollen.» Diese hätten eine «jahrelange Hetzkampagne gegen das Staatsoberhaupt geführt», einschliesslich einer «Art Saubannerzug zum Europarat nach Strassburg». Die «Anführer der Freischar» hätten «das seit 1806 souveräne Fürstentum Liechtenstein bald 200 Jahre später an den Rand seiner staatlichen Existenz (geführt)». Am 16. September doppelte er in einem Leserbrief als Privatperson noch nach, indem er diejenigen, die den Europarat betr. Europatauglichkeit der neuen Verfassungsbestimmungen im Vorfeld der Abstimmung vom 16. März 2003 angefragt hatten, mit Uli Mariss, einer bekannten Verräterfigur in der liechtensteinischen Geschichte zur Zeit der Schwabenkriege (Verrat am 20. April 1499), gleichsetzte. (Liechtensteiner Vaterland und Volksblatt vom 16.9.2003).

⁴⁹⁵ Freischaffende Journalistin aus Vaduz. Weitere Vorstandsmitglieder: Christina Jacquat, Joachim Batliner, Matthias Hassler.

ter den Medienschaffenden fördern, zwischen Medienschaffenden und den staatlichen sowie unternehmerischen Medieninstitutionen vermitteln, medienpolitische Aktivitäten entwickeln und generell die Interessen der Medienschaffenden im In- und Ausland wahrnehmen. Nach zwei Jahren Tätigkeit wurde im Mai 2001 die Präsidentschaft an Adi Lippuner weitergegeben.⁴⁹⁶ Anlässlich dieser Generalversammlung wurde ein Blick auf die vergangenen Tätigkeiten geworfen, darunter insbesondere eine Podiumsdiskussion mit ausländischen Liechtenstein-Korrespondenten im Juni 2000, die Teilnahme an einer Podiumsdiskussion am Liechtenstein-Institut im Frühjahr 2001, sowie die im Anschluss daran gegründete Arbeitsgruppe für Ethik im Journalismus.⁴⁹⁷ Der Kommentar gab auch eine Stellungnahme zu den Angriffen des Liechtensteiner Presseclubs auf den Korrespondenten Markus Rohner ab (siehe oben). Der Verein zählt rund 30 bis 40 Mitglieder. Zu den im Jahr 2001 angekündigten Aktivitäten zählt die Einführung eines liechtensteinischen Presseausweises, der in Rücksprache mit dem Presse- und Informationsamt eingeführt werden soll.

Der Kommentar konnte aber seinen selbst gestellten Zielsetzungen nie ganz gerecht werden. Nachdem die Präsidentin Adi Lippuner im November 2001 zur Chefredaktorin der LieWo aufstieg, musste sie aus statutarischen Unvereinbarkeitsgründen das Präsidium im Kommentar abgeben.⁴⁹⁸ Seitdem ist es ruhig geworden um den Kommentar. Die Aktivitäten ruhen weitgehend.⁴⁹⁹

6.2.2 Merkmale der Kommentar-Mitglieder

Der Kommentar versteht sich – anders als der Liechtensteiner Presseclub – als Berufsorganisation für Journalisten und insofern als Interessenvertretung für die Journalistinnen und Journalisten sowie für guten Journalismus in und über Liechtenstein. Aus der Zusammensetzung der Mit-

⁴⁹⁶ Chefredaktorin der LieWo. Weitere Vorstandsmitglieder: Ines Rampone-Wanger, Joachim Batliner, Christina Jacquat, Rebecca Marogg.

⁴⁹⁷ Bericht über die GV im Liechtensteiner Volksblatt vom 11. Mai 2001 und Liechtensteiner Vaterland vom 12. Mai 2001.

⁴⁹⁸ Auskunft von Adi Lippuner vom 4. April 2003.

⁴⁹⁹ Im Vorstand verblieben noch Ines Rampone-Wanger, Joachim Batliner und Rebecca Marogg, die aber nicht mehr journalistisch tätig war (Stand 2003).

Tabelle 50: Merkmale der Mitglieder des LPC und des Komment (Skalierungen 0-10/Median = 5)⁵⁰⁰

	Umfragetotal (N = 99)	Komment (N = 9)
Anzahl Fälle	99	9
Durchschnittsalter 2002	39 Jahre	38 Jahre
Männeranteil	58 %	11 %
Frauenanteil	42 %	89 %
Links-Rechts-Selbsteinstufung	4,0	3,6
Sympathie FBP	3,9	3,9
Sympathie VU	4,7	3,7
Sympathie FL	4,9	5,9

glieder gemäss Journalistenumfrage geht hervor, dass der Komment im Vergleich zum Liechtensteiner Presseclub eine jüngere Mitgliederbasis aufweist – beinahe 20 Jahre Altersunterschied –, im Gegensatz zum LPC einen hohen Frauenanteil aufweist und auch ein deutlich linkeres Profil hat. In der Selbsteinstufung auf der Links-Rechts-Skala rangieren die Mitglieder des Komment einen Skalapunkt links von den LPC-Mitgliedern und auch links von der Gesamtheit der Journalisten. In der Sympathiebekundung schwingt bei den Komment-Mitgliedern die FL mit zwei Skalapunkten Differenz zu den beiden Volksparteien klar oben aus, während bei den LPC-Mitgliedern eine gleichmässige Sympathieverteilung festzustellen ist. Die geringen Fallzahlen sollen vor einer Überinterpretation warnen, fördern aber doch Unterschiede zutage, die nicht zufällig sind.

6.2.3 Zusammenfassung

Die Verbandsorganisation der Medienschaffenden ist in Liechtenstein sehr schwach entwickelt. Der 1969 gegründete Internationale Liechtensteiner Presseclub versteht sich als Informationsdrehscheibe für Medienschaffende, insbesondere Journalisten aus dem Ausland. Das Ziel ist da-

⁵⁰⁰ 0 auf der Skala bedeutet «wenig»/«links», 10 bedeutet «viel»/«rechts».

bei vorrangig ein positives Liechtenstein-Bild. Entsprechend schwach ist auch die Mitgliederbasis in Liechtenstein. Die Zielsetzung des Vereins kollidiert in vielen Punkten mit den Grundsätzen des Journalismus, so dass eigentlich nur der Name einen Zusammenhang mit dem Journalismus konstruiert. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund des Fehlens einer eigentlichen Interessenvertretung für die einheimischen Journalisten wurde 1999 der Verein Liechtensteinischer Medienschaffender «Komment» gegründet. Unter den jüngeren Journalisten in Liechtenstein hat der Kommentar zwar eine höhere Akzeptanz gefunden als der Presseclub. Bis dato konnte der Kommentar jedoch noch keine starke Wirkung entfalten. Eine Schwierigkeit bei der Organisation von Interessen liechtensteinischer Journalisten liegt darin, dass es sich um eine sehr heterogene und mehrfach geschichtete Gruppe handelt. Die parteipolitische und kommerzielle Konkurrenz zwischen den Medien kann auch dazu führen, dass die liechtensteinischen Medienschaffenden in Lager eingeteilt sind, was eine Zusammenarbeit in berufsspezifischer Hinsicht behindern kann. Hinzu kommt aber auch die Tatsache, dass sich die Medienschaffenden aus verschiedenen Nationalitäten und Wohnsitzen in- und ausserhalb Liechtensteins zusammensetzen. Ein Grossteil der Journalisten orientiert sich daher eher Richtung Schweiz, Österreich oder Deutschland. Aber auch Journalisten liechtensteinischer Provenienz haben oftmals einen Ausbildungsweg im Ausland beschritten und beruflich Anknüpfungspunkte in andere Länder, vornehmlich der Schweiz. Die Mitgliedschaft in ausländischen Berufsorganisationen ist aus diesem Grund meist wichtiger als die Mitgliedschaft in einer liechtensteinischen Organisation. Zu diesem Aspekt wird im Kapitel über die Medienschaffenden noch näher eingegangen.

7 Medienschaffende

Was ist der Journalist? Diese Frage beschäftigte schon die Vorfahren. In den Oberrheinischen Nachrichten vom 15. November 1919 wurde das folgende Gedicht des damals bereits verstorbenen Oskar Blumenthal veröffentlicht.

Ein Tröpfchen Geist, ein Tröpfchen Witz
Und eine Feder, keck und spitz –
Ein heller Blick, ein leichtes Blut,
Ein Körnchen Trotz und Uebermut –
Ein spitzer Mund, der Honiggeist
Aus allen Blumen nascht
Und eine Hand, die flink und dreist,
Den Schaum des Tags erhascht.
Begeisterung für das Echte,
Verachtung für das Schlechte –
Nie mit dem Wind sich drehen
Stramm für die Wahrheit stehen
Und – kann kein Sträuben nützen –
Stramm für die Wahrheit sitzen ...
Ein warmes Herz, ein kluger Kopf
Zwei Scheren und ein Gummitopf
Und dass man alles gern genieße
Ein kleiner Zusatz von Malice –
Und fertig ist der Journalist
Dem alle Beifall spenden
Sein Degen ficht für Freiheit, Licht
Und für die Abonnenten!

Aus den Oberrheinischen Nachrichten v. 15. November 1919.

7.1 Fragestellungen und Methode

7.1.1 Fragestellungen und Hypothesen

Über die liechtensteinischen Medienschaffenden ist bislang nur so viel bekannt, wie man aus Alltagswissen und Beobachtungen erschliessen kann. Eine systematische Untersuchung über die Journalisten in Form einer mündlichen oder schriftlichen Befragung lag bisher nicht vor. Insofern gibt es keine landesinternen Referenzpunkte, auf die sich eine diesbezügliche Untersuchung beziehen könnte. Es ist daher schwierig bis unmöglich, empirisch abgesicherte Aussagen zu einer Reihe von Fragen und Vermutungen zu liefern. Aus der Beobachtung des Mediensystems in Liechtenstein kann aber mit Sicherheit gesagt werden, dass die Zahl der Journalisten in den vergangenen Jahrzehnten zugenommen hat und dass sich die allgemeine und berufsspezifische Ausbildung verbessert hat. Gleichzeitig ist es offensichtlich, dass das liechtensteinische Mediensystem einen ausgeprägten Lokalbezug aufweist. Der Verkauf und die Wirkung der Printmedien endet weitgehend an den Landesgrenzen – von dem etwas vergrösserten Verbreitungsgebiet der LieWo einmal abgesehen. Radio L ist zwar über die Landesgrenzen hinaus terrestrisch empfangbar, der Marktanteil sinkt aber ausserhalb Liechtensteins markant ab. Die Medien stehen somit mit ihrem weitgehenden Liechtensteinfokus vor einer Schranke, was eine Entwicklung in Richtung überregionaler, bedeutender und damit eventuell auch finanziell potenter Medien blockiert. Ein Sprung in diese Richtung wäre mit grossen Risiken verbunden, sodass sich an diesem Zustand in nächster Zeit wohl kaum etwas ändern wird. Im Gegenteil zeichnet sich beim Radio mit der Umwandlung von Radio L in einen öffentlich-rechtlichen Sender sogar eine Rückorientierung auf das liechtensteinische Stammgebiet ab. Beim Liechtensteiner Vaterland mit dem «Wirtschaft regional» und bei der LieWo ist dagegen ein bescheidener Einbezug der Region zu registrieren. Es ist anzunehmen, dass die genannten Restriktionen auch Auswirkungen auf die Medienschaffenden und deren Qualifikationen haben. Einerseits liegt es im Karriereinteresse von angehenden Journalisten, bei möglichst bedeutenden Medien – Radio, Fernsehen, Printmedien – Fuss zu fassen. Es besteht somit die Gefahr des Abwanderns oder die Gefahr, dass ambitionierte Journalisten gar nicht in Liechtenstein aktiv werden. Andererseits können es sich renommierte Medien auch eher leisten, den

Journalisten Arbeitsbedingungen zu bieten, die deren Interessen entgegenkommen. Dies betrifft nicht allein die Entlohnung, sondern auch weitere Vergünstigungen, Arbeitsperspektiven, Ausstattungen der Redaktion, Imagefaktoren, inspirierendes redaktionelles Umfeld, Zeit für Recherchen usw. Bei Lokalmedien dagegen wird viel Handarbeit und Tagesroutine verlangt. Von dieser Ausgangslage aus betrachtet würde es auf der Hand liegen, dass das Berufsziel «Journalismus» in Liechtenstein weniger attraktiv ist als in grösseren Ländern. Weshalb soll man ein Studium absolvieren, um dann Nachrufe und Ähnliches zu schreiben? Falls jemand aber dennoch dieses Berufsziel anstreben will, dann vermutlich eher mit Blick auf Medien im Ausland, etwa Schweizer Fernsehen, Tages-Anzeiger usw. Dieser Weg wird immer wieder von liechtensteinischen Journalisten beschritten.⁵⁰¹ Hinzu kommt, dass in den liechtensteinischen Medien stark parteipolitische Doktrinen vorherrschen, was die Attraktivität für viele junge Journalismus-Interessierte ebenfalls schmälert. Und nicht zuletzt stehen die Medien auch auf dem Arbeitsmarkt in einem Konkurrenzumfeld, das den gut Ausgebildeten eine Vielfalt an Alternativen bietet und damit Abwanderungen begünstigt, insbesondere in den boomenden PR- und Kommunikationsbereich.⁵⁰²

Vor diesem Hintergrund ist damit zu rechnen, dass das Ausbildungsniveau im liechtensteinischen Journalismus eher tief liegt. Es ist auch damit zu rechnen, dass die starken politischen Vorgaben im Medienbereich auf die Einschätzung der journalistischen Tätigkeit und die

⁵⁰¹ Als Beispiele können in jüngerer Zeit Bettina Walch (Meteo bei Fernsehen SF-DRS und Radio DRS), Fabienne Lemaire (Meteo Fernsehen SF-DRS), Thomas Hasler (langjähriger Mitarbeiter beim Tages-Anzeiger), Joachim Batliner (WoZ und andere Schweizer Medien), Sigvard Wohlwend (nach Engagements bei Liechtensteiner Medien Korrespondent für FACTS und andere Schweizer Medien, bevor er in die PR-Branche wechselte), Dagmar Walser (vorübergehende Mitarbeiterin bei der WoZ).

⁵⁰² Beispiele für Berufskarrieren vom Journalismus hin zum PR- und Kommunikationsbereich gibt es in Liechtenstein viele (in Klammer jeweils die frühere Arbeitsstelle), etwa Walter Bruno Wohlwend (vormals Volksblatt-Chefredaktor, Radio L), Norbert Jansen (Volksblatt, Schweizer Fernsehen 1969–1979), Herbert Oehry (Volksblatt), Alexander Batliner (Volksblatt-Chefredaktor), Siegfried Elkuch (Volksblatt), Martin Frommelt (Volksblatt, Radio L mit einer Zwischenstation als selbständiger Kommunikationsberater, inzwischen Chefredaktor beim Volksblatt), Karin Jenny (freischaffende Journalistin, LieWo), Christina Jacquat (XML, Radio L), Ines Rampone-Wanger (LieWo, freischaffende Journalistin), Gerolf Hauser (LieWo, Freischaffender beim Volksblatt), Markus Schapper (Vaterland), Klaus Schädler (Vaterland), Patrick Schädler (Vaterland, Radio L) usw. Jüngstes Beispiel ist Markus Goop, der im Februar 2004 als Leiter des «Wirtschaft regional» des Vaterlandes in seine selbständige Event- und Marketingfirma gewechselt hat.

Qualitätskriterien des Medienschaffens einen negativen Einfluss haben. Mit einer gezielten Umfrage bei den Journalisten der liechtensteinischen Medien soll hier in vergleichender Perspektive – insbesondere mit Blick auf eine ähnlich gestaltete Umfrage in der Schweiz – eine Positionierung des journalistischen Berufsbildes in Liechtenstein vorgenommen werden.

7.1.2 Methodisches Vorgehen

7.1.2.1 Vergleichsuntersuchungen

Die journalistische Berufsforschung ist neben der Gatekeeper- und Quellenforschung ein Kerngebiet der publizistikwissenschaftlichen Kommunikationsforschung. Seit Beginn der 1970er Jahre sind im angelsächsischen Raum, in Deutschland und Österreich, sowie seit den 1980er Jahren auch in der Schweiz quantitative empirische Erhebungen durchgeführt worden.⁵⁰³ In den meisten Studien wurden indes nur Einzelaspekte beleuchtet. In der Schweiz konzentrierte sich die Forschung seit dem ersten Versuch einer repräsentativen Bestandaufnahme zur Berufssituation von einheimischen Medienschaffenden von Saxer/Schanne (1981) auf einzelne Journalistengruppen wie Frauen, freie Journalisten, Bundeshausjournalisten, Agenturjournalisten u.a.⁵⁰⁴ Veränderungsprozesse innerhalb des Mediensystems – Deregulierung, neue Medien, Medienkonzentration usw. – haben die journalistische Berufsforschung in den 1990er Jahren stark belebt.⁵⁰⁵ In unserem Zusammenhang von besonderem Interesse ist die neuere und in ihrer Breite einmalige Studie über die Journalisten in der Schweiz von Marr u. a. (2001), sowie ein internationaler Vergleich auf der Grundlage zahlreicher empirischer Einzelstudien bei Weaver (1998). Auch in Deutschland sind in den 1990er Jahren zahlreiche Journalistenstudien durchgeführt worden, die den Mangel an repräsentativen Erhebungen zum deutschen Journalismus teilweise behoben haben.⁵⁰⁶

⁵⁰³ Entsprechende Literaturhinweise bei Marr u.a. 2001, S. 17.

⁵⁰⁴ Vgl. Marr u.a. 2001, S. 18.

⁵⁰⁵ Vgl. Trappel u.a. 2002.

⁵⁰⁶ Vgl. Scholl/Weischenberg 1998, S. 38.

Der Theoriebezug der journalistischen Berufsforschung ist trotz der Fülle an empirischen Studien eher schwach geblieben. Marr u. a. erwähnen in ihrer Studie theoriebildende Ansätze bezüglich der Professionalisierung im Journalistenberuf, dem Antagonismus zwischen Verlegern und Redakteuren, dem Stellenwert der Frauen im Journalismus, dem Rollenverständnis und der Objektivität von Journalisten.⁵⁰⁷ Da es aber in Liechtenstein keine vergleichbare Studie aus früheren Jahren gibt, wird die empirische Grundlage für eine Theorieprüfung und Theoriebildung auf jeden Fall schwach bleiben.

7.1.2.2 Stichprobe, Datenerhebung und Rücklauf

Grundlage für die Situationsbeschreibung der Journalisten in Liechtenstein ist eine schriftliche, standardisierte Befragung im Kontext der vorliegenden Medienstudie als Vollerhebung bei den liechtensteinischen Journalisten. Die Definition der Grundgesamtheit stellt dabei die erste zu überwindende Schwierigkeit dar. In der schweizerischen Untersuchung von Marr u. a. (2001) wurde aus forschungspragmatischen Gründen die Mitgliedschaft in einem der drei grossen Journalistenverbänden als Grundgesamtheit definiert.⁵⁰⁸ Die Aufnahmekriterien dieser Verbände stellte somit eine indirekte Definition der Grundgesamtheit dar. Die drei Verbände waren der Schweizer Verband der Journalistinnen und Journalisten SVJ, die Schweizerische Journalistinnen- und Journalisten-Union SJU, sowie das Schweizer Syndikat Medienschaffender SSM. Die Auswahl erfolgte in einer geschachtelten Stichprobe, als Filter wurden die aktuelle Tätigkeit (nur aktive Journalisten) und der Arbeitsschwerpunkt (nur Hauptberufliche) eingesetzt. Dieses Auswahlverfahren kann im liechtensteinischen Kontext jedoch nicht angewendet werden. Unter den genannten Prämissen würde nur ein kleiner Teil der Journalisten in Liechtenstein erfasst, da nur wenige in den schweizerischen oder überhaupt in Berufsverbänden Mitglied sind, und weil zweitens die Lokalzeitungen stark mit freiberuflichen und nebenamtlichen Journalisten arbeiten. Die direkte Vergleichbarkeit mit den Befunden aus der Schweiz wird daher im vorliegenden Fall geopfert zugunsten einer

⁵⁰⁷ Marr u.a. 2001, S. 20 f.

⁵⁰⁸ Marr u.a. 2001, S. 52 ff.

möglichst vollzähligen Erfassung aller bei liechtensteinischen Medien journalistisch Tätigen. Die Eingrenzung auf die bei liechtensteinischen Medien beschäftigten Journalisten erfolgt aus zwei Gründen. Ein praktischer Grund liegt darin, dass für diese Zielgruppe eine vollständige Erfassung möglich ist, während für weitere Journalisten Abgrenzungsprobleme – wer soll dazu gezählt werden? – sowie Erfassungsprobleme – wer ist in diesem Bereich tätig? – auftreten. Der zweite Grund liegt darin, dass im Untersuchungskontext vor allem von Interesse ist, wie die Situation der Medienschaffenden bei den liechtensteinischen Medien ist, während die Lage der Medienschaffenden bei ausländischen Medien, allenfalls auch die ganze Palette der Misch- und Reinformen von PR-Journalismus oder Fachjournalismus, von untergeordnetem Interesse ist.

In den von den Medien zur Verfügung gestellten Mitarbeiterlisten mit insgesamt 211 Adressen wurden in einem ersten Schritt diejenigen ausgesondert, die offensichtlich nicht journalistisch tätig waren. Alle Verbleibenden wurden in einer Vollerhebung im April 2002 mit der Bitte angeschrieben, einen standardisierten, acht-seitigen Fragebogen ausgefüllt und anonym zu retournieren. Fünf Fälle mussten auf Grund von Doppeladressen oder Nichtzustellbarkeit nachträglich gestrichen werden, sodass effektiv ein Aussand von 186 Fragebogen verblieb. Im Mai wurde ein Erinnerungsschreiben an den gleichen Personenkreis geschickt. Auf Grund diverser Reaktionen der Angeschriebenen mussten einige weitere Adressaten aus der ursprünglichen Stichprobe entfernt werden. Es handelt sich dabei um Personen, die im Medienunternehmen nicht spezifisch journalistisch tätig waren oder als «Karteileichen» weitergeführt, aber seit Jahren nicht mehr aktiv waren. Aufgrund von Rückmeldungen (mit oder ohne ausgefülltem Fragebogen) stellte sich ferner heraus, dass weitere 17 Adressaten nicht zur Zielgruppe gehörten, weil sie rein administrativ, in der Werbung oder dem Verkauf, dem Lektorat oder als Fotografen tätig waren. Es blieb somit eine Stichprobe von 169 gültigen Adressaten, von denen 99 den Fragebogen retournierten.

Der Rücklauf von 59 Prozent in der Zielgruppe kann als sehr hoch bezeichnet werden. In der schweizerischen Untersuchung von Marr u. a. wurde bereits der Rücklauf von 39 Prozent als «vergleichsweise gute Ausschöpfungsquote» bezeichnet.⁵⁰⁹ Der Rücklauf variierte je nach

⁵⁰⁹ Marr u.a. 2001, S. 55.

Medienschaffende

Tabelle 51: Aussand und Rücklauf bei der Journalistenumfrage

Kriterium	Zahl	Rücklauf	Prozent
Insgesamt	186	105	56.5
Gültige	169	99	58.6

Tabelle 52: Aussand und Rücklauf bei der Journalistenumfrage nach Wohnort, Geschlecht und Medium

Kriterium	Zahl	Rücklauf	Prozent
Ausland	186 ⁵¹⁰	99	53.2
Liechtenstein	137	78	56.9
Schweiz	27	9	33.3
Österreich	19	9	47.4
Deutschland	3	2	66.7
Männer	108	57	52.8
Frauen	78	42	53.8
Vaterland	90	41	45.6
Volksblatt	59	39	66.1
LieWo	7	1	14.3
Radio L	30	17	56.7

Wohnsitzland der Befragten zwischen einem Drittel (Schweiz) und zwei Dritteln (Deutschland), wobei es sich im Falle der Journalisten mit Wohnsitz in Deutschland um eine sehr kleine Zahl handelt und daher das Ergebnis zufällig sein kann. Die Männer und Frauen weisen eine fast identische Rücklaufquote auf. Bei den Medien variiert die Zahl wiederum recht stark. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass im Falle der LieWo und des Liechtensteiner Vaterlandes eine deutliche Korrektur der Stichprobe nach dem Aussand vorgenommen werden musste. Auf den Adresslisten des Vaterlandes stellten sich nachweislich zwölf als nicht zustellbar oder nicht (mehr) journalistisch tätig heraus. Bei der LieWo entsprachen mindestens zwei Adressaten nicht der Zielgruppe.

⁵¹⁰ In der Tabelle muss der Rücklauf in Beziehung zum zustellbaren Aussand gesetzt werden, da aufgrund der Anonymität der Umfrage nicht in allen Fällen klar ist, wer exakt von der ursprünglichen Stichprobe nachträglich entfernt werden musste.

7.1.2.3 Fragebogen

In der standardisierten schriftlichen Befragung wurden Angaben über die Person, die Stellung in der Redaktion, die Arbeit in der Redaktion, dem generellen journalistischen Arbeiten in Liechtenstein, sowie über Einflüsse, Image und Einstellungen eingeholt. Es wurden teilweise identische Fragen aus der schweizerischen Untersuchung von Marr u.a. übernommen, um eine Vergleichsbasis zu haben. Teilweise wurde auch auf Fragen aus der empirischen Studie von Scholl/Weischenberg (1998) rekurriert. Der Fragebogen wies eine Länge von acht Seiten auf. Der Aussand war mit einem Begleitbrief und einem frankierten Rückantwort-Couvert versehen.

7.1.2.4 Validität und Reliabilität

«Genauigkeit und Verlässlichkeit» gehören zu den zentralen Anforderungen für Erhebungen; Gültigkeit (Validität) und Zuverlässigkeit (Reliabilität) heissen die wichtigsten Stichworte dazu,» schreibt die Umfragespezialistin Hardmeier, «wobei die Gültigkeit einer Messung ihre Zuverlässigkeit voraussetzt. Befragungsbefunde sollten also stabil sein und sich bei gleichbleibenden Rahmenbedingungen in Konsistenz- oder Wiederholungstests bestätigen.»⁵¹¹

Soweit dies nachprüfbar ist, erfüllt die Journalisten-Umfrage die Anforderungen. Die Fragen können als gut lesbar und eindeutig beantwortbar gewertet werden. Der Rücklauf beträgt zwar nicht 100 Prozent, ist aber für eine schriftliche Befragung als sehr hoch einzustufen. Gemessen an der Stichprobe weist der Rücklauf zudem in seiner Verteilung nur geringe Abweichungen auf, sodass mit kleinen Vorbehalten auf die gesamte Stichprobe hochgerechnet werden darf. Allerdings ist mangels innerstaatlicher Vergleichszahlen keine Längsschnittanalyse möglich, und auch ein Vergleich mit den erwähnten empirischen Studien der internationalen Journalismusforschung stösst infolge zeitlicher und methodischer Divergenzen an Grenzen.

⁵¹¹ Hardmeier 1998.

Tabelle 53: Einwohner und Journalistenzahl im Vergleich⁵¹²

Land	Mio. Einwohner	Journalisten	Journalisten pro 100.000 Einwohner
Liechtenstein	0.032	77 ⁵¹³	240
Finnland	5.2	8.000	154
Schweiz	7.1	9.135	129
Ungarn	9.9	8.870	90
Deutschland	81.5	53.700	66
USA	260.5	122.000	47
Frankreich	57.7	26.600	46
Grossbritannien	58.2	15.175	26
Australien	17.8	4.200	24
Türkei	60.7	5.000	8

Quelle: Marr 2001. Weaver 1998. Scholl/Weischberg 1998. Eigene Berechnungen.

7.2 Strukturdaten über Journalisten in Liechtenstein

7.2.1 Journalistendichte

Liechtenstein weist – gemessen an der Einwohnerzahl – eine vergleichsweise hohe Zahl an Journalisten auf. Nach vorliegenden Vergleichszahlen nimmt Liechtenstein mit rund 240 Journalisten pro 100'000 Einwohnern eine Spitzenposition ein, die die bereits hohen Werte von Finnland (154) und der Schweiz (129) noch übersteigt. Man darf jedoch nicht verschweigen, dass die jeweiligen Zahlen auf sehr unterschiedliche Weise er-

⁵¹² Marr u.a. 2001: 59 (Angaben Schweiz), Weaver 1998, S. 457 f. (Finnland, Ungarn, Grossbritannien) und Scholl/Weischenberg 1998, S. 222 (Deutschland, USA, Frankreich, Australien, Türkei). Angaben zu Liechtenstein: eigene Berechnungen.

⁵¹³ Die Schätzzahl 77 berechnet sich aus den 45 hauptberuflichen Journalisten, die in der Umfrage geantwortet haben und die gemäss Rücklauf von 58,6 Prozent auf 100 Prozent hochgerechnet werden. Auf die exakt gleiche Zahl kommt man, wenn man die 34 fest Angestellten und die 11 festen Freien Mitarbeiter (Summe = 45) als Kalkulationsbasis verwendet. Wenn man nur die fest Angestellten rechnet, resultiert hochgerechnet die Zahl von 58 Journalisten bzw. rund 180 Journalisten pro 100'000 Einwohner. Dies bedeutet immer noch eine Spitzenposition im internationalen Vergleich.

hoben wurden. Im Falle Finnlands und der Schweiz wurden beispielsweise die in Berufsverbänden organisierten Journalisten berücksichtigt.⁵¹⁴ In Liechtenstein ist der Organisationsgrad jedoch aus verschiedenen Gründen ausgesprochen tief, sodass dies ein falsches Bild vermitteln würde. Umgekehrt bezieht sich die Zahl von 240 Journalisten pro 100'000 Einwohner nicht auf alle in der Umfrage erhobenen Journalisten, sondern nur auf die Hauptberuflichen.

7.2.2 Soziodemografische Merkmale

7.2.2.1 Alter und Geschlecht

Wegen der geringen Fallzahl wird die LieWo in der folgenden Auswertung ausgeklammert.⁵¹⁵ Das Durchschnittsalter der Befragten beträgt 38 Jahre (Schweiz: 41 Jahre), wobei die Radiojournalisten erwartungsgemäss einige Jahre jünger sind als die Printjournalisten. Sie weisen auch eine kürzere Berufstätigkeit auf dem Gebiet des Journalismus auf, nämlich durchschnittlich acht Jahre. Das liegt drei Jahre unter dem Gesamtmittelwert von 11 Jahren (Schweiz: 15 Jahre). Der Anteil der Frauen beträgt insgesamt 42 Prozent, wobei er beim Volksblatt deutlich höher, bei Radio L deutlich tiefer liegt. Dieser Frauenanteil ist relativ hoch, beträgt er doch in der Schweiz 32 Prozent,⁵¹⁶ in Deutschland 31 Prozent, den Vereinigten Staaten 34, Australien 39, Frankreich 33 und der Türkei 16 Prozent.⁵¹⁷

7.2.2.2 Wohnort und Nationalität

Insgesamt 78 Prozent aller Befragten geben Liechtenstein als Wohnort an, der Rest verteilt sich auf die benachbarten Länder, insbesondere die Schweiz und Österreich. Den höchsten Anteil an in Liechtenstein

⁵¹⁴ Marr u. a. 1999, S. 17.

⁵¹⁵ Die kleine Fallzahl verunmöglicht eine detailliertere statistische Auswertung. Ausserdem wäre auch das Anonymitätsgebot verletzt.

⁵¹⁶ Marr u. a. 1999: 18.

⁵¹⁷ Scholl/Weischenberg 1998, S. 222. Bei USA, Australien und Frankreich wurden nur fest Angestellte erhoben.

Medienschaffende

Tabelle 54: Basisdaten der Journalistenumfrage (in Prozent)

	Vaterland	Volksblatt	RadioL	Total	CH
Rücklauf	N = 41	N = 39	N = 17	N = 97 ⁵¹⁸	
Durchschnittsalter	38	41	33	38	41
Durchschnittsdauer bisheriger journalistischer Tätigkeit	10	12	8	11	15
Anteil Mann/Frau	61/39	51/49	71/29	58/42	68/32
Wohnort Anteil					
Liechtenstein	85	95	29	78	
Schweiz	5	3	29	9	
Österreich	10	3	23	9	
Deutschland	0		12	2	
Nationalität Anteil ⁵¹⁹					
Liechtenstein	71	67	18	59	
Schweiz	7	10	41	15	
Österreich	12	10	12	11	
Deutschland	10	13	29	14	
Anteil hauptberuflich/ nebenberuflich	32/68	46/54	81/19	46/54	— ⁵²⁰

Quelle: Schweizer Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u. a. 2001.

Wohnhaften weist das Volksblatt mit 95 Prozent auf, während Radio L nur einen Liechtenstein-Anteil von 29 Prozent aufweist. Fast ebenso viele Radio-L-Journalisten wohnen in der Schweiz oder in Österreich. Das Vaterland beschäftigt mehr Personen aus Österreich oder der Schweiz als das Volksblatt, hat aber immer noch einen Liechtenstein-Anteil von 85 Prozent. Die Unterschiede zwischen dem Volksblatt und dem Vaterland nivellieren sich, wenn die Staatsbürgerschaft abgefragt wird. Ungefähr 70 Prozent der Print-Journalisten haben einen liechtensteinischen Pass, je ungefähr 10 Prozent einen schweizerischen, österreichischen oder deutschen. Bei Radio L liegen die Verhältnisse anders. Dort stellen die Liechtensteiner mit 18 Prozent eine Minderheit dar. Die meisten Be-

⁵¹⁸ Es fehlen zum Total von N = 99 ein Fragebogen der LieWo und ein Fragebogen ohne Angabe betr. Hauptmedium.

⁵¹⁹ Im Falle von doppelten Staatsbürgerschaften wurde die vom Befragten zuerst genannte Staatsbürgerschaft angenommen.

⁵²⁰ Stichprobe beschränkt auf Berufstätige, deren Einkommen hauptsächlich aus journalistischer Arbeit stammt.

schäftigten stammen aus der Schweiz oder Deutschland, einige auch aus Österreich. Radio L nimmt auch eine Sonderstellung bezüglich des Verhältnisses von Haupt- und Nebenberuflichen ein. Für 80 Prozent ist die Tätigkeit bei Radio L die Hauptbeschäftigung. Die Printmedien weisen demgegenüber einen höheren Anteil an Nebenberuflichen auf. Beim Volksblatt sind dies 54 Prozent, beim Vaterland sogar 68 Prozent.

7.2.3 Aus- und Weiterbildung

7.2.3.1 Schulbildung

Der Vergleich mit den Journalisten in der Schweiz zeigt ein deutlich tieferes Ausbildungsniveau. In Liechtenstein weisen 26 Prozent als höchsten Schulabschluss Primarschule bis Berufsschule aus (CH: 11 Prozent), 32 Prozent haben eine Berufsmittelschule oder die Matura absolviert (CH: 17 Prozent), 42 Prozent haben eine Fachhochschule oder Universität besucht oder absolviert (CH: 72 Prozent), wobei 26 Prozent einen entsprechenden Abschluss vorweisen. Das ist nicht allein damit erklärbar, dass in der liechtensteinischen Untersuchung auch alle freien Mitarbeiter involviert sind. Denn der Vergleich zwischen den Hauptberuflichen und den Nebenberuflichen zeigt keinen signifikanten Unterschied.⁵²¹

Die Schweiz weist im weiteren internationalen Vergleich keinen auffällig hohen Akademikergrad bei den Journalisten auf. Den 44 Prozent mit Hochschulabschluss in der Schweiz stehen 44 Prozent in Italien, 31 Prozent in Österreich⁵²² gegenüber. Er beträgt dagegen in Deutschland 65 Prozent, in den Vereinigten Staaten 82, in Australien 39, in Frankreich 69 und in der Türkei 63 Prozent.⁵²³ Diese Zahlen sind jedoch mit einigen Vorbehalten zu interpretieren, da es sich bei den zugrunde liegenden Untersuchungen nicht um identische Untersuchungsdesigns handelt. Es zeigt sich aber dennoch zweifellos ein unterdurchschnittlicher Akademikeranteil bei liechtensteinischen Medien. Der Befund dürfte teilweise damit zu erklären sein, dass es sich im Falle

⁵²¹ 44 Hauptberufliche und 50 Nebenberufliche. Cramer's V = 0,224 (nicht signifikant).

⁵²² Zitiert nach Marr u.a. 2001 (S. 82 f.) mit Verweis auf Mancini (1999: S. 101), Karmasin (1995, S. 452) und Weischenberg/Sievert (1998, S. 403 ff.).

⁵²³ Scholl/Weischenberg 1998: 222 und Weaver 1998, S. 457 f.

Medienschaffende

Table 55: Schulbildung der Journalisten im Vergleich mit der schweizerischen Untersuchung

Höchster Abschluss	N (FL)	% (FL)	% (CH)
Primarschule	1	1	1
Berufsschule	24	25	10
Berufsmittelschule	13	14	7
Matura	17	18	10
Fachhochschule	10	10	10
Hochschule ohne Abschluss	15	16	18
Hochschule mit Abschluss	15	16	44
Gesamt	95 ⁵²⁴	100	100

Quelle: Schweizer Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u. a. 2001.

Liechtensteins um kleine Lokalmedien handelt, die sowohl aus finanziellen Gründen wie auch aus Gründen der Berufskarriere nicht in der Lage sind, eine hohe Arbeitsplatz-Attraktivität auszuüben. Ein Vergleich mit Lokalzeitungen würde vermutlich eher eine Übereinstimmung im Bereich der Schulbildung von Medienschaffenden aufzeigen. Entsprechende Untersuchungsergebnisse liegen jedoch nicht vor. Da aber die liechtensteinischen Medien auch «nationale» Aufgaben zu erfüllen haben, und da bei anderen Ländern Lokalmedien ebenfalls in Erhebungen einbezogen sind, ist ein Vergleich trotzdem erlaubt und es bleibt festzuhalten, dass der Akademikeranteil bei den liechtensteinischen Journalisten auffällig tief ist.

Die meisten Medienschaffenden schlagen keine direkte schulische Ausbildungskarriere zum journalistischen Beruf ein. Für mehr als die Hälfte der Journalisten Liechtensteins war die schulische Ausbildung mit der Berufslehre oder der Matura beendet. Bis zu diesem Schulniveau existiert aber keine spezifische journalistische Ausbildung, etwa als Berufslehre. Aber auch bei denjenigen, die den Hochschulweg eingeschlagen haben, sind Studiengänge wie Journalistik, Publizistik, Medien- oder Kommunikationswissenschaften nur in insgesamt acht Fällen gewählt worden. Daneben zeigt sich eine breite Streuung von Studien-

⁵²⁴ In der Tabelle fehlen 4 Fälle ohne Angaben. In der schweizerischen Untersuchung ist N = 2005.

gängen, die von Sprachfächern über sozialwissenschaftliche Fächer bis hin zu wirtschafts- und rechtswissenschaftlichen, technischen oder musischen Fächern reicht.⁵²⁵

7.2.3.2 *Berufsbildung*

Die Journalisten in Liechtenstein weisen im Vergleich mit den Schweizer Kollegen neben der tieferen schulischen Ausbildung auch eine tiefere berufsspezifische Ausbildung auf. Der Anteil der Journalisten ohne jegliche journalistische Ausbildung beträgt 31 Prozent und ist damit doppelt so hoch wie in der Schweiz. In der Schweiz wird häufig direkt ein journalistischer Weg eingeschlagen, der mit journalistischen Aus- und Weiterbildungen auf Ebene Journalistenschule, Fachhochschule oder Universität beginnt, in der Praxis mit einem Volontariat und/oder einem Praktikum ergänzt wird und so zum Journalistenberuf führt. Bei den liechtensteinischen Lokalmedien führen die Wege dagegen viel öfter auf Umwegen oder mehr oder weniger zufällig in den Journalismus. Viele weisen überhaupt keine journalistische Grundausbildung auf und sind Quereinsteiger in die journalistische Tätigkeit. Eine zunehmende Bedeutung hat nicht zuletzt aus diesem Grund das Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern – und zwar für alle liechtensteinischen Medien – erreicht, da es als berufsbegleitende Schule gerade für Quereinsteiger eine berufsspezifische Ausbildung anbietet. Dies wird insbesondere von den Hauptberuflichen in Liechtenstein rege genutzt. Ein Grossteil der liechtensteinischen Absolventen von Journalistenschulen hat den Grundkurs im MAZ besucht, und auch in der Weiterbildung spielt das MAZ eine wichtige Rolle.

⁵²⁵ Die folgenden Studienfächer oder Fächerkombinationen wurden angegeben: Anglistik/Romanistik, Bekleidungstechnik, Biologie, BWL, Elektrotechnik, Ethnologie, Fotografie, Fotografie/Neue Medien, Germanistik (2), Germanistik/Anglistik, Germanistik/Geschichte, Germanistik/Wirtschaft, Geschichte/Medienwissenschaft, Humanmedizin, HWV, Intermedia, Journalismus, Journalismus/Publizistik, Journalistenschule SG, Jus, Kindergärtnerinnen-Seminar, Kommunikationswissenschaften, Lehramt, Lehrerbildung, Marketing/Verkauf, Maschinenbau, MAZ, Mikrobiologie, Musik (2), Musik/Literatur, Musikpädagogik, Phil. I, Politik/Geschichte/Medienwissenschaft, Politikwissenschaften, Politologie/Soziologie, Psychologie/Journalismus, Publizistik, Sprache, Theaterwissenschaft/Publizistik, Wirtschaftswissenschaften.

Tabelle 56: Absolvierte journalistische Ausbildung aller liechtensteinischen Journalisten und der Hauptberuflichen(HB) im Vergleich mit der Schweiz⁵²⁶ (Mehrfachnennungen)

Absolvierte Ausbildung	N	FL Total %	FL Haupt- berufler %	CH %
Volontariat	18	18	31	50
Praktikum	22	22	22	34
Journalistenschule ⁵²⁷	21	21	33	26
Betriebliche Weiterbildungen	33	33	31	26
Weiterbildungskurse MAZ	13	13	24	20
Publizistik/Medienwissenschaft ⁵²⁸	9	9	9	17
ohne Ausbildung	31	31	13	15
Gesamt	99	–	–	–

Quelle: Schweizer Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u. a. 2001.

Die Möglichkeiten einer beruflichen Ausbildung zum Journalismus sind in den letzten Jahren stark ausgebaut worden, wie ein Blick auf die Schweiz zeigt.

1984 wurde das Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern gegründet. Es etablierte sich in der Zwischenzeit als wichtige Bildungseinrichtung für den Journalismus in der Schweiz. Es bietet einen dreijährigen, berufsbegleitenden Diplomausbildungs-Lehrgang Journalismus sowie eine Vielzahl von weiteren Lehrgängen, Nachdiplomstudiengängen, Fachkursen, oder Einzelkursen an. In den letzten Jahren haben sich die Möglichkeiten der Ausbildung von Medienschaffenden in der Schweiz tendenziell weiter verbessert, nachdem entsprechende Projekte auf der Ebene von Fachhochschulen ausgearbeitet worden sind. Der universitären Ausbildung mit den Fachrichtungen von Kommunikations-,

⁵²⁶ Marr u. a. 2001, S. 87.

⁵²⁷ In der Schweizer Umfrage: Grundkurs im MAZ Luzern, Ringier Journalistenschule, Journalistenschule St. Gallen, Centre Romand de la Formation des Journalistes, Corso di Giornalismo della Svizzera Italiana. In Liechtenstein: Grundkurs am MAZ (N = 13) und 8 weitere Ausbildungsstätten mit jeweils einer Nennung, verstreut auf Ausbildungsstätten in der Schweiz und Deutschland.

⁵²⁸ Zürich, Lugano, Fribourg, Wien u. a.

Medienwissenschaften oder Publizistik werden somit seit einigen Jahren eher praxisorientierte Ausbildungen auf der Ebene der Fachhochschulen gegenübergestellt. Die Zürcher Hochschule Winterthur hat im Oktober 2000 als erste mit dem dreijährigen Studiengang «Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation» begonnen.⁵²⁹ Die Hochschule für Wirtschaft in Luzern führt seit Herbst 2001 einen Kurs für Wirtschaftskommunikation durch. Auch die Migros-Klubschule St. Gallen bietet einen berufsbegleitenden Lehrgang für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit an.⁵³⁰ Ein ambitioniertes Projekt für ein Internationales Institut für höhere Studien im Journalismus wurde ausserdem im Frühjahr 2003 bei der Schweizerischen Universitätskonferenz eingereicht. Die kommunikationswissenschaftlichen Einrichtungen von Lugano, Bern sowie einer noch nicht bestimmten Institution aus der französischen Schweiz beabsichtigen, in Verbindung mit ausländischen Instituten ein solches Ausbildungsinstitut zu lancieren.⁵³¹ Im Konzeptpapier erklären die federführenden Jacques Pilet und Vincent Kaufmann, dass in der Schweiz die Ausbildung und Forschung im Bereich Journalismus ungenügend sei. Das Institut soll eine Schnittstelle zwischen Forschung und Journalismus, zwischen Theorie und Praxis, zwischen lokaler, nationaler und internationaler Ebene, zwischen Fachwissen und interdisziplinärer Ausrichtung sein. Überlegungen zur Einführung eines medien- und kommunikationsorientierten Lehrganges werden auch an der Fachhochschule Liechtenstein angestellt.⁵³² Es kann also geradezu ein Boom von Ausbildungseinrichtungen für Medienschaffende in der Schweiz festgestellt werden, der von einer steigenden Nachfrage ausgelöst wurde. Die Nachfrage zeigt sich auch an den medienwissenschaftlichen Abteilungen der Universitäten, wo steigende Studentenzahlen und eine grosse Überbelastung des nicht in gleichem Masse wachsenden Lehrkörpers zu verzeichnen sind.

Es ist bei vielen dieser Ausbildungsangeboten bezeichnend, dass die Grenzen zwischen (Unternehmens-)Kommunikation und Journalis-

⁵²⁹ NZZ v. 6. Juli 2000 Nr. 155, S. 77.

⁵³⁰ Nach Angaben des Brückenbauer v. 22. April 2003 im Frühjahr 2003 bereits zum zehnten Mal.

⁵³¹ SGKM-Newsletter Nr. 6, Mai 2003. Pilet 2003. Das Budget liegt bei rund 3,9 Mio. Franken.

⁵³² Mündliche Information von Roman Banzer, Fachbereichsleiter Geisteswissenschaften in der FH Liechtenstein im Herbst 2002.

mus vermischt werden. Es wird als Vorteil gewertet, wenn aus Sicht der Kommunikation die Arbeit und Realität der Medien durchschaut wird, während gleichzeitig aus der Warte des Journalismus, der zunehmend mit der PR-Maschinerie der Unternehmen konfrontiert wird, die Motive und Arbeitsweisen der Kommunikationsbeauftragten der Unternehmen bekannt sind. Zu dieser Entwicklung gibt es aber auch kritische Stimmen, allen voran aus den Reihen des Medienausbildungszentrums MAZ in Luzern.⁵³³

7.2.4 Mitgliedschaft in Berufsverbänden

Ein Vergleich mit den schweizerischen Daten der Journalisten-Enquete über die Mitgliedschaft in Berufsorganisationen ist ohne Erkenntniswert, weil die Grundgesamtheit der Schweizer Untersuchung explizit an die Mitgliedschaft in einer der drei in der Tabelle aufgeführten Berufsverbänden geknüpft war. Dies ergibt logischerweise einen 100-prozentigen Organisationsgrad. Doch selbst unter Berücksichtigung dieses Faktums kann zweifellos festgehalten werden, dass der Organisationsgrad der Medienschaffenden in Liechtenstein gering ist. Die bedeutendste Berufsorganisation ist – wie in der Schweiz – der Schweizer Verband der Journalistinnen und Journalisten SVJ. Bei ihm waren 11 der 99 Antwortenden Mitglied. Der «Komment» stellt die wichtigste liechtensteinische Organisation dar (neun Mitglieder), gefolgt vom Liechtensteiner Presseclub. Die liechtensteinische Gewerkschaft (Arbeitnehmerverband) ist für die Medienschaffenden unbedeutend. Andere schweizerische oder weitere ausländische Berufsverbände spielen ebenso wenig eine Rolle. Da viele Journalisten aus den benachbarten Ländern stammen, wurden vereinzelt Mitgliedschaften in weiteren Berufsverbänden in Deutschland und Österreich genannt.⁵³⁴ Man kann insgesamt festhal-

⁵³³ Die Direktorin des MAZ, Sylvia Egli von Matt, äusserte sich wie folgt: «Wenn man Journalismus und Public Relations quasi gleichartig anschaut und die Ausbildung entsprechend gestaltet, so habe ich Angst, dass immer mehr Leute in den Journalismus einsteigen wollen, die jegliche kritische Distanz zur Materie vermissen lassen.» Futura Nr. 4/2003, S. 16

⁵³⁴ Es wurden folgende Verbände genannt: BBS, SVD, VSA, Deutscher Journalistenverband, IG Medien-VER.DI, Kantonaler Lehrerverband, österreichischer Gewerkschaftsbund (nicht als Journalist), Vorarlberger Presseclub.

Strukturdaten über Journalisten in Liechtenstein

Table 57: Mitgliedschaft in Berufsverbänden (Mehrfachnennungen möglich) (in Prozent)

	FL	FL Total	FL Mitglieder	CH
	N	%	%	%
Komment	9	9	26	n.e.
Liecht. Presse-club	5	5	14	n.e.
LANV	2	2	6	n.e.
SVJ	11	11	31	66
SJU/Comedia	0	0	0	17
SSM	1	1	3	17
andere	7	7	20	n.e.
keine/k.A.	72	73		n.e.
Total	(99)	100	100	100

Quelle: Die Anteile für die Schweiz entsprechen der Grundgesamtheit in der schweizerischen Journalisten-Umfrage nach Marr u.a. 2001, S. 55.

Legende: n.e. = nicht erhoben.

Table 58: Eintrag in einem Berufsregister

	Zahl/Prozent
Schweizer Berufsregister CH-BR	11
Anderes Berufsregister ⁵³⁵	3
kein Eintrag/keine Angabe	85/86
Total	99/100

ten, dass die Journalisten in Liechtenstein kaum organisiert sind, und wenn sie es sind, dann in einer Vielzahl verschiedener Verbände in mehreren Ländern.

Ein tiefer Organisationsgrad äussert sich auch bei den Einträgen in ein Berufsregister. Elf Befragte – hauptsächlich Männer und Hauptberufliche – geben an, im Schweizer Berufsregister eingetragen zu sein, drei Befragte sind in einem österreichischen Register eingetragen. Von den verbleibenden 86 Prozent muss angenommen werden, dass sie nicht in einem anerkannten Berufsregister eingetragen sind.

⁵³⁵ Österreichischer Journalistenindex, Österreichisches Kuratorium für Presse, Vorarlberger Medienverzeichnis.

7.2.5 Zusammenfassung

Liechtenstein weist wegen der Existenz von zwei Tageszeitungen, einer Wochenzeitung und einem Radiosender eine im internationalen Vergleich hohe Journalistendichte auf. Ein hoher Anteil der Journalisten in Liechtenstein sind Ausländer. Besonders ausgeprägt ist dies bei Radio L mit einem Ausländeranteil von über 80 Prozent. Typisch für Lokalmedien – aber eher nachteilig für die Berufsidentifikation und möglicherweise auch für die journalistische Qualität – ist auch der hohe Anteil von Freiberuflern bei den liechtensteinischen Medien. Die Kleinheit des Landes bringt es mit sich, dass diese Medien lokale Medien, wegen der Souveränität Liechtensteins aber zugleich nationale Medien sind. Bezüglich der Funktionserfüllung im Staat und der notwendigen fachlichen Kompetenz sind die Medien und die Medienschaffenden mit denjenigen anderer Staaten zu vergleichen. Dieser Vergleich zeigt eine unterdurchschnittliche schulische und berufsbezogene Ausbildung der liechtensteinischen Journalisten. Journalismus wurde in Liechtenstein nur allmählich als Berufsziel definiert. Bis in die 1960er Jahre wurde der Beruf meist nebenamtlich betrieben, aber auch danach nahm der Anteil der professionellen Journalisten nur langsam zu. Der Beruf des Journalisten war lange Zeit ein Quereinsteigerberuf. Erst in jüngerer Zeit wird der schulischen und berufsspezifischen Ausbildung in dieser Berufsrichtung mehr Aufmerksamkeit geschenkt. Die relativ schwache berufliche Identifikation spiegelt sich auch in der geringen Mitgliedschaft in Berufsorganisationen und Verbänden wieder.

7.3 Politische und publizistische Selbstbeurteilung

In diesem Kapitel wird die Selbsteinschätzung in publizistischer und politischer Hinsicht analysiert. Einerseits wird nach dem Image der einheimischen Medien einschliesslich des eigenen Mediums im innerstaatlichen sowie im internationalen Vergleich gefragt. Andererseits wird nach der politischen Selbsteinstufung auf der Links-Rechts-Skala sowie den Sympathiewerten für die liechtensteinischen Parteien gefragt.

Table 59: Image von Medien aus der Sicht der Journalisten
(Mittelwert der Skala «1 = sehr positiv» bis «5 = sehr negativ»)

Mediensparte	Printmedien- Journalisten ⁵³⁶	Radio-L- Journalisten	Gesamt	Signifikanz
Ausländischer Printjournalismus	2.31	2.21	2.30	n.s.
Ausländischer Radiojournalismus	2.41	2.71	2.46	n.s.
(Ausländischer) Fernseh-Journalismus	2.54	2.36	2.51	n.s.
Liechtensteinischer Printjournalismus	3.03	2.71	2.98	n.s.
Liechtensteinischer Radiojournalismus	3.71	2.57	3.52	sig**

Legende: n.s. = nicht signifikant; sig.** = hoch signifikant.

7.3.1 Image der Medien

Aus der Sicht der liechtensteinischen Journalisten weist der Journalismus im Ausland generell ein besseres Image auf als der Journalismus in Liechtenstein. Im direkten Medienvergleich beträgt der Rückstand der liechtensteinischen Printmedien gegenüber den ausländischen Printmedien knapp 0,7 Punkte auf einer 5er-Skala, der liechtensteinische Radiojournalismus weist sogar einen Rückstand von mehr als einem Skalapunkt auf. Die Einschätzung der liechtensteinischen Print- und Radiojournalisten ist in der Regel deckungsgleich bzw. weicht nicht signifikant voneinander ab. Einzige Ausnahme stellt die Beurteilung des Images des liechtensteinischen Radiojournalismus dar: Hier klafft zwischen der Einschätzung der Printjournalisten von Vaterland, Volksblatt und LieWo auf der einen, und der Radiojournalisten von Radio L eine Kluft von mehr als einem Skalapunkt. Für die Radio-L-Journalisten ist das Image des liechtensteinischen Radios sogar besser als dasjenige von ausländischen Sendern – und auch etwas besser als das Image des liechtensteinischen Printjournalismus. Für die liechtensteinischen Printjourna-

⁵³⁶ Vaterland-, Volksblatt- und LieWo-Journalisten.

Tabelle 60: Politisches Interesse der Journalisten (in Prozent)

Interesse	Vaterland	Volksblatt	Radio L	Gesamt	Nachwahlumfrage ⁵³⁷
sehr stark	26.8	18.4	23.5	22.9	36.9
stark	46.3	36.8	41.2	41.7	
mittel	22.0	42.1	35.3	32.3	45.5
wenig	4.9	0.0	0.0	2.1	15.3
überhaupt nicht	0.0	2.6	0.0	1.0	2.3

Cramers's V = 0.2 (n.s). Filter: keine Angaben.

listen hingegen rangiert das liechtensteinische Radio weit abgeschlagen an letzter Stelle. Aber auch das eigene Image wird von Seiten der Printjournalisten nicht schönfärberisch bewertet, wird doch immerhin ein Rückstand von rund einem halben Skalapunkt gegenüber allen ausländischen Medien eingeräumt.

7.3.2 Politische Positionierung

Die politische Positionierung der Journalisten wurde in der Umfrage mit drei Fragenkomplexen erhoben: Erstens mit der Frage nach dem politischen Interesse, zweitens mit der Frage nach der Selbsteinstufung und der Einstufung des Mediums, für das hauptsächlich gearbeitet wird, auf einer Links-Rechts-Achse, und drittens mit der Frage nach der Sympathie für die drei Landtagsparteien.

Bezüglich des politischen Interesses unterscheiden sich die Vertreter der verschiedenen Medien nicht signifikant. Die prozentualen Abweichungen liegen im statistischen Zufallsbereich. Generell scheint das politische Interesse etwas stärker ausgeprägt zu sein als bei der Durchschnittsbevölkerung. Eine unmittelbare Vergleichbarkeit – etwa mit den Daten aus der Nachwahlumfrage von 2001 – ist aber infolge unter-

⁵³⁷ Daten aus der Nachwahlumfrage 2001 (N = 800). Die Skalierung folgte einer Vierer-Skala mit «sehr interessiert», «eher interessiert», «eher nicht interessiert», überhaupt nicht interessiert». Die Zuordnung in der Tabelle ist daher unscharf.

Politische und publizistische Selbstbeurteilung

Tabelle 61: Links-Rechts-Selbsteinstufung und Medieeinstufung der Journalisten (Mittelwert der Skala von «0 = links» bis «10 = rechts»/ Median = 5)

Kriterium	Vaterland	Volksblatt	Radio L	Gesamt
Selbsteinstufung	3.7	4.2	4.3	4.0
Medieeinstufung durch Journalisten des Mediums	5.0	6.0	5.5	5.5
Vergleichswert Selbsteinstufung aus Wahlumfrage				5.3 ⁵³⁸

Cramers's V = 0.2 (n.s). Filter: keine Angaben.

schiedlicher Skalierung nicht möglich. Wenn man aber die Kategorien «sehr stark» und «stark» der Kategorie «sehr interessiert» in der Nachwahlumfrage gleichsetzen würde, ergäbe dies einen Anteil von 64,6 Prozent bei den Journalisten und von 36,9 Prozent bei den WählerInnen mit grossem politischem Interesse.

Die Links-Rechts-Einstufung der Journalisten auf einer 10er Skala zeigt einige markante Ergebnisse. Zunächst sind zwischen den Journalisten der verschiedenen Medien (Vaterland, Volksblatt und Radio L) nur geringfügige Differenzen in der Selbsteinstufung feststellbar, welche statistisch nicht signifikant sind. Die Selbsteinstufung pendelt um den Skalapunkt 4, welcher einen Skalapunkt links von der Mitte (Median = 5) liegt. Die Journalisten schätzen sich selbst somit in der Gesamtheit leicht linksorientiert ein. Damit schätzen sie sich selbst deutlich links vom Medium ein, für das sie hauptsächlich arbeiten. Aus der Sicht der Vaterlandjournalisten liegt das Vaterland um 1,3 Skalapunkte rechts von den Vaterlandjournalisten. Beim Volksblatt sind dies 1,8 Skalapunkte und bei Radio L 1,2 Skalapunkte. Die Journalisten fühlen sich somit deutlich links von ihrem Medium positioniert.

Wenn wir Vergleichsdaten aus der Nachwahlumfrage von 2001 heranziehen, zeigt sich ausserdem, dass sich die WählerInnen auf der identischen Skala bei Skalapunkt 5,3 (Mittelwert) positionieren, also

⁵³⁸ Nachwahlumfrage 2001 (N = 800). Es wurde die Selbsteinstufung auf der Links-Rechts-Achse auf der identischen Skala von 0 bis 10 abgefragt.

ebenfalls deutlich rechts von den Journalisten und ungefähr an gleicher Stelle, wo die Medien eingestuft werden.

7.3.3 Parteisymphathien

Wegen des Charakters der beiden Tageszeitungen als Parteizeitung ist zu erwarten, dass sich die Sympathien für die Parteien deutlich entlang der Parteienachse verteilen. Dieses Resultat tritt in der Umfrage auch tatsächlich zutage. Vaterland-Journalisten hegen für die VU um 2,2 Skalapunkte mehr Sympathie als für die FBP. Umgekehrt bringen die Volksblatt-Journalisten der FBP um 1,9 Punkte mehr Sympathie entgegen als der VU. Interessanter sind jedoch die weiteren Ergebnisse. Die Journalisten des Vaterlandes stufen nämlich die FL gleich sympathisch ein wie die VU, während die Volksblätler die FL gleich schlecht wie die VU einstufen – also nicht auf der gleichen Sympathiestufe wie die FBP. Auch in der Gesamtheit zeigt sich für die VU und die FL eine fast identische Sympathieverteilung in der Nähe des Mittelwertes (4,8 bzw. 4,9), während die FBP etwas negativer (3,9) beurteilt wird. Dies dürfte weitgehend mit den tendenziell liberalen und fortschrittlichen – oder wie weiter oben gezeigt wurde eher linksorientierten – Einstellungen der Journalisten zusammenhängen, die der in den letzten Jahren stark konservativ auftretenden FBP weit kritischer gegenüberstehen als den beiden anderen Parteien. Aufschlussreich ist aber auch die Feststellung, dass sich die Volksblatt-Journalisten am ehesten in einer Art Lagersituation befinden (mit klarer Präferenz für die FBP), während bei den anderen Medien eine etwas bereitere Sympathieverteilung für verschiedene Parteien festzustellen ist.

Dabei befinden sich die Journalisten der beiden Parteizeitungen jedoch durchaus in einem Spannungsverhältnis zur «eigenen» Partei. Die Gefolgschaft der Medienschaffenden ist keineswegs total. Wenn die Sympathieskala der Parteien auf die drei Kategorien «eher sympathisch» (Skalapunkte 6–10), «neutral» (5) und «eher unsympathisch» (0–4) reduziert wird, zeigt sich keine restlose Sympathiebekundung zugunsten der «eigenen» Partei. 30 Prozent der Vaterland-Journalisten finden die «eigene» Partei, also die VU, eher unsympathisch. Und 31 Prozent der Volksblatt-Journalisten finden die FBP eher unsympathisch. Für Journalisten von Parteizeitungen sind dies doch eher überraschende Werte. Die leise Distanznahme zur Partei ist allerdings nicht von einer Hinwendung

Politische und publizistische Selbstbeurteilung

Tabelle 62: Parteisympathien der Journalisten (Mittelwert der Skala von «0 = keine Sympathie» bis «10 = sehr viel Sympathie»/Median = 5)

Partei	Journalist/Journalistin von ...				Cramer's V	Nachwahlumfrage ⁵³⁹
	Vaterland	Volksblatt	Radio L	Gesamt		
FBP	2.4	5.5	4.2	3.9	0.43**	5.4
VU	5.6	3.6	5.7	4.8	0.36**	6.1
FL	5.7	3.9	5.0	4.9	0.19 n.s.	3.9

Das Signifikanzmass Cramer's V berechnet sich aus der Sekundärkodierung der Werte «eher unsympathisch» (0-4), neutral (5) und «eher sympathisch» (6-10).
 Legende: ** = hoch signifikant; n.s. = nicht signifikant.

Tabelle 63: Parteisympathien der Journalisten (in Prozent)

Partei	Journalist/Journalistin von...				Cramer's V
	Vaterland	Volksblatt	Radio L	Gesamt	
FBP					0.44**
eher sympathisch		5	46	18	24
neutral		5	23	45	18
eher unsympathisch		89	31	36	58
VU					0.36**
eher sympathisch		57	11	45	36
neutral		13	31	45	25
eher unsympathisch		30	57	9	38
FL					0.19 n.s.
eher sympathisch		51	34	27	41
neutral		34	17	36	23
eher unsympathisch		34	49	36	36

Anmerkung: Differenz zu 100 Prozent durch Rundungen bedingt.

zur anderen Partei begleitet. Für beide Lager gilt, dass der jeweils anderen Partei mit noch mehr Skepsis begegnet wird. Einer hier nicht dargestellten Tabellenauswertung kann entnommen werden, dass unter den Vaterland-Journalisten 3 Prozent die FBP positiver einstufen als die VU,

⁵³⁹ Daten aus der Nachwahlumfrage 2001 (N = 800) mit identischer Skala.

35 Prozent beide gleich und 62 Prozent die VU vor der FBP. Das ergibt also unter dem Strich eine deutliche VU-Orientierung. Bei den Volksblatt-Journalisten sieht es der Tendenz nach gleich aus: 3 Prozent werten die VU positiver als die FBP, 57 Prozent beide gleich, 40 Prozent die FBP vor der VU. Im Vergleich zur VU wird die FBP jedoch in den eigenen Reihen etwas kritischer beurteilt.

Generell zeigt sich von Seiten der Journalisten somit eine kritische Einstellung zu den Parteien. Dies lässt auf ein latentes Spannungsverhältnis zwischen Politik und Journalismus schliessen, das überhaupt nicht dem Bild des parteiloyalen Verlautbarungsjournalismus entspricht. Ein Vergleich mit Daten aus der Nachwahlumfrage zeigt, dass die Journalisten gegenüber den Parteien eine kritischere Einstellung als die Wählerschaft haben. Die FBP schneidet in der Sympathiebewertung durch die Wählerinnen und Wähler mit dem Mittelwert 5,4 auf der Skala von 0 bis 10 um 1,5 Punkte besser ab als in der Bewertung durch die Gesamtheit der Journalisten. Bei der VU beträgt diese Differenz 1,3 Punkte. Die Journalisten sind somit gegenüber den beiden Volksparteien distanzierter als die breite Bevölkerung. Dies gilt jedoch nicht für die Sympathiebeurteilung der FL: diese grün-alternative Partei geniesst nämlich im Kreis der Journalisten mit dem Mittelwert von 4,9 nicht nur die grösste Sympathie aller Parteien, sondern auch eine um 1 Skalapunkt grössere Sympathie als bei den Wählerinnen und Wählern. Die kritische Distanznahme zu den beiden Volksparteien ist somit begleitet von einer Parteipräferenz, die links von der politischen Orientierung der Bevölkerung steht. Dies bestätigt nochmals die Abweichung, wie sie bereits in der Selbsteinstufung auf der Links-Rechts-Skala zum Ausdruck kam.

7.3.4 Zusammenfassung

In der publizistischen Imagebeurteilung der Medien zeigen sich die liechtensteinischen Journalisten durchaus nüchtern. Sie gehen davon aus, dass der ausländische Journalismus – sei dies der Printmedienbereich oder der Radio- und Fernsehbereich – ein besseres Image aufweist als der liechtensteinische Journalismus. Am weitesten gehen die Ansichten betreffend Radio L auseinander. Dieser Sender wird vom Radio-L-Team weit besser beurteilt als von den Printmedien-Kollegen. Wenig erstaunlich ist der Befund, dass die Journalisten ein politisches Interesse aufweisen, das

höher ist als dasjenige der Gesamtbevölkerung. Es passt auch zum Bild der kritischen und hinterfragenden Journalisten, dass sie sich politisch links vom Bevölkerungsdurchschnitt, aber auch links von der Einstufung des eigenen Mediums – Zeitung oder Radio – einstufen. Bezüglich der Sympathieverteilung zugunsten der Parteien zeigt sich eine leichte Bevorzugung der Freien Liste und der VU. Ob dies mit dem konservativen Kurs der FBP in den letzten Jahren zusammenhängt, oder ob dabei eine grundsätzliche Skepsis gegenüber der gerade regierenden Partei zum Ausdruck kommt, kann nicht mit Sicherheit beantwortet werden.

7.4 Journalistische Berufsrealität

7.4.1 Anstellungsverhältnis und Position in der Redaktion

Die Ressortzuteilung bei den liechtensteinischen Medien unterscheidet sich stark von derjenigen der schweizerischen Medien. Die offen gestellte Frage nach der Ressortzugehörigkeit weist auf eine eindeutigere Zuordnung bei den schweizerischen Medien hin. Nur 23 Prozent lassen sich nicht einem mehr oder weniger klar definierten Ressort zuordnen, sondern der Sammelkategorie «Sonstiges». Bei den liechtensteinischen Medien müssen hingegen 8 Prozent unter der Rubrik «Sonstige», 41 Prozent unter «Unbestimmt» und 7 Prozent «ohne Angabe» registriert werden. Das summiert sich auf 56 Prozent.

Eine zweite wesentliche Feststellung bezieht sich auf die Ressorttitel. In der Schweiz gelten beispielsweise neben der «innenpolitischen Berichterstattung» das «Lokale» und das «Internationale» als eigene Ressorts. Diese Ausdifferenzierung entfällt in Liechtenstein, da das Lokale weitgehend auch das Nationale ist, und da das Internationale weitgehend aus Agenturmeldungen oder extern vorproduzierten Zeitungsseiten zusammengestellt wird. Ein direkter Vergleich mit den schweizerischen Befunden ist daher nur eingeschränkt möglich. Es ergibt sich aber aus den Angaben betreffend der Ressortzuteilung, dass bei den liechtensteinischen Medien mehr Generalisten gefragt sind, die unterschiedliche Themenbereiche abdecken müssen. Selbstredend ergibt sich daraus ein Kompetenzdefizit, denn welcher Journalist kann gleichzeitig Experte in Wirtschaftsfragen, innenpolitischen Fragen, sozialen Fragen, Umweltfragen, Kunst und Kultur, Sport usw. sein. Darin steckt die la-

Tabelle 64: Ressortzuteilung der liechtensteinischen und Schweizer Journalisten⁵⁴⁰

Ressort	FL in Prozent	Ressort	CH in Prozent
Sport	12	Sport	10
Kultur	12	Kultur	13
Politik/Wirtschaft	10	Aktuelles/Information/Politik	10
Soziales	9	Wirtschaft	8
Sonstige	8	Lokales/Regionales	22
Unbestimmt	41	Nationales/Internationales	14
Keine Angabe	7	Sonstiges	23
Gesamt	100	Gesamt	100

Quelle: Schweizer Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u. a. 2001.

Tabelle 65: Anstellungsverhältnis und Rolle im Medium

	FL (N / %)	CH (%)	Restkategorien
Fest Angestellte	34	80	feste Freie, freie Mitarbeiter
Führungsfunktion ⁵⁴¹	22	41	Keine Angabe, Freie Mitarbeiter Keine Führungsfunktion, Volontariat
Teilnahme an Redaktionssitzungen	35	n.e.	Keine Teilnahme, keine Angabe

Quelle: Schweizer Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u. a. 2001 sowie Marr u. a. 2001, S. 64.

tente Gefahr, dass die Journalisten zu reinen Informationsübermittlern werden, anstatt die Informationen auch kritisch hinterfragen, gewichten und einordnen zu können. Die Tendenz zum Verlautbarungsjournalismus, die sicher mehrere Ursachen hat, findet unter anderem auch in der mangelnden fachlichen Spezialkompetenz der Journalisten Nahrung. Nur rund ein Drittel der befragten Journalisten in Liechtenstein ist fest angestellt (Schweiz: 80 Prozent). Der grössere Teil der Mitarbeiterinnen

⁵⁴⁰ FL = 99 Fälle; CH = 2020 Fälle.

⁵⁴¹ 7 mit Gesamtleitung, 12 mit Teilleitung, 5 mit zeitweiser Führungsfunktion.

*Tabelle 66: Ressortzuteilung von Festangestellten und Freien
(in Prozent)*

Ressort	Festangestellte % (N = 34)	Freie % (N = 60)	Gesamt %
Sport	6	17	13
Kultur	6	17	13
Politik/Wirtschaft	26	2	11
Soziales	15	7	10
Unbestimmt	32	47	41
Diverse/Keine Angabe	15		12
Gesamt	100	100	100

und Mitarbeiter steht somit in einem freien Anstellungsverhältnis. Insbesondere die Printmedien arbeiten mit einer grossen Schar an freien Mitarbeitern, die für Berichterstattungen von kulturellen, sozialen oder sportlichen Ereignissen, Pressekonferenzen usw. engagiert werden. Die fest Angestellten bilden somit den professionellen Kern der Redaktion, der für die fristgerechte Produktion der Zeitung, für die Organisation, die Delegation von Aufgaben und Ähnliches zuständig ist. Diese Kernbelegschaft nimmt in der Regel an Redaktionssitzungen teil und wird häufig mit Führungsverantwortung betraut, also etwa als Chef vom Dienst oder als Ressortleiter.

Ereignisse, die als besonders wichtig eingestuft werden – wie etwa die politische Berichterstattung, das Pressegespräch der Regierung, die Landtagsberichterstattung, Zeitungsinterviews und ähnliches – wird weitgehend von diesem Personenkreis wahrgenommen. Die Abdeckung des weiten Spektrums der Lokalberichterstattung mit Veranstaltungsbesuchen wird dagegen häufig an die freien Mitarbeiter delegiert, die nicht nur ein flexibler Arbeitskräftepuffer, sondern ausserdem auch noch relativ kostengünstige Berichterstatter sind. Entsprechend sind den Ressorts Kultur und Sport mehrheitlich freie Mitarbeiter zugeteilt, während Politik und Wirtschaft eine Domäne der fest Angestellten ist.

7.4.2 Arbeit in der Redaktion

In einem weiteren Fragenkomplex wurde thematisiert, inwieweit bei den Redaktionen Statute, Leitbilder oder Ombudsstellen vorhanden sind, ob regelmässig Blatt- oder Sendekritik geübt wird, ob Ethik-Codices bestehen und ähnliches. Die Antworten auf die entsprechenden Fragen dokumentieren nur die Meinung der Befragten, nicht unbedingt die tatsächlichen Verhältnisse. Um die diesbezügliche Tabelle nicht zu kompliziert zu machen, wird jeweils nur der Anteil der Ja-Antworten ausgewiesen. Da alle Fragen wichtige Qualitätsmerkmale von Medien darstellen, ist dies ein Indikator für die Verankerung von Qualitätsstandards. Es kann natürlich sein, dass es in einem Medium beispielsweise ein Redaktionsstatut gibt, auch wenn nur ein Teil der Befragten diesbezüglich eine zustimmende Antwort gibt. Trotzdem bleibt die Indikatorfunktion erhalten, denn in einem solchen Fall ist die Botschaft offensichtlich nicht bis zu den Journalisten vorgedrungen und daher faktisch auch nicht existent. In die Auswertung werden alle Befragten – also die fest Angestellten wie auch die Freien – einbezogen und es werden auch die Relationen (Anteil der Zustimmung) zu allen Befragten hergestellt, d.h. also auch diejenigen einberechnet, die keine Antwort geben oder die angeben, die Frage nicht beurteilen zu können. Bei den Vergleichszahlen der Schweiz werden die gleichen Kriterien angesetzt.

Das Ergebnis zeigt zwei Besonderheiten auf. Erstens zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zur Situation in der Schweiz. Bei den meisten Aspekten liegen die liechtensteinischen Medien zwischen rund 10 und 30 Prozentpunkten zurück. Die Rangordnung ist exakt dieselbe wie in der Schweiz, aber während beispielsweise in der Schweiz bei 76 Prozent der Journalisten eine regelmässige Blatt- oder Sendekritik stattfindet, gilt dies in Liechtenstein nur bei 47 Prozent. Ähnlich, wenn auch weniger krass, sieht die Lage bei anderen Qualitätsmerkmalen der Medien aus, also betreffend Leitbild, Redaktionsstatut, Codices u.a. Zweitens wird deutlich, dass zum Umfragezeitpunkt insbesondere das Volksblatt einen enormen Nachholbedarf auswies. Ein redaktionelles Leitbild oder ein Redaktionsstatut, Qualifikationsgespräche, Ethik-Codices, eine Ombudsstelle oder Richtlinien betreffend Meinungsumfragen scheinen bei den Volksblatt-Journalisten weitgehend unbekannt zu sein. Das Vaterland und Radio L erreichen eher Werte in der Grössenordnung der Schweizer Untersuchung.

Table 67: Anteil der Zustimmung zu spezifischen Fragen nach Medium (in Prozent)

Frage	Vaterland	Volksblatt	Radio L	Gesamt	CH
Regelmässige Blatt-/ Sendekritik	61	36	41	47	76
Festgeschriebenes redaktionelles Leitbild	51	20	71	42	60
Redaktionsstatut	49	15	47	35	52
Regelmässige Qualifikationsgespräche	44	13	41	31	47
Ombudsstelle	32	15	47	27	36
Festgeschriebene Ethik-Codices	24	10	29	19	35
Leistungslohn- system	22	8	6	14	29
Richtlinien betr. Meinungsumfragen	19	10	12	14	16

Quelle: Schweizer Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u. a. 2001.

Ein zusätzlicher Fragenblock über Richtlinien der Redaktion zeigt einen hohen Stellenwert der Publikumsorientierung in Liechtenstein auf. Insgesamt gaben 80 Prozent an, dass in den Redaktionen Schlussfolgerungen aus der Publikumsforschung gezogen werden, in 74 Prozent der Fälle werden an den Redaktionssitzungen Diskussionen über die Qualität geführt, in 70 Prozent der Fälle werden persönliche Leistungsziele formuliert. Unter den Medien sticht bei vielen Aspekten das Liechtensteiner Vaterland hervor, das offenbar über mehr Organisationsroutinen verfügt als die anderen Medien. Radio L unterscheidet sich wenig überraschend im Bereich der Mehrfachverwertung von Beiträgen, sowie insbesondere bezüglich der Prüfung von Pressemitteilungen. Das kann damit zusammenhängen, dass ohnehin aus Gründen der Radiotauglichkeit oftmals ein O-Ton eingeholt wird, was eventuell als Prüfung der Pressemitteilung gewertet wird. Ob dies aber in allen Fällen einer tatsächlichen Prüfung von Pressemitteilungen entspricht, darf angezweifelt werden. Das Volksblatt fällt wie beim letzten Fragenblock auch hier wieder gegenüber dem Vaterland ab, wengleich weniger deutlich als bei anderen Kriterien.

Tabelle 68: Richtlinien und Arbeitsweise der Redaktion: Anteil der Nennungen «immer» und «häufig» zu spezifischen Fragen nach Medium (in Prozent)

Frage	Vaterland	Volksblatt	Radio L	Gesamt	CH
Schlussfolgerungen aus Publikumsforschung?	91	69	62	80	57
Diskussion über Qualität an Redaktionsitzungen?	79	67	71	74	76
Persönliche Leistungsziele	93	36	80	70	51
Gegenprüfung durch Kollegen	73	57	38	61	73
Ressortübergreifende Teams	65	47	58	59	60
Beachtung «Erklärung der Rechte ...»	54	56	50	55	70
Prüfung von Pressemitteilungen	25	21	92	43	74
Mehrfachverwertung von Beiträgen	45	31	55	42	42

Quelle: Schweizer Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u. a. 2001.
 Legende: «immer» und «häufig» werden in zustimmende Kategorie zusammengefasst, «selten» und «nie» in verneinende, die Aussage «kann ich nicht beurteilen» als missing value.

Ein Vergleich mit der Schweiz zeigt einige markante Abweichungen, die das bisherige Bild der Mediensituation in Liechtenstein weiter erhärten. So zeigt sich insgesamt eine stärkere Markt- und Leistungsorientierung bei den liechtensteinischen Medien – ausgedrückt am überdurchschnittlichen Stellenwert der Publikumsforschung und von Leistungszielen. Demgegenüber fallen die liechtensteinischen Medien im publizistischen Qualitätsbereich ab – etwa bei der Gegenprüfung von Beiträgen durch Kollegen oder von Pressemitteilungen, sowie der Beachtung der Erklärung der Rechte und Pflichten von Journalisten.

7.4.3 Arbeitsplatzbedingungen

Die Journalisten in Liechtenstein sind grossteils mit den Arbeitsbedingungen zufrieden. 94 Prozent fühlen sich ausgelastet, aber nicht überfordert, für 93 Prozent ist der Arbeitsalltag abwechslungsreich, 88 Pro-

Journalistische Berufsrealität

*Tabelle 69: Zustimmung zu Aspekten der Arbeitsbedingungen in der Redaktion (in Prozent)*⁵⁴²

Frage	Vaterland	Volksblatt	Radio L	Gesamt	CH
In alltäglicher Arbeit gut ausgelastet (anderes Extrem völlig überfordert)	94	93	94	94	76
Abwechslungsreicher Arbeitsalltag	94	90	93	93	94
Hohe Arbeitsmotivation	95	78	94	88	90
Mit Arbeitspensum zufrieden	83	87	87	85	93
Gutes Arbeitsklima	92	69	94	85	83
Erträgliche Arbeitsbelastung	86	79	94	85	66
Zeitdruck erträglich	76	85	75	79	35
Kann Vorstellungen von gutem Journalismus verwirklichen	73	50	73	64	82
Angemessene Bezahlung	75	29	87	59	74
Optimale Weiterbildungsmöglichkeiten	68	46	29	53	49
Bedarfsgerechtes Budget/Spesen	68	29	57	52	61
Wirtschaftlicher Druck nicht spürbar	59	37	67	52	35

Quelle: Schweizer Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u.a. 2001.

zent weisen eine hohe Arbeitsmotivation auf, je 85 Prozent sind mit dem Arbeitspensum, dem Arbeitsklima und der Arbeitsbelastung mehr oder weniger zufrieden. Die meisten Negativfaktoren sind im ökonomischen Bereich angesiedelt: es herrscht weniger Zufriedenheit mit der Bezahlung, den Weiterbildungsmöglichkeiten, dem Spesenbudget und dem wirtschaftlichen Druck allgemein. Speziell unbefriedigend erscheint (oder erschien) die Situation beim Liechtensteiner Volksblatt, bei dem nur 29 Prozent von einer angemessenen Bezahlung sprechen, und welches auch in weiteren ökonomischen Kriterien ein deutliches Defizit gegenüber den anderen liechtensteinischen Medien aufzuweisen scheint.

⁵⁴² Die Angaben auf einer Sechser-Skala wurden dichotomisiert in «Zustimmung» = Nennung 1–3 auf der Sechser-Skala und «Nichtzustimmung» = 4–6 auf der Sechser-Skala.

*Tabelle 70: Zustimmung zu Aspekten der Arbeitsbedingungen am Arbeitsplatz, jeweils Nennung 1-3 auf der Sechser-Skala (in Prozent) (nur Festangestellte)*⁵⁴³

Frage	Vaterland	Volksblatt	Radio L	Gesamt	CH
Sicherer Arbeitsplatz	100	67	86	86	84
Grosse Aufstiegs- möglichkeiten	18	44	38	33	36
Optimale technische Ausstattung	83	44	93	78	73
Kann bei Personal- entscheiden mitreden	27	33	21	29	49

Quelle: Schweizer Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u.a. 2001.

Die Volksblatt-Journalisten liegen auch bezüglich der Arbeitsmotivation, der Einschätzung des Arbeitsklimas und der Verwirklichung ihrer journalistischen Ziele klar hinter ihren liechtensteinischen Berufskollegen zurück.

Für die Schweizer Journalisten scheinen die Arbeitsbelastung und der Zeitdruck sowie der wirtschaftliche Druck tendenziell höher zu sein. Auf der publizistischen Seite können umgekehrt 82 Prozent der Schweizer Journalisten ihre Vorstellungen von gutem Journalismus verwirklichen, während dies in Liechtenstein nur in 64 Prozent der Fälle – beim Volksblatt sogar nur 50 Prozent der Fälle – zutrifft.

Die Arbeitsplatzsituation der Festangestellten deckt sich weitgehend mit derjenigen in der Schweiz. 86 Prozent empfinden den Arbeitsplatz als mehr oder weniger sicher, 78 Prozent sind mit der technischen Ausstattung zufrieden. Allerdings sind die Aufstiegsmöglichkeiten und das Mitspracherecht in Personalentscheidungen begrenzt. In den Schweizer Medienunternehmen herrscht offenbar ein etwas anderer Redaktionsgeist. Immerhin 49 Prozent fühlen sich bei Personalentscheiden involviert, während das in Liechtenstein nur von 29 Prozent angegeben wird.

⁵⁴³ Die Angaben auf einer Sechser-Skala wurden dichotomisiert in «Zustimmung» = Nennung 1–3 auf der Sechser-Skala und «Nichtzustimmung» = 4–6 auf der Sechser-Skala.

7.4.4 Einfluss von Werten und Rollenvorstellungen

In der Frage, welche Faktoren die tägliche journalistische Arbeit beeinflussen, zeigt sich wiederum eine weitgehende Übereinstimmung mit den Umfrageergebnissen aus der Schweiz. Der oberste Masstab sind die eigenen Wertvorstellungen (90 Prozent), gefolgt vom Interesse des Publikums (82 Prozent) und dem publizistischen Selbstverständnis der Redaktion (73 Prozent). Es gibt aber auch markante Unterschiede im Vergleich zur Schweiz. Die Medienschaffenden in Liechtenstein zeigen eine stärkere Markt- und Politikorientierung als die Schweizer Kollegen. Dies äussert sich in einem höheren Stellenwert der Einflussgrössen «Publikumsforschung», «Akteure aus Politik und Gesellschaft» sowie «Interessen der Werbewirtschaft». Die Schweizer Kollegen weisen eine stärkere publizistische und redaktionelle – und insofern auch selbstreferentielle – Orientierung auf, was sich im höheren Stellenwert des publizistischen Selbstverständnisses der Redaktion, der Arbeitskollegen aus der Redaktion und anderer Medien äussert. Bei den liechtensteinischen Journalisten wurde in Ergänzung zur Schweizer Umfrage nach der Einflussgrösse der einheimischen und der ausländischen Medien unterschieden. Dabei wird die Orientierung an ausländischen Medien um 20 Prozentpunkte höher eingestuft. Zwischen den verschiedenen Medien in Liechtenstein zeigen sich in der Tabelle Abweichungen bei den einzelnen Items, die jedoch auf Grund der geringen Fallzahlen allesamt statistisch nicht signifikant sind.

Befragt nach der Berufsauffassung und den persönlichen Zielen nennen in Liechtenstein alle Medienschaffenden unisono die neutrale Berichterstattung als wichtigstes Ziel. In der schriftlichen Befragung konnte auf einer Sechserskala zwischen 1 (sehr wichtig) und 6 (gar nicht wichtig) angekreuzt werden. In der Tabelle sind die Skalenpunkte 1 bis 3 zusammengefasst, um die exakt gleiche Kategorisierung wie in der schweizerischen Auswertung zu bilden. Die neutrale Berichterstattung erhält 100-prozentige Zustimmung (Skalapunkte 4–6), weiter folgen die Kritik an gesellschaftlichen Fehlentwicklungen (85 Prozent) und die Analyse komplexer Sachverhalte sowie die Ratgeberfunktion (jeweils 84 Prozent). Das Selbstverständnis der Journalisten weist somit auf Sachlichkeit, Neutralität und Kompetenz hin – also durchaus Merkmale eines professionellen Qualitätsjournalismus. Eher im Hintergrund stehen gesellschaftliche oder wirtschaftliche Rollenbilder, wie sie etwa in

Medienschaffende

Tabelle 71: Einflussfaktoren auf das journalistische Arbeiten, geordnet nach Bedeutung (in Prozent)⁵⁴⁴

Frage	Vaterland	Volksblatt	RadioL	Gesamt	CH
Eigene Wertvorstellungen	94	93	76	90	95
Interesse des Publikums	81	81	87	82	83
Publizistisches Selbstverständnis der Redaktion	76	61	87	73	84
Ausländische Medien	60	70	65	65	n.e.
Ergebnisse der Publikumsforschung	46	62	62	56	46
Freunde und Bekannte	37	65	53	51	50
Arbeitskollegen aus der Redaktion	40	52	44	46	62
Betriebswirtschaftliche Interessen der Unternehmensleitung	50	38	47	46	40
Andere inländische Medien	33	57	47	45	61 ⁵⁴⁵
Akteure aus Politik und Gesellschaft	37	37	47	40	26
Interesse der Werbewirtschaft	40	31	44	38	20

Quelle: Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u. a. 2001.

der Parteinahme für Schwache, Vermarktungs- und Werbefunktionen gesehen werden können. Zwischen den VertreterInnen der verschiedenen Medien in Liechtenstein zeigen sich im Übrigen hinsichtlich der Berufsauffassung keine signifikanten Differenzen.

Dieser Befund widerspiegelt lediglich die Selbsteinschätzung der Journalisten und beinhaltet noch keine Aussage über das tatsächliche berufliche Umfeld, das sie in der täglichen Arbeit antreffen, sowie die Zielverwirklichung. Es liegt auf der Hand, dass in der liechtensteinischen Medienlandschaft mit dem überaus dominanten Einfluss von Parteien

⁵⁴⁴ Die Angaben auf einer Sechser-Skala wurden dichotomisiert in «Zustimmung» = Nennung 1–3 auf der Sechser-Skala und «Nichtzustimmung» = 4–6 auf der Sechser-Skala.

⁵⁴⁵ In der Schweiz ohne Unterscheidung als «publizistisches Angebot anderer Medien» abgefragt.

Tabelle 72: Berufsauffassung und persönliche Ziele, geordnet nach Bedeutung (in Prozent)⁵⁴⁶

Frage	Vaterland	Volksblatt	Radio L	Gesamt	CH
Neutrale Berichterstattung	100	100	100	100	92
Kritik an gesellschaftlichen Fehlentwicklungen	89	80	87	85	82
Analyse komplexer Sachverhalte	89	81	80	84	85
Ratgeber	83	80	93	84	78
Forum für Vermittlung	73	76	86	77	66
Dienstleistungen für Publikum	74	71	86	75	64
Kommentar und Meinungsbildung	69	76	54	68	73
Anwaltschaft für Benachteiligte	58	77	69	67	65
Animation und Spass	53	55	75	58	46
Kostenbewusster Informationsunternehmer	39	52	64	49	32
Vermarkter von Produkten	38	41	60	44	21
Günstiges Werbeumfeld schaffen	22	29	37	29	13

Quelle: Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u. a. 2001.

und Parteilichkeit ein enormes Spannungsverhältnis zwischen den beruflichen Zielsetzungen der Journalistinnen und Journalisten und ihrem beruflichen Umfeld besteht.

Die Zielhierarchie der liechtensteinischen Journalisten entspricht weitgehend derjenigen ihrer Schweizer Kollegen. Auch dort rangiert die neutrale Berichterstattung an oberster Stelle. Generell erfolgt die Selbsteinstufung der Journalisten in der Schweiz etwas zurückhaltender, sodass bei fast allen Items tiefere Prozentwerte resultieren. Nur bei einer einzigen Zielformulierung gibt es bei den Schweizer Journalisten eine

⁵⁴⁶ Die Angaben auf einer Sechser-Skala wurden dichotomisiert in «Zustimmung» = Nennung 1–3 auf der Sechser-Skala und «Nichtzustimmung» = 4–6 auf der Sechser-Skala.

deutlichere Zustimmung, nämlich dem Ziel des «Kommentierens und der Meinungsbildung». Das hängt vermutlich damit zusammen, dass die Medien in der Schweiz den Journalisten diesbezüglich einen gewissen Freiraum zugestehen, während in Liechtenstein die Meinungsbildung bereits inhärenter, parteipolitischer Zweck der Medien – mindestens der Printmedien – darstellt und auf Seiten der Journalisten die Meinungsbildung daher negativ konnotiert ist. Bei den meisten anderen Zielen zeigt sich in Liechtenstein eine höhere Zustimmung als in der Schweiz. Besonders deutlich tritt der Unterschied wiederum bei den ökonomischen Zielen – Kostenbewusstsein, Vermarktung, Werbeumfeld – zutage.

Global betrachtet unterscheiden sich die Wertevorstellungen der Journalisten je nach Land zum Teil erheblich. Aus der vergleichenden Untersuchung von Weaver, die auf einer Vielzahl von Einzelstudien beruht, betrachten wir hier die Antworten auf die Frage nach der Rolle der Journalisten. Zur Auswahl stehen die «schnelle Nachrichtenübermittlung», die «Analyse», die «Regierungskontrolle», der «Zugang der Öffentlichkeit», die «Unterhaltung» und die «objektive Berichterstattung».⁵⁴⁷ Diese Fragen wurden in 22 Ländern weltweit erhoben, allerdings nicht nach einheitlicher Methode und nicht immer vollständig. Der Vergleich kann daher nur eine grobe Richtung vorgeben. Dennoch sind einige Aspekte bemerkenswert. Die Zustimmungswerte zu den einzelnen Fragen («sehr oder extrem wichtig») variieren erwartungsgemäss stark. Am wichtigsten wird die «schnelle Nachrichtenübermittlung» eingestuft (Mittelwert von 72 Prozent), gefolgt von der «Analyse» (65 Prozent) und der «objektiven Berichterstattung» (60 Prozent).⁵⁴⁸ Interessant ist das Verhältnis zwischen der Nachrichtengeschwindigkeit und der Objektivität. Bei den Ländern, in welchen für beide Fragen Daten vorliegen, zeigt sich das folgende Resultat: Die Objektivität wird in Taiwan und Hongkong höher eingestuft als das Tempo, nämlich mit einer Prozentdifferenz von 18 bzw. 6 Prozent. In Deutschland beträgt der Unterschied nur 1 Prozent (74 Prozent erachten die Objektivität als sehr oder extrem wichtig, 73 Prozent die schnelle Nachrichtenübermittlung). In den anderen Ländern rangiert hingegen die Objektivität weit hinter der Geschwindigkeit der Berichterstattung. In den Vereinigten Staaten beträgt

⁵⁴⁷ Weaver 1998, S. 466 f.

⁵⁴⁸ Die Kontrollfunktion erhält 57 % Zustimmung, der Zugang der Öffentlichkeit 44 %, die Unterhaltungsfunktion 30 %. Weaver 1998, S. 466 f./Eigene Berechnungen.

*Tabelle 73: Beurteilung von Pressemitteilungen (in Prozent)*⁵⁴⁹

Frage	Vaterland	Volksblatt	RadioL	Gesamt	CH
Sparen Zeit	73	59	93	71	55
Unverzichtbar bei Suche nach Themen	54	67	80	64	61
Verleiten zu unkritischer Berichterstattung	41	7	50	30	28
Halten von Eigenrecherche ab	34	18	29	28	21

Quelle: Daten aus dem Originaldatensatz der Studie Marr u.a. (2001).

die Differenz 20 Prozentpunkte, in Australien 29, in Grossbritannien sogar 58 Prozent. In Liechtenstein wie auch in der Schweiz scheint also bei den Journalisten ein überdurchschnittliches Rollenverständnis für eine neutrale Berichterstattung vorherrschend zu sein, während insbesondere im angelsächsischen Raum das Ziel im Vordergrund steht, schnell und möglichst zuerst über ein Ereignis zu berichten.

7.4.5 Einfluss von Personengruppen und Verbänden

Die Beurteilung von Pressemitteilungen für die redaktionelle Arbeit deckt sich ebenfalls in groben Zügen mit der Einschätzung der Schweizer Kollegen. Pressemitteilungen werden vor allem als Chance, kaum als Gefahr für die redaktionelle Arbeit angesehen. Sie sparen Zeit (71 Prozent) und werden als unverzichtbar bei der Suche nach Themen (64 Prozent) angesehen. Die Gefahr, dass sie zu unkritischer Berichterstattung verleiten (30 Prozent) oder von Eigenrecherchen abhalten (28 Prozent) werden dagegen weit geringer eingestuft. Der grösste Unterschied im Vergleich zur Schweiz zeigt sich darin, dass wiederum das ökonomische Motiv (Zeitersparnis) weitaus stärker gewichtet wird. Dies widerspiegelt die Situation der ressourcenschwachen Lokalmedien, wie sie die liechtensteinischen Medien repräsentieren.

⁵⁴⁹ Die Angaben auf einer Sechser-Skala wurde wurden dichotomisiert in «Zustimmung» = Nennung 1–3 auf der Sechser-Skala und «Nichtzustimmung» = 4–6 auf der Sechser-Skala.

Medienschaffende

Tabelle 74: Einfluss von Personengruppen und Verbänden auf die journalistische Arbeit (Mittelwert auf der Skala 5 = «sehr gross» bis 1 = «sehr gering»)⁵⁵⁰

Frage	Vaterland	Volksblatt	RadioL	Gesamt	D
Obere redaktionelle Führungsebene	3.4	2.8	3.8	3.3	3.1
Leser/Hörer/Zuschauer	3.0	3.0	2.9	3.0	3.0
Redakteure	2.9	2.5	3.0	2.8	2.9
Mittlere redaktionelle Führungsebene	2.8	2.2	3.3	2.7	2.2
Öffentlichkeitsarbeit allgemein	2.5	2.7	3.1	2.7	2.4
Verleger/Verlag	2.4	2.2	3.7	2.6	2.4
Familien/Freunde/Bekannte	2.3	2.7	2.3	2.5	2.3
Politische Parteien	2.5	2.5	2.3	2.4	1.9
Staat/Regierung/Amtsstellen	2.1	2.3	2.7	2.3	n.e.
Unternehmen, Wirtschaftsverbände	2.0	2.2	2.2	2.1	1.9
Sportverbände	2.1	2.0	2.3	2.1	1.7
Gewerkschaften	1.5	1.7	1.3	1.5	1.7
Kirchen	1.4	1.5	1.1	1.4	1.5

Quelle: Daten für Deutschland aus Scholl/Weischenberg 1998, S. 108.

Legende: n.e. = nicht erhoben

In der Frage, welche Personengruppen und Verbände einen Einfluss auf die journalistische Arbeit ausüben, zeigt sich in der Richtung und der Gewichtung eine weitgehende Übereinstimmung mit den Befunden aus Deutschland, auf welche in diesem Falle mangels Schweizer Vergleichswerte Bezug genommen wird.⁵⁵¹ Die deutlichsten Unterschiede zeigen sich im Einfluss der politischen Parteien, der mittleren redaktionellen Führungsebene und der Sportverbände, der in Liechtenstein auf einer

⁵⁵⁰ Die Kodierung erfolgte in der liechtensteinischen Umfrage spiegelverkehrt, d.h. von 1 (sehr gross) bis 5 (sehr gering) und wurde daher für unseren Vergleich am Mittelwert von 3 zurückgespiegelt. Die Erhebungsmethode (Stichprobenziehung, mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen u.a.) unterscheidet sich in mehreren Punkten von der deutschen Journalisten-Enquete.

⁵⁵¹ Scholl/Weischenberg 1998.

5er-Skala um 0,5 Punkte höher als in Deutschland ist, während in Deutschland die Wirtschaftsverbände und Gewerkschaften etwas stärker wirken. Insgesamt zeigt sich aber bei allen methodischen Unterschieden eine erstaunliche Übereinstimmung der Ergebnisse. Der grösste Einfluss wird demnach einerseits intern von verschiedenen Ebenen der Redaktion, andererseits vom Publikum ausgeübt.

7.4.6 Zusammenfassung

Bei den liechtensteinischen Medien arbeitet neben der Kernbelegschaft von Festangestellten ein je nach Medium unterschiedlich hoher Anteil an Freischaffenden. Die Schlüsselressorts werden dabei von den Festangestellten betreut. Routinen zur Qualitätssicherung und Qualitätssteigerung der Medien sind nur unzulänglich entwickelt, wobei zwischen den einzelnen Medien deutliche Unterschiede zutage treten. Im Vergleich mit der Schweiz werden dabei publizistische Kriterien weniger stark, ökonomische Belange und Einflüsse stärker gewichtet. Bei den Arbeitsbedingungen werden Defizite sichtbar, die sich je nach Medium auf das Arbeitsklima, die journalistischen Perspektiven, die finanzielle Seite oder die Weiterbildungsmöglichkeiten beziehen. In der Berufsauffassung unterscheiden sich die liechtensteinischen Journalisten kaum von den Schweizer Kollegen. An oberster Stelle liegt die neutrale Berichterstattung. Dies wird aber durch einen vergleichsweise hohen Einfluss der politischen Parteien im Alltag in Frage gestellt. Die stärksten Einflüsse auf das journalistische Arbeiten werden aber nach Meinung der Befragten nicht von den Parteien, sondern von verschiedenen Stufen der Redaktion sowie dem Publikum ausgeübt.

8 Journalistische Qualität und Ethik

8.1 Vorbemerkung

Es wäre wünschenswert, eine eingehende Untersuchung über die Qualität der liechtensteinischen Printmedien durchzuführen, die sich an Vorbildern, wie etwa an der Benchmarkingstudie zum Bieler Tagblatt unter der Leitung von Blum⁵⁵², oder beispielsweise den Messkriterien von Haller⁵⁵³ orientieren könnte. Dies muss jedoch einem weiteren Forschungsprojekt überlassen werden, da dies den Projektrahmen dieser Arbeit sprengen würde. Mit einem kurzen Problemaufriss soll jedoch ein Einstieg in die Thematik vollzogen werden.

8.2 Dimensionen und Messprobleme

Eine Diskussion über Medienethik, in die die Verleger, die Medienschaffenden und deren Organisationen, die Wissenschaft und die Politik miteinbezogen wären, ist in Liechtenstein nie wirklich geführt worden. Sporadisch wird das Thema andiskutiert,⁵⁵⁴ oder es tauchen Vorwürfe gegen die Parteienabhängigkeit der Zeitungen oder die Unzulänglichkeiten von Radio L auf. Eine Vorstellung darüber, was eigentlich Ethik im Journalismus ist, hat sich noch nicht entwickelt. Ein Blick über die Landesgrenzen zeigt, dass es nicht einfach eine einzige und logisch rich-

⁵⁵² Blum/Ritter 2002.

⁵⁵³ Haller 2000, 2001.

⁵⁵⁴ Vgl. die Veranstaltungsreihe «Massenmedien und politische Kommunikation im Fürstentum Liechtenstein» im Liechtenstein-Institut im Januar/Februar 2001 oder die Diskussionsveranstaltung des Komment am 16. Juni 2000 (Liechtensteiner Vaterland/Volksblatt vom 19. Juni 2000).

tige Definition darüber gibt. Die Ethik im Journalismus wird in verschiedenen Ländern ganz unterschiedlich bewertet. Thomass stellt in einer vergleichenden Untersuchung eine pragmatische Herangehensweise in Grossbritannien, eine auf die individuelle Reflexionsfähigkeit orientierte Debatte in Frankreich und einen sich um Normensetzung und Grenzziehung bemühenden Diskurs in Deutschland fest.⁵⁵⁵ Über die Qualität von Medien wird auch eine facettenreiche wissenschaftliche Diskussion geführt, die zum Thema von Tagungen wird und manche Publikation hervorgebracht hat.⁵⁵⁶ Verschiedene Organisationen im deutschsprachigen Raum, aber auch auf globaler Ebene, haben Richtlinien für Qualität und Ethik im Journalismus verabschiedet, in der Schweiz ist sogar ein Verein zur Förderung der Qualität im Journalismus gegründet worden.⁵⁵⁷

Die teilweise Divergenz in den darin zum Ausdruck kommenden Kriterien der Qualität und der journalistischen Ethik ist ein Fingerzeig, dass es sich dabei um Kriterien handelt, die weitgehend der empirischen Beobachtung und wahrgenommenen Problemlage entspringen. Sie sind vielfach eher vage und nicht systematisch einzuordnen. Dies wirft auch ein nicht zu unterschätzendes Messproblem auf. Nachdem bereits die Kriterien und Definitionen unscharf sind, stellt sich das Problem der Operationalisierung, der Messung und des Vergleichs als noch schwerwiegender dar. Beispielsweise dürfte es kaum einen Journalisten geben, der nicht für sich die Wahrheit oder das redliche Bemühen um sachliche Darstellung in Anspruch nehmen würde. Journalisten befinden sich jedoch in einem komplexen Beziehungsgeflecht zu Kollegen, dem Medienunternehmen, dem Staat, Parteien, Verbänden usw. In ihrer alltäglichen Arbeit werden sie mit einer Reihe von Anforderungen, Anliegen, Drücken und Zwängen konfrontiert. Lokalmedien können in ihrer Berichterstattung zudem von spezifischen lokalen Machtfaktoren beein-

⁵⁵⁵ Thomass 2000. Vgl. Rath 2000; Thomass 1998.

⁵⁵⁶ Vgl. Überblick bei Fabris 2000, 2002, ferner Held/Russ-Mohl 2000; Wyss 2002; Bucher/Altmeppen u.a. 2003. Vgl. auch verschiedene Innen- und Aussenansichten zu den Medien, Kritik an Medien und Strategien zur Qualitätssicherung bei Wessler u.a. 1997.

⁵⁵⁷ Im Anhang (S. 322 ff.) sind folgende Erklärungen abgedruckt: Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten der Stiftung Schweizer Presserat, die Charta «Qualität im Journalismus» des Vereins «Qualität im Journalismus», sowie die Neun-Punkte-Grundsatzerklärung zur Qualität im Journalismus des Deutschen Journalisten-Verbandes. Vgl. auch Wyss 2001.

flusst werden.⁵⁵⁸ In diesem relationalen Geflecht abstrakte journalistische Qualitätsnormen zu postulieren und journalistische Produkte danach zu beurteilen dürfte wohl eher als Annäherung denn als exakte Qualitätsmessung durchführbar sein.

Unter der Vielfalt an Einflussfaktoren auf das journalistische Arbeiten ist auch das Verhältnis von PR und journalistischer Berichterstattung zu analysieren. Barbara Baerns ging Ende der 1970er Jahre von einem einseitigen Einfluss der PR auf den Journalismus im Sinne einer «parasitären» Nutzung medialer Betriebssysteme zur Durchsetzung von Partikularinteressen aus.⁵⁵⁹ Dieser Determinationsansatz wurde durch den sogenannten Intereffikationsansatz von Bentele, Liebert und Seeling in dem Sinne weiterentwickelt, dass eine wechselseitige Abhängigkeit und Orientierung der beiden Systeme angenommen wird.⁵⁶⁰ Es stellt sich also konkret die Frage nach dem Umgang mit PR-Nachrichten, dem Anteil und der Qualität von Eigenrecherchen, von persönlichen, strukturellen, politischen und wirtschaftlichen Abhängigkeiten, Einfluss- und Rücksichtnahmen, der Aus- und Weiterbildung, Qualitätskontrolle, dem journalistischen Selbstverständnis, schliesslich auch nach der Frage, unter welchen Bedingungen eher journalistisches Arbeiten oder eher eine PR- und verlautbarungsorientierte Publikationstätigkeit resultiert. Diese Liste könnte erweitert werden auf Einflüsse aus politischen Quellen, Publikumseinflüssen, Inserenteneinflüssen usw.

8.3 Exkurs: Pressefreiheit – eine Innenansicht

Von Seiten der liechtensteinischen Journalisten wird auch nicht in Frage gestellt, dass die Unabhängigkeit nicht gegeben ist. In der Beilage «125 Jahre Volksblatt» vom 18. Juni 2003 kamen mehrere ehemalige Chefredakteure zu Wort. Walter-Bruno Wohlwend (Chefredaktor 1963–1984) schrieb: «Denn so gut, wie es Leserinnen und Leser unserer

⁵⁵⁸ Vgl. Hermann 1993.

⁵⁵⁹ Baerns 1991.

⁵⁶⁰ Bentele u. a. 1997. Dieser Frage – bezogen auf den Rundfunk – sollen Untersuchungen im Rahmen einer Projektausschreibung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen nachgehen, das im September 2002 unter dem Titel «Lokalfunk im Spannungsverhältnis zwischen Öffentlichkeitsarbeit und journalistischer Berichterstattung» ausgeschrieben wurde.

Blätter klar ist, welcher parteipolitischen Färbung ihre Zeitung zuzuordnen ist, so gut müssten es auch die Journalistinnen und Journalisten wissen, die sich von der einen oder der anderen Redaktion anstellen lassen.» (S. 17) Günther Meier (Chefredaktor 1984–1999) hebt die Vorzüge des Status als Parteiblätter hervor, da sie der Gunst des Publikums und der Wählerinnen und Wähler ausgesetzt sind. Dadurch erhalten alle in Form von Leserbriefen, eingesandten Mitteilungen und Forumsbeiträgen die Möglichkeit, ihre Meinung kundzutun. «Aber nur», so Meier, «weil die beiden Zeitungen eben Parteizeitungen sind. Wären sie keine Parteizeitungen mehr, wären die Spielregeln anders. Viele regen sich furchtbar auf, weil die beiden Zeitungen als Parteiblätter nur aus parteipolitischer Optik schreiben. Bestimmt, es gibt Auswüchse. Für den Leser ist aber sofort klar: Hier wird die Meinung einer Partei vertreten. Wenn man es genau wissen will, liest man halt das andere Blatt auch noch. (...) Als Leser weiss ich, was mich erwartet. Im Gegensatz zu vielen anderen, die auf ausländische Beispiele verweisen und gar nicht wissen, welche Ideologien – von Parteipolitik bis zum finanziellen Geschäft – dahinter stehen, ist mir das viel lieber.» (S. 19) Alexander Batliner (Chefredaktor von 1999–2001) verweist auf ideologische und parteiliche Bindungen ausländischer Medien und meint mit Blick auf die liechtensteinische Presse: «Gerade für den Kleinstaat wie Liechtenstein ist eine pluralistische Presselandschaft von grundlegender Bedeutung. Zu wissen, dass das Volksblatt der FBP und das Vaterland der VU nahe steht, ist für den Meinungsbildungsprozess der Bevölkerung von grosser Bedeutung. Diese Tendenz zu einer Partei hat in Bezug auf die Pressefreiheit nichts Verwerfliches.» (S. 21) Er erkennt dann aber doch noch mehrere Probleme und Besonderheiten des liechtensteinischen Pressesystems. So geht die enge personelle Verbindung zwischen Medien und Parteien über das Mass ausländischer Presseerzeugnisse hinaus. Die liechtensteinischen Zeitungen haben eine direkte Verbindung und einen direkten Zugang zu jeweils einer Volkspartei, haben entsprechend einseitigen Informationszugang, welcher von Seiten der Parteien auch durch einseitigen Informationsfluss an die je eigene Zeitung – also meist ohne öffentliche Medienkonferenzen – ergänzt wird. Darunter leidet nach Batliner die Glaubwürdigkeit und die Qualität der Zeitungen. «Durch dieses Verhalten», so sein Schluss, «ist es mit der Pressefreiheit in Liechtenstein nicht weit her. All dies wird sich jedoch erst dann zum Besseren wenden, wenn die personelle Symbiose von Zeitung und Partei

geloockert wird, und die Redaktionen den Mut fassen, flügge zu werden.» (S. 21) Der amtierende Chefredaktor Martin Frommelt wünscht sich zwar wie viele andere einen kritischen Journalismus, sieht aber nicht nur in der Parteibindung, sondern auch in den Reaktionen des Publikums und von Betroffenen enge Grenzen gesetzt. «Das Beziehungsgeflecht in Liechtenstein ist derart engmaschig, dass oftmals bereits der Ansatz zu einer kritischen Berichterstattung über die vielfältigsten Beziehungen im Keime zu ersticken versucht wird. Fazit: Allgemein steht die Medienfreiheit in Liechtenstein sicherlich ausser Frage, allerdings sind die Landeszeitungen mitunter weniger frei als der Leser dies annehmen und die Redaktion sich dies wünschen würde.» (S. 23) Günther Fritz, Chefredaktor des Liechtensteiner Vaterlandes, bestätigte in seinem Gastbeitrag die Aussagen seiner Kollegen weitgehend. Auch er sieht die Gratwanderung der Redaktionen zwischen Parteierwartung, Publikumserwartung und Glaubwürdigkeit: «In einem Raum, in dem es ökonomisch gesehen nur Platz für eine Tageszeitung gäbe, sind die Redaktionen der beiden Landeszeitungen in einem Punkt unbestritten wirklich frei: Sie sind tagtäglich völlig frei, es sich mit bestimmten Segmenten des Lesepublikums, mit Inseratekunden und nicht zuletzt mit den politischen Parteien und bestimmten Interessengruppen zu verscherzen.» (S. 27)

8.4 Qualitätsbeurteilung

Wie kann also Qualität im Journalismus erfasst werden? In seinem Vortrag im Liechtenstein-Institut ging Blum (2001) auf verschiedene Autoren ein, die Dimensionen der Qualitätsmessung skizziert haben. Auch hier werden unterschiedliche Ansätze erkennbar, da die Untersuchungsebene bei den einzelnen Journalisten, bei den journalistischen Produkten, dem Medienunternehmen, der Beziehung zum Publikum, der Beziehung zur Wirklichkeit, verschiedenen Normen, ethischen oder rechtlichen Vorgaben, oder mehreren bis allen diesen Aspekten gleichzeitig angesetzt werden kann. Gemäss Blum verlangt der Münsteraner Publizistikwissenschaftler Siegfried Weischenberg in seinem Anforderungsprofil, «dass Journalistinnen und Journalisten über Fachkompetenz (also Medienwissen), Sachkompetenz (also Ressortwissen) und Vermittlungskompetenz (also Umsetzungswissen) verfügen. Die Zürcher Publizistikwissenschaftler Heinz Bonfadelli und Werner A. Meier wiederum zeig-

ten, dass Medienqualität anhand von fünf Dimensionen überprüft werden kann: Besteht erstens Vielfalt strukturell (mehrere Ressorts) und inhaltlich (guter Themenmix)? Ist zweitens Professionalität in Form von Sachkompetenz und in Form von Vermittlungskompetenz vorhanden? Ist drittens der Stoff von Relevanz für die Gesellschaft und für die einzelnen Menschen, löst er also Betroffenheit aus? Findet das Medium viertens Akzeptanz durch die Nachfrage (hohe Auflage/ Einschaltquote) und durch die Rezipientenbindung? Und besteht fünftens Konformität mit dem Medienrecht und mit der Medienethik? Der Dortmunder Kommunikationswissenschaftler Horst Pöttker schliesslich nennt acht Eigenschaften der Information, die es erlauben, journalistische Qualität zu überprüfen, nämlich Richtigkeit, Vollständigkeit, Wahrhaftigkeit, Pluralität, Unabhängigkeit, Aktualität, Verständlichkeit und Unterhaltbarkeit.»⁵⁶¹

Mit Blick auf Erklärungen zur Qualität im Journalismus – etwa die Charta «Qualität im Journalismus» (vgl. Anhang) – steht schnell fest, dass die liechtensteinischen Medien eklatante Mängel aufweisen, selbst wenn dies hier nicht streng empirisch nachgewiesen wird. Als hohe Grundsätze des Journalismus werden insbesondere die Unabhängigkeit und die Wahrheitsverpflichtung gesehen. Bei den liechtensteinischen Medien ist jedoch evidenterweise ein hoher Einfluss der Politik festzustellen. Dies gilt direkt für die Parteizeitungen, letztlich aber auch für das Radio. Radio L stand und Radio Liechtenstein steht in finanzieller Abhängigkeit von staatlichen Geldern. Alle Medien sind gleichzeitig von Werbeeinnahmen abhängig. Das bedeutet, dass sie auf die potentiellen und tatsächlichen Inserenten Rücksicht nehmen müssen.⁵⁶² Die Medien sind ferner an einer Publikumsbindung interessiert, um Abonnenten zu erhalten, Leserreichweiten oder Einschaltquoten zu erzielen. Bei den

⁵⁶¹ Blum 2001.

⁵⁶² Bezeichnend in diesem Zusammenhang die Reaktion von GewerbeSeite auf eine Marketing-Aktion des Liechtensteiner Volksblattes im Oktober 2003. Das Volksblatt versprach in einem ganzseitigen Eigeninserat neuen Abonnenten einen Einkaufsgutschein eines Vorarlberger Diskonters. Die Sektion Handel der GewerbeKammer reagierte darauf mit einem angriffigen Gegeninserat im Liechtensteiner Vaterland, einer Androhung eines Inserateboykotts und einem Leserbrief des Sektionsleiters Handel, Herbert Steffen. (Liechtensteiner Volksblatt vom 2.10.2003, 4.10.2003, Liechtensteiner Vaterland vom 3.10.2003, 4.10.2003) Der Verlagsleiter des Volksblattes, Dani Sigel, sah sich schliesslich zu einer öffentlichen Entschuldigung für diese Werbe-Aktion im Liechtensteiner Volksblatt vom 11.10.2003 gezwungen.

Parteimedien ist darüber hinaus auch ein politisches Interesse an einer möglichst grossen Verbreitung über alle Alterssegmente gegeben, um mit der Zeitung die Wählerinnen und Wähler zu erreichen. Da die Leserschaft nicht nur als Leserschaft, sondern auch als Elektorat wahrgenommen wird, müssen die Redaktionen auch reihenweise Verneigungen vor dem Publikum vornehmen. Sie sind gezwungen, über lokale Ereignisse aus allen Sektoren – Kultur, Sport, Wirtschaft, Vermischtes usw. – ungeachtet ihrer Wichtigkeit zu berichten. Und sie sind angehalten, möglichst wenig Kritisches zu äussern, da sonst die potentielle Wählerschaft vor den Kopf gestossen wird. So kommt es, dass man durchaus kritisch über das Konzert eines internationalen Spitzenorchesters, nicht aber über eine Theateraufführung der Freiwilligen Feuerwehr oder das Herbstkonzert einer Harmoniemusik berichten darf. Die Medien ihrerseits unterwerfen sich jedoch nicht bedingungslos den auf sie wirkenden Zwängen, sondern versuchen, ihre Marktposition in bescheidenem Ausmass auszunutzen. In dieser Hinsicht ist etwa die Massnahme des Liechtensteiner Volksblattes zu sehen, zu lange Leserbriefe zu kürzen oder abzulehnen, oder die zunehmende Tendenz, die regelmässige Veröffentlichung eingesandter Mitteilungen von kulturellen Veranstaltern von einer jährlichen Pauschalentschädigung oder Inseratebuchungen abhängig zu machen.⁵⁶³

Somit weisen die Medien in Liechtenstein eine deutliche Tendenz zu Verlautbarungsorganen auf. Eigenrecherchierte Berichte sind eher eine Seltenheit, in jüngster Zeit noch am ehesten beim «Wirtschaft regional» festzustellen. Ansonsten werden fleissig eingesandte Meldungen, Berichte zugunsten oder aus der Perspektive einer bestimmten Partei, Pressemitteilungen der Regierung, Informationen von Medienkonferenzen und Pressegesprächen, Berichte der Regierung oder des Landtages und ähnliches publiziert. In den letzten Jahren hat immerhin insoweit eine Öffnung stattgefunden, dass auch kritische Stellungnahmen von Personen oder Verbänden abgedruckt werden, die nicht die Haltung der jeweiligen Partei repräsentieren. Seit einigen Jahren verfügt selbst die Freie Liste über eine regelmässige Präsenz in den Zeitungen in Form von

⁵⁶³ Die Forderung einer Pauschalabgeltung wird beispielsweise an die Erwachsenenbildung oder Museen gestellt. Besonders eng und ungeschminkt ist die Verbindung von PR, Berichterstattung und Inseratebuchungen bei der LieWo, teilweise auch bei Radio L. So wurde etwa die Berichterstattung über 300 Jahre Unterland 1999 teilweise von der Buchung von Werbepätzen abhängig gemacht (mündlicher Hinweis von Peter Geiger, Mitglied des Organisations-Komitees).

Forumsbeiträgen, die ungekürzt veröffentlicht werden. Die kritische Stimme der «Medien» ist somit weitgehend auf die kritische Stimme der politischen Opposition reduziert, ergänzt durch kritische Stimmen von eingesandten Meldungen, Leserbriefen und Stellungnahmen.

Kritiker des liechtensteinischen Mediensystems erheben den Vorwurf, dass die liechtensteinischen Medien nicht den Prinzipien der journalistischen Ethik, sondern rein parteipolitischen, kommerziellen oder verlegerischen Interessen gehorchen. Dass kommerzielle und verlegerische Interessen von Medien verfolgt werden, ist inzwischen im internationalen Massstab keine Seltenheit, sondern eher die Regel, wenn nicht gar eine Überlebensnotwendigkeit geworden. Der Vorwurf der einseitigen, parteipolitischen Berichterstattung ist bei den beiden Tageszeitungen zweifellos korrekt. Allerdings ist auch festzuhalten, dass die parteipolitische Wirkung der Parteizeitungen wohl nicht so gross ist, wie dies von den Kritikern befürchtet wird. Die Leserinnen und Leser haben mit verschiedenen Strategien gelernt, die politische Wirkung weitgehend zu neutralisieren.⁵⁶⁴

Zurückkommend auf die weiter oben erwähnten Qualitätsmerkmale von Pöttker können einige Zuordnungen für die liechtensteinischen Medien getroffen werden. Es zeigt sich, dass bei den liechtensteinischen Medien, mit besonderem Blick auf die Tageszeitungen als Leitmedien, eine grosse Palette an Defiziten vorhanden ist. Die nachstehend formulierten Einschätzungen beruhen auf der Beobachtung und den Befunden dieser Arbeit, sind also durchaus diskussionswürdig, könnten aber auch durch weitere Beispiele illustriert werden.

Die kommentierte Tabelle über Qualitätsmerkmale von Medien kann lediglich einen groben Eindruck über die Qualität der liechtensteinischen Medien, vor allem der Tageszeitungen, vermitteln. Wie bereits erwähnt müssten für eine detaillierte Erfassung Operationalisierungen zur empirischen Messbarkeit mittels Indikatoren definiert werden. Dies müsste ferner in vergleichender Perspektive erfolgen, um Referenzgrößen zur Beurteilung der Qualität liechtensteinischer Medien zu haben.

⁵⁶⁴ Vgl. dazu ausführlicher im Kapitel über Medienwirkung.

Tabelle 75: Erfüllung journalistischer Qualitätskriterien durch liechtensteinische Tageszeitungen

Qualitätskriterium	Kommentar
Richtigkeit	Die Richtigkeit leidet bald einmal, wenn es die Parteinteressen verlangen. Dabei sind es weniger die Falschmeldungen, sondern eher die selektiven Darstellungen in Text und Bild, die einen falschen Eindruck eines Ereignisses wiedergeben. Die neutrale, objektive Berichterstattung – ein Schlüsselkriterium des Journalismus – leidet darunter. Besonders augenfällig wird dies bei der bildlichen Darstellung von Politikern bei einem Anlass. Im Volksblatt werden vor allem die FBP-Politiker auf Bildern dargestellt, im Vaterland vor allem die VU-Politiker, sodass der Eindruck entsteht, dass es sich um zwei unterschiedliche Anlässe handelt. Ein weiterer Mangel ist die regelmässige Vermischung von Bericht und Kommentar in Artikeln der liechtensteinischen Tageszeitungen. Dadurch werden Fakten – so sie welche sind – und Meinungen vermengt. Der Wahrheitsgehalt des Berichtes wie auch das Image der Zeitungen insgesamt leidet unter dieser Verletzung einer handwerklichen Grundregel.
Vollständigkeit	Unerwünschte Ereignisse und Sachverhalte werden gerne ausgeblendet. Dies betrifft innenpolitische wie auch aussen- oder wirtschaftspolitische Fragen (Finanzplatz). Die Lücken werden teilweise durch Verbandsstellungen und Leserbriefe geschlossen. Andererseits decken die Zeitungen Liechtensteins aber einen grossen Teil der lokalen Ereignisse in der Berichterstattung ab.
Wahrhaftigkeit	Oftmals wird eine parteipolitische Optik angesetzt, nicht nur in politischen Auseinandersetzungen. Die Berichterstattung erfolgt mit starker Rücksichtnahme auf die Wählerschaft, Vereine und Verbände bei Berichten über Kultur, Sport usw. Auch das Schweigen der Journalisten zu Themen oder Ereignissen, welche als politisch brisant oder sonst nicht opportun angesehen werden, widersprechen dem Gebot der Wahrhaftigkeit.
Pluralität	Das einheimische Mediensystem insgesamt ist gekennzeichnet durch geringe Vielfalt bei weitgehend homogener ideologischer Grundhaltung. Im Verhältnis zur Kleinheit des Landes herrscht aber dennoch eine relative Vielfalt. Pluralität ergibt sich vor allem aus dem parteipolitischen Wettbewerb. Innerhalb der Medien ist eine breite Abdeckung von Themen festzustellen. Durch die Öffnung der Zeitungen für Stellungnahmen von Interessengruppen bis hin zur Freien Liste, sowie durch Leserbriefe kann ein Teil der Defizite der Zeitungen wettgemacht werden.
Unabhängigkeit	Es besteht eine mehrfache Abhängigkeit von Parteien, staatlichen Finanzhilfen, von Inserenten. Weitere Einflüsse oder Zwänge stammen aus dem Publikum, von Verbänden, dem sozialen Umfeld usw. Die

Funktionen der Medien in Liechtenstein

	Journalisten sind in ihren Handlungen stark eingeschränkt. Journalistisches Arbeiten wird überlagert durch politische, ökonomische, soziale usw. Zwänge und Überlegungen.
Aktualität	Mangels Eigeninitiative und Eigenrecherchen werden oftmals Themen verschlafen. Bei den Printmedien hat die Entwicklung zum sechstägigen Erscheinungsrhythmus und dem immer weiter nach hinten verschobenen Redaktionsschluss aber ansonsten in der Regel einen Aktualitätszuwachs gebracht.
Verständlichkeit	Dieses Kriterium ist weitgehend erfüllt, allerdings mit der Einschränkung, dass die Kunst des Zwischen-den-Zeilen-Lesens in Liechtenstein beherrscht werden muss. Nicht nur der Text, sondern auch die bildliche Darstellung verschleiert oftmals die Wahrheit, wenn beispielsweise wenige Zuschauer so fotografiert werden, dass ein fast leerer Vortragssaal gut gefüllt aussieht. Die Fähigkeit zur Text- und Bildinterpretation gehört daher zur Lesekompetenz in Liechtenstein.
Unterhaltsamkeit	Steht bei einer Tageszeitung nicht im Vordergrund. Hoher Bildanteil, Vierfarbendruck und moderne Layouts haben in der Regel zu einer Auflockerung der Zeitungen geführt. Insbesondere die LieWo, Radio L und das Liechtensteiner Volksblatt orientieren sich an einer moderaten Form des Boulevardjournalismus.

8.5 Funktionen der Medien in Liechtenstein

In ähnlicher Weise wie die Qualität der Medien auf der Basis der Grundlagen dieser Arbeit und der Beobachtung kommentiert wurde, kann auch beschrieben werden, inwiefern die Medien die Funktionen erfüllen, die ihnen im politischen System zgedacht werden. Bezüglich der Exaktheit gilt das Analoge wie zur Qualität der Medien: es handelt sich nicht um quantitative Messgrößen, sondern um Einschätzungen aus der Beobachtung. Auch auf diesem Gebiet wären detailliertere Studien erforderlich. Zu den Funktionen der Medien gibt es ähnlich wie bei den Qualitätsmerkmalen einen breiten Anforderungskatalog, welcher ebenfalls weitgehend der empirischen Beobachtung entspringt und daher je nach Autor stark variiert. Wir stützen uns hier wiederum auf Kriterien, die Blum mit Blick auf die relevante wissenschaftliche Literatur formuliert hat.⁵⁶⁵

⁵⁶⁵ Blum 2001.

Tabelle 76: Erfüllung von Funktionen der Medien in Liechtenstein

Funktion	Kommentar
Informationsfunktion	Einheimische Medien berichten im Gegensatz zu ausländischen Medien ausführlich über lokale Ereignisse und die liechtensteinische Politik. Insbesondere die Tageszeitungen erfüllen in Liechtenstein einen wichtigen Informationsauftrag. Der Mangel an Objektivität bei den Parteizeitungen kann durch die Lektüre beider Tageszeitungen etwas kompensiert werden.
Artikulationsfunktion	Die Artikulationsfunktion wird von den Medien teilweise aktiv erfüllt, indem Thematisierungen vorgenommen werden. Ebenso bedeutend ist aber die passive Funktionserfüllung, indem sich die Zeitungen als Plattformen für Stellungnahmen, Leserbriefe, Verbandsmeinungen usw. anbieten. Dies wird auch rege genutzt.
Kritik- und Kontrollfunktion	Die sogenannte «Watchdog-Funktion» ⁵⁶⁶ wird von den eng mit den Parteien und dem Staat verbundenen Medien zu wenig stark ausgeübt. Da das Mediensystem und das politische System weitgehend deckungsgleich sind, funktioniert die aktive Kritik und Kontrolle nur gegenseitig innerhalb des Systems und im eng abgesteckten Rahmen der politischen Opportunität. Zwischen den Medien und der Politik besteht ein zu wenig distanzierendes Verhältnis. Mit dem bereitwilligen Abdrucken von eingesandten Meldungen, Leserbriefen u. a. erfüllen die Tageszeitungen jedoch passiv einen Teil der zugeordneten Funktionen.
Sozialisationsfunktion	Mit der breiten innenpolitischen Berichterstattung erfüllen die liechtensteinischen Medien – insbesondere die Tageszeitungen – einen wichtigen politischen Bildungsauftrag. Der Mangel an Neutralität und Objektivität kann teilweise ausgeglichen werden, indem die Leserschaft beide Tageszeitungen konsumiert oder sich über die parteipolitische Färbung der jeweiligen Zeitung bewusst ist. Die starke Rezeption der Medien in Liechtenstein leistet einen wichtigen Beitrag zur Sozialisation, insbesondere auch, nachdem der soziale Zusammenhalt schwindet, die Medienkommunikation gegenüber der interpersonellen Kommunikation eher zunimmt, die Gesellschaft heterogener – etwa wegen des sozialen Wandels oder wegen des Ausländerzuzugs – und auch anonym wird. Einheimische Medien leisten daher auch einen wichtigen Beitrag zur Identitätsstiftung. ⁵⁶⁷ Dies kann durch ausländische Medien nicht ersetzt werden.

⁵⁶⁶ Eng mit dem Begriff des «Watchdog» (Wachhund) verbunden ist der Begriff des investigativen oder des Recherchier-Journalismus. Dieser ist im angelsächsischen Raum weiter verbreitet als im deutschsprachigen, wo viel stärker auf Pressemeldungen und die eigene Meinung abgestützt wird. Vgl. Esser 1999.

Funktionen der Medien in Liechtenstein

Meinungsbildungs- funktion	<p>Medien wirken unstrittig meinungsbildend. Die Frage ist nur, welche Medien, welche Akteure und in welchem Ausmass. In Liechtenstein ist die Meinungsbildung durch die Medien weitgehend eine Domäne der Tageszeitungen. Das Radio weist in dieser Hinsicht nur beschränkte Möglichkeiten auf, Fernsehen existiert allenfalls im Umfeld von Wahlen oder Abstimmungen in Form weniger Diskussionsendungen.</p> <p>Die Journalisten sind jedoch einer Reihe von Zwängen ausgesetzt, die ihnen eher die Rolle von Meinungsträgern als Meinungsbildnern zuweist. Das Agenda-Setting wird weitgehend von aussen gesteuert, sei dies durch die Partei, sei dies durch die Aktivitäten der verschiedensten gesellschaftlichen Akteure bis hin zur Regierung. Auch in der Berichterstattung über die angeschnittenen Themen dominieren Rücksichtnahmen auf die zugewandte Partei, die Werbekundschaft, die Wählerschaft, das Lesepublikum usw. Den Journalisten selbst bleibt daher nur ein geringer Spielraum für die Meinungsbildung. Man darf aber die meinungsbildende Wirkung der Medien in Liechtenstein auch nicht überschätzen. Denn einerseits können sich viele über Ereignisse im Lande selbst ein Bild machen, so dass die Exklusivität der Medienberichterstattung untergraben wird. Auch interpersonelle Kommunikation kann ein Korrektiv oder eine Ergänzung zur Darstellung in den Medien sein. Zusätzlich werden häufig beide Tageszeitungen gelesen, sodass auch diesbezüglich der Meinungsbildung oder der Manipulationsfähigkeit der Medien ein Riegel geschoben wird. Ferner sind sich die Leserinnen und Leser bewusst, dass die Medien interessegebunden sind, weshalb auch Medienberichte entsprechend kritisch wahrgenommen werden. Und schliesslich können in beschränktem Ausmass auch ausländische Medien die meinungsbildende Macht der einheimischen Medien einschränken.</p>
Dienstleistungs- funktion	<p>Die liechtensteinischen Medien stützen sich weitgehend auf den einheimischen, lokalen Markt ab und weisen daher eine starke Publikumsbindung auf. Dazu gehört ein breite Dienstleistung der Medien zugunsten des Publikums. Die Zeitungen sind abonnierbar und werden bereits frühmorgens zugestellt, sie dienen als Werbemedium, es können Todesanzeigen usw. veröffentlicht werden. Eingesandte Mitteilungen von Vereinen und Verbänden sowie Leserbriefe werden in der Regel unentgeltlich abgedruckt. Die öffentlichen Kundmachungen stehen in den Zeitungen. Die Zeitungen enthalten auch Veranstaltungsprogramme, Vorankündigungen, Kinoprogramme, Informationen über Notfalldienste, Ratgeberrubriken usw.</p>

⁵⁶⁷ Diese Funktion wird in grösseren Staaten heute weitgehend durch das Fernsehen übernommen. Vgl. Kuhn 2000.

8.6 Zusammenfassung

Die obigen Aufzählungen und Kommentierungen von Qualitätsmerkmalen und Funktionen der Medien bzw. speziell der Tageszeitungen in Liechtenstein zeigen, dass teilweise erhebliche Mängel existieren. Das grösste Defizit besteht in der engen Koppelung des Mediensystems an das politische System, welches teilweise dazu führt, dass die Qualität und Glaubwürdigkeit der Medien leidet. Gleichzeitig können aus diesem Grund auch bestimmte Funktionen nicht erfüllt werden, da sich die Akteursebene vom Mediensystem auf das politische System verschiebt und die Journalisten in Teilbereichen zu Handlangern des politischen Systems degradiert werden. Ein Vergleich mit ausländischen Medien kann mangels empirischer Untersuchung nicht angestellt werden. Es herrscht aber der generelle Eindruck, dass sich die liechtensteinischen Medien durchaus mit Lokalmedien anderer Regionen messen können. Ein Benchmarking würde in dieser Hinsicht mehr Aufschluss geben. Die liechtensteinischen Medien haben aber andererseits nicht die finanzielle und personelle Ausstattung, das publizistische Selbstverständnis und die nötige Distanz zum engeren politischen System wie etwa überregionale Tageszeitungen in der Schweiz. Das liechtensteinische Mediensystem weist daher nicht zuletzt auch wegen der Kleinheit und Ressourcenknappheit zusätzliche Defizite auf.

9 Zusammenfassende Betrachtungen

Im Schlusskapitel soll auf der Basis der Ausführungen in den vorangegangenen Kapiteln eine zusammenfassende Kommentierung verschiedener Aspekte der Mediensituation in Liechtenstein erfolgen. Zum Teil können sie als empirisch belegt gelten, teilweise stellen sie aber auch plausible Vermutungen dar, die in weiterer Beobachtung oder eingehender empirischer Analyse in Folgeforschungen zu bestätigen oder zu verwerfen wären. Die beleuchteten Aspekte sind nicht vollständig und abschliessend, sondern beleuchten einige markante, wegweisende oder perspektivischen Seiten der liechtensteinischen Medienszene.

9.1 Medienvielfalt und Medienarmut in Liechtenstein

Während in der Medienwissenschaft oftmals unter den Stichworten von Globalisierung⁵⁶⁸ und Konzentrationsprozess⁵⁶⁹ der Medien eine publizistische Verarmung der Medienlandschaft befürchtet wird, ist in den vergangenen Jahrzehnten im Falle Liechtensteins eher das Gegenteil eingetreten. Die Medienlandschaft hat sich quantitativ ausgedehnt. Dies bezieht sich auf die einzelnen Medien selbst – etwa Umfangsteigerung der Tageszeitungen –, einzelne traditionelle Mediensparten – beispielsweise erfolgreiche Lancierung der LieWo im Printmedienbereich, Radio L, bescheidene Fernsehversuche –, wie auch neuer Medien – etwa die Online-dienste und -plattformen. Trotz Diversifizierungsversuchen von Medienanstalten, allen voran des Vaduzer Medienhauses mit den direkten und indirekten Engagements beim Liechtensteiner Vaterland, der

⁵⁶⁸ Vgl. Donges u. a. 1999; Trappel u. a. 2002.

⁵⁶⁹ Vgl. Heinrich 2001; Trappel u. a. 2002

LieWo, dem Fernsehsender XML, Radio Ri und dem eigenen Online-Dienst – hat im liechtensteinischen Medienbereich bisher kein eigentlicher Konzentrationsprozess stattgefunden. Nach wie vor existieren trotz engem Markt zwei Tageszeitungen als Parteizeitungen, der Radiosender arbeitet unabhängig davon, und somit sind auch keine Monopolstrukturen entstanden.

Die für den begrenzten Markt Liechtensteins relativ grosse Mediendichte darf jedoch nicht zum Schluss verleiten, dass auch eine relativ grosse Meinungsvielfalt herrscht. Die beiden Tageszeitungen stehen nach wie vor in Abhängigkeit von zwei Parteien, die sich ideologisch kaum unterscheiden. Auf Seiten der Journalisten wird vor diesem Hintergrund eine Form der Selbstzensur geübt. Auch Radio L konnte keine wirksamen Akzente in der Meinungsbildung setzen (für eine Analyse von Radio Liechtenstein ist es noch zu früh). Den liechtensteinischen Medien fehlt weitgehend die Glaubwürdigkeit, um als Medien eine massgebliche Rolle in der Meinungsbildung zu spielen. Hinter den Medien wird auf Seiten der Tageszeitungen mit Recht eine von der jeweiligen Partei abhängige Meinung und Interessenlage vermutet, auf Seiten von Radio L mangelte es an journalistischer Kompetenz, aber auch an der beschränkt meinungsbildenden Wirkung dieses Mediums. Die LieWo wiederum ist ein Unterhaltungsblatt, das weder den Anspruch noch den Auftritt eines kritischen und meinungsbildenden Mediums aufweist.

9.2 Professionalisierung der Medien

Wenn man die heutigen Medien in Liechtenstein mit dem Zustand vor einigen Jahrzehnten vergleicht, ist ein starker Professionalisierungsschub festzustellen. Es sind nicht mehr Feierabendredakteure damit beschäftigt, hauptsächlich Agenturmeldungen und eingesandte Mitteilungen auf Layoutseiten zu kleben und zu veröffentlichen. Alle Medien sind mit einer stattlichen Zahl an hauptberuflichen Journalistinnen und Journalisten sowie weiteren Spezialisten ausgestattet. Auch in Liechtenstein hat sich der Beruf des Journalisten etabliert, selbst wenn er nicht immer von Grund auf gelernt wurde. Dennoch ist auf Seiten der Ausbildung festzustellen, dass inzwischen klassische journalistische Berufskarrieren durchschritten werden, angefangen bei Volontariaten über spezifische Ausbildungsgänge bis hin zur Anstellung als Journalist bei einer Zeitung

Globalisierung, Kommerzialisierung und Monopolisierung der Medien?

oder dem Radio. Es arbeiten zwar, wie bei Lokalzeitungen üblich, weiterhin eine Vielzahl freischaffender Journalisten bei den Medien, insbesondere bei den Zeitungen. Die Kernbelegschaft setzt sich aber aus Vollberuflern zusammen.

Dadurch entsteht aber auch ein wachsendes Spannungsfeld zwischen der Berufsauffassung der journalistisch Ausgebildeten und dem Auftrag des Arbeitgebers, welcher im Falle der Tageszeitungen weitgehend ein Parteienauftrag ist. Das Modell der Parteizeitungen ist mit den Prinzipien des Journalismus kaum vereinbar. Parteienpropaganda und guter Journalismus vertragen sich nicht. Die Medienschaffenden, die sich in dieser Zwickmühle befinden, können freiwillig einlenken, unfreiwillig resignieren, sich Nischen in ihren Medien schaffen oder den Arbeitsplatz bzw. überhaupt den Beruf wechseln. Alle diese Spielarten kommen in Liechtenstein denn auch vor.

9.3 Globalisierung, Kommerzialisierung und Monopolisierung der Medien?

Unter dem Stichwort der Kommerzialisierung der Medien wird insbesondere eine Entwicklung charakterisiert, die mit dem Aufkommen von privaten Radio- und Fernsehsendern einhergeht. Diese auf Werbeeinnahmen angewiesenen und von privaten Investorengeldern abhängigen, möglichst auf Profit getrimmten Sender waren notgedrungen kommerziell orientierte Sender. Einschaltquoten, Reichweiten, Zielgruppenkonformität, Marktanteile u. a. wurden zu Schlüsselbegriffen dieser Sender. Die Phänomene, die diese Entwicklung hervorgebracht hat, sind in der Forschung ausführlich untersucht und beschrieben worden. Es wurde befürchtet, dass die Programme insgesamt abflachen, Nachrichten zum Infotainment degradieren, anspruchsvolle Sendungen verloren gehen. Die Kommerzialisierung hat aber auch den Printmedienbereich erfasst, indem politisch motivierte und auf Idealismus basierende Projekte den deutlicher wirtschaftlich orientierten Projekten Platz machen. Marketing und Kundenpflege werden dabei wichtiger als publizistische Ansprüche. Optisch wird diese Entwicklung unterstrichen durch grössere Schlagzeilen, höhere Bildanteile, Vierfarbigkeit usw.

Auf die Mediensituation in Liechtenstein bezogen, lassen sich diesbezüglich keine eindeutigen Schlussfolgerungen ziehen. Die kommerzi-

ellen Fernsehversuche sind gescheitert oder gar nie bis zur Sendereife vorangetrieben worden. Dies betrifft insbesondere auch die auf ein internationales Publikum schielenden, möglichst via Satellit auszustrahlenden Sender. Auf dem Gebiet des Radios war Radio L der erste liechtensteinische Sender in der neueren Zeit. Der erste liechtensteinische Standard war somit ein Kommerzradio, das auf die für die Werbekundschaft massgebliche Zielgruppe der Jüngeren abgestimmt war. Mit der Umwandlung in einen öffentlich-rechtlichen Sender tritt der kommerzielle Aspekt in den Hintergrund. Der Liechtensteinische Rundfunk soll ein ausgewogenes Programm für alle Bevölkerungsschichten anbieten. Die Werbung soll zwar weiterhin einen Teil der Einnahmen generieren, im Konzept sind aber auch staatliche Zuschüsse sowie eine Option auf Einführung von Rundfunkgebühren vorgesehen. Der Massstab für Radio Liechtenstein wird dementsprechend nicht nur die Einschaltquote, sondern auch die Qualität des Programms sein. Die Entwicklung läuft somit in dieser Sparte tendenziell weg von der Kommerzialisierung.

Auch bei den Zeitungen – von der LieWo als Wochen-Anzeiger abgesehen – ist nicht ohne weiteres eine Kommerzialisierung zu diagnostizieren. Zeitungen stehen generell unter einem enormen Kostendruck, sind anzeigenabhängig und damit einnahmenseitig auch konjunkturellen Schwankungen unterworfen. Und sie sind auch gezwungen, technische und administrative Rationalisierungsschritte laufend zu vollziehen. Auf Seiten der Leserschaft treffen sie dabei auf zunehmend gebildete Schichten, die Qualitätsansprüche an die Medien stellen. Vor diesem Hintergrund hat in den umliegenden Ländern nach dem weitgehenden Niedergang von Parteizeitungen eine Flurbereinigung auf dem Printmedienmarkt stattgefunden, der insbesondere Lokal- und kleinere Regionalzeitungen erfasste. In der Schweiz wird dies etwa durch spektakuläre Fusionen von Zeitungen, wie beispielsweise im Falle der Neuen Luzerner Zeitung oder der Mittellandzeitung, dokumentiert. Diese Entwicklung ist begleitet von einem Bedeutungszuwachs grosser Verlagshäuser – etwa der Tamedia AG, die um den Tagesanzeiger gruppiert ist, dem Verlag der Neuen Zürcher Zeitung oder Ringier.

Die Tageszeitungen in Liechtenstein sind von dieser Entwicklung noch nicht vollständig erfasst worden. Im Verhältnis zur Bevölkerungszahl ist die ungebrochene Existenz von zwei Tageszeitungen, die für den gleichen Markt produziert werden, deutlich überdimensioniert. Dieser eher ungewöhnliche Zustand ist dem geradezu anachronistischen Um-

stand zu verdanken, dass es sich bei beiden Zeitungen um Parteizeitungen handelt. Auf Seiten der Zeitungsmacher ergibt sich daraus ein starker politischer Wille, die Eigenständigkeit der Zeitung zu retten. Gleichzeitig erlaubt die hohe Zahl von Doppelabonnements beider Zeitungen eine Auflagenhöhe, die das Überleben bisher ermöglicht hat. In der Region hat sich dagegen analog zur Entwicklung in anderen Schweizer Landesteilen mit der «Südostschweiz» ein starkes Medienunternehmen etabliert, dessen Leiter, Hanspeter Lebrument, im September 2003 sogar zum Präsidenten des Verbands Schweizer Presse gekürt wurde. Zu diesem regionalen Verlagsimperium gehören neben der Südostschweiz unter anderem weitere Zeitungen, Tele Südostschweiz, Radio Grischa und ein Druckzentrum. Auf Vorarlberger Seite hat sich ebenfalls ein regionaler Medienmogul mit dem Vorarlberger Verlagshaus unter der Leitung von Eugen A. Russ entwickelt, zu welchem neben den Vorarlberger Nachrichten unter anderem weitere Zeitungen, Antenne Vorarlberg, eine Druckerei und Buchverlage gehören. Beide liechtensteinischen Tageszeitungen sind bereits eine Kooperation mit der Südostschweiz eingegangen, die im Falle des Liechtensteiner Vaterlandes auch eine Partnerschaft in einer gemeinsamen Druckerei mit einschliesst. Das Liechtensteiner Volksblatt beginnt sich auf der Ebene des Zeitungsdruks in Richtung Vorarlberger Medienhaus zu orientieren. Bei beiden Zeitungen bleibt abzuwarten, was sich aus diesen Kooperationen in Zukunft weiter entwickelt, ob die Unabhängigkeit erhalten bleibt, oder ob eventuell noch engere Zusammenschlüsse erfolgen. Dies würde möglicherweise auch den Status der Zeitungen als Parteizeitung ins Wanken bringen.

9.4 Liberalisierung, Handlungsspielräume, Alternativen

Trotz aller festgestellten Mängel und Schwächen der liechtensteinischen Medienszene sind die einheimischen Medien für die politische Kommunikation, die lokale Information, vielleicht auch für die Herausbildung einer nationalen Identität unverzichtbar. Die Situation hat sich in den vergangenen Jahren eher gebessert, indem mehr Medien entstanden sind, die Medien professioneller geführt und gestaltet werden, eine Teilöffnung der Medien für kritische Beiträge stattgefunden hat und insofern auch die Spielräume der Redaktion und der Freischaffenden etwas grösser geworden sind. Das System der Parteimedien erzeugt auf der ne-

gativen Bilanzseite eine Reglementierung der Medien, eine Teilsteuierung der veröffentlichten Meinung und damit auch eine versuchte Steuerung der öffentlichen Meinung nach den Massstäben der Parteien und der Politik. Andererseits sorgt es auf der positiven Bilanzseite für eine Konkurrenz auf der Ebene der Politik wie auch der Medien selbst. Schiedsrichter sind dabei die Wählerinnen und Wähler sowie die Leserschaft oder generell das Publikum in Personalunion.

Daraus muss nicht der Schluss gezogen werden, dass dieses System gut ist. Aber es darf zumindest die Frage nach der Alternative gestellt werden. Auf der Ebene der Tageszeitungen wäre der Markt Liechtenstein unter normalen Bedingungen eigentlich maximal für eine einzige Zeitung tauglich. Diese Zeitung muss aber nicht automatisch alle Defizite der Parteizeitungen wettmachen. Auch diese Zeitung kann in Abhängigkeiten von lokalen Eliten, einem Verleger, Inserenten, dem Publikum usw. stehen. Es ist auch fraglich, ob die Serviceleistungen der Zeitungen, so wie sie derzeit wahrgenommen werden, aufrechterhalten bleiben würden. Ferner ist auch nicht sicher, ob eine einzige, parteiunabhängige Zeitung eine intensivere, kontroversere, kritischere und auch quantitativ ebenbürtige politische Kommunikation garantieren würde.

Die Frage nach der künftigen Entwicklung der Medienlandschaft in Liechtenstein wird aber ohnehin nicht in fiktiven Planspielen entschieden, sondern politisch und ökonomisch. Politisch werden insbesondere die Entwicklungen auf dem Gebiet der elektronischen Medien, hierbei insbesondere betreffend Radio und Fernsehen entschieden. Auf diesem Gebiet dürfte in nächster Zukunft der Liechtensteinische Rundfunk die Massstäbe setzen. Dabei wird der Ausbau – bis hin zum eventuellen Aufbau eines liechtensteinischen Fernsehens –, die Qualität und Professionalität weitgehend von den staatlich und damit politisch bewilligten Finanzmitteln sowie einer personellen und strukturellen Lösung abhängen, die einen Mindestabstand zum politischen System garantiert. Bei den Printmedien wird ebenfalls die Politik eine wichtige Rolle spielen, wenn es um die direkte und indirekte Subventionierung dieser Medien einerseits, um den parteipolitischen Willen zur Aufrechterhaltung einer parteieigenen Presse andererseits geht. Gleichzeitig wird aber auch der ökonomische Druck auf die Medien möglicherweise Entwicklungen erzwingen, die nicht verhindert werden können. Dies könnte längerfristig auch in Liechtenstein zu einem Strukturwandel der Öffentlichkeit führen, der mit einer Flurbereinigung auf dem Zeitungsmarkt, einer

Liberalisierung, Handlungsspielräume, Alternativen

publizistischen Neuausrichtung, vielleicht auch einer noch engeren Kooperation mit einem regionalen oder auch überregionalen Verlagshaus einhergeht.

10 Literatur

- Alemann, Ulrich v.* (1997): Parteien und Medien, in: Gabriel, Oscar W./Stöss, Richard (Hrsg.): Parteiendemokratie in Deutschland. Opladen. Westdeutscher Verlag. S. 478–494.
- Alemann, Ulrich v./Marschall, Stefan* (Hrsg.) (2002): Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Alemann, Ulrich v./Wessels, Bernhard* (Hrsg.) (1997): Verbände in vergleichender Perspektive. Beiträge zu einem vernachlässigten Feld. Berlin. Edition Sigma.
- Armingeon, Klaus/Blum, Roger* (Hrsg.) (1995): Das öffentliche Theater. Politik und Medien in der Demokratie. Bern/Stuttgart/Wien. Paul Haupt.
- Association of European Radios AER* (1998): A Submission by AER to the European Commission, regarding the Green Paper on the Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation. Bruxelles.
- Baerns, Barbara* (1991): Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem. Köln.
- Batliner, Alexander* (2003): Pressefreiheit nur am Rande, in: Liechtensteiner Volksblatt (Hrsg.): 125 Jahre Volksblatt. Die Geschichte. Die Zeitung. Die Macher (Volksblatt-Beilage vom 18. Juni 2003): Schaan. Verlag Liechtensteiner Volksblatt. S. 21.
- Batliner, Gerard* (1976): Zu heutigen Problemen unseres Staates, in: Liechtensteinische Akademische Gesellschaft (Hrsg.): Probleme des Kleinstaates gestern und heute. Liechtenstein Politische Schriften Nr. 6. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Batliner, Gerard* (1981): Zur heutigen Lage des liechtensteinischen Parlaments. Liechtenstein Politische Schriften Nr. 9. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Baur, Georges S./Seeger, Wolfgang* (1994): Das Liechtensteinische Urheberrecht, in: Seeger Wolfgang, Marion und Rolf (Hrsg.): Erich Seeger. Gedenkschrift. S. 103–139. Schaan.
- Baur, Georges S./Seeger, Wolfgang/Rehbinder, Manfred* (1995): Das Urheberrecht im Fürstentum Liechtenstein. Bern. Stämpfli.
- Beck, Klaus* (2003): Elektronische Medien, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 303–348.
- Beierwalters, Andreas* (2000): Demokratie und Medien. Der Begriff der Öffentlichkeit und seine Bedeutung für die Demokratie in Europa. Diss. Schriften des Zentrums für Europäische Integrationsforschung (ZEI) Bd. 16. Baden-Baden. Nomos.

Literatur

- Bentele, Günter* (2003): Kommunikatorforschung: Public Relations, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 54-78.
- Bentele, Günter/Liebert, Tobias/Seeling, Stefan* (1997): Von der Determination zur Inter-effikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus, in: Bentele, Günter/Halter, Michael (Hrsg.): Aktuelle Einstehung von Öffentlichkeit. Akteure-Strukturen-Veränderungen. Konstanz.
- Blum, Roger* (2001): Journalistische Ethik und Qualität – Wo steht Liechtenstein? (Vortragsmanuskript zum Zyklus «Massenmedien und politische Kommunikation» des Liechtenstein-Instituts vom 30. Januar 2001): Typoskript.
- Blum, Roger* (2003): Medienstrukturen der Schweiz, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 366–381.
- Blum, Roger/Ritter, Nathalie* (2002): Projekt «Benchmarking für das «Bieler Tagblatt»». Erarbeitet unter der Leitung von Prof. Dr. Roger Blum durch Nathalie Ritter, Projektmitarbeiterin. Bern. Typoskript.
- Böckelmann, Frank E.* (1989): Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel. Berlin. Wiss.Verlag Spiess.
- Bohrmann, Hans/Jarren, Otfried/Melischek, Gabriele* (Hrsg.) (2000): Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Bonfadelli, Heinz* (1999): Medienwirkungsforschung Bd. 1: Grundlagen und theoretische Perspektiven. Uni-Papers Bd. 10. Uni-Papers.
- Bonfadelli, Heinz* (2000): Medienwirkungsforschung Bd. 2: Anwendung in Politik, Wirtschaft und Kultur. Uni-Papers Bd. 11. Uni-Papers.
- Bonfadelli, Heinz* (2002): Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Konstanz. UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Bonfadelli, Heinz* (2003): Medieninhalte, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 79–100.
- Branahl, Udo* (2000): Medienrecht. Eine Einführung. Fachwissen für Journalisten. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Brand, Karl-Werner* (1982): Neue soziale Bewegungen. Entstehung, Funktion und Perspektiven neuer Protestpotentiale – Eine Zwischenbilanz. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Brand, Karl-Werner* (Hrsg.) (1985): Neue soziale Bewegungen in Westeuropa und den USA: ein internationaler Vergleich. Frankfurt/Main. Campus.
- Brettschneider, Frank* (1994): Agenda-Setting. Forschungsstand und politische Konsequenz, in: Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hrsg.): Politik und Medien: Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation. Berlin. Vistas. S. 211–230.
- Brosius, Hans-Bernd* (1995): Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption. Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Brosius, Hans-Bernd* (2003): Medienwirkung, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 128–148.
- Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike* (2000): Einführung in die Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Opladen. Westdeutscher Verlag.

Literatur

- Brunhart, Arthur* (1986): Vaterländische Union – 50 Jahre für Liechtenstein. Vaduz. Vaterländische Union.
- Brunhart, Arthur* (1995): Vom Zweiten Weltkrieg zur Gegenwart, in: Liecht. Arbeitnehmerverband (Hrsg.): 75 Jahre Liechtensteiner Arbeitnehmerverband. Vaduz. Eigenverlag. S. 27–54.
- Brunhart, Arthur/Quaderer, Rupert* (1996): Wilhelm Beck (1885–1936). Bilder aus seinem Leben und Schaffen, in: Vaterländische Union (Hrsg.): Die Schlossabmachungen vom September 1920. Vaduz. Vaterländische Union. S. 102–140.
- Büchel, Hubert* (1990): Entwicklung der liechtensteinischen Bevölkerung und Wirtschaft: Ist klein fein?, in: Geiger, Peter/Waschkuhn, Arno (Hrsg.): Liechtenstein – Kleinheit und Interdependenz. Liechtenstein Politische Schriften Bd. 14. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft. S. 279–295.
- Bucher, Hans-Jürgen/Altmeyen, Klaus-Dieter* (Hrsg.) (2003): Qualität im Journalismus: Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Bundesamt für Statistik* (2001): Entwicklung der Pressevielfalt 1980–1999. Neuchâtel.
- Burkhardt, Roland* (2003): Kommunikationstheorien, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 169–192.
- Charlton, Michael/Schneider, Silvia* (Hrsg.) (1996): Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Cook, Timothy E.* (1998): Governing with the News: The News Media as a Political Institution (Studies in Communication, Media and Public Opinion).
- Daschmann, Gregor* (2003): Quantitative Methoden der Kommunikationsforschung, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 262–282.
- Denton, Robert E./Woodward, Gary C.* (1999): Political Communication in America (Praeger Series in Political Communication): New York. Praeger.
- Die Post* (2003): Zeitungen Schweiz. Bei uns sind Ihre News in guten Händen. Ausgabe Januar 2003.
- Dombrowski, Ines* (1997): Politisches Marketing in den Massenmedien. Wiesbaden. Deutscher Universitätsverlag.
- Donges, Patrick/Jarren, Otfried/Schatz, Heribert* (Hrsg.) (1999): Globalisierung der Medien? Medienpolitik in der Informationsgesellschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Donsbach, Wolfgang* (1991): Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten. Wien. Böhlau.
- Donsbach, Wolfgang* (1993): Inhalte, Nutzung und Wirkung politischer Kommunikation, in: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft, Vol. 22 (1993), Nr. 4. S. 389–407.
- Donsbach, Wolfgang/Jarren, Otfried/Kepplinger, Hans M./Pfetsch, Barbara* (1993): Beziehungsspiele – Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Gütersloh. Bertelsmann Stiftung.
- Dörner, Andreas* (2000): Politische Kultur und Medienunterhaltung. Zur Inszenierung politischer Identitäten in der amerikanischen Filmwelt und Fernsehwelt. Universitätsverlag Konstanz.
- Dörr, Dieter/Zorn, Nicole* (2003): Die Entwicklung des Medienrechts, in: Neue Juristische Wochenezitschrift NJW 2003/Heft 42. S. 3020–3027.

Literatur

- Dreier, Hardy* (2002): Deutschland. Darstellung der Mediensysteme, in: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung der Universität Hamburg (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden. Nomos. S. 253–275.
- Dumermuth, Martin* (1996): Rundfunkrecht, in: Koller, H. u.a. (Hrsg.): Schweizerisches Bundesverwaltungsrecht, Informations- und Kommunikationsrecht. Basel/Frankfurt a.M. Helbing und Lichtenhahn.
- Dumermuth, Martin* (2003): 20 Jahre Privatrado in der Schweiz, in: Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (Hrsg.): 5 Jahre Privatrado in Österreich. Wien. S. 95–104.
- Eichhorn, Wolfgang* (1996): Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung. Diss. Kommunikationswissenschaftliche Studien Bd. 16. München. Fischer (Reinhard).
- Eilders, Christiane* (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Studien zur Kommunikationswissenschaft Bd. 20. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Esser, Frank* (1999): Gehemmter Investigativgeist. Internationaler Vergleich, in: *message* 2/99.
- Fabris, Hans Heinz* (2000): Vielfältige Qualität. Theoretische Ansätze und Perspektiven der Diskussion um Qualität im Journalismus, in: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 261–274.
- Fabris, Hans Heinz* (2002): Qualität im Journalismus als Thema von Fachtagungen und Publikationen, in: Fabris, Hans Heinz u.a. (Hrsg.): Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. Eni Qualitäts-Monitoring. Erhebungsjahr 2001. Salzburg. Eigenverlag. S. 75–77.
- Fabris, Hans Heinz u.a.* (Hrsg.) (2002): Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. 1996 ff. Salzburg. Eigenverlag.
- Faulstich, Werner* (2000): Grundwissen Medien. Stuttgart. UTB.
- Feger, Brigitte* (1985): Die politischen Parteien des Fürstentums Liechtenstein – Entstehung, Wesen und Ziele, in: Liechtenstein-Seminar 1985. Vaduz. S. 66–70.
- Frick, Kuno* (1996): Die Ausstrahlung der Grundrechte auf Privatrechtsbeziehungen. Beiträge Liechtenstein-Institut Nr. 3/1996. BERN. Typoskript.
- Frick, Marie-Theres* (1991): Persönlichkeitsrechte. Diss. Univ. Innsbruck. Wien. Verlag der Österreichischen Staatsdruckerei.
- Frick, Marie-Theres* (1996): Persönlichkeitsrechte. Beiträge Liechtenstein-Institut Nr. 5/1996. BERN. Typoskript.
- Fritz, Günther* (2003): Frei, es sich zu verscherzen, in: Liechtensteiner Volksblatt (Hrsg.): 125 Jahre Volksblatt. Die Geschichte. Die Zeitung. Die Macher (Volksblatt-Beilage vom 18. Juni 2003). Schaan. Verlag Liechtensteiner Volksblatt. S. 27.
- Frommelt, Clarissa* (2003): Radio Liechtenstein. Die Entstehungsgeschichte des Radios (1939–1995) unter den Bedingungen der politischen Lage. Diplomarbeit an der Fakultät für Human- und Sozialwissenschaften der Universität Wien. Wien. Typoskript.
- Frommelt, Martin* (2003): Medienfreiheit ist relativ, in: Liechtensteiner Volksblatt (Hrsg.): 125 Jahre Volksblatt. Die Geschichte. Die Zeitung. Die Macher (Volksblatt-Beilage vom 18. Juni 2003). Schaan. Verlag Liechtensteiner Volksblatt. S. 23.
- Frowein, Jochen Abr./Peukert, Wolfgang* (1996): Europäische Menschenrechtskonvention. EMRK-Kommentar. Kehl/Strassburg/Arlington. N.P. Engel Verlag.
- Früh, Werner* (1991): Medienwirkungen. Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung. Opladen. Westdeutscher Verlag.

Literatur

- Futura* (2003): Das Bildungsmagazin. Nr. 4/2003. Hrsg. Mosse Media, Zürich. Beilage im Tages-Anzeiger vom 25.8.2003.
- Geiger, Peter* (1993): «Heraus aus der Krise!» Die liechtensteinische Freiwirtschaftliche Bewegung und der Fall Ude (1930 – 1933), in: Riklin, Alois/Wildhaber, Luzius/Wille, Herbert (Hrsg.): Kleinstaat und Menschenrechte. Festgabe für Gerard Batliner zum 65. Geburtstag. Basel/Frankfurt am Main. Helbing & Lichtenhahn. S. 63–78.
- Geiger, Peter* (1997): Krisenzeit. Liechtenstein in den Dreissigerjahren 1928–1939 (2 Bände). Vaduz/Zürich. Verlag des Historischen Vereins für das Fürstentum Liechtenstein/Chronos Verlag.
- Generalbericht der 10. Konferenz der Europäischen Verfassungsgerichte* (1996): Die Meinungsfreiheit in der Rechtsprechung der Verfassungsgerichte im Hinblick auf die Massenmedien, bearb. von Antal Ádám und Gábor Halmai. (<http://www.mkab.hu/conference/GRVNYN.htm>).
- Göttlich, Udo/Nieland, Jörg-Uwe/Schatz, Heribert* (Hrsg.) (1998): Kommunikation im Wandel – Zur Theatralität der Medien. Köln. Halem.
- Grinschgl, Alfred* (2003): Fünf Jahre Privatrado in Österreich. Versuch einer Standortbestimmung, in: Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (Hrsg.): 5 Jahre Privatrado in Österreich. Wien. S. 7–14.
- Grosse Holtforth, Dominik* (2000): Medien, Aufmerksamkeit und politischer Wettbewerb. Berlin. Vistas.
- Grossmann, Brit (1999): Medienrezeption. Bestehende Ansätze und eine konstruktivistische Alternative. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Half, Gregor* (1998): Die Malaise der Medienwirkungsforschung. Transklassische Wirkungen und klassische Forschung. Studien zur Sozialwissenschaft Bd. 28. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Haller, Michael* (2000): TÜV für Regionalblätter, in: Message. Internationale Fachzeitschrift für Journalismus, Nr. 4/2000. S. 45–48.
- Haller, Michael* (2001): Wer sagt, was gut ist? – Über die Schwierigkeiten, Qualitätskriterien für den Lokalteil der Tagespresse zu ermitteln. Und darüber, wie sich das Problem lösen lässt, in: Message. Internationale Fachzeitschrift für Journalismus, Nr. 2/2001.
- Haller, Michael* (2001): Zeitungen im Vergleichstest, in: message, 2001, Heft 2. S. 60–71.
- Hamm, Ingrid/Mann, Thomas E.* (Hrsg.) (1997): Politische Kommunikation in der Informationsgesellschaft. Ergebnisse eines deutsch-amerikanischen Workshops. Bertelsmann Stiftung.
- Hans-Bredow-Institut für Medienforschung der Universität Hamburg* (Hrsg.): (2002): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden. Nomos.
- Hardmeier, Sibylle* (1998): Wenn morgen abgestimmt würde, wen würden Sie wählen? in: unimagazin – Die Zeitschrift der Universität Zürich.
- Hasebrink, Uwe/Herzog, Anja* (2002): Mediennutzung im internationalen Vergleich, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden. Nomos Verlagsgesellschaft. S. 108–129.
- Hasenbrink, Uwe* (2003): Nutzungsforschung, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S.101–127.
- Hauser, Gerolf* (1999): Wo sind die Blitzlichtgewitter? Walter B. Wohlwend über den Internationalen Liechtensteiner Presseclub, in: Liechtensteiner Volksblatt vom 28. April 1999. S. 9.

Literatur

- Heeb, Franz* (1998): Der Staatshaushalt des Fürstentums Liechtenstein. Institutionelle Analyse der Ausgabenentwicklung, Beschreibung der rechtlichen, finanziellen und organisatorischen Rahmenbedingungen und Zusammenhänge. Liechtenstein Politische Schriften Bd. 24. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Heinrich, Jürgen* (1999): Medienökonomie Bd. 2: Hörfunk und Fernsehen. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Heinrich, Jürgen* (2001): Medienökonomie Bd. 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Heinzel, Michael* (1992): «Stiften gehen!» (Beitrag im Löwenzahn, Magazin für Liechtenstein, Nr. 5/1992. S. 11.
- Held, Barbara/Russ-Mohl, Stephan* (Hrsg.) (2000): Qualität durch Kommunikation sichern. Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft. Frankfurt. Frankfurter Allgemeine Buch.
- Hellmann, Uwe/Koopmans, Ruud* (Hrsg.) (1998): Pradigmen der Bewegungsforschung. Entstehung und Entwicklung von Neuen Sozialen Bewegungen und Rechtsextremismus. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Herrmann, Carolin* (1993): Im Dienste der örtlichen Lebenswelt. Lokale Presse im ländlichen Raum. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Herzog, Roman* (1999): Art. 5 – Recht der freien Meinungsäußerung, Abs. 1, 2, in: Maunz-Dürig: Grundgesetz. Kommentar (Stand Oktober 1999). München. Verlag C.H Beck.
- Hickethier, Knut* (Hrsg.) (1999): Medienwissenschaft heute. Paradigmen – Methoden – Veränderungen. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Hickethier, Knut* (2002): Mediengeschichte, in: Rusch, Gebhard (Hrsg.): Einführung in die Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 171–188.
- Hoch, Hilmar* (1991): Geschichte des Liechtensteinischen Sozialversicherungsrechts. Diss. (Hrsg.: Liechtensteinische Alters- und Hinterlassenenversicherung AHV). Bern.
- Hoch, Hilmar* (1994): Verfassung- und Gesetzgebung, in: Batliner, Gerard (Hrsg.): Die liechtensteinische Verfassung von 1921. Elemente der staatlichen Organisation. Liechtenstein Politische Schriften, Bd. 21. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft. S. 201–229.
- Hoch, Hilmar* (1999): Buchbesprechung: Kuno Frick, Die Gewährleistung der Handels- und Gewerbefreiheit nach Art. 36 der Verfassung des Fürstentums Liechtenstein, in: Liechtensteinische Juristen-Zeitung LJZ, Heft 3, September 1999. S. 51–54.
- Hoch, Hubert* (1986): 50 Jahre «Liechtensteiner Vaterland», in: Liechtensteiner Vaterland vom 3. Januar 1986.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang/Schulz, Wolfgang* (1998): Politische Kommunikation – Rechtswissenschaftliche Perspektiven, in: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Opladen. Westdeutscher Verlag. S. 154–172.
- Höfling, Wolfram* (1994): Die liechtensteinische Grundrechtsordnung. Eine kritisch-systematische Bestandaufnahme der Rechtsprechung des Staatsgerichtshofs unter Berücksichtigung der Grundrechtslehren des deutschsprachigen Raumes. Liechtenstein Politische Schriften, Bd. 20. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Höfling, Wolfram* (1995): Bestand und Bedeutung der Grundrechte im Fürstentum Liechtenstein, in: Liechtensteinische Juristen-Zeitung LJZ, Heft 4, Oktober 1995. S. 103–120.

Literatur

- Holtz-Bacha, Christina/Kutsch, Arnulf (Hrsg.) (2002): Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Holznagel, Bernd/Kibele, Babette (2002): Medienrecht, in: Rusch, Gebhard (Hrsg.): Einführung in die Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 227–241.
- Huber, Ernst Rudolf (1990): Deutsche Verfassungsgeschichte seit 1789. Bd. I. Reform und Restauration 1789 bis 1830. Stuttgart. Kohlhammer.
- IBC – Interanational Broadcasting Corporation (2001): Pressedokumentation zur Medienorientierung vom 5. März 2001. Eschen.
- IHA-GfK AG (2003): Vademecum 2004. Hergiswil. (Dezember 2003).
- Imhof, Kurt (2003): Öffentlichkeitstheorien, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 193–209.
- IP Media (Schweiz) (2003): Das ist Radio-Werbung. 2003. Küsnacht.
- IP Multimedia (Schweiz) AG (2003): Das ist Radio-Werbung. 2003. Küsnacht.
- IP Multimedia (Schweiz) AG (2003): Monatsbericht Radio (April 2003). Deutschschweiz, Grossraum Zürich, Französische Schweiz (bearb. Thomas Michel, Giordano Giordani). Küsnacht.
- Jäckel, Michael (1999): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hrsg.) (1994): Politik und Medien: Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation. Berlin. Vistas.
- Jansen, Norbert (1973): Radio Liechtenstein. Der Liechtensteinische Landessender 1938 – 1939, in: Jahrbuch des Historischen Vereins im Fürstentum Liechtenstein, Bd. 73. Vaduz. Verlag des Historischen Vereins. S. 111–202.
- Jarren, Otfried (1994): Medien und Journalismus I. Eine Einführung (Fachwissen für Journalisten). Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried (1994): Politik und politische Kommunikation in der modernen Gesellschaft, in: Aus Politik und Zeitgeschichte Bd. 39/94. S. 3–10.
- Jarren, Otfried (1995): Medien und Journalismus II. Eine Einführung (Fachwissen für Journalisten). Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried/Bonfadelli, Heinz (Hrsg.) (2000): Publizistikwissenschaft. Eine Einführung. UTB/Haupt.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2000): Politische Kommunikation. Eine Einführung. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried/Meier, Werner A. (1999): Globalisierung der Medienlandschaft und ihre medienpolitische Bewältigung: Ende der Medienpolitik oder neue Gestaltungsformen auf regionaler und nationaler Ebene?, in: Donges, Patrick/Jarren, Otfried/Schatz, Heribert (Hrsg.): Globalisierung der Medien?. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 231–249.
- Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.) (1998): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft: Ein Handbuch mit Lexikon. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried/Schatz, Heribert/Wessler, Hartmut (Hrsg.) (1996): Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Jonscher, Norbert (1995): Lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Ein Lehrbuch. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.

Literatur

- Jungo, Renata* (1995): Einschränkungen des Auskunftsrechts für Medienschaffende, in: Maurer, Urs/Vogt, Nedim Peter (Hrsg.): Kommentar zum Schweizerischen Datenschutzgesetz. Basel/Frankfurt a. Main. Helbing & Lichtenhahn. S. 155–169.
- Kaiser, Johannes* (1988): 70 Jahre Fortschrittliche Bürgerpartei 1818–1988.
- Kamps, Klaus* (2000): Politisches Kommunikationsmanagement. Zur Professionalisierung moderner Politikvermittlung. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Kellenberger, Ralph* (1996): Kultur und Identität im kleinen Staat: das Beispiel Liechtenstein. Bonn. ARcult Media.
- Kenel, Thomas* (2001): Goldgräberstimmung (dank neuer Hörerforschung mit RADIOCONTROL) in: IHA-GfM News. Trends und Informationen aus Marktforschung und Consulting. Heft 3/2001. S. 20–25.
- Kenel, Thomas* (2003): Radiocontrol: das Messen der Radionutzung, in: Radiotele AG: Radiodaten der Schweizer Privatradios und der in die Schweiz einstrahlenden ausländischen Sender. /Bern/Zolikon. S.10–11.
- Kepplinger, Hans Mathias/Brosius, Hans-Bernd; Dablen, Stefan* (1994): Wie das Fernsehen Wahlen beeinflusst. Theoretische Modelle und empirische Analysen. München.
- Kepplinger, Hans Mathias/Brosius, Hans-Bernd/Dablen, Stefan* (1994): Charakter oder Sachkompetenz von Politikern: Woran orientieren sich die Wähler? in: Klingemann, Hans-Dieter/Kasse, Max (Hrsg.): Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1990. Opladen. Westdeutscher Verlag. S. 472–508.
- Kley, Andreas* (1998): Grundriss des liechtensteinischen Verwaltungsrechts. Liechtenstein Politische Schriften Bd. 23. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Kley, Andreas* (1998): Grundriss des liechtensteinischen Verwaltungsrechts. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft. Vaduz.
- Kley, Andreas* (2000): Die Medien im neuen Verfassungsrecht, in: Zimmerli, Ulrich (Hrsg.): Die neue Bundesverfassung. Konsequenzen für Praxis und Wissenschaft. Tagung vom 21./22. Oktober 1999 an der Universität Bern. Bern. Stämpfli. S. 183–222.
- Klingler, Walter/Windgasse, Thomas* (1994): Der Stellenwert des Hörfunks als Informationsquelle in den 90er Jahren, in: Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hrsg.): Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation. Berlin. Vistas. S. 103–122.
- Kloepfer, Michael* (1987): Öffentliche Meinung, Massenmedien, in: Isensee, Josef/Kirchhof, Paul (Hrsg.): Handbuch des Staatsrechts der Bundesrepublik Deutschland. Bd. II, Demokratische Willensbildung – Die Staatsorgane des Bundes. Heidelberg. C.F. Müller Juristischer Verlag. S. 171–205.
- Knoche, Manfred/Riegersperger, Peter* (2002): Medienwirtschaft 2001: Staatlich geförderte Medienkonzentration, in: Fabris, Hans Heinz u.a. (Hrsg.): Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. Eni Qualitäts-Monitoring. Erhebungsjahr 2001. Salzburg. Eigenverlag. S. 20–28.
- Knoche, Manfred/Siegert, Gabriele* (Hrsg.) (1999): Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation. München. Fischer.
- Kocher, Martin Georg* (2001): Very Small Countries: Economic Success against all Odds. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Körber, Esther-Beate/Stöber, Rudolf* (1994): Geschichte der öffentlichen Kommunikation, in: Jarren, Otfried (Hrsg.): Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. Opladen. Westdeutscher Verlag. S. 53–106.

Literatur

- Koschwitz, Hansjürgen* (1999): «O Freiheit süß der Presse!» Goethes kritische Sicht der zeitgenössischen Journalistik, in: Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, Dezember 1999. S. 416–430.
- Kranz, Walter* (1982): Presse, in: Presse- und Informationsamt der Regierung des Fürstentums Liechtenstein (Hrsg.): Fürstentum Liechtenstein – Eine Dokumentation. Vaduz. S. 160–164.
- Kuhn, Hans-Peter* (2000): Mediennutzung und politische Sozialisation. Eine empirische Studie zum Zusammenhang zwischen Mediennutzung und politischer Identitätsbildung im Jugendalter. Leske & Budrich.
- Kunkel, Andreas* (1998): Fernsehleben. Mediennutzung als Sozialisationsfaktor. Auswirkungen des Fernsehens auf Gesellschaft und Individuum. München. Fischer.
- Lampe, Ernst-Joachim* (Hrsg.) (1998): Meinungsfreiheit und Medienrecht. Interdisziplinäre Studien zu Recht und Staat Bd. 9. Baden-Baden. Nomos.
- Landtag des Fürstentums Liechtenstein* (div. Jahre) Protokolle der Landtagsitzungen. Vaduz.
- Lehmann, Marc* (1996): Communication in spatial Proximity. Media and Identity in Liechtenstein. Diss. Univ. Wales. o.O.
- Liechtensteiner Volksblatt* (2003): Die Volksblatt-Geschichte, in: Liechtensteiner Volksblatt (Hrsg.): 125 Jahre Volksblatt. Die Geschichte. Die Zeitung. Die Macher (Volksblatt-Beilage vom 18. Juni 2003). Schaan. Verlag Liechtensteiner Volksblatt. S. 5–15.
- Liechtensteiner Volksblatt* (Hrsg.) (2003): 125 Jahre Volksblatt. Die Geschichte. Die Zeitung. Die Macher (Volksblatt-Beilage vom 18. Juni 2003). Schaan. Verlag Liechtensteiner Volksblatt.
- Löffelholz, Martin* (2003): Kommunikatorforschung: Journalistik, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 28–53.
- Maletzke, Gerhard* (1998): Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Marcinkowski, Frank* (1998): Politikvermittlung durch Fernsehen und Hörfunk, in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen. Westdeutscher Verlag. S.165–183.
- Marcinkowski, Frank* (2004): Politische Kommunikation über Sachfragen (i.E.). Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Marcinkowski, Frank/Marxer, Wilfried* (2004): Politische Kultur und Medienkommunikation im Fürstentum Liechtenstein (i.E.). Bern.
- Marr, Mirko/Wyss, Vincenz* (1999): Schweizer Journalistinnen und Journalisten im sprachregionalen Vergleich: Merkmale und Einstellungen, in: Medienwissenschaft Schweiz Nr. 2 (1999). S. 16–30.
- Marr, Mirko/Wyss, Vincenz/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz* (2001): Journalisten in der Schweiz – Eigenschaften, Einstellungen, Einflüsse. Forschungsfeld Kommunikation Bd. 13 (Hrsg. Walter Hömberger, Heinz Pürer, Ulrich Saxer). Konstanz. UVK Medien.
- Marxer, Veronika* (1994): Zur Einführung des Frauenstimmrechts in Liechtenstein, in: Frauenprojekt Liechtenstein (Hrsg.): Inventur. Zur Situation der Frauen in Liechtenstein. Bern. S. 169–209.
- Marxer, Wilfried* (1997) Landtagswahlen 1997 – Analyse, Politische Folgen. Typoskript.
- Marxer, Wilfried* (1997) (Hrsg.: Regierung des Fürstentums Liechtenstein) Landtagswahlen vom 2. Februar 1997: Wahlergebnis der Frauen. Resultate einer repräsentativen

Literatur

- Volksbefragung und von schriftlichen Umfragen bei den Landtagskandidatinnen und den Ortsgruppenvorsitzenden der Parteien. Vaduz. April 1997.
- Marxer, Wilfried* (2000) Liechtenstein – mehr als ein Sonderfall, in: Schweizer Monatshefte, 80. Jg., Heft 11, November 2000, S. 21–25.
- Marxer, Wilfried* (2000) Wahlverhalten und Wahlmotive im Fürstentum Liechtenstein. Diss. Univ. Zürich. Liechtenstein Politische Schriften Nr. 30. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Marxer, Wilfried* (2000) Männer und Frauen in der liechtensteinischen Tagespresse. Standardisierte quantitative Analyse der geschlechterspezifischen Unterschiede in der Berichterstattung der liechtensteinischen Tageszeitungen. Bendern. Typoskript.
- Marxer, Wilfried* (2001). Strukturwandel der Öffentlichkeit – Entwicklungslinien im liechtensteinischen Mediensystem von den Anfängen bis heute. Bendern. Typoskript.
- Marxer, Wilfried* (2002) Medien in Europa – Liechtenstein, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden. Nomos Verlagsgesellschaft. S. 393–401.
- Marxer, Wilfried* (2003) Wahlverhalten in Liechtenstein. Analysen zu den Landtagswahlen 2001. Bendern. Typoskript.
- Marxer, Wilfried* (2003) Liechtensteins Wohlstand – wie er entstand. Eine Literaturanalyse. Ausführliche schriftliche Fassung eines Vortrages. Liechtenstein-Institut Beiträge Nr. 15/2003.
- Marxer, Wilfried* (2003) Bevölkerungs- und Unternehmensumfrage in der Gemeinde Eschen. Darstellung der Ergebnisse, in: Gemeinde Eschen (Hrsg.): Eschen aktuell. Sonderausgabe Projekt «Zukunft».
- Marxer, Wilfried* (2003) Von Radio L zu Radio Liechtenstein, in: fl-info Nr. 4/2003, S. 16.
- Marxer, Wilfried* (2004) Medienförderung – Von der Strukturhaltung zur Qualitätssteigerung? In: fl-info Nr. 1/2004.
- Marxer, Wilfried* (2004) Medien in Europa – Liechtenstein, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden. Nomos Verlagsgesellschaft. S. 403–412.
- Marxer, Wilfried* (2004/i. Ersch.). Länderreport Liechtenstein über Wahlen und Abstimmungen, in: Nohlen, Dieter u. a. (Hrsg.): Elections in Europe. A Data Handbook. Oxford University Press
- Maurer, Urs/Vogt, Nedim Peter* (Hrsg.) (1995): Kommentar zum Schweizerischen Datenschutzgesetz. Basel/Frankfurt a. Main. Helbing & Lichtenhahn.
- Meckel, Miriam/Scholl, Armin* (2002): Mediensysteme, in: Rusch, Gebhard (Hrsg.): Einführung in die Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 155–170.
- Meier, Günther* (2003): Falsch verstandene Pressefreiheit, in: Liechtensteiner Volksblatt (Hrsg.): 125 Jahre Volksblatt. Die Geschichte. Die Zeitung. Die Macher (Volksblatt-Beilage vom 18. Juni 2003). Schaan. Verlag Liechtensteiner Volksblatt. S. 19.
- Meier, Werner A.* (2002): Schweiz. Darstellung der Mediensysteme, in: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung der Universität Hamburg (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden. Nomos. S. 548–558.
- Meili, Alexander* (2001): Geschichte des Bankwesens in Liechtenstein (1945–1980). Frauenfeld/Stuttgart/Wien. Huber.
- Merten, Klaus* (1995): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.

Literatur

- Meyer, Thomas/Kampmann, Martina (1998): Politik als Theater. Augenblicke der Inszenierung. Die neue Macht der Darstellungskunst – eine fotografische Studie. Aufbau Verlag.
- Meyer, Thomas/Ontrup, Rüdiger/Schicha, Christian (2000): Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Mediendiskursen. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Michalsky, Helga (1990): Die Entstehung der liechtensteinischen Parteien im mitteleuropäischen Demokratisierungsprozess, in: Geiger, Peter/Waschkuhn, Arno (Hrsg.): Liechtenstein: Kleinheit und Interdependenz. Liechtenstein Politische Schriften, Bd. 14. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft. S. 221–256.
- Michalsky, Helga (1990): Handlungsbedingungen von Parteien im Kleinstaat Liechtenstein, in: Geiger, Peter/Waschkuhn, Arno (Hrsg.): Liechtenstein: Kleinheit und Interdependenz. Liechtenstein Politische Schriften, Bd. 14. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft. S. 257–275.
- Michalsky, Helga (1991): Liechtenstein: Konkordanzdemokratie und Parteienwettbewerb, in: Michalsky, Helga (Hrsg.): Politischer Wandel in konkordanzdemokratischen Systemen; Liechtenstein Politische Schriften, Bd. 15. Vaduz. Verlag LAG. S. 133–157.
- Michalsky, Helga (Hrsg.) (1991): Politischer Wandel in konkordanzdemokratischen Systemen, Liechtenstein Politische Schriften, Bd. 15. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Mittelberger, Philipp (2003): Das liechtensteinische Datenschutzgesetz – eine Einführung in: Liechtensteinische Juristen-Zeitung 2/03. S. 48–54.
- Morris, Dick (1997): Behind the Oval Office. Winning the Presidency in the Nineties. New York. Random House.
- Müller, Jörg-Paul (1982): Elemente einer schweizerischen Grundrechtstheorie. Bern. Stämpfli.
- Müller, Jörg-Paul (1999): Grundrechte in der Schweiz, 3. Auflage. Bern. Stämpfli.
- Neidhart, Leonhard (1982): Notizen über die öffentliche Meinung im Kleinstaat, in: Müller, Georg/Rhinow, René A./Schmid, Gerhard/Wildhaber, Luzius: Staatsorganisation und Staatsfunktionen im Wandel. Festschrift für Kurt Eichenberger zum 60. Geburtstag. Basel/Frankfurt am Main. Helbing & Lichtenhahn. S. 443–460.
- Neller, Katja (1999): Lokale Kommunikation. Politikberichterstattung in Tageszeitungen. Mag.-Arb. (DUV Sozialwissenschaft). Wiesbaden. Deutscher Universitätsverlag.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1996): Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale. Frankfurt a.M./Berlin. Ullstein.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Kepplinger, Hans M./Donsbach, Wolfgang (Hrsg.) (1999): Kampa: Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998. Alber.
- Nordbruch, Claus (1998): Sind Gedanken noch frei? Zensur in Deutschland. Universitas Verlag.
- Oberreuter, Heinrich (1989): Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel, in: Böckelmann, Frank E.: Medienmacht und Politik. Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel. Berlin. 1989. S. 31–41.
- Ospelt, Rainer (1975): Massenmedien und politisches System im Fürstentum Liechtenstein. Seminararbeit am Publizistischen Seminar der Universität Zürich. Vaduz/Zürich. Typoskript.
- Pfetsch, Barbara (1994): Themenkarrieren und politische Kommunikation. Zum Verhältnis von Politik und Medien bei der Entstehung der politischen Agenda, in: Aus Politik und Zeitgeschichte Bd.39/94. S. 11–20.
- Pfetsch, Barbara (2000): Medienexpansion versus Information, in: Die politische Meinung, 45. Jg., Nr. 362/Januar 2000. S. 47–54.

Literatur

- Pfetsch, Barbara/Schmitt-Beck, Rüdiger* (1994): Amerikanisierung von Wahlkämpfen? Kommunikationsstrategien und Massenmedien im politischen Mobilisierungsprozess, in: Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hrsg.): Politik und Medien: Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation. Berlin. Vistas. S. 231–252.
- Pilet, Jacques/Kaufmann, Vincent* (2003): Vorschlag für ein Internationales Institut für Journalismus (Typoskript).
- Plasser, Fritz/Scheucher, Christian/Sommer, Franz* (1995): Massenmedien und Wahlkampf in Österreich: Personalisierung, Dethematisierung und Videopolitik in: Müller, Wolfgang C./Plasser, Fritz/Ulram, Peter A. (Hrsg.): Wählerverhalten und Parteienwettbewerb. Analysen zur Nationalratswahl 1994. Wien. Signum. S. 227–264.
- Pöttker, Horst* (Hrsg.) (2001): Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Klassiker der Sozialwissenschaft über Journalismus und Medien. Konstanz. Universitätsverlag.
- Projektteam Lokaljournalismus* (1998): Lokal-Journalismus. Themen und Management. List.
- Publicitas* (2003): Print Media Planer 2003. Mach Basic.
- Quack, Volker* (1991): Die Auswirkungen des lokalen Hörfunks auf die politische Kommunikation. Politik und Gesellschaft. Würzburger Universitätschriften. Ergon.
- Quaderer, Rupert* (1993): Die Gründung der Parteien im Fürstentum Liechtenstein, in: Liechtensteiner Vaterland vom 7. Januar. S. 5.
- Quaderer, Rupert* (1996): «Erkenne man doch die flammenden Zeichen der Zeit!» Die Schlossabmachungen vom September 1920, in: Vaterländische Union (Hrsg.): Die Schlossabmachungen vom September 1920. Vaduz. Vaterländische Union. S. 69–93.
- Quaderer, Rupert* (1996): Die Entstehung der «Christlich-sozialen Volkspartei» 1918, in: Vaterländische Union (Hrsg.): Die Schlossabmachungen vom September 1920. Vaduz. Vaterländische Union. S. 58–63.
- Quaderer, Rupert* (1996): Die Krise des 7. November 1918, in: Vaterländische Union (Hrsg.): Die Schlossabmachungen vom September 1920. Vaduz. Vaterländische Union. S. 64–69.
- Quaderer, Rupert* (1996): Wege und Umwege zu den Parteigründungen in Liechtenstein, in: Vaterländische Union (Hrsg.): Die Schlossabmachungen vom September 1920. Vaduz. Vaterländische Union. S. 20–57.
- Radio Tele* (2003): Radio-Daten der Schweizer Privatradios und der in der Schweiz einstrahlenden ausländischen Sender. Zollikon.
- Rath, Matthias* (Hrsg.) (2000): Medienethik und Medienwirkungsforschung. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (1994): Bericht und Antrag Nr. 63/1994 der Regierung an den Landtag betr. Radio L (Konzessionserteilung sowie Erstellung der Sendeanlagen). Vaduz.
- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (1994): Interpellationsbeantwortung Nr. 64/1994 zur Interpellation vom 25. Februar 1994 betr. Kundmachungen in den Landeszeitungen. Vaduz.
- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (1998): Bericht und Antrag Nr. 98/1998 der Regierung an den Landtag zur Schaffung eines Gesetzes betr. die Abänderung des Gesetzes über Radio und Fernsehen. Vaduz.
- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (1999): Bericht und Antrag Nr. 16/1999 der Regierung an den Landtag zur Schaffung eines Gesetzes über die Medienförderung (Medienförderungsgesetz, MFG). Vaduz.

Literatur

- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (1999): Bericht und Antrag Nr. 18/1999 der Regierung an den Landtag betr. die Gewährung eines Landesbeitrages für die Jahre 1995/96 bis 1998 (inklusive) an die Radio-TV Aktiengesellschaft. Vaduz.
- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (1999): Stellungnahme Nr. 114/1999 der Regierung an den Landtag zu den anlässlich der ersten Lesung des Gesetzes betr. die Abänderung des Gesetzes über die Förderung von Abgeltung von Leistungen der Medien (Medienförderungsgesetz) aufgeworfenen Fragen. Vaduz.
- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (1999): Stellungnahme Nr. 115/1999 der Regierung an den Landtag zu den anlässlich der ersten Lesung des Gesetzes betr. die Abänderung des Gesetzes über Radio und Fernsehen aufgeworfenen Fragen. Vaduz.
- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (1999): Ergänzende Stellungnahme Nr. 121/1999 der Regierung an den Landtag zum Bericht und Antrag betr. die Gewährung eines Landesbeitrages für die Jahre 1995/96 bis 1998 (inklusive) an die Radio-TV Aktiengesellschaft, Vaduz.
- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (2003): Bericht und Antrag Nr. 65/2003 der Regierung betr. Schaffung eines neuen Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk sowie Finanzbeschlüsse zur Übernahme der Aktiven der Radio TV AG und der Radio L Werbe AG in eine Anstalt des öffentlichen Rechts. Vaduz.
- Regierung des Fürstentums Liechtenstein* (2003): Stellungnahme der Regierung Nr. 76/2003 an den Landtag zu den in der ersten Lesung betr. die Schaffung eines neuen Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk u. a. aufgeworfenen Fragen. Vaduz.
- Rheinberger, Rudolf* (1994): Dr. med. Albert Schädler 1848 bis 1922, Arzt, Politiker, Historiker, in: Jahrbuch des Historischen Vereins für das Fürstentum Liechtenstein, Bd. 94. Vaduz. Verlag des Historischen Vereins. S. 101–150.
- Rickenbacher, Iwan* (1995): Politische Kommunikation. Ein Insider mit der notwendigen Distanz eröffnet Durchblicke. Bern/Stuttgart/Wien. Verlag Paul Haupt.
- Riklin, Franz* (1996): Schweizerisches Presserecht. Bern. Stämpfli.
- Ringier* (2001): Baromedia. Jährliches Barometer der Schweizer Medien. Zürich.
- RMS Radio Marketing Service 2003* (2003): Eckdatenbericht 1. Halbjahr 2003. Wien.
- Rössler, Patrick* (1997): Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Studien zur Kommunikationswissenschaft Bd. 27. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Ruckstuhl, Antje* (1997): Machtgefüge und freie Presse. Eine rechtsvergleichende Studie des schweizerischen und amerikanischen Rechts. Diss. Univ. Zürich 1996. Zürich. Schulthess.
- Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH RTF* (Hrsg.) (2003): 5 Jahre Privatrado in Österreich. Schriftenreihe der Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH Band 1/2003. Wien.
- Rusch, Gebhard* (Hrsg.) (1999): Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Sarcinelli, Ulrich* (1992): Massenmedien und Politikvermittlung – Eine Problem- und Forschungsskizze, in: Wittkämper, Gerhard W. (Hrsg.): Medien und Politik. Darmstadt. Wissenschaftliche Buchgesellschaft. S. 37–62.
- Sarcinelli, Ulrich* (Hrsg.) (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft: Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Saxer, Ulrich* (1984): Medien in: Handbuch Politisches System der Schweiz, Bd. 2. Bern. S. 189–220.

Literatur

- Saxer, Ulrich/Schanne, Michael* (1981): Journalismus als Beruf. Eine Untersuchung der Arbeitssituation von Journalisten in den Kantonen Zürich und Waadt. Bern.
- Schaedler, Albert* (1912): Die Tätigkeit des liechtensteinischen Landtages in der Periode 1901–1911, in: Jahrbuch des Historischen Vereins für das Fürstentum Liechtenstein. Zwölfter Band. Vaduz. Selbstverlag des Vereins. S. 5–79.
- Schaffrath, Michael* (2000): Zeitung. Beitrag über Einzelmedien, in: Faulstich, Werner: Grundwissen Medien. München. Fink. S. 433–451.
- Schenk, Michael* (1995): Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluss der persönlichen Kommunikation. Tübingen. Mohr.
- Scherrer, Helmut/Holtz-Bracha, Christina/Waldmann, Norbert* (Hrsg.) (1998): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben (Für Winfried Schulz). Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Schmitt-Beck, Rüdiger* (1994): Politikvermittlung durch Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation. Anmerkungen zur Theorieentwicklung und ein empirischer Vergleich, in: Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hrsg.): Politik und Medien: Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation. Berlin. Vistas. S. 159–180.
- Schmitz, Hans Peter* (1995): Struktureller Konflikt? Die Debatte um eine Neue Weltinformations- und -kommunikationsordnung. Neorealistic Hypothesen zum Nord-Süd-Verhältnis. Tübinger Arbeitspapiere zur Internationalen Politik und Friedensforschung Nr. 23. Tübingen.
- Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried* (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Schorr, Angela* (Hrsg.) (2000): Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Schulz, Winfried* (1997): Politische Kommunikation – Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Schulz, Winfried* (2003): Politische Kommunikation, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 458–480.
- Schürmann, Leo/Nobel, Peter* (1993): Medienrecht. Stämpfli.
- Seger, Otto* (1969): Die Entwicklung des Parteiwesens in Liechtenstein, Separatdruck aus dem Liechtensteiner Vaterland. Vaduz.
- SGKM-Newsletter* (2003): Newsletter der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft.
- Siegert, Gabriele* (2003): Medienökonomie, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 228–244.
- SRG-SSR-idée suisse Forschungsdienst* (2001): Radiocontrol. pdf-Dokument.
- Steinmaurer, Thomas* (2002): Österreich. Darstellung der Mediensysteme, in: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung der Universität Hamburg (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden. Nomos. S. 472–485.
- Steinmaurer, Thomas* (2003): Die Medienstruktur Österreichs, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 349–365.

Literatur

- Stöber, Rudolf* (2003): Medienstrukturen: Presse, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 313–329.
- Studer, Peter/Mayr von Baldegg, Rudolf* (2001): Medienrecht für die Praxis, 2. aktualisierte Auflage. Zürich. Saldo.
- Taylor, Paul* (1990): See how they run. Electing the President in An Age of Mediocracy. New York.
- Thomass, Barbara* (1998): Journalistische Ethik. Ein Vergleich der Diskurse in Frankreich, Grossbritannien und Deutschland. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Thomass, Barbara* (2000): Berufliche Sozialisation und die Ethik der Medienmacher, in: Rath, Mathias (Hrsg.): Medienethik und Medienwirkungsforschung. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 45–61.
- Thürer, Daniel* (1998): Liechtenstein und die völkerrechtliche Ordnung – Ein Kleinstaat im völkerrechtlichen Spannungsfeld zwischen Singularität und Modell rechtlicher Integration, in: Archiv des Völkerrechts Band 36, Juni 1998. S. 98–127.
- Trappel, Josef/Meier, Werner A./Schrage, Klaus/Wölk, Michaela* (2002): Die gesellschaftlichen Folgen der Medienkonzentration. Veränderungen in den demokratischen und kulturellen Grundlagen der Gesellschaft. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. Opladen. Leske + Budrich.
- Villiger, Mark E.* (1999): Handbuch der Europäischen Menschenrechtskonvention (EMRK) unter besonderer Berücksichtigung der schweizerischen Rechtslage. Zürich. Schulthess Polygraphischer Verlag.
- Vogt, Beat Paul* (1999): Die «Liechtensteinische Landeszeitung» 1863, in: Brunhart, Arthur (Hrsg.): 19. Jahrhundert: Modellfall Liechtenstein. Bausteine zur Geschichte Liechtensteins Bd. 3. Zürich. Chronos. S. 235–250.
- Vogt, Paul* (1990): Brücken zur Vergangenheit. Ein Text- und Arbeitsbuch zur liechtensteinischen Geschichte. Hrsg. vom Schulamt des Fürstentums Liechtenstein. Vaduz. Amtlicher Lehrmittelverlag.
- Voltmer, Katrin* (1997): Ideologische Parallelstrukturen zwischen Medien und politischen Parteien. Eine empirische Analyse politischer Positionen im Agendavergleich, in: Schatz, Heribert/Jarren, Otfried/Knaup, Bettina (Hrsg.): Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft? Beiträge zu einer Neubestimmung des Verhältnisses von politischer und medialer Macht. Opladen. Westdeutscher Verlag. S. 157–175.
- Wallisch, Stefan* (1997): Von der Demokratie zur Telekratie. Silvio Berlusconi und die Politik im Fernsehzeitalter. Wien. Böhlau.
- Waschkuhn, Arno* (1994): Politisches System Liechtensteins: Kontinuität und Wandel, Liechtenstein Politische Schriften Nr. 18. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft.
- Weaver, David* (Hrsg.) (1998): The Global Journalist. News People around the World. Cresskill, N.J. Hampton Press.
- Wehn, Heiner/Görich, Knut* (1978): Die Fortschrittliche Bürgerpartei in Liechtenstein. Sinfelfingen. Libertas.
- Weisenberg, Siegfried* (2000): Journalismus im Umbruch, in: Die politische Meinung, 45. Jg., Nr. 362/Januar 2000. S. 67–72.
- Weisenberg, Siegfried* (2001): Journalistische Qualität: Die Debatte, der Begriff, die Aktualität. Impulsreferat. Bonn. pdf-Dokument.
- WEMF AG für Werbemedienforschung* (2001): Mach Basic 2000. Media-Analyse Schweiz. Diverse Jahrgänge. Zürich.

Literatur

- Wessler, Hartmut/Matzen, Christiane/Jarren, Otfried (1997): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Zum 60. Geburtstag für Dieter Ross. Opladen. Westdeutscher Verlag.
- Wilke, Jürgen (2003): Kommunikations- und Mediengeschichte, in: Bentele, Günter/ Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. S. 151–168.
- Wilke, Jürgen (Hrsg.) (1999): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Wien. Böhlau.
- Wille, Herbert (1981): Landtag und Wahlrecht im Spannungsfeld der politischen Kräfte in der Zeit von 1918–1939, in: Beiträge zur geschichtlichen Entwicklung der Volksrechte, des Parlaments und der Gerichtsbarkeit in Liechtenstein, Liechtenstein Politische Schriften, Bd. 8. Vaduz. Verlag der Liechtensteinischen Akademischen Gesellschaft. S. 59–215.
- Wohlwend, Walter-Bruno (1981): Zeitungsgeschichte als Zeitgeschichte. Schaan. Verlag Liechtensteiner Volksblatt.
- Wohlwend, Walter-Bruno (2003): «Faute de mieux», in: Liechtensteiner Volksblatt (Hrsg.): 125 Jahre Volksblatt. Die Geschichte. Die Zeitung. Die Macher (Volksblatt-Beilage vom 18. Juni 2003). Schaan. Verlag Liechtensteiner Volksblatt. S. 17.
- Wolf, Hans-Jürgen (1995): Zeitung, Flugblatt, Zensur. Historische Grundlagen, Verbreitung, Portraits. Ein Beitrag zur Geschichte der Meinungsfreiheit (Historia Geschichte des grafischen Gewerbes). Historia Verlag.
- Wyss, Vincenz (2002): Redaktionelles Qualitätsmanagement. Ziele, Normen, Ressourcen. Diss. Forschungsfeld Kommunikation Bd. 15. Konstanz. Universitätsverlag.
- Wyss, Vincenz (2001): Mit vereinten Kräften – Qualitätssicherung in der Schweiz. Impulsreferat. Zürich. pdf-Dokument.
- Zach, Manfred (1995): Politik und Medien im Beziehungsdickicht.
- Zaller, John R. (1992): The Nature and Origins of Mass Opinion. Cambridge. Cambridge University Press.
- Zimmer, Jochen (2002): Die Entwicklung des Internets in globaler Perspektive, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden. Nomos Verlagsgesellschaft. S. 138–148.
- Zink, Herta/Ragetté, Doris/Hofstetter, Christian (2003): Privater Hörfunk im Werbemarkt, in: Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (Hrsg.): 5 Jahre Privatrado in Österreich. Wien. S. 15–37.
- Zölch, Franz A./Zulauf, Rena (2001): Kommunikationsrecht für die Praxis. Ein Hand- und Arbeitsbuch zur Lösung kommunikations- und medienrechtlicher Fragen. Bern. Stämpfli.
- Zoll, Ralf (1999): Vom Obrigkeitsstaat zur entgrenzten Politik. Politische Einstellungen und politisches Verhalten in der Bundesrepublik seit den 60er Jahren. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Zulauf, Rena (2000): Informationsqualität. Ein Beitrag zur Journalistischen Qualitätsdebatte aus der Sicht des Informationsrechts. Zürich. Schulthess.

11. Anhang

11.1 Dokumente

11.1.1 Stiftung Schweizer Presserat: Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten

Diese «Erklärung wurde an der konstituierenden Sitzung des Stiftungsrats der Stiftung Schweizer Presserat vom 21. Dezember 1999 verabschiedet.

Präambel

Das Recht auf Information, auf freie Meinungsäusserung und auf Kritik ist ein grundlegendes Menschenrecht.

Journalistinnen und Journalisten sichern den gesellschaftlich notwendigen Diskurs. Aus dieser Verpflichtung leiten sich ihre Pflichten und Rechte ab.

Die Verantwortlichkeit der Journalistinnen und Journalisten gegenüber der Öffentlichkeit hat den Vorrang vor jeder anderen, insbesondere vor ihrer Verantwortlichkeit gegenüber ihren Arbeitgebern und gegenüber staatlichen Organen.

Die Journalistinnen und Journalisten auferlegen sich freiwillig die bei der Erfüllung ihrer Informationsaufgabe einzuhaltenden Regeln; diese sind in der nachstehenden Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten festgelegt.

Um die journalistischen Pflichten in Unabhängigkeit und in der erforderlichen Qualität erfüllen zu können, braucht es entsprechende berufliche Rahmenbedingungen; diese sind Gegenstand der anschliessenden Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten.

Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten

Die Journalistinnen und Journalisten lassen sich bei der Beschaffung, der Auswahl, der Redaktion, der Interpretation und der Kommentierung von Informationen, in Bezug auf die Quellen, gegenüber den von der Berichterstattung betroffenen Personen und der Öffentlichkeit vom Prinzip der Fairness leiten. Sie sehen dabei folgende Pflichten als wesentlich an:

- 1) Sie halten sich an die Wahrheit ohne Rücksicht auf die sich daraus für sie ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.

Dokumente

- 2) Sie verteidigen die Freiheit der Information, die sich daraus ergebenden Rechte, die Freiheit des Kommentars und der Kritik sowie die Unabhängigkeit und das Ansehen ihres Berufes.
- 3) Sie veröffentlichen nur Informationen, Dokumente, Bilder, und Töne deren Quellen ihnen bekannt sind. Sie unterschlagen keine wichtigen Elemente von Informationen und entstellen weder Tatsachen, Dokumente, Bilder und Töne noch von anderen geäußerte Meinungen. Sie bezeichnen unbestätigte Meldungen, Bild- und Tonmontagen ausdrücklich als solche.
- 4) Sie bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten keiner unlauteren Methoden. Sie bearbeiten nicht oder lassen nicht Bilder bearbeiten zum Zweck der irreführenden Verfälschung des Originals. Sie begehen kein Plagiat.
- 5) Sie berichtigen jede von ihnen veröffentlichte Meldung, deren materieller Inhalt sich ganz oder teilweise als falsch erweist.
- 6) Sie wahren das Berufsgeheimnis und geben die Quellen vertraulicher Informationen nicht preis.
- 7) Sie respektieren die Privatsphäre der einzelnen Personen, sofern das öffentliche Interesse nicht das Gegenteil verlangt. Sie unterlassen anonyme und sachlich nicht gerechtfertigte Anschuldigungen.
- 8) Sie respektieren die Menschenwürde und verzichten in ihrer Berichterstattung in Text, Bild und Ton auf diskriminierende Anspielungen, welche die ethnische oder nationale Zugehörigkeit, die Religion, das Geschlecht, die sexuelle Orientierung, Krankheiten sowie körperliche oder geistige Behinderung zum Gegenstand haben. Die Grenzen der Berichterstattung in Text, Bild und Ton über Kriege, terroristische Akte, Unglücksfälle und Katastrophen liegen dort, wo das Leid der Betroffenen und die Gefühle ihrer Angehörigen nicht respektiert werden.
- 9) Sie nehmen weder Vorteile noch Versprechungen an, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken
- 10) Sie vermeiden in ihrer beruflichen Tätigkeit als Journalistinnen und Journalisten jede Form von kommerzieller Werbung und akzeptieren keinerlei Bedingungen von Seiten der Inserenten.
- 11) Sie nehmen journalistische Weisungen nur von den hierfür als verantwortlich bezeichneten Mitgliedern ihrer Redaktion entgegen, und akzeptieren sie nur dann, wenn diese zur Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten nicht im Gegensatz stehen.

Journalistinnen und Journalisten, welche dieser Bezeichnung würdig sind, halten es für ihre Pflicht, die Grundsätze dieser Erklärung getreulich zu befolgen. In Anerkennung der bestehenden Gesetze jedes Landes nehmen sie in Berufsfragen nur das Urteil ihrer Berufskolleginnen und -kollegen, des Presserates oder ähnlich legitimer berufsethischer Organe an. Sie weisen dabei insbesondere jede Einmischung einer staatlichen oder irgendeiner anderen Stelle zurück.

Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten

Damit die Journalistinnen und Journalisten die von ihnen übernommenen Pflichten erfüllen können, müssen sie zum Mindesten folgende Rechte beanspruchen können:

- a) Sie haben freien Zugang zu allen Informationsquellen und die Freiheit zur unbehinderten Ermittlung aller Tatsachen, die von öffentlichem Interesse sind; die Geheimhaltung öffentlicher oder privater Angelegenheiten kann dabei den Journalistinnen und Journalisten gegenüber nur in Ausnahmefällen und nur mit klarer Darlegung der Gründe geltend gemacht werden.

- b) Sie dürfen nicht veranlasst werden, beruflich etwas zu tun oder zu äussern, was den Berufsgrundsätzen oder ihrem Gewissen widerspricht. Aus dieser Haltung dürfen ihnen keinerlei Nachteile erwachsen.
- c) Sie dürfen jede Weisung und jede Einmischung zurückweisen, die gegen die allgemeine Linie ihres Publikationsorgans verstossen. Diese allgemeine Linie muss ihnen vor ihrer Anstellung schriftlich mitgeteilt werden; ihre einseitige Änderung oder Widerrufung ist unstatthaft und stellt einen Vertragsbruch dar.
- d) Sie haben Anspruch auf Transparenz über die Besitzverhältnisse ihres Arbeitgebers. Sie müssen als Mitglied einer Redaktion vor jeder wichtigen Entscheidung, die Einfluss auf den Gang des Unternehmens hat, rechtzeitig informiert und angehört werden. Die Redaktionsmitglieder sind insbesondere vor dem definitiven Entscheid über Massnahmen zu konsultieren, welche eine grundlegende Änderung in der Zusammensetzung der Redaktion oder ihrer Organisation zur Folge haben.
- e) Sie haben Anspruch auf eine angemessene berufliche Aus- und Weiterbildung.
- f) Sie haben Anspruch auf eine klare Regelung der Arbeitsbedingungen durch einen Kollektivvertrag. Darin ist festzuhalten, dass ihnen durch ihre Tätigkeit in den Berufsorganisationen keine persönlichen Nachteile entstehen dürfen.
- g) Sie haben das Recht auf einen persönlichen Anstellungsvertrag, der ihnen ihre materielle und moralische Sicherheit gewährleisten muss. Vor allem soll durch eine angemessene Entschädigung ihrer Arbeit, die ihrer Funktion, ihrer Verantwortung und ihrer sozialen Stellung Rechnung trägt, ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit als Journalistinnen und Journalisten sichergestellt werden.

11.1.2 Verein «Qualität im Journalismus»: Charta «Qualität im Journalismus»

Der im März 1999 gegründete Verein «Qualität im Journalismus» mit Sitz in Zürich vertritt Grundsätze gemäss der folgenden Charta.

Die Medien leisten einen wesentlichen Beitrag zur unabhängigen Information, zur freien Meinungsbildung, zur demokratischen Auseinandersetzung, zur kulturellen Entfaltung und zur Identität unserer Gesellschaft. Sie erfüllen damit eine anspruchsvollen und verantwortungsvollen öffentlichen Aufgabe. Guter Journalismus muss sich sowohl kritisch als auch selbstkritisch mit allen Entwicklungen auseinander setzen, sich der permanenten Qualitätsdebatte stellen und konkrete Wege und Mittel finden, um die Qualität im Journalismus zu fördern und zu sichern. Dafür soll der Verein Qualität im Journalismus» im Geist und Sinne seiner Charta Forum, Koordinator und Initiator verschiedenster Aktivitäten sein. Im Verein Qualität im Journalismus» arbeiten Vertreterinnen und Vertreter aller im Journalismus involvierten Berufe, Bereiche und Funktionen gemeinsam für diese Ziele.

1. Qualität im Journalismus orientiert sich am «Kodex Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten»* als ethischer Richtschnur.
2. Qualität im Journalismus benötigt Leitplanken. Dies bedeutet, dass Medienunternehmen Leitbilder formulieren, qualitative Standards und Ziele definieren und Redaktionsstatute schaffen, welche die innere Pressefreiheit garantieren und die Mitwirkungsrechte der Journalistinnen und Journalisten regeln.
3. Qualität im Journalismus erfordert eine solide Aus- und Weiterbildung. Journalistinnen und Journalisten werden an Universitäten, Fachhochschulen, Journalismusschulen und in Medienunternehmen professionell geschult und regelmässig weitergebildet, damit sie ihre Kompetenzen erneuern und erweitern können.
4. Qualität im Journalismus setzt auf individuelle Kompetenz. Medienunternehmen orientieren sich bei der Auswahl des Personals und bei der Personalführung an klar

Dokumente

- definierten Qualitätsstandards.
5. Qualität im Journalismus erfordert gute Arbeitsbedingungen und soziale Sicherheiten, die den beruflichen Anforderungen und der Verantwortung von Journalistinnen und Journalisten Rechnung tragen. Die Medienunternehmen bieten ihren redaktionellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine moderne Infrastruktur und Zugang zu allen relevanten Informationsquellen.
 6. Qualität im Journalismus setzt die Beherrschung des journalistischen Handwerks voraus. Medienschaffende sind präzise in der Wahrnehmung und Wiedergabe. Sie achten auf eine gepflegte Sprache, vermeiden belastete und beleidigende Begriffe und bemühen sich um einen guten Stil.
 7. Qualität im Journalismus heisst intensive Recherche. Medienunternehmen sorgen für die notwendigen Ressourcen und den zeitlichen Freiraum. Journalistinnen und Journalisten bereiten sich solide und sorgfältig vor, befragen umsichtig, unbefangen und hartnäckig und sind offen für jedwede Ergebnisse.
 8. Qualität im Journalismus stützt sich auf zuverlässige Quellen. Journalistinnen und Journalisten überprüfen fragwürdige Informationen, machen Gegenproben und stellen Transparenz über ihre Quellen her, sofern sie nicht gefährdete Informanten schützen müssen.
 9. Qualität im Journalismus bedingt Unabhängigkeit. Medienschaffende sind in ihrer publizistischen Arbeit vorrangig der Öffentlichkeit verpflichtet. Sie trennen deutlich redaktionelle Inhalte und Werbung, unterscheiden klar zwischen Journalismus und Public Relations und halten Bericht und Kommentar auseinander.
 10. Qualität im Journalismus stärkt sich durch eine interne Kritikkultur. Dazu gehört, dass Verantwortliche Texte gegenlesen, Beiträge ablehnen und die Ergebnisse in der Blatt- oder Sendekritik analysieren, begutachten und diskutieren. Fehler, die Journalistinnen und Journalisten selber entdecken, berichtigen sie unverzüglich und aus eigenem Antrieb.
 11. Qualität im Journalismus braucht externe Medienkritik. Die Medienverantwortlichen sorgen für die permanente journalistische Auseinandersetzung mit Medienunternehmen und Medienprodukten, auch aus dem eigenen Hause. Sie publizieren die sie betreffenden Stellungnahmen des Presserates und der Ombudsstellen und ziehen die notwendigen Konsequenzen.
 12. Qualität im Journalismus schöpft aus neuen Erkenntnissen. Medienverantwortliche und Medienschaffende sind an der wissenschaftlichen Forschung interessiert und arbeiten mit ihr zusammen.
- * beschlossen vom SVJ 1972, rev. 1994.

11.1.3 Deutscher Journalisten-Verband: Neun-Punkte-Grundsatz- erklärung zur Qualität im Journalismus

Am 6. November 2001 verabschiedete der Deutsche Journalisten-Verband DJV, welchem rund 40'000 Mitglieder angehören, eine Neun-Punkte-Grundsatzerklärung zum Journalismus, die folgenden Wortlaut hat:

1. Qualität orientiert sich am Pressekodex des Deutschen Presserates und an den Prinzipien der Internationalen Journalisten-Föderation, denen sich auch der Deutsche Journalisten-Verband angeschlossen hat.
2. Qualität bedarf der Unabhängigkeit und der Selbstkontrolle, setzt sich jederzeit der kritischen Reflexion aus. Sachverhalte und Ereignisse sind nicht interessengebunden zu vermitteln, sondern distanziert, sachgerecht und umfassend, die Vielfalt der Mei-

Anhang

3. nungen berücksichtigend.
Qualität bedeutet, der öffentlichen Aufgabe der Medien, zur demokratischen Willensbildung beizutragen, verpflichtet zu sein. Auflagen- und Quotendenken müssen sich diesem Ziel unterordnen. Gut gemachte Information kann unterhaltend sein. Der Nachrichtenwert darf aber nicht durch den Unterhaltungswert ersetzt werden.
4. Qualität verlangt, dem Rezipienten Zusammenhänge zu vermitteln und ihm Bewertungen zu ermöglichen. Das bedeutet, die journalistischen Darstellungsformen sauber auseinander zu halten. Ausserdem ist klar zwischen Journalismus und Public Relations zu trennen.
5. Qualität erfordert ständige Prüfung der institutionellen Rahmenbedingungen, der Rationalität der Medienorganisation und der journalistischen Routinen im Alltag. Dazu ist eine repressionsfreie interne Kritik, aber auch externe Kritik unabdingbar.
6. Qualität setzt eine auch innerhalb der Medienunternehmen im Rahmen der jeweiligen publizistischen Grundhaltung unabhängige Redaktion mit Mitspracherechten voraus, die in Redaktionsstatuten geregelt sind.
7. Qualität erfordert gute Arbeitsbedingungen und soziale Sicherheiten für fest angestellte und freie Journalistinnen und Journalisten, die den beruflichen und journalistischen Anforderungen gerecht werden.
8. Qualität verlangt grundsätzliche und umfassende Sach-, Fach- und Kommunikationskompetenz durch professionelle Aus- und ständige Fortbildung.
9. Qualität verlangt von allen Medienschaffenden ein Höchstmass an individueller Sozialkompetenz und ein ständiges Streben nach Wahrhaftigkeit im Umgang mit Informationen und deren Bewertung, bei der öffentlichen Kontrolle und der Kritik. Nur so leisten die Medien einen wesentlichen Beitrag zur unabhängigen Information und Willensbildung in der Gesellschaft.

11.2 Fragebogen der Nachwahlbefragung 2001 – Auszug

Ich möchte Ihnen noch ein paar Fragen zu den Medien stellen.

36 Würden Sie mir sagen, welche Tageszeitungen in ihrem Haushalt abonniert sind? (KEINE ANTWORTVORGABEN VORLESEN. MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

- Liechtensteiner Vaterland (Vaterland)
- Liechtensteiner Volksblatt (Volksblatt)
- Tages-Anzeiger (Tagi)
- Neue Zürcher Zeitung (NZZ)
- St. Galler Tagblatt
- Werdenberger & Obertoggenburger (W&O)
- Südostschweiz
- Vorarlberger Nachrichten (VN)
- Andere (NICHT SPEZIFIZIERT)
- keine

37 Können Sie mir sagen, welche Tageszeitungen Sie persönlich regelmässig, also fast täglich lesen (zu Hause oder anderswo)? (KEINE ANTWORTVORGABEN VORLESEN. MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

- Blick
- Liechtensteiner Vaterland (Vaterland)
- Liechtensteiner Volksblatt (Volksblatt)
- Tages-Anzeiger (Tagi)
- Neue Zürcher Zeitung (NZZ)
- St. Galler Tagblatt
- Werdenberger & Obertoggenburger (W&O)
- Südostschweiz
- Vorarlberger Nachrichten (VN)
- Andere (NICHT SPEZIFIZIERT)
- keine

38 ALLE: Wenn Sie (auch wenn nur ab und zu) die liechtensteinischen Zeitungen (Vaterland und Volksblatt) lesen: Sagen Sie mir bitte, ob Sie die folgenden Zeitungsteile eher stark interessieren, mittelmässig interessieren oder kaum interessieren. (ANTWORT-ROTATION)

- Sport
- liechtensteinische Politik
- Kultur- und Veranstaltungsberichte
- Leserbriefe
- Wirtschaft
- Menschen, also wer heiratet, gestorben ist usw.
- Unfälle und besondere Ereignisse
- Anzeigen, Inserate, Werbung
- Hinweise auf Veranstaltungen, Kino-, Fernsehprogramm und ähnliches

38b Am Sonntag erscheint jeweils die LieWo (Liechtensteiner Woche). Lesen Sie sie fast immer, unregelmässig oder fast nie?

- fast immer
- unregelmässig
- fast nie

Anhang

Kommen wir zum Radio

39 Welchen Radiosender hören Sie am häufigsten?

- Radio L
- Radio Ri
- DRS I
- DRS III
- Radio Vorarlberg/Ö I
- Ö III
- Andere (NICHT SPEZIFIZIERT)
- Keine /höre nie Radio > nächste Frage überspringen.

40 Wie viele Stunden oder Minuten hören Sie schätzungsweise durchschnittlich Radio pro Tag?

- STUNDEN/MINUTEN erfassen

41 Nun zum Fernsehen: wie viele Stunden oder Minuten schauen sie durchschnittlich fern pro Tag? Denken Sie dabei zum Beispiel an die letzten Tage.

Int: falls befragte Person nie fernsieht, dann 0 (Null) eingeben und nächste Frage überspringen.

- STUNDEN/MINUTEN erfassen

42 Ich zähle jetzt verschiedene Fernsehsendungen auf. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob sie sich für solche Sendungen sehr stark, stark, mittel, wenig oder überhaupt nicht interessieren (SKALA 1-5).

- Fernsehshows und Quizsendungen
- Sportsendungen
- Spielfilme
- Nachrichten
- Politische Magazine
- Kunst- und Kultursendungen
- Heimatfilme
- Krimis und Krimiserien
- Actionfilme
- Familien- und Unterhaltungsreihen

43 Radio L hat verschiedene Wahldiskussionen ausgestrahlt? Haben Sie diese ziemlich oft, ab und zu oder gar nie gehört?

- oft
- ab und zu
- nie

44 Und wie sieht es mit den Wahlsendungen von Radio Ri aus?

- oft
- ab und zu
- nie

45 Auch im Landeskanal sind zwei Diskussionssendungen übertragen worden. Haben Sie diese vollständig, teilweise oder gar nicht mitverfolgt?

- vollständig
- teilweise
- gar nicht

Fragebogen der Nachwahlbefragung 2001 – Auszug

- 46 Unabhängig davon, welche Partei Sie gewählt haben: Welche Partei oder welche Parteien haben Ihrer Meinung nach wegen diesen Diskussionen in Radio und Fernsehen, die Sie mitverfolgt haben, insgesamt am ehesten Wähler dazugewonnen? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)
- VU (Vaterländische Union/die «Roten»)
 - FBP (Fortschrittliche Bürgerpartei/die «Schwarzen»)
 - FL (Freie Liste/die «Weissen»)
 - neutral /alle gleich
 - keine Antwort/weiss nicht
- 47 Und welche Partei oder welche Parteien haben Ihrer Meinung nach wegen diesen Diskussionen eher Wähler verloren?
- VU (Vaterländische Union/die «Roten»)
 - FBP (Fortschrittliche Bürgerpartei/die «Schwarzen»)
 - FL (Freie Liste/die «Weissen»)
 - neutral /alle gleich
 - keine Antwort/weiss nicht
- 48 Der liechtensteinische Fernsehsender XML hat bis vor rund einem Jahr regelmässig Sendungen produziert und ausgestrahlt. Haben Sie diese Sendungen häufig, ab und zu oder gar nie mitverfolgt?
- häufig
 - ab und zu
 - nie
- 49 Haben Sie persönlich auch Zugang zum Internet?
- Ja
 - Nein > weiter mit Frage 53
- 50 Ist das privat, am Arbeitsplatz oder an anderen Orten (Internetcafé etc.)? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)
- privat
 - Arbeitsplatz
 - andere Orte
- 51 Wie oft sind Sie online? fast täglich, ungefähr einmal pro Woche oder noch seltener?
- fast täglich
 - einmal pro Woche
 - selten
- 52 Für welche Zwecke nutzen Sie das Internet vor allem (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)
- Mailen
 - Chatten
 - Surfen generell
 - Einkaufen
 - News/Wirtschaft/Börse/Information
 - Download (Software, Spiele, Shareware, Musik usw.)
 - andere

11.3 Medien in demokratischen Verfassungen

Das Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland vom 23. Mai 1949, regelt in Art. 5 Abs. 1: «Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äussern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.» Die Rechte finden allerdings ihre Grenzen in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre (Abs. 2). Insbesondere Bestrebungen, die freiheitlich-demokratische Grundordnung zu beseitigen, erlauben nach bundesdeutschem Recht die Einschränkung der Grundrechte. Vgl. Hoffmann-Riem/Schulz 1998; Holznapel/Kibele 2002.

In der Verfassung der Republik Italien vom 27. Dezember 1947 lautet Art. 21: «Jedermann hat das Recht, die eigene Meinung in Wort und Schrift und jeder sonstigen Weise frei zu äussern und zu verbreiten. Die Presse darf weder dem Genehmigungszwang noch der Zensur unterliegen.» Es folgen weitere Bestimmungen über Beschlagnahmen und Verbote bei Verstoss gegen die guten Sitten.

Die Verfassung des Grossherzogtums Luxemburg vom 17. Oktober 1868 normiert in Art. 24: «Die Freiheit, seine Meinung in allen Dingen mündlich zu äussern sowie die Freiheit der Presse werden gewährleistet, vorbehaltlich der Bestrafung der bei der Ausübung dieser Freiheiten begangenen Straftaten. Die Zensur darf niemals eingeführt werden. Von den Schriftstellern, Verlegern oder Druckern darf keine Kautions gefordert werden. Die Stempelabgabe von inländischen Zeitungen und periodischen Schriften ist abgeschafft. Der Verleger, der Drucker oder der Verteiler dürfen nicht verfolgt werden, wenn der Verfasser bekannt ist, wenn er Luxemburger und im Grossherzogtum wohnhaft ist.»

Die Verfassung des Königreiches Niederlande vom 17. Februar 1883 regelt in Art. 7 Abs. 1: «Niemand bedarf der vorherigen Erlaubnis, seine Gedanken oder Meinungen in Druckerzeugnissen zu äussern, unbeschadet der Verantwortung jedes einzelnen vor dem Gesetz.» Art. 7 Abs. 2: «Für den Hörfunk und das Fernsehen gelten gesetzliche Vorschriften. Es gibt keine Vorzensur für Hörfunk- und Fernsehsendungen.» Es folgen noch Ausführungen über Einschränkungen von Veranstaltungen zum Schutz der guten Sitten, wenn sie für Personen unter sechzehn Jahren zugänglich sind, und eine Ausnahmebestimmung für Wirtschaftswerbung.

In der Verfassung des Königreichs Spanien vom 29. Dezember 1978 hält Art. 20 das Recht auf «freie Äusserung und Verbreitung der Gedanken und Meinungen in Wort, Schrift oder jedwedem anderen Medium», ebenso wie das Recht auf «freie und wahre Berichterstattung sowie deren Empfang über jedwedes Verbreitungsmedium.» fest (Abs. 1) Abs. 2 enthält das Verbot der Vorzensur, Abs. 3 enthält Bestimmungen zu den sozialen Kommunikationsmedien und garantiert den bedeutenden sozialen und politischen Gruppen den Zugang zu den genannten Medien. Abs. 4 schränkt die erwähnten Freiheiten mit Verweis auf das «Recht auf Ehre, auf Intimsphäre, auf das eigene Bild und auf den Schutz der Jugend und der Kindheit» ein. Abs. 5 fordert einen richterlichen Beschluss für den Fall von Beschlagnahmen von Veröffentlichungen, Tonaufnahmen und anderen Informationsträgern.

Die Verfassung der Vereinigten Staaten von Amerika vom 17. September 1787 enthält im ersten Zusatz (Amendmend I von 1791 «Religion, Speech, Press, Assembly, Petition») eine Bestimmung über die Meinungsfreiheit und die Presse: «Congress shall make no law respecting an establishment of religion or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances.» (Der Kongress darf kein Gesetz verabschieden, um die Gründung einer Religion oder die freie Ausübung eines Glaubens zu verbieten. Er darf die Rede- oder Pressefreiheit, das Recht des Volkes auf friedliche Versammlung und darauf, sich zwecks Beschwerdeführung an die Regierung zu wenden, nicht schmälern.)

Medien in demokratischen Verfassungen

In der neuen Schweizerischen Bundesverfassung vom 18. April 1999 stellen Art. 16 und 17 neuzzeitliche verfassungsrechtliche Bestimmungen zur Meinungsfreiheit und Medienfreiheit dar:

Art. 16 Meinungs- und Informationsfreiheit

- 1) Die Meinungs- und Informationsfreiheit ist gewährleistet.
- 2) Jede Person hat das Recht, ihre Meinung frei zu bilden und sie ungehindert zu äussern und zu verbreiten.
- 3) Jede Person hat das Recht, Informationen frei zu empfangen, aus allgemein zugänglichen Quellen zu beschaffen und zu verbreiten.

Art. 17 Medienfreiheit

- 1) Die Freiheit von Presse, Radio und Fernsehen sowie anderer Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen ist gewährleistet.
- 2) Zensur ist verboten.
- 3) Das Redaktionsgeheimnis ist gewährleistet.

Auch Art. 55 der alten Bundesverfassung gewährleistete bereits die Pressefreiheit.

12. Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1:	Erscheinungsrhythmus der Landeszeitungen 1878–2003	28
Tabelle 2:	Radiosender 1995 nach Ländern und Bevölkerungszahl (gerundet), geordnete nach Einwohner pro Sender	55
Tabelle 3:	Budget von Radio L 1994–1997 (in Mio. Franken gerundet)	58
Tabelle 4:	Erfolgsrechnung von Radio L 1999–2003 (in Mio Franken, gerundet, ohne Landesbeiträge und Sponsoring)	66
Tabelle 5:	Erfolgsrechnung von Radio L und Prognose für Radio Liechtenstein 2002–2006 (in Mio. Franken, gerundet, ohne Landesbeiträge und Sponsoring)	67
Tabelle 6:	Finanzieller Aufwand für den Landeskanal 1993–2002 (in Franken, auf 1000 abgerundet)	73
Tabelle 7:	Staatsausgaben und -einnahmen im Medienbereich 1986–2003 (in Franken)	155
Tabelle 8:	Ökonomisch motivierte Datenerhebungen der Mediennutzung	171
Tabelle 9:	Wissenschaftlich motivierte Datenerhebungen der Mediennutzung	172
Tabelle 10:	Beglaubigte Auflage von Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt	175
Tabelle 11:	Reichweite von Liechtensteiner Vaterland und Liechtensteiner Volksblatt in Liechtenstein (in Prozent gerundet)	176
Tabelle 12:	Mittelwert der WEMF-Zahlen 2000–2003	177
Tabelle 13:	Reichweite von Liechtensteiner Vaterland, Liechtensteiner Volksblatt und Liechtensteiner Woche (in Prozent)	178
Tabelle 14:	Durchschnittliche verbreitete Auflage und tägliche Reichweite von Tageszeitungen und Zahl der Tageszeitungen im Jahr 2000	181
Tabelle 15:	Abonnement von liechtensteinischen Tageszeitungen nach Bevölkerungssegmenten (in Prozent gerundet)	182
Tabelle 16:	Interesse für verschiedene Zeitungsrubriken in Liechtenstein	184
Tabelle 17:	Interesse für verschiedene Zeitungsrubriken in Deutschland (in Prozent)	185
Tabelle 18:	Signifikante Interessenunterschiede für verschiedene Zeitungsteile nach Gruppenmerkmalen (Cramer's V).	186
Tabelle 19:	Reichweite ausländischer Tageszeitungen in Liechtenstein (in Prozent gerundet)	187
Tabelle 20:	Anzahl abonnierter und regelmässig gelesener (in Klammer) Zeitungen nach ausgesuchten Gruppenmerkmalen (in Prozentgerundet)	189
Tabelle 21:	Täglicher Radiokonsum in Liechtenstein 2001 und Vergleich mit Deutschland	195
Tabelle 22:	Anzahl regelmässig gehörter Radiosender	195
Tabelle 23:	Bevorzugter Radiosender des liechtensteinischen Publikums	197
Tabelle 24:	Hörintensität bei verschiedenen Radiosendern (in Prozent)	198

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 25:	Tagesreichweite verschiedener Radiosender in Liechtenstein (in Prozent)	199
Tabelle 26:	Tagesreichweite verschiedener Radiosender im Sendegebiet von Radio L im St. Galler Rheintal (in Prozent)	200
Tabelle 27:	Marktanteil 2003 verschiedener Radiosender in der Schweiz und in Liechtenstein (geschätzt) (in Prozent)	201
Tabelle 28:	Vergleich der Gesamthördauer ausgewählter Privatradios, deren Marktanteile und Sekundenpreise 2003	202
Tabelle 29:	Täglicher Fernsehkonsum in Liechtenstein	204
Tabelle 30:	Täglicher Fernsehkonsum und Vergleich mit europäischen Ländern (Mittelwert in Minuten)	204
Tabelle 31:	Nutzung des Landeskanals 1993 und 1996	206
Tabelle 32:	Nutzung von Informationskanälen zur Information über die Gemeinde Eschen 2003	207
Tabelle 33:	Nutzung des Gemeindekanals Eschen 2003 nach Altersgruppen	208
Tabelle 34:	Beachtung der Sendungen von XML	209
Tabelle 35:	Interesse für verschiedene Programmattungen im Fernsehen	211
Tabelle 36:	Interesse für verschiedene Fernsehformate: Vergleich Deutschland und Liechtenstein	211
Tabelle 37:	Signifikante Interessenunterschiede für verschiedene Fernsehformate nach Gruppenmerkmalen (Cramer's V)	212
Tabelle 38:	Überdurchschnittliche Ausprägung von Merkmalen verschiedener Nutzergruppen von Radio und Fernsehen	214
Tabelle 39:	Persönlicher Zugang zum Internet	216
Tabelle 40 :	Internetanschlüsse in verschiedenen Ländern im Jahr 2000 (je Tsd. Einwohner)	216
Tabelle 41:	Häufigkeit der Internet-Nutzung	216
Tabelle 42:	Hauptsächlicher Zweck des Internets (Mehrfachnennungen möglich)	217
Tabelle 43:	Internetzugang nach Bevölkerungsgruppen	218
Tabelle 44:	Informationen aus verschiedenen Informationsquellen in der Verfassungsaueinandersetzung, geordnet nach Bedeutung in der Abstimmung 2003 (in Prozent)	224
Tabelle 45:	Mithören von Wahlsendungen der Lokalradios 2001	225
Tabelle 46:	Einschaltquoten bei Wahlsendungen auf dem Landeskanal 2001	227
Tabelle 47:	Zuschauerverhalten gegenüber Sender XML	227
Tabelle 48:	Mittelwert der Leserbriefe pro Monat und Zeitung nach Jahrzehnten	230
Tabelle 49:	Merkmale der Mitglieder des LPC (Skalierungen 0–10/Median = 5)	236
Tabelle 50:	Merkmale der Mitglieder des LPC und des Komment (Skalierungen 0–10/Median = 5)	244
Tabelle 51:	Aussand und Rücklauf bei der Journalistenumfrage	252
Tabelle 52:	Aussand und Rücklauf bei der Journalistenumfrage nach Wohnort, Geschlecht und Medium	252
Tabelle 53:	Einwohner und Journalistenzahl im Vergleich	254
Tabelle 54:	Basisdaten der Journalistenumfrage (in Prozent)	256
Tabelle 55:	Schulbildung der Journalisten im Vergleich mit der schweizerischen Untersuchung	258
Tabelle 56:	Absolvierte journalistische Ausbildung aller liechtensteinischen Journalisten und der Hauptberuflichen(HB) im Vergleich mit der Schweiz (Mehrfachnennungen)	260
Tabelle 57:	Mitgliedschaft in Berufsverbänden (Mehrfachnennungen möglich) (in Prozent)	263
Tabelle 58:	Eintrag in einem Berufsregister	263

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 59:	Image von Medien aus der Sicht der Journalisten (Mittelwert der Skala «1 = sehr positiv» bis «5 = sehr negativ»)	265
Tabelle 60:	Politisches Interesse der Journalisten (in Prozent)	266
Tabelle 61:	Links-Rechts-Selbsteinstufung und MediumEinstufung der Journalisten (Mittelwert der Skala von «0 = links» bis «10 = rechts»/Median = 5)	267
Tabelle 62:	Parteisymphathien der Journalisten (Mittelwert der Skala von «0 = keine Sympathie» bis «10 = sehr viel Sympathie»/Median = 5)	269
Tabelle 63:	Parteisymphathien der Journalisten (in Prozent)	269
Tabelle 64:	Ressortzuteilung der liechtensteinischen und Schweizer Journalisten	272
Tabelle 65:	Anstellungsverhältnis und Rolle im Medium	272
Tabelle 66:	Ressortzuteilung von Festangestellten und Freien (in Prozent)	273
Tabelle 67:	Anteil der Zustimmung zu spezifischen Fragen nach Medium (in Prozent)	275
Tabelle 68:	Richtlinien und Arbeitsweise der Redaktion: Anteil der Nennungen «immer» und «häufig» zu spezifischen Fragen nach Medium (in Prozent)	276
Tabelle 69:	Zustimmung zu Aspekten der Arbeitsbedingungen in der Redaktion (in Prozent)	277
Tabelle 70:	Zustimmung zu Aspekten der Arbeitsbedingungen am Arbeitsplatz, jeweils Nennung 1–3 auf der Sechser-Skala (in Prozent) (nur Festangestellte)	278
Tabelle 71:	Einflussfaktoren auf das journalistische Arbeiten, geordnete nach Bedeutung (in Prozent)	280
Tabelle 72:	Berufsauffassung und persönliche Ziele, geordnete nach Bedeutung (in Prozent)	281
Tabelle 73:	Beurteilung von Pressemitteilungen (in Prozent)	283
Tabelle 74:	Einfluss von Personengruppen und Verbänden auf die journalistische Arbeit (Mittelwert auf der Skala 5 = «sehr gross» bis 1 = «sehr gering»)	284
Tabelle 75:	Erfüllung journalistischer Qualitätskriterien durch liechtensteinische Tageszeitungen	294
Tabelle 76:	Erfüllung von Funktionen der Medien in Liechtenstein (Schätzung)	296
Abbildung 1:	Erscheinungsrhythmus von Liechtensteiner Volksblatt und Liechtensteiner Vaterland 1880–2003 (Ausgaben pro Woche)	92
Abbildung 2:	Durchschnittliche Seitenzahl einer Zeitungsausgabe 1880–2003	93
Abbildung 3:	Seitenumfang der Tageszeitungen pro Woche 1880–2003	93
Abbildung 4:	Werbeseiten der Tageszeitungen pro Woche 1880–2003	95
Abbildung 5:	Werbeanteil bei den Landeszeitungen 1880–2003	96
Abbildung 6:	Redaktionelle Seiten der Landeszeitungen pro Woche 1880–2003	97
Abbildung 7:	Bildanzahl der Tageszeitungen pro Woche 1880–2003	98
Abbildung 8:	Bildanteil am redaktionellen Teil der Landeszeitungen 1880–2003	98
Abbildung 9:	Leserbriefe in den Landeszeitungen in der letzten Juniwoche 1880–2003	229
Abbildung 10:	Leserbriefe in den Landeszeitungen im Juni 1960–2003	230

Über den Autor

Wilfried Marxer, geb. 1957. Grundstudium der Politikwissenschaft, Ethnologie und Amerikanistik an der Ludwig-Maximilians-Universität in München. 1984 Abschluss des Studiums der Politikwissenschaft am Otto-Suhr-Institut der Freien Universität Berlin. Promotion zum Dr. phil. an der Universität Zürich bei Prof. Dr. Ulrich Klöti im Jahr 2000.

Berufliche Tätigkeiten 1984 bis 2004 als Geschäftsführer der Liechtensteinischen Gesellschaft für Umweltschutz, Chefredaktor des Privatsenders Radio L und Geschäftsführer der Stiftung Erwachsenenbildung Liechtenstein. Daneben selbständige Tätigkeiten in den Bereichen Kommunikation, Moderation, Projektbetreuung, Umfrageforschung und Erwachsenenbildung.

Schwerpunkte der politikwissenschaftlichen Forschung sind die Wahl- und Abstimmungsforschung sowie die Parteien- und Medienforschung. Seit 2002 regelmässiger Dozent für Politikwissenschaft an der Fachhochschule Liechtenstein. Berichterstatter über Liechtenstein im Internationalen Handbuch Medien des Hans-Bredow-Instituts Hamburg sowie beim Projekt «Elections Worldwide» unter der Leitung von Prof. Dr. Dieter Nohlen, Heidelberg.

2000 bis 2004 Forschungsbeauftragter am Liechtenstein-Institut in Barendorn mit Teilzeitpensum. Seit 2004 vollzeitlich als Forschungsbeauftragter am Liechtenstein-Institut tätig. Das neue Hauptforschungsprojekt widmet sich der Direkten Demokratie in Liechtenstein.