

Hosp: «Brauchen eine breite Trägerschaft»

Gerald Hosp, Geschäftsführer von Zukunft.li, sieht die Medienlandschaft in Gefahr. Darum ruft er zum Handeln auf.

Interview: Reto Furter

Gerald Hosp, die Stiftung Zukunft.li präsentiert 16 Modelle für die Zukunft der Liechtensteiner Medienlandschaft und darauf aufbauend dann eine Quintessenz. Eine grosse Auslegeordnung mit welchem Ergebnis?

Gerald Hosp: Dreh- und Angelpunkt der Überlegungen ist es, dass Liechtenstein ein sehr kleiner Medienmarkt ist. Das hat mich durch den gesamten Prozess begleitet, das ist es auch, was ich aus der Arbeit für mich gelernt habe, auch wenn es keine Überraschung ist. Der Medienmarkt Liechtenstein ist klein, und zwar ist der Werbemarkt klein, aber eben auch der Nutzermarkt, also der Markt an Leserinnen und Lesern, und das dominiert die Diskussion.

Die Stiftung Zukunft.li, eine Denkfabrik mit liberalen Wurzeln, denkt über Medienförderung nach. Das ist interessant.

Ja, und das ist tatsächlich ein wichtiger Punkt, den wir lange diskutiert haben. Wir haben uns lange gefragt, ob wir Medien wirklich fördern sollten. Die Kleinheit des Marktes ist aber tatsächlich der grösste Grund dafür, warum man Medien eben fördern muss.

Wer soll das bezahlen, fragen Sie sich in der Studie. Ihre Antwort: Im besten Fall sind es private, gemeinnützige orientierte Geldgeber, die in Liechtensteiner Medien in Zukunft investieren. Nur: Gibt es diese privaten Geldgeber bereits?

Mit unserer Studie möchten wir einen Anstoss geben, dass wir diese privaten Geldgeber finden müssen. Wir schlagen ja eine Stiftung für Meinungsvielfalt vor als Geldgeber und explizit nicht einen einzigen grossen Geldgeber. Wir brauchen eine breite Trägerschaft mit grossen und kleinen Spendern, die am Aufbau eines unabhängigen Mediums interessiert sind. Eine solche Stiftung kann aber nicht die Medienförderung ersetzen. Das ist die grosse Herausforderung. Die Sorge um die Medienlandschaft im Land ist aber durchaus gross, man sollte allerdings nicht nur darüber reden, sondern eben auch handeln.

Private sollen Geld geben, aber explizit auf Einfluss verzichten? Ist das realistisch?

Ja, das ist schon realistisch. Unsere Stiftung Zukunft.li basiert ja auch auf privaten Geldgebern, es gibt zwei Stiftungen, Zukunft.li und eine Förderstiftung, die die Finanzierung sichert. Und, ganz wichtig, wir



«Liechtenstein darf nicht zu einer Newswüste verkommen», sagt Gerald Hosp, Geschäftsführer von Zukunft.li. Bild: Nils Vollmar

werden dabei bei der Themenwahl nicht beeinflusst. Wir sind also ein gutes Beispiel dafür, dass das möglich ist. Aber der Knackpunkt ist, dass man Geld gibt und keinen Einfluss hat.

Ein weiterer Pfeiler Ihrer Medienstrategie ist eine offene Plattform für Behördenkommunikation, die aber auch der Bevölkerung als Online-Forum zur Verfügung steht. Noch eine

Plattform mehr?

Nicht unbedingt, nein. Derzeit hat jede Gemeinde eine eigene Webseite, eigene Lösungen für ihre eigene Kommunikation, eigene Blogs. Wenn man die Kommunikation der Gemeinden mit jener des Landes in einer offenen Plattform bündelt, dann ist das durchaus attraktiv. Natürlich kann man damit internationale Social-Media-Plattformen nicht konkurrenzieren, aber man erhält eine

gewisse Liechtensteiner Aufmerksamkeit.

Und dazu kommt dann das Online-Forum, auf dem Liechtensteinerinnen und Liechtensteiner ihre Meinungen äussern können.

Ja, und dieses Online-Forum soll niemanden ausschliessen und damit dem Vorwurf entgegenreten, in sogenannten Mainstream-Medien würden Meinungen unterdrückt. Natur-

lich muss ein solches Online-Forum moderiert sein, es müssen dort Diskussionen stattfinden.

Die realistische Alternative zur aktuellen Mediensituation im Land ist wohl nicht eine viel grössere Medienvielfalt im Land, sondern eine weitere Ausdünnung.

Das ist die grosse Gefahr für Liechtenstein! Liechtenstein darf nicht zu einer Newswüste verkommen. Das wäre das schlimmste Szenario, sollte das eintreten. Dem möchten wir entgegenreten mit unseren Vorschlägen, und darum brauchen wir staatliche Medienförderung.

Und wie gross schätzen Sie die Gefahr ein, dass das Land zu einer Newswüste werden könnte?

Die Gefahr ist da. Und je abhängiger die Medien von Medienförderung werden, desto mehr werden sie zum politischen Spielball. Das ist derzeit das grosse Problem in Liechtenstein. Ohne Medien entsteht ein Vakuum, und natürlich füllt vermehrte Behördenkommunikation dann dieses Vakuum. Aber das ist nicht mehr das, was man sich unter einer Medienlandschaft vorstellt, wenn es nur noch Behördenkommunikation gäbe.

Die 16 Modelle im Überblick: Journalismus in Liechtenstein

Medienschaffende sollen direkt gefördert werden, ein öffentlich-rechtlicher Medienanbieter wird neu gegründet.

Das sind zwei mögliche Ideen der Stiftung zukunft.li, in welche Richtung sich die Medienlandschaft entwickeln könnte.

1. Status quo: die Liechtensteiner Medienförderung

Das Medienförderungsgesetz ist die Grundlage zur Förderung privater Medien. Ziel der Gesetzesänderung vom Dezember 2024 ist es, die Medienvielfalt, den Meinungspluralismus sowie die freie Meinungsbildung zu erhalten und zu stärken.

2. Philanthropischer Ansatz: Der Privatsektor stärkt das Mediensystem

Medienunternehmen oder journalistische Projekte werden etwa von Stiftungen oder Genossenschaften finanziert. In Liechtenstein haben gemeinnützige Stiftungen und philanthropisches Engagement Tradition. Stiftungen eignen sich besonders, um Geld aus verschiedenen Quellen zusammenzuführen und um Startkapital für ein Medium aufzubringen.

3. Binnenpluralismus beim Quasi-Monopolisten

Beim sogenannten Aussenpluralismus entsteht Meinungs- und Medienvielfalt durch Konkurrenz zwischen Medien.

Beim Konzept des Binnenpluralismus werden die verschiedenen Meinungen und Positionen innerhalb von Medienunternehmen oder Produkten (mit unterschiedlichen Redaktionen) abgebildet.

4. Demokratische Medienförderung

Die Bevölkerung verteilt die Fördersumme auf die einzelnen Medienorganisationen, und zwar anhand der Steuererklärung. So wird eine Publikation, ein Sender oder ein Kanal unterstützt, der am meisten geschätzt wird oder von dem man glaubt, dass er am meisten zur Vielfalt beiträgt.

5. Zielgerichtete Medienförderung

Dieses Konzept zielt auf die Förderung von privatwirtschaftlich erstellten Medieninhalten ab. Qualität und Vielfalt werden im Konzept durch Experten beurteilt. Die Akzeptanz kommt im Markterfolg zum Ausdruck und das Ausmass der Förderung insgesamt wird durch die Politik bestimmt.

6. Journalisten fördern

Journalistinnen und Journalisten werden direkt gefördert.

Wenn der Beruf des Journalisten attraktiver wird und Medienunternehmen Anreize haben, mehr in Personen und deren Ausbildung zu investieren, dürfte sich die Meinungsvielfalt erhöhen.

7. Innovationsförderung durch Anschubfinanzierung

Die Medienbranche ist auf der Suche nach tragfähigen Geschäftsmodellen für das digitale Zeitalter. In den vergangenen Jahren gab es immer mehr Anbieter, die Finanzierungen für bestehende Medien und Neugründungen anbieten. Ziel ist es, dass das geförderte Medium nach einer gewissen Zeit eigenständig bestehen kann.

8. Importierte Medienmarken und Berichterstattung

Ausländische Medien berichten in Zukunft umfassend über Liechtenstein. Es gibt eine Anbindung an ein ausländisches Medienunternehmen. Ein Beispiel dafür ist die deutsche Wochenzeitung «Die Zeit», die für Österreich und die Schweiz aktuell wöchentlich vier beziehungsweise drei regionale Extraseiten produziert.

9. Finanzierung von Inhalten

Im derzeitigen Liechtensteiner Fördersystem werden Organisationen unterstützt, von denen angenommen wird, dass sie mit ihren Inhalten einen Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt leisten. Bei diesem Modell können private Medien um Inhalte buhlen, egal ob es sich um Texte, Videos, Livestreams, Audiobeiträge etc. handelt.

10. Förderung über eine private Nachrichtenagentur

Liechtenstein verfügt über keine Nachrichtenagentur, die Informationen aus und über das Land aufarbeitet und als Grundlage für Inhalte in den Medien dient. Das Fehlen einer Nachrichtenagentur wird häufig beklagt. Eine Alternative wäre, eine Agenturleistung aus dem Ausland einzukaufen, die Liechtenstein mit abdeckt.

11. «Schönheitswettbewerb» für eine «zweite Stimme»

Die Medien- und Meinungsvielfalt wird durch ein Medium mit teilweise öffentlicher Finanzierung und einem Leistungsauftrag vergrössert. Dem

«Vaterland» – derzeit einziges tagesaktuelles und journalistisch aufbereitetes Medium mit grosser Verbreitung – wird ein zweites Medium gegenübergestellt.

12. Staatliche mediale Infrastruktur und Plattform für publizistische Inhalte

Das Konzept sieht eine staatlich geförderte Plattform vor, um publizistische Inhalte aus und für Liechtenstein zu bündeln und Netzwerkeffekte auszulösen. Die Plattform würde von Leserbriefschreibern, Parteien, Vereinen, zivilgesellschaftlichen Organisationen, Behörden, Unternehmen und auch Medienunternehmen bespielt werden.

13. Informations-Ökosystem

Diese Strategie soll sicherstellen, dass alle Zugang zu Fakten und Zusammenhängen haben, um am öffentlichen Leben teilzunehmen und um als Wählerinnen und Wähler fundierte Entscheidungen zu treffen. Der Ansatz konzentriert sich auf den Aufbau einer öffentlichen Infrastruktur bei gleichzeitiger Wahrung der redaktionellen Unabhängigkeit und Freiheit der Medien.

14. Zwei Ankermedien für die Demokratie

Das «Vaterland» wird zu einer Forumszeitung, die alle politischen und gesellschaftlichen Gruppen und Akteure beschreibt, journalistisch verfolgt und zu Wort kommen lässt. Die zweite Stütze wäre eine öffentlich-rechtliche Medienagentur mit einem Fernsehsender und einem Online-Medium.

15. Öffentlich-rechtliche multimediale Nachrichtenagentur

Die Idee eines Public Content Providers ist die Weiterführung des Modells der Förderung einer privaten Nachrichtenagentur. Diese öffentlich-rechtliche Agentur müsste erst noch geschaffen werden. Sie erhielte einen Programmauftrag von der Politik. Die Inhalte könnten gratis von den privaten Medien übernommen werden.

16. Neuauflage eines öffentlich-rechtlichen Medienanbieters

Eine Möglichkeit, wieder zu einer zweiten Medienstimme zu kommen, ist die Neugründung eines öffentlich-rechtlichen Medienanbieters. Der neue Anbieter müsste das Mediensystem ergänzen und verstärken.