

# Liechtensteins Medienlandschaft

## Gastkommentar

von GERALD HOSP UND PATRICK BÖHLER

Die Schweizer Stimmbevölkerung hat am 8. März die SRG-Halbierungsinitiative klar abgelehnt. Damit ist die Debatte um öffentlichrechtliche Medien aber noch lange nicht abgeschlossen. Gegner der Initiative beschworen den Untergang der Demokratie, sollte die SRG verkleinert werden. Die reine Existenz wurde so zur Selbstrechtfertigung. Damit blieb eine wichtige Frage unbeantwortet: Was sollen öffentliche Medien leisten und für wen? Im Abstimmungskampf wurde diese Debatte nicht geführt, sie wurde vertagt. Und das Rückzugsgefecht im Lokaljournalismus geht weiter.

Ein Blick nach Liechtenstein lohnt sich: Mit einer Bevölkerung von rund 41 000 Personen ist das Fürstentum ungefähr so gross wie Obwalden, Nidwalden, Uri oder Glarus. In Liechtenstein ist die lokale Ebene auch die nationale. Die Bedingungen spiegeln die Probleme anderer kleiner Medienmärkte: schwindende Einnahmen bei den angestammten Medien, Konkurrenz durch die grossen Plattformen, Behörden füllen teilweise das Vakuum mit digitalem Angebot und Gemeindemagazinen. Neuen digitalen Medien fehlt auf lokaler Ebene häufig das Geschäftsmodell.

In dieser Gemengelage hat sich das Liechtensteiner Stimmvolk im Oktober 2024 mit 55,4 Prozent für die Aufhebung des Rundfunkgesetzes ausgesprochen. Damit wurde das Ende des öffentlichrechtlichen Radio Liechtenstein besiegelt. Die Demokratie ist nicht untergegangen, es stellen sich aber die Fragen: Gibt es eine Lücke in der Medienlandschaft? Und wer sollte diese womöglich schliessen? Lokalmedien sind weiterhin in bester Position, um so nah wie möglich an den Leuten dran zu sein. Sie müssen jedoch auch konkreten Nutzen bieten. Wenn lokale Medien durch diese Service-Brille betrachtet werden, wird klar, welche Leistungen benötigt werden. Zudem braucht es professionellen Journalismus, um sich im Dickicht sozialer Netzwerke und künstlicher Intelligenz zu orientieren.

Auch in kleinen Medienmärkten sind die Ansprüche gross. Geschäfts- und Fördermodelle, die für grössere Märkte entwickelt wurden, stossen jedoch an ihre Grenzen. Wie kann nun lokaler Journalismus gestärkt werden, ohne dass die Medienbranche einer «neuen Landwirtschaft» gleich vom Tropf öffentlicher Gelder abhängt? Eine Antwort lautet, dass es mehr Mut zum Experimentieren auf lokaler und regionaler Ebene benötigt. Einheitsmodelle für grosse und kleine Medienmärkte oder Benchmarking sind zum Scheitern verurteilt. Für Liechtenstein hat sich die Denkfabrik Zukunft.li sechzehn unterschiedliche Modelle angeschaut. Diese reichen vom «Import» einer ausländischen Medienmarke bis hin zu einem neuen Anlauf für ein öffentlichrechtliches Medium.

Die Empfehlungen sind auf den Kleinstaat zugeschnitten: So soll das Vaduzer Medienhaus, Verlegerin des Leitmediums «Vaterland», von einer Stiftung mit breiter gesellschaftlicher Trägerschaft übernommen werden, um das Medium zu entpolitisieren, das noch im Besitz einer Partei ist. Die Medienförderung soll zudem demokratisiert werden: Bei diesem Modell verteilt die Bevölkerung und nicht eine Bürokratie die Fördersumme auf die einzelnen Medienunternehmen. Jeder und jede wird zum Medienförderer. Der Einfluss eines dominanten Mediums wird gedämpft.

Allgemeingültig ist jedoch: Gerade auf lokaler und regionaler Ebene bedarf es einer Verschränkung zwischen privater Initiative, wenn nötig philanthropischem Geld und auch klug eingesetzten öffentlichen Mitteln. Eine Förderung über ein öffentlichrechtliches Medium ist dabei nur eine von vielen Varianten. Vielmehr geht es um eine mediale Infrastruktur für alle Anbieter. Überlegenswert ist ein regionales Informationsökosystem, bei dem private Medien mehr zusammenarbeiten, wenn es um die technische oder administrative Infrastruktur geht. Dadurch kann die Kostenbasis gesenkt werden.

Medienpolitik soll und kann sich für kleine Medienmärkte nicht auf öffentliche Medien, reine Subventionen oder die Ablehnung jeglicher Förderung versteifen. Vielmehr gilt es, private Initiative zu stützen und Lücken zu benennen, damit Journalismus das liefert, was er sollte: konkreten Nutzen für seine Nutzerschaft.