

Medienlandschaft: Das sagt das Publikum

Nach Aus von «Volksblatt» und Radio L: Nutzungsverhalten hat sich kaum verändert. Das Publikum ist zufrieden, wünscht sich aber Vielfalt.

David Sele

In den vergangenen drei Jahren erlebte die liechtensteinische Medienlandschaft durch das Ende des «Liechtensteiner Volksblatts» und den Sendeschluss von Radio Liechtenstein historische Einschnitte. Innert kurzer Zeit sind zwei der drei vergleichsweise grossen Redaktionen verschwunden. Das Vaduzer Medienhaus, welches unter anderem diese Zeitung herausgibt, verbleibt als letztes grosses Medienunternehmen im Land. Die Nutzungsgewohnheiten der Medienkonsumenten zeigen sich trotz dieser Zäsur jedoch weitgehend unerschütterlich. Dies zeigt die zweite Welle der Befragung zur Mediennutzung, für die das Liechtenstein-Institut im Winter 2025/26 exakt 1008 Personen repräsentativ befragte.

Mediensterben ist kein Vorteil für Bestehende

Der Wegfall der Konkurrenz bringt keinen Vorteil für das Vaduzer Medienhaus. Das Flaggschiff «Liechtensteiner Vaterland» erreicht weiterhin konstant 40 Prozent der Bevölkerung als regelmässige Stammleserschaft. Auch die Printtitel «Liewo» (Vaduzer Medienhaus) und «Liezeit» (Zeit Verlag) konnten ihre Reichweiten im Wesentlichen halten. Die Anzahl der Zeitungen ist also nicht massgeblich für die Anzahl der Zeitungleser. Im Audiosektor zeigt sich, dass kein inländisches Medium die Lücke von Radio L füllen konnte. Die Rationutzung hat sich spürbar auf



Thomas Milic vom Liechtenstein-Institut und Medienminister Hubert Büchel (r.) präsentierten die Ergebnisse der Umfrage zur Mediennutzung.

Bild: ikr

ausländische Stationen verlagert, welche nun noch häufiger als reines Begleitmedium dienen. Zwar gäbe es mit «Radio Vaterland», dem KI-Radio des Vaduzer Medienhauses, und «Radio 2Go Liechtenstein» inländische Angebote. Doch diese verzeichnen bislang nur ein sehr kleines Publikum und fristen reichweitentechnisch noch ein Nischendasein. Die internationale Konkurrenz dominiert somit den Äther im Land.

Mehrheit der Leserschaft attestiert: «Vaterland» unparteiisch

Eine Veränderung gegenüber der Befragung 2023 zeigt sich bei der Beurteilung der parteipolitischen Ausgewogenheit des «Vaterlands». 60 Prozent der Stammleserschaft empfinden die Berichterstattung der

einzigsten verbliebenen Tageszeitung als ausbalanciert, was einem Plus von 11 Prozentpunkten entspricht. Hier zeigt sich wie bereits 2023 weiterhin ein Graben: Jene, die das «Vaterland» als unausgewogen empfinden, sympathisieren zumeist mit den DpL oder der FBP. 40 Prozent der FBP-Sympathisanten und gar 47 Prozent der DpL-Anhänger, die regelmässig das «Vaterland» lesen, attestieren der Zeitung eine parteipolitische Schlagseite.

1FLTV überzeugt eigenes Publikum am meisten

Die Bewertung der Medieninhalte offenbart ein insgesamt zufriedenes Publikum. Die Konsumenten bewerten die Qualität ihrer jeweiligen Stammmedien weiterhin mit guten Noten, wobei die Spitzenwerte im Ver-

gleich zur ersten Erhebung leicht gesunken sind. Die beste Bewertung durch das Stammpublikum erhält 1FLTV. 73 Prozent der Zuschauer attestieren dem Fernsehsender eine hohe journalistische Qualität. Zum Vergleich: Das «Vaterland» erhält diese Bewertung von 70 Prozent seiner Leser. Die Glaubwürdigkeit der Medien wird dagegen bei allen Produkten noch höher eingestuft als die Qualität. Hier sind das «Vaterland» und 1FLTV mit 78 Prozent gleichauf, gefolgt von «Liewo» und «Liezeit».

«Vaterland» und «Liezeit» am ehesten regierungskritisch

Erstmals untersuchte das Liechtenstein-Institut zudem, wie die Nutzer die Medien hinsichtlich ihrer Kontrollfunktion bewerten. Zwar wird keinem

heimischen Medium eine ausgeprägte Regierungsnähe zugeschrieben, aber auch keine übermässige Wachhund-Funktion. Am regierungskritischsten werden das «Vaterland» und die «Liezeit» wahrgenommen. 39 Prozent der jeweiligen Leserschaft sieht in diesen Zeitungen eine regierungskritische Berichterstattung. Auch hier zeigen sich parteipolitische Unterschiede: 21 Prozent der DpL-Anhänger bewerten das «Vaterland» als sehr unkritisch. Bei 1FLTV spricht knapp ein Drittel der Freie-Liste-Wählerschaft dem Sender die kritische Distanz ab.

Grösstes Vertrauen in Behördeninformation

28 Prozent der Befragten zählen weiterhin zu den News-Abstinenten. Diese Gruppe meidet klassische Nachrichtenkanäle fast komplett und informiert sich primär über soziale Netzwerke wie Tiktok, Snapchat oder Instagram. Dennoch bleiben diese Bürger bei lokalen Themen nicht gänzlich uninformiert – sie verzichten einfach auf journalistische Gewichtung und Einordnung, wie die Studie des Liechtenstein-Instituts aufzeigt. Demnach werden amtliche Informationsschreiben der Gemeinden und der Landesverwaltung auch von diesen Medienverweigerern zumindest gelegentlich gelesen. Generell geniessen offizielle Behördeninformationen mit einem Wert von 6,5 auf einer Zehnerskala höchstes Vertrauen. An zweiter Stelle folgt die inländische gedruckte Presse (5,9). Soziale Medien landen bei der Vertrau-

ensfrage hingegen tief im negativen Bereich.

Zahlungsbereitschaft gering, Erwartungen hoch

Insgesamt zeigen die Umfrageergebnisse, dass Mediennutzung, Erwartungshaltung und medienpolitische Forderungen oft keiner linearen Logik folgen. Zu vernehmen ist ein lauter Ruf nach Vielfalt. Gut 61 Prozent der Befragten wünschen sich eine Stärkung der Medienvielfalt, wobei konkret die verloren gegangenen Gattungen vermisst werden: ein Radiosender und eine zweite Tageszeitung. Der strukturelle Haken an diesem Wunsch ist die mangelnde Finanzierungsbereitschaft. Der Anteil derjenigen, die im vergangenen Jahr effektiv Geld für Nachrichten ausgegeben haben, stagniert auf dem sehr tiefen Niveau von 32 Prozent. Die Lösung sieht eine breite Mehrheit beim Staat. Satt 74 Prozent der Bürger befürworten die staatliche Förderung privater Medien, was einem Zuwachs von sieben Prozentpunkten gegenüber 2023 entspricht. Der Staat soll richten, was der winzige Markt aus eigener Kraft nicht stemmen kann. Selbst jene Gruppen, die die klassische Medien ignorieren, unterstützen Subventionen mehrheitlich. Sobald es jedoch darum geht, dass der Staat ein öffentlich-rechtliches Medienangebot vollumfänglich finanziert, zeigen sich die Befragten zurückhaltend. Mehr als eine Million Franken pro Jahr wäre dann kaum mehrheitsfähig.