

Reichweiten der Printmedien sind weiterhin hoch, aber rückläufig

Die Nutzung klassischer Medienkanäle ist seit 2018 weiter gesunken. Onlineangebote legten derweil zu.

David Sele

Das reichweitenstärkste Printprodukt in Liechtenstein ist die Sonntagszeitung «Liewo». Das bestätigt die am Mittwoch präsentierte Studie des Liechtenstein-Instituts zur Mediennutzung. Befragt wurden 1390 Personen zwischen 16 und 79 Jahren, die vom Amt für Statistik angeschrieben wurden. Es handelt sich um eine repräsentative Stichprobe der gesamten Wohnbevölkerung.

Demnach lesen 45 Prozent der Bevölkerung die vom Vaduzer Medienhaus herausgegebene «Liewo» immer oder oft. Auf Platz zwei folgt mit dem «Vaterland» eine weitere Medienhaus-Publikation. Rund 40 Prozent der Bevölkerung zählen demnach zur Stammleserschaft des «Vaterlands». Die Monatszeitung «Lie:Zeit» liegt mit einer Stammleserschaft von 21 Prozent auf Platz drei. Verglichen mit dem Jahr

2018, als die Befragung zuletzt durchgeführt wurde, sind die Nutzerzahlen jedoch merklich gesunken. So büsste die «Liewo» 18 Prozent ihrer Stammleserschaft ein, das «Vaterland» 16 Prozent und die «Lie:Zeit» 7 Prozent.

Nutzung im Vergleich mit dem Ausland hoch

Der Leserrückgang der Printprodukte in Liechtenstein fällt damit nur leicht geringer aus als in anderen Ländern. Zugleich ist die Nutzung im internationalen Vergleich weiterhin hoch. In Liechtenstein ist der Anteil jener, die zumindest gelegentlich eine Tageszeitung lesen, signifikant höher als in der Schweiz, hält das Liechtenstein-Institut fest: «Das hat höchstwahrscheinlich auch damit zu tun, dass die Grossauflage des «Vaterlands» an alle Haushalte verteilt wird, somit potenziell auch mehr Menschen infrage kommen, die Zeitung zumindest «gelegentlich» oder

«selten» zu lesen», schreiben die Studienautoren. Tatsächlich geben nur 14 Prozent an, das «Vaterland» nie zu lesen, bei der «Liewo» sind es 17 Prozent. Die «Lie:Zeit» wird von 31 Prozent gar nicht gelesen. Auffällig allerdings: Bei allen drei Zeitungen haben sich die Nichtleseranteile seit 2018 um rund 10 Prozent erhöht.

Inhalte werden verstärkt über Social Media konsumiert

Eine naheliegende Erklärung für diese Entwicklung ist das Mediennutzungsverhalten der jüngeren Generationen. Dieses verlagert sich zunehmend ins Internet. Entsprechend weist etwa der Onlineauftritt des «Vaterlands» eine höhere Nutzung auf als noch 2018. Bei den anderen Printzeitungen wurde der Onlineauftritt in der Studie nicht berücksichtigt.

Immanent ist jedoch die Nutzung neuer Medienkanäle wie Instagram

oder Tiktok. 63 Prozent der Befragten geben an, Social Media zu nutzen, um Nachrichten zu verfolgen. Absender der dort konsumierten Nachrichten sind am häufigsten «Einzelpersonen, Blogger, Prominente» etc. Zweit häufigste Newsabsender auf Social Media sind wiederum «Liechtensteiner Tages-/Wochenzeitungen und Magazine».

Von der Medienförderung sind die Social-Media-Aktivitäten privater Medien derzeit nicht abgedeckt. Gleichzeitig verdienen sie damit auch kein Geld. Eine gezielte Förderung hat die Regierung in der laufenden Überarbeitung des Medienförderungsgesetzes bislang auch nicht vorgesehen. Darauf angesprochen, sagte Medienministerin Sabine Monauni, man werde die Ergebnisse der Studie nun nochmals im Detail studieren. Insgesamt sieht sie den eingeschlagenen Kurs durch die Umfrage jedoch bestätigt. **3**