

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.»<sup>561</sup>

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.<sup>562</sup> Die Medien sind ferner an einer Publikumsbindung interessiert, um Abonnenten zu erhalten, Leserreichweiten oder Einschaltquoten zu erzielen. Bei den

---

<sup>561</sup> Blum 2001.

<sup>562</sup> 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.