

Tabelle 22: Verteilung der Inserate auf Liechtensteiner Zeitungstitel

	Anzahl		Fläche (cm ²)	
	Zahl	%	Zahl	%
Volksblatt	108	49.5	46 017	50.5
Vaterland	96	44.0	39 139	43.0
LIEWO	14	6.5	5 931	6.5
	218		91 087	

vornehmlich mit Strassenplakaten und Zeitungsinseraten bestritten.¹⁸⁹ Das folgende Kapitel vermittelt einen Eindruck der dabei verfolgten Strategien und inhaltlichen Kalküle. Es beruht auf einer standardisierten Inhaltsanalyse aller abstimmungsbezogenen Zeitungsinserate, die von den inländischen Printmedien in den letzten elf Wochen vor der Abstimmung (1. Januar bis 16. März 2003) veröffentlicht worden sind. Für den Bereich der bezahlten Zeitungswerbung handelt es sich insoweit um eine Vollerhebung. Die Beobachtung des Plakatwahlkampfes konnte aus forschungsökonomischen Gründen nicht ähnlich systematisch und vollständig erfolgen. Allerdings wurden von allen Beteiligten für Inserate und Plakate weitgehend identische Sujets verwendet, sodass zumindest die Aussagen über Kampagneninhalte und Schwerpunkte bruchlos auf den Strassenabstimmungskampf übertragen werden können.

Insgesamt wurden im Untersuchungszeitraum von elf Wochen in den beiden Tageszeitungen und dem Wochenblatt des Landes 218 Inserate mit einer Gesamtanzeigenfläche von rund neun Quadratmetern zur Verfassungsabstimmung geschaltet (Tab. 22). Das entspricht ungefähr 90 vollen Zeitungsseiten im landesüblichen Format. Von diesem Anzeigenboom profitierte das Volksblatt am stärksten, das nach Anzahl und Umfang rund die Hälfte der Inserate verbuchen konnte. Im Konkurrenzblatt waren es 43 bis 44 Prozent, der Rest entfällt auf die Gratiswochenzeitung Liechtensteiner Woche (LieWo).

Was die verfassungspolitische Tendenz angeht, so verteilte sich der Inserateaufwand auffallend ausgeglichen (Tab. 23). Nach Anzahl und

¹⁸⁹ Die wesentlichen Merkmale der (seltenen) Postwurfsendungen an alle Liechtensteiner Haushalte sind weiter oben behandelt.