

toriellen Studien, da eine eingehende wissenschaftliche Bearbeitung noch aussteht.

Es kann davon ausgegangen werden, dass die interpersonelle Kommunikation zugunsten der medialen Vermittlung von Politik und Programmen an Bedeutung verloren hat. Ehrenamtliche Parteifunktionäre, die früher vor Wahlen noch an die Haustüren klopfen, oder Wirtshäuser, die vor den Wahlen nur noch von Roten oder Schwarzen besucht wurden, gehören weitgehend der Vergangenheit an. Stattdessen werden bei Wahlkämpfen Programme und Flyer an alle Haushaltungen verschickt, Plakate aufgestellt, Internetauftritte organisiert, im Falle der Grossparteien das Vaterland und das Volksblatt in die Wahlkampagne eingespannt.

Die Medienlandschaft hat sich aber in jüngerer Zeit massiv gewandelt. Einerseits haben sich die Parteizeitungen für Berichte und Stellungnahmen der konkurrierenden Parteien, auch der Kleinparteien, geöffnet. So können auch die FL und DU Forumsbeiträge veröffentlichen oder es wird über deren Pressekonferenzen berichtet. FL und DU verfügen ausserdem über eigene Presseorgane – «Weiss, Magazin der Freien Liste» und «Hoi Du» –, die regelmässig an alle Haushaltungen verschickt werden.

Ferner sind in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten neue Medien hinzugekommen. Im Printbereich sind etwa «der monat» und «LieZeit» zu erwähnen. Radio L beziehungsweise Radio Liechtenstein berichtet laufend über Politik und zu Wahlkampfzeiten werden auch zahlreiche Einzelinterviews und Kandidatenduelle ausgestrahlt. Das Gleiche gilt für den privaten Fernsehsender 1FLTV. Beide Medien agieren politisch unabhängig, wobei 1FLTV gegenüber dem Radiosender den Vorteil aufweist, dass die Politikerinnen und Politiker auch visuell erfahrbar sind. Bei den Wahlen 2013 gaben rund 50 Prozent der Befragten in einer repräsentativen Nachwahlumfrage an, oft oder ab und zu Wahlsendungen von Radio Liechtenstein verfolgt zu haben, rund 60 Prozent solche bei 1FLTV. Die Medien berichten nicht nur zu Wahlkampfzeiten intensiv über Politik. Dies ist auch ein besonderes Merkmal der liechtensteinischen Parteizeitungen.

Politisches Marketing ist allerdings nicht neu, sondern hat seit der Gründung der ersten Parteien eine wichtige Rolle gespielt. Wahl- und Abstimmungskämpfe sind bereits in den 1920er- und 1930er-Jahren mit medialem Einsatz, auch mit Flugblättern und anderen Werbemitteln, betrieben worden. Dies waren in der Regel selbst gesteuerte und kon-