

letzten Jahrzehnte und eine Ableitung, warum Kommunikationsansätze, die bisher ausschließlich in der Privatwirtschaft angewandt wurden, zunehmend auch auf Staaten bzw. deren Regierungen anwendbar sind.

Kapitel 4 erläutert das methodische Vorgehen, insbesondere die Dokumentenanalyse aufgrund der Medienberichterstattung in deutschen Presseagenturen und Printmedien, die für die Zielgruppen der Liechtenstein-Kommunikation stehen. Hierzu wird zum einen der Zeitraum 1. Januar bis 13. Februar 2008 herangezogen, also ein Zeitraum von sechs Wochen vor Ausbruch der „Zumwinkel-Affäre“, um allfällige schwache Signale, die vielleicht Hinweise auf die Krise geben hätten können, aufzuzeigen. Zum anderen wird der Zeitraum 14. Februar bis 31. März 2008 herangezogen, also Beginn der „Zumwinkel-Affäre“, die sich sehr rasch zur „Steueraffäre“ entwickelte, bis zum Übergang in eine neue Phase der internationalen Kommunikation des Fürstentums Liechtenstein. Mit einer kurzen Grobbeschreibung und einem Überblick über die Entwicklungen in der Zeit davor und danach wird der genauer beschriebene Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2008 in den größeren Zeitfluss eingebettet.

Kapitel 5 beschreibt den Verlauf der Steuerdebatte anhand der international-politisch relevanten Ereignisse, stellt diese ebenfalls in den größeren Zusammenhang der hier relevanten Themen und bettet sie in den Zeitfluss ein.

In Kapitel 6 schließlich wird die Diskussion um Steuern, Moral und nationale Interessen in den Medien anhand der Berichterstattung in Nachrichtenagenturen und deutschen Printmedien unter Verwendung der ausgesuchten analytischen Kategorien interpretiert.

Kapitel 7 fasst nochmals die wichtigsten Erkenntnisse zusammen, die diese Master's Thesis zutage gefördert hat und gibt einen Ausblick.