

«Auch die Wahrheit ist ein hochkomplexes Kunstprodukt»

Internationaler Liechtensteiner Presseclub (LPC) – Öffentliche Podiumsveranstaltung im Campo Rin der LGT in Barend

Wahrheit müsse gepflegt werden, «sie ist ein hochkomplexes Kunstprodukt». Mit diesen Aussagen provozierte die Professorin Gertrud Höhler das Publikum an der gestern Abend durchgeführten Podiumsdiskussion. Ihrer Ansicht nach müsse eine Kultur, die vom Vertrauen getragen ist, wiederhergestellt werden.

Adi Lippuner

Eine Professorin, dazu eine bekannte Buchautorin und eine brillante Rhetorikerin, so kann Gertrud Höhler in kurzen Worten beschrieben werden. An der gestern Abend vom Internationalen Liechtensteiner Presseclub (LPC) organisierten und im Campo Rin der LGT in Barend durchgeführten Podiumsdiskussion hielt sie ein vielbeachtetes Einführungsreferat. Mit Schlagzeilen wie «Fürstentum Lügenstein» seien die Menschen in diesem Land mehrmals konfrontiert gewesen. «Manch einer mag sich wünschen, zu einem internationalen Medienthema zu werden. Doch Betroffene können die Melodie, die dann gespielt wird, nicht selbst bestimmen.»

Anonymes Papier

Höhler erinnerte an den Auslöser: ein Papier, ein anonymes noch dazu habe den ganzen Wirbel ausgelöst. Auch wenn der «Spitzer-Bericht» nachher feststellte, dass es keine Geldwäscher-Vereinigung gebe, sei das Bild von Liechtenstein in den anderen Ländern nicht automatisch korrigiert worden. «Die Wahrheit ist für den Gegner uninteressant, denn auch die Wahrheit ist ein hochkomplexes Kunstprodukt. Sie kommt nicht plötzlich an den Tag, sie muss gepflegt werden.»

Mit diesen Aussagen ging die Referentin dazu über, Beispiele und Möglichkeiten von verbesserter Kommunikation aufzuzeigen. «Alle Produkte leben vom emotionalen Mehrwert, der Zusatznutzen kann nur in sehr langer Zeit vermittelt werden.» Zudem werde dazu ein Konzept benötigt. In der Kommunikation könne man davon ausgehen, dass die Erfolgsworte in den Texten der Gegner stehen.

Beispiel «Greenpeace»

Diese These wurde am Beispiel der Umweltorganisation Greenpeace erklärt. «Da gibt es den grossen Ölmulti mit der Muschel als Markenzeichen. Greenpeace ist nun hingegangen, hat die Muschel mit Öl übergossen und in den Mittelpunkt noch Jean d'Arc gestellt. Die Botschaft war klar, es steht eine wehrlose Jungfrau im feindlichen Meer.»

Dieses Beispiel zeige, dass man bei Angriffen über die tri-



Die Professorin Gertrud Höhler bei Einführungsreferat. Auf dem Podium (von links) Wolfgang Burtscher, Intendant ORF-Landesstudio Vorarlberg, Filippo Leutenegger, Chefredaktor SF DRS, und Walter B. Wohlwend, LPC-Präsident. (Bilder: bak)

valen Gesetze der Kommunikation nachdenken müsse. Dabei liege es auf der Hand, dass die Gegner an einer Weiterführung der Skandalgeschichte jedes Interesse haben. «Es muss ein Gewinnspiel eröffnet werden. Es reicht nicht, wenn nur gesagt wird, dass alles in Ordnung ist.» Vielmehr gehe es darum, die

Mängel zu erkennen und neue Glaubwürdigkeiten aufzubauen. Gertrud Höhler verglich dies mit dem Aufbau einer Marke, was ihr dann während der Podiumsdiskussion auch prompt den Vorwurf einbrachte, sie könne ein Land nicht mit einem Unternehmen vergleichen.

«Die Stärken des Landes wurden bisher nicht kommuniziert.» Eigentlich hätte Liechtenstein mit dem gleichen Medienmix, der das Land in die Enge trieb, antworten sollen. Dies allerdings nicht, um sich zu rechtfertigen, sondern um sich in den Köpfen der Menschen auf positive Art festzu-

setzen. «Diese Aussage wurde mit dem Zitat eines Unfallchirurgen untermauert: «Die Heilungszeit einer Unfallwunde beträgt das Sechsfache.» Liechtenstein könne sich ausmalen, wie lange es ohne entsprechende Massnahmen dauern werde, bis das Vertrauen in das Land wiederhergestellt sei.



Gertrud Höhler vermochte die Zuhörer mit ihren Argumenten zu überzeugen.



Gemäss Filippo Leutenegger können sich Liechtenstein, die Schweiz und Österreich ihre Wunden gemeinsam lecken.

Die Sicht von sieben international bekannten Persönlichkeiten

Sechs Journalisten und eine Professorin und Buchautorin beurteilten die Medienkampagne gegen Liechtenstein aus ihrer Sicht.

Filippo Leutenegger



Der Chefredaktor des Fernsehens DRS, Filippo Leutenegger, hat sich unter anderem durch die von ihm geleiteten Diskussionsrunden «Arena» und «Bericht» bei einem breiten Publikum Anerkennung und Popularität verschafft. Leutenegger ging bei seinen Ausführungen vor allem auf das Schweizer Fernsehen ein.

Dr. Bruno Lezzi



Als Beraterin von Wirtschaftspolitik und als Autorin zahlreicher Bücher wie «Hertzsch der Sieger» oder «Wölfin und Wölfen» hat sich Gertrud Höhler einen Namen gemacht. Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation gehören mit zu den zentralen Beratungsbereichen, welche die Professorin in nationalen, internationalen Organisationen und politischen Institutionen einbringt.

zi, gehört seit den achtziger Jahren zur Redaktion der NZZ, wo er auch das Thema Liechtenstein betreut und bearbeitet. Er hat selbst schon vielbeachtete Beiträge über unser Land in der NZZ verfasst. Im Zusammenhang mit der Medienkampagne gegen den Finanzplatz Liechtenstein hat er in der Vergangenheit schon mehrmals dar Stellung bezogen.

Professor Dr. Gertrud Höhler



Als Beraterin von Wirtschaftspolitik und als Autorin zahlreicher Bücher wie «Hertzsch der Sieger» oder «Wölfin und Wölfen» hat sich Gertrud Höhler einen Namen gemacht. Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation gehören mit zu den zentralen Beratungsbereichen, welche die Professorin in nationalen, internationalen Organisationen und politischen Institutionen einbringt.

staltung hat er die Postion der Boulevardpresse vertreten. Als ehemaliger Redaktor der «S



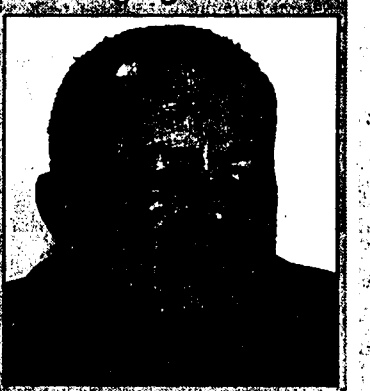
schweizer AZ und des Pressebüros St.Gallen kennt er Liechtenstein aus eigener Erfahrung.

Andreas Schwarz



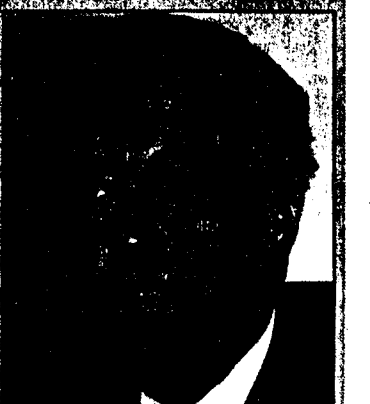
Der stellvertretende Chefredaktor der «Süddeutschen Zeitung» Andreas Schwarz ist ein renommierter Journalist, der in der Schweiz und im Ausland tätig ist. In diesem Jahr hat er in Liechtenstein Zielsetzung einer internationalen Medienkampagne. Die Ursachen sind unter anderem die Wirtschaftskrise in Liechtenstein.

Dr. Wolfgang Burtscher



Der Intendant des ORF-Landesstudios Vorarlberg, Wolfgang Burtscher, hat sich in der Vergangenheit schon mehrmals bei Angriffen auf Liechtenstein um eine gezielte Medienkampagne gehandelt. Im Zweifel...

Gerd Appenzeller



Der stellvertretende Chefredaktor der «Süddeutschen Zeitung» Andreas Schwarz ist ein renommierter Journalist, der in der Schweiz und im Ausland tätig ist. In diesem Jahr hat er in Liechtenstein Zielsetzung einer internationalen Medienkampagne. Die Ursachen sind unter anderem die Wirtschaftskrise in Liechtenstein.