

BERICHT UND ANTRAG
DER REGIERUNG
AN DEN
LANDTAG DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN
BETREFFEND
DIE ZUKÜNFTIGE AUSRICHTUNG
DES LIECHTENSTEINISCHEN RUNDFUNKS (LRF)
UND DIE GEWÄHRUNG EINES LANDESBEITRAGS FÜR DIE JAHRE
2025 BIS 2028

<i>Behandlung im Landtag</i>	
	<i>Datum</i>
Schlussabstimmung	

Nr. 45/2024

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Zusammenfassung	5
Zuständiges Ministerium.....	6
I. BERICHT DER REGIERUNG	7
1. Ausgangslage	7
1.1 Die Entwicklung des Rundfunks in Liechtenstein.....	7
1.2 Auftrag des Landtags zur Erstellung eines Konzepts zur zukünftigen Ausrichtung des LRF	9
2. Medienlandschaft in Liechtenstein	11
2.1 Bedeutung der Medien	11
2.2 Medienangebot	12
2.2.1 Inländische Medien.....	12
2.2.2 Ausländische Medien	13
2.3 Mediennutzung	13
2.3.1 Mediennutzung generell.....	14
2.3.2 Nutzung Liechtensteinischer Rundfunk	15
2.4 Bericht und Antrag zur Anpassung der Medienförderung (2024)	17
2.5 Medienlandschaft stärken	17
3. Grundlagen des öffentlichen Rundfunks.....	18
3.1 Charakteristika des öffentlichen Rundfunks versus private Medien	18
3.2 Gesetzlicher Auftrag gemäss LRFG.....	21
3.2.1 Grundsätze (Art. 5 LRFG).....	21
3.2.2 Versorgungsauftrag (Art. 6 LRFG)	21
3.2.3 Programmauftrag (Art. 7 LRFG)	22
3.2.4 Aufrufe (Art. 8 LRFG).....	24
3.2.5 Gewährleistung der Unabhängigkeit der Mitarbeitenden (Art. 9 LRFG)	25
3.3 Rechtliche Kontrolle über den LRF	25
3.4 Strategische Führung des LRF	26
3.5 Studie zur Medienförderung in Liechtenstein (Puppis/Bürdel 2019).....	27
3.6 Das Europäische Medienfreiheitsgesetz	28

4.	Finanzierung des LRF	29
4.1	Entwicklung des Landesbeitrags und der Werbeeinnahmen	30
4.2	Vergleich mit öffentlich-rechtlichem Rundfunk in der Schweiz, Österreich und Deutschland	33
4.3	Privatisierung des LRF	36
5.	Bestandesaufnahme und Handlungsfelder	38
5.1	Organisationsanalyse	38
5.2	Programmanalyse	40
6.	Zielbild und Konzept für den Liechtensteinischen Rundfunk.....	40
7.	Finanzplanung.....	42
7.1	Grundsätzliche Überlegungen.....	42
7.2	Finanzplanung 2025 bis 2028.....	43
8.	Schlussfolgerung und Antrag.....	47
9.	Verfassungsmässigkeit / Rechtliches.....	48
10.	Auswirkungen auf Verwaltungstätigkeit und Ressourceneinsatz	48
10.1	Neue und veränderte Kernaufgaben	48
10.2	Personelle, finanzielle, organisatorische und räumliche Auswirkungen.....	48
10.3	Betroffene UNO-Nachhaltigkeitsziele und Auswirkungen auf deren Umsetzung	49
10.4	Evaluation.....	49
II.	ANTRAG DER REGIERUNG	50
III.	REGIERUNGSVORLAGE	51

Beilagen:

- Bericht Höranalyse Hans Knobloch (3/2024)
- Zielbild und Konzept des Verwaltungsrats für den Liechtensteinischen Rundfunk (LRF) (04/2024)

ZUSAMMENFASSUNG

Im Rahmen der Behandlung des Bericht und Antrags Nr. 77/2023 zur Sanierung und Neuausrichtung des Liechtensteinischen Rundfunks (LRF) im September 2023 wurde die Regierung vom Landtag beauftragt, «ein Konzept zur zukünftigen Ausrichtung des LRF im Kontext der Medienförderungsanpassungen auszuarbeiten und dem Landtag 2024 vorzulegen». Mit dem vorliegenden Bericht und Antrag kommt die Regierung diesem Auftrag nach.

Die Regierung ist überzeugt, dass es in einer vielfältigen Medienlandschaft neben privaten Medien auch ein öffentlich-rechtliches Medium braucht, das objektiv, unparteilich und ausgewogen über das politische Geschehen berichtet. Der LRF soll eine massgebliche und identitätsstiftende Stimme für Liechtenstein und die grenznahe Region sein. Das Zielbild und Konzept für den LRF sieht vor, dass die Marke «Radio Liechtenstein» Anziehungspunkt und Spiegelbild für alles ist, was in Liechtenstein geschieht. «Radio Liechtenstein» soll im gesellschaftlichen Leben wieder sichtbar werden, indem möglichst viele Menschen aus Liechtenstein am Radio zu hören sind. Der LRF will sich zudem noch klarer als öffentlich-rechtlicher Sender positionieren und das Radioprogramm mit einer entsprechend breiten Auswahl an Themen gestalten. Dabei soll auch in Zukunft an sieben Wochentagen während 24 Stunden ein Programm aus Informationen sowie Service- und Unterhaltungselementen und Musik gesendet werden. Angesichts des Wandels im Medienkonsum wird sich der LRF ständig weiterentwickeln und seine Angebote noch stärker digital ausrichten müssen. Hierfür braucht es qualifizierte Mitarbeitende, welche befähigt sind, Radiosendungen multimedial anzubieten.

Um die Qualität des Programms sicherzustellen, sollen Überwachungskonzepte, vorzugsweise in Zusammenarbeit mit anderen lokalen Medien, entwickelt und eingeführt werden. Hierzu gehört auch eine regelmässige proprietäre Nutzungsforschung, die der Justierung des Programms dient. Als öffentlich-rechtlicher Sender ist sich der LRF seiner besonderen Verantwortung in der Berichterstattung bewusst und kommt seiner gesetzlichen Pflicht nach, in ausserordentlichen Situationen und Notlagen zeitnah zu informieren.

Ein relevanter und unabhängiger öffentlich-rechtlicher Rundfunk setzt eine angemessene, tragfähige und berechenbare Finanzierung voraus. Auf Grundlage des

vorliegenden Konzepts für die zukünftige Ausrichtung des LRF und die damit einhergehende Finanzplanung 2025 bis 2028 beantragt die Regierung beim Landtag, einen vierjährigen Finanzbeschluss über einen Landesbeitrag von jährlich CHF 3'950'000 an den LRF auszurichten. Unter Berücksichtigung der erzielbaren Werbeeinnahmen würde der LRF somit über ein ähnliches Budget verfügen, wie es «Radio L» in seinen erfolgreichen Jahren vor 20 Jahren hatte. Mit einem mehrjährigen Finanzbeschluss soll die Finanzierung des LRF entpolitisiert, finanzielle Planbarkeit geschaffen und damit die Unabhängigkeit des Senders sichergestellt werden.

Mit der Revision des Medienförderungsgesetzes und dem vorliegenden Bericht und Antrag zur zukünftigen Ausrichtung und Finanzierung des LRF soll die Medienlandschaft in Liechtenstein insgesamt, d.h. sowohl die privaten Medien als auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk, gestärkt werden.

ZUSTÄNDIGES MINISTERIUM

Ministerium für Inneres, Wirtschaft und Umwelt

Vaduz, 14. Mai 2024

LNR 2024-757

P

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,
Sehr geehrte Frauen und Herren Abgeordnete

Die Regierung gestattet sich, dem Hohen Landtag nachstehenden Bericht und Antrag betreffend die zukünftige Ausrichtung des Liechtensteinischen Rundfunks und die Gewährung eines Landesbeitrags für die Jahre 2025 bis 2028 zu unterbreiten.

I. BERICHT DER REGIERUNG

1. AUSGANGSLAGE

1.1 Die Entwicklung des Rundfunks in Liechtenstein

«Radio L» erhielt 1994 eine Konzession zur Veranstaltung eines landesweiten Radiosenders und startete am 15. August 1995 nach einer längeren Probephase seinen Betrieb als private Radiostation in Liechtenstein. Hinter «Radio L» stand die Radio-TV AG. Das Privatradio betrieb ein Vollprogramm¹, konnte aber nie die notwendigen Hörerzahlen bzw. Einnahmen erzielen, um kostendeckend betrieben

¹ Unter einem Vollprogramm wird das Programmangebot verstanden, bei dem an sieben Tagen während 24 Stunden unterschiedliche Zielgruppen ein breites Spektrum von Themen, Musik und Formen bedient wird. Im Gegensatz zum Vollprogramm bedient das Spartenprogramm bestimmte Sparten bzw. Themen.

werden zu können. Im November 1999 beschloss der Landtag auf Antrag der Regierung (Bericht und Antrag Nr. 121/1999), einen Landesbeitrag in Höhe von CHF 1'125'000 an die Radio-TV AG für die seit Sendebeginn (15.08.1995) bis Ende 1999 erbrachten programmlichen Leistungen auszurichten. Ab dem Jahr 2000 wurde «Radio L» gestützt auf eine Leistungsvereinbarung mit einem jährlichen Landesbeitrag in der Höhe von CHF 750'000 pro Jahr unterstützt.² Mit dieser Vereinbarung übernahm «Radio L» erstmals Aufgaben im Bereich des Katastrophenschutzes und der Landesversorgung in Not- und Krisenzeiten. Gemäss Bericht und Antrag Nr. 65/2003 erhielt «Radio L» damit de facto den Status eines Landessenders.

«Radio L» konnte in Liechtenstein und dem Rheintal jeden Tag etwa 50'000 Hörerinnen und Hörer aufweisen. Davon stammten ca. 12'000 aus Liechtenstein und 38'000 aus dem Rheintal. Damit war «Radio L» das führende Radio im Rheintal. Trotz dieser starken Stellung zeigte sich aber von Anfang an, dass «Radio L» die laufenden Kosten sowie die Investitionen nicht durch Werbeeinnahmen decken konnte. Die separate Radio L Werbe AG konnte in keinem Jahr ein positives Ergebnis aufweisen. So belief sich der Gesamtaufwand im Jahr 2002 auf CHF 4.5 Mio., wovon durch Werbeeinnahmen CHF 2.2 Mio. gedeckt werden konnte. Die seit der Gründung aufgetretenen Verluste von schätzungsweise CHF 12 Mio. wurden durch private Sponsoren gedeckt. Im Jahr 2003 beschlossen die Gönner, die Zahlungen für «Radio L» per Mitte des Jahres einzustellen. Um eine Schliessung von «Radio L» zu vermeiden, nahm die Regierung Verhandlungen unter der Bedingung des zwischenzeitlichen Weiterbetriebs mit der Radio-TV AG auf.

² Diese Leistungsvereinbarung stützte sich auf das damalige Medienförderungsgesetz. Im Jahr 2006 wurde das Medienförderungsgesetz aus dem Jahr 2000 einer Totalrevision unterzogen und die Möglichkeit zum Abschluss von Leistungsvereinbarungen mit Medien aufgehoben und durch die Instrumente der direkten und indirekten Medienförderung ersetzt.

Per 1. Januar 2004 übernahm das Land Liechtenstein die Aktiven und einen Teil des Personals des bestehenden Radiosenders und brachte diese in die neu geschaffene öffentlich-rechtliche Anstalt «Liechtensteinischer Rundfunk» (LRF) ein. Gleichzeitig wurden die Aufgaben sowie die Finanzierung des Radios mit dem neu geschaffenen Gesetz über den «Liechtensteinischen Rundfunk» (LRFG; LGBl. 2003 Nr. 229) geregelt. In Art. 6 bis 9 des LRFG wurde der öffentlich-rechtliche Auftrag des LRF festgelegt. Seither ist der LRF aufgrund des Gesetzes verpflichtet, ein landesweit empfangbares Radioprogramm unter dem Namen «Radio Liechtenstein» zu veranstalten und zu verbreiten. Gegenüber dem privaten «Radio L» wurde der Gesamtaufwand des LRF um rund CHF 1.4 Mio. auf CHF 3.4 Mio. gesenkt.

Die wirtschaftliche bzw. finanzielle Situation des LRF hat sich insbesondere seit dem Jahr 2016 verschlechtert. Die Gründe für die finanziellen Probleme lagen einerseits in Versäumnissen des Unternehmens selbst (SUISA-Abgaben; Vorsteuerabzug), andererseits in strukturellen Veränderungen des Werbemarkts mit anhaltend sinkenden Werbeeinnahmen. Das Land als Eigner musste in der Folge den Staatsbeitrag erhöhen und mehrfach mit Nachtragskrediten aushelfen. Im Jahr 2023 musste der LRF mit einem Nachtragskredit über CHF 600'000 finanziell saniert werden, damit ein drohender Konkurs abgewendet werden konnte (Bericht und Antrag Nr. 77/2023).

1.2 Auftrag des Landtags zur Erstellung eines Konzepts zur zukünftigen Ausrichtung des LRF

Im Rahmen der Sanierung des LRF beschloss der Landtag im September 2023, das Dotationskapital herabzusetzen und einen Nachtragskredit von CHF 600'000 zu sprechen. Grund für die finanzielle Schieflage des LRF waren sinkende Werbeeinnahmen, welche im Jahr 2023 noch 15% der Gesamteinnahmen ausmachten. Das Geschäftsjahr 2023 konnte dank Nachtragskredit mit einem ausgeglichenen Ergebnis (Gewinn von CHF 4'000) abgeschlossen werden. Für das Jahr 2024 wurde

im Rahmen der Behandlung des Voranschlags durch den Landtag im November 2023 für den LRF ein Landesbeitrag über CHF 3'343'000 genehmigt. Dies entspricht einer Erhöhung gegenüber dem ordentlichen Landesbeitrag des Jahres 2023 (CHF 2'660'000 exkl. Nachtragskredit) von CHF 683'000. Das Gesamtbudget 2024 weist mit Erträgen in Höhe von rund CHF 3'865'000 (davon CHF 3'343'000 Landesbeitrag) und Aufwendungen von CHF 3'723'000 einen Ertragsüberschuss von CHF 142'000 aus. Aufgrund der nach wie vor tiefen Eigenkapitalausstattung des LRF muss dieser budgetierte Gewinn zur Wiederherstellung bzw. Stärkung des Dotationskapitals verwendet werden und steht dem Sender somit nicht zur freien Verfügung.

Anlässlich der Diskussion des Landtags zur Sanierung und Neuausrichtung des LRF im September 2023 wurde die im Bericht und Antrag Nr. 77/2023 aufgezeigte Option der Schliessung des LRF vom Landtag nicht in Erwägung gezogen. Der Landtag genehmigte einen erhöhten Landesbeitrag für das Jahr 2024, um die sinkenden Werbeeinnahmen zu kompensieren. Gleichzeitig fanden die Anträge der Regierung, ein Werbeverbot für den LRF umzusetzen sowie zusätzliche finanzielle Mittel für den Ausbau eines Multimediaangebots bereitzustellen keine Unterstützung im Landtag. Ebenfalls fand der Antrag der VU-Fraktion zur Prüfung einer Privatisierung des Radiosenders keine Mehrheit. Hingegen wurde die Regierung vom Landtag beauftragt, «ein Konzept zur zukünftigen Ausrichtung des LRF im Kontext der Medienförderungsanpassungen auszuarbeiten und dem Landtag 2024 vorzulegen». Mit dem vorliegenden Bericht und Antrag kommt die Regierung diesem Auftrag nach.

2. MEDIENLANDSCHAFT IN LIECHTENSTEIN

2.1 Bedeutung der Medien

Medien berichten über aktuelle lokale, nationale als auch internationale Ereignisse und Entwicklungen, kommentieren diese und stellen Plattformen für den Meinungsaustausch dar. Sie nehmen relevante gesellschaftliche Themen auf, informieren und diskutieren politische Entscheidungen, ordnen diese ein und schaffen damit gemeinsame Resonanzräume. Sie prägen und gestalten damit massgeblich die öffentliche Meinungsbildung. Starke Medien sind daher unabdingbar für eine funktionierende Demokratie.

Durch ihre Informationsfunktion stellen Medien Öffentlichkeit her und sorgen dafür, dass die Bevölkerung an gesellschaftlichen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Prozessen teilnehmen kann. Als sogenannte vierte Gewalt kontrollieren sie staatliches Handeln und üben eine wichtige Kritikfunktion aus. Damit ist jedoch die Verantwortung verbunden, die journalistische Sorgfalt wahrzunehmen und sich insbesondere der Objektivität, Wahrheitstreue und Sachlichkeit sowie der Prüfung der Quellen zu verpflichten. Damit ein breites Spektrum von Themen (Agenda-Setting) aus unterschiedlichen Blickwinkeln abgebildet und einem Missbrauch von Meinungsmacht vorgebeugt werden kann, braucht es mehrere voneinander unabhängige Medien, die in einem gegenseitigen journalistischen Wettbewerb stehen. Dies bietet auch am ehesten Gewähr dafür «Fehlinformation» und «Desinformation» zu begegnen, die ein grosses Risiko für den gesellschaftlichen Zusammenhalt sowie die Legitimation von demokratischen Abstimmungen und Wahlen darstellen.

2.2 Medienangebot

2.2.1 Inländische Medien

2.2.1.1 Private Medien

Aktuell bestehen im inländischen **Printsektor** neben den Erzeugnissen des Vaduzer Medienhauses («Liechtensteiner Vaterland», «Wirtschaft regional», «Liewo») die monatlich erscheinende «lie:zeit» vom Zeit-Verlag sowie verschiedene Magazine. Als reines **Online-Medium** hat sich seit März 2023 der «Landesspiegel» etabliert. Im **Rundfunkbereich** besteht das Angebot «1FLTV» der Media 1 Service. Aktuell erhalten das Vaduzer Medienhaus, die Media 1 Service und der Zeit-Verlag Medienförderung gemäss Medienförderungsgesetz.

Mit der Einstellung der ältesten liechtensteinischen Tageszeitung, dem «Liechtensteiner Volksblatt», im März 2023 hat die liechtensteinische Medienlandschaft eine Zäsur erfahren. Die Konkurrenz und damit auch die gegenseitige Kontrollfunktion zwischen den beiden Leitmedien «Liechtensteiner Volksblatt» und «Liechtensteiner Vaterland» ist damit verloren gegangen.

2.2.1.2 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (Service Public)

Der LRF ist das einzige Medium in Liechtenstein mit einem öffentlich-rechtlichen Auftrag (siehe Kapitel 3). Der LRF gewährleistet mindestens ein landesweit empfangbares Radioprogramm unter dem Namen «Radio Liechtenstein». Der LRF versorgt die Hörer und Hörerinnen mit einem lokalen und regionalen Programm unter besonderer Berücksichtigung von Inhalten mit Bezug zu Liechtenstein. Dabei wird die Einhaltung des Grundsatzes der Meinungsfreiheit, Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung sowie die Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit der Programme unter Berücksichtigung aller gesellschaftspolitischen Bereiche sowie die Unabhängigkeit von Personen und Organen des LRF gewährleistet. Darüber

hinaus bietet der LRF Online-Angebote an, die das Radioprogramm ergänzen und vertiefen. Im Krisen- und Katastrophenfall stellt der LRF die notwendige und zweckdienliche Sendezeit kostenlos zur Verfügung.

2.2.2 Ausländische Medien

Für Liechtenstein bzw. die liechtensteinische Bevölkerung relevant sind selbstverständlich auch ausländische Medien. Wie in Kapitel 2.3 aufgezeigt wird, werden ausländische Fernsehsender (SRF, ORF, ARD etc.) in Liechtenstein zu Newszwecken häufig gesehen. 28% der Befragten einer Umfrage des Liechtenstein-Instituts³ schauen täglich einen (oder mehrere) ausländische Fernsehsender, um Nachrichten zu konsumieren. Auch ausländische Radiosender sind in Liechtenstein als Newsquelle beliebt. Häufig werden ausserdem Inhalte auf Videoplattformen wie «YouTube» konsumiert, um sich zu informieren.

Eine regelmässige Berichterstattung über Liechtenstein gewährleisten die ausländischen Medien nicht. Ein ausländisches Medienunternehmen wird diese Aufgabe aufgrund der Kleinheit des Marktes in Liechtenstein und der damit einhergehenden ökonomischen Risiken auch nicht übernehmen. Wie bereits festgehalten, ist jedoch die nationale bzw. lokale Berichterstattung über Liechtenstein unerlässlich, um das Informationsbedürfnis der Bevölkerung zu befriedigen.

2.3 Mediennutzung

Im Auftrag der Regierung führte das Liechtenstein-Institut eine Studie über die Haltung der Bevölkerung zu Medien und zum Mediennutzungsverhalten in Liechtenstein durch.⁴ Die empirische Basis dieser Studie bildet eine Online-Befragung

³ Milic, Thomas; Rochat, Philippe; Meier, Julian (2024): Mediennutzung und Informationsverhalten in Liechtenstein; Liechtenstein-Institut, Gamprin-Bendern, S. 4.

⁴ a.a.O.

der ständigen Wohnbevölkerung Liechtensteins zwischen 16 und 79 Jahren, die vom 27. September bis zum 15. November 2023 erfolgte. Eine ähnliche Umfrage wurde bereits 2018 durchgeführt, sodass die Entwicklung der letzten fünf Jahre aufgezeigt werden kann.

2.3.1 Mediennutzung generell

Was die Nutzungshäufigkeit von Printergebnissen anbelangt, so steht die kostenlos an alle Haushalte verteilte Sonntagszeitung «Liewo» des Vaduzer Medienhauses an erster Stelle. Gefolgt vom «Liechtensteiner Vaterland» und der «lie:zeit». Rund 40% der Bevölkerung zählen zur Stammleserschaft des «Liechtensteiner Vaterlands» als einzig verbliebene Tageszeitung, wobei die Leserschaft aus allen parteipolitischen Lagern stammt. Erhebliche Unterschiede gibt es indessen beim Alter: Während 56% aller über 65-Jährigen angeben, keine Printausgabe des «Liechtensteiner Vaterland» auszulassen, sind es bei den 16 bis 25-jährigen gerade noch 3%.

Im Vergleich zu 2018 sind die Reichweiten der drei genannten drei Printmedien («Liewo», «Vaterland» und «lie:zeit») zurückgegangen. Insbesondere hat die Zahl jener, die diese nie zur Hand nehmen, merklich zugenommen. Die rückläufigen Leserzahlen der Printausgabe des «Vaterlands» sind angesichts der Tatsache, dass das «Volksblatt» eingestellt wurde, bemerkenswert. Dass sich der Wegfall des «Volksblatts» nicht in steigenden Leserzahlen der verbliebenen Tageszeitung niedergeschlagen hat, liegt jedoch möglicherweise an der hohen Zahl von Doppela-bonnements vor 2023.

Bei der Nutzungshäufigkeit der weiteren audiovisuellen Medien zu Newszwecken liegen ausländische Fernseh- und Radiosender vorne. Gefolgt von Videoplattformen, ausländischen Newsportalen, «Radio Liechtenstein», «Vaterland» Online, Internetangeboten ausländischer Zeitungen, «1FLTV» und Podcasts. Vergleiche mit

den Zahlen der Umfrage von 2018 können nur bedingt angestellt werden, da 2018 nach der generellen Nutzung, 2023 nach der Nutzung zu Newszwecken gefragt wurde.

Soziale Medien sind mittlerweile aus dem Alltag vieler Menschen nicht mehr wegzudenken. Zwei Drittel der Befragten nutzen soziale Medien. Während in der jüngsten Altersklasse (16 bis 25 Jahre) 94% soziale Medien nutzen, sind es je älter desto weniger. So nutzen noch 35% der 66 bis 79-Jährigen soziale Medien wie «Facebook», «X» (vormals «Twitter») etc. Zu Newszwecken (nicht zu Unterhaltungszwecken) werden am häufigsten Kanäle von Einzelpersonen (Blogger, Meinungsmacher etc.) genutzt, Social Media-Kanäle von liechtensteinischen Medien folgen mit 35% an zweiter Stelle.

2.3.2 Nutzung Liechtensteinischer Rundfunk

Die Ergebnisse der Studie in Bezug auf den LRF können wie folgt zusammengefasst werden:

Die Zahl der Hörerinnen und Hörer von «Radio Liechtenstein» sind seit 2018 in der Summe im Grossen und Ganzen stabil geblieben. Etwas weniger als ein Fünftel (18%) der Befragten hört, gemäss eigenen Angaben, täglich «Radio Liechtenstein», während 21% mehrmals die Woche Reinhören. Weitere 28% gehören einige Male zur Hörerschaft. Die Altersstruktur der Hörerschaft ist mit jener anderer Medien kaum vergleichbar. Zwar hören Junge den Sender seltener und weniger intensiv als Ältere. Aber die Unterschiede zwischen Jung und Alt sind nicht derart gross wie bei den sozialen Medien und lösen sich in der Altersgruppe ab Mitte Zwanzig zunehmend auf. Sodann ist die Nutzung des Radiosenders keine Bildungsfrage, wenn gleich er von Personen mit Tertiärbildung weniger intensiv gehört wird als von jenen mit beruflicher Grundausbildung.

Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird in der Regel mehr Vertrauen geschenkt als privaten Rundfunkanstalten. Wenn gefragt wird, welchen drei Informationsquellen Befragte am ehesten vertrauen, wenn es um Nachrichten und Informationen zum Geschehen in Liechtenstein und in der Welt geht, so wurde von den Medien die inländisch gedruckte Presse am häufigsten genannt, gefolgt von «Radio Liechtenstein», ausländischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und «1FLTV».

Auf die Frage, wie wichtig ein liechtensteinischer Radiosender für die hiesige Medienlandschaft ist, antworteten 43% mit «wichtig» bzw. «sehr wichtig». 46% waren gegenteiliger Meinung («weniger wichtig»: 22%; «unwichtig»: 24%). 11% hatten hierzu keine Meinung oder waren sich nicht sicher. Der Graben zwischen «Befürwortenden» und «Ablehnenden» verläuft dabei nicht zwischen Bildungs-, Einkommens- oder Altersklassen, sondern am ehesten zwischen Parteianhängerschaften.

Bei der Stammhörerschaft erzielt «Radio Liechtenstein» hohe Qualitätswerte. Im Vergleich zu 2018 haben die entsprechenden Qualitätswerte jedoch überall, d.h. bei allen Medien, etwas abgenommen. Auch ist die Stammhörerschaft von «Radio Liechtenstein» mehrheitlich der Ansicht (58%), ihr Stammmedium berichte ausgewogen und bevorzuge keine der beiden Grossparteien. 72% der Stammhörerschaft und 46% aller Befragten betrachten «Radio Liechtenstein» als bedeutsam für den öffentlichen Diskurs.

Bezüglich Finanzierung gehen die Meinungen auseinander. 2018 wurde in einer Umfrage des Liechtenstein-Instituts gefragt, ob man es richtig finde, dass der Staat den öffentlich-rechtlichen Radiosender mitfinanziere. Eine Mitfinanzierung begrüßten damals rund 60% der Befragten. Eine vollständige Finanzierung wird heute von 46% gutgeheissen. Eine relative Mehrheit (25%) ist für den Status quo. Eine Minderheit von 18% könnte sich eine Beitragserhöhung vorstellen, während

14% eine Senkung wollen. Etwa ein Fünftel (21%) hält indessen eine Abschaffung des Staatsbeitrags für richtig, während ein weiteres Fünftel (21%) hierzu keine (klare) Haltung hat. Die Haltungen zur zukünftigen Entwicklung des Staatsbeitrags sind seit 2018 relativ stabil.

2.4 Bericht und Antrag zur Anpassung der Medienförderung (2024)

Im Mai 2024 hat die Regierung den Bericht und Antrag zur Abänderung des Medienförderungsgesetzes und des Mediengesetzes verabschiedet (Bericht und Antrag Nr. 46/2024). Schwerpunkte der Vorlage sind der Erhalt und die Förderung der Medienvielfalt sowie der journalistischen Qualität. Folglich soll der Umfang der Medienförderung erweitert und insbesondere kleinere Medien stärker unterstützt werden, um so einer Medienkonzentration entgegenzuwirken. Zudem sollen im Zuge der Digitalisierung elektronische Medien besonders gefördert und Anreize für neue innovative Medienunternehmen geschaffen werden. Schliesslich ist vorgesehen, die Transparenzvorschriften für Medienunternehmen zu erhöhen, diese einem anerkannten Journalistenkodex zu unterwerfen und die Bestellung der Medienkommission zu entpolitisieren. Das Medienförderungsgesetz findet ausschliesslich auf private Medien Anwendung; der Landesbeitrag für den LRF wird dagegen auf der Grundlage des Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk (LRFG) ausgerichtet.

2.5 Medienlandschaft stärken

Im Rahmen der Behandlung des Bericht und Antrags Nr. 77/2023 wurde die Regierung durch den Landtag beauftragt, ein Konzept zur zukünftigen Ausrichtung des LRF im Kontext der Medienförderungsanpassungen auszuarbeiten und dem Landtag 2024 vorzulegen.

Mit der Revision des Medienförderungsgesetzes und dem vorliegenden Bericht und Antrag zur zukünftigen Ausrichtung und Finanzierung des LRF soll die

Medienlandschaft in Liechtenstein insgesamt, d.h. sowohl die privaten Medien als auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk, gestärkt werden. Mit der vorgeschlagenen Erhöhung der Medienförderung sollen die privaten Medien insgesamt rund 70% mehr an Medienförderung erhalten. Gleichzeitig soll auch der Landesbeitrag für den LRF um rund 20% gegenüber dem Vorjahr erhöht werden.

Der fortschreitende Umbruch in der Medienlandschaft macht eine stärkere Förderung durch den Staat erforderlich, um zukünftig die Medienvielfalt und Qualitätsjournalismus zu gewährleisten. Die Förderung der Medien unterstützt die kulturelle Identität und Vielfalt in Liechtenstein. Lokale Medien spielen eine entscheidende Rolle dabei, kulturelle Besonderheiten zu bewahren und zu fördern. Die Medien in Liechtenstein erfüllen somit insbesondere auch eine identitätsstiftende Rolle.

Der vorliegende Bericht und Antrag ist neben der Revision des Medienförderungsgesetzes ein wichtiger Schritt, um die Medienvielfalt, den Meinungspluralismus und die freie Meinungsbildung in Liechtenstein zu erhalten und zu stärken.

3. GRUNDLAGEN DES ÖFFENTLICHEN RUNDFUNKS

3.1 Charakteristika des öffentlichen Rundfunks versus private Medien

Im April 2024 wurde von Prof. Dr. iur. Patricia Schiess Rütimann eine rechtsvergleichende Studie zur Finanzierung des öffentlichen Rundfunks in Liechtenstein, der Schweiz, Österreich und Deutschland publiziert.⁵

⁵ Schiess Rütimann, Patricia M., Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Ein Rechtsvergleich zwischen Liechtenstein, der Schweiz, Österreich und Deutschland mit ergänzenden Ausführungen zur Medienförderung Liechtensteins. Editions Weblaw, Bern 2024 (nachfolgend Studie Schiess 2024).

Die Studie zeigt auf, dass sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk – im Unterschied zu privaten Medien – durch einen Programmauftrag, die Verpflichtung auf Neutralität, Ausgewogenheit und Vielfalt, den Verzicht auf eine Bezahlschranke, fehlendes Login bzw. Tracking, eine gesicherte (Basis-) Finanzierung und Transparenz kennzeichnet.

Die Unterschiede zwischen dem LRF als öffentlich-rechtliches Medium einerseits und privaten Medien andererseits können anhand der Kategorien (i.) Auftrag, (ii.) Organe und Finanzen (iii.) sowie (iv.) Unabhängigkeit wie folgt aufgezeigt werden:

Auftrag

LRF	Private Medien
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (ÖRR) soll einer anderen Logik folgen als derjenigen der Einschaltquoten.	Müssen sich an den Interessen von Publikum, Werbenden und Eigentümerschaft orientieren.
Politische Neutralität, Ausgewogenheit, Vielfalt.	(Gesellschafts-)politische Ausrichtung zulässig. Fokussierung auf ein bestimmtes Zielpublikum zulässig.
<i>Programmauftrag (Art. 7 LRFVG):</i> «Wiedergabe und Vermittlung von [...] Kommentaren, Standpunkten und kritischen Stellungnahmen unter angemessener Berücksichtigung der Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen».	<i>Medienförderung nur, wenn:</i> «Nachrichten, Analysen, Kommentare und Hintergrundinformationen zu politischen Themen und Ereignissen in FL» (Art. 4 Abs. 1 MFG).
Keine Bezahlschranke.	Verschiedene Abonnementsformen zulässig.
Kein Login. Kein Tracking.	Bindung an das DSGVO (Art. 16 MedienG). Geringer Schutz v.a. wenn Nachrichten im Internet oder auf Social Media konsumiert.

Organe und Finanzen

LRF	Private Medien
Eigentümer ist das Land.	Eigentümerschaft darf ausländisch sein (Art. 10 Abs. 1 Bst. a MedienG); kann jederzeit ändern.
Organe des LRF durch das Gesetz vorgegeben.	Eigentümerschaft muss bekanntgegeben werden (insb. Art. 12 MedienG).
Finanzielle Ausstattung steht dank Landesbeitrag fest.	Die Mittel müssen fortlaufend erwirtschaftet werden.
Gewinn bleibt im LRF (Art. 34 Abs. 2 LRFG), Verluste trägt das Land.	Gewinn darf an die Eigentümerinnen und Eigentümer gehen. Verlust geht zulasten der Eigentümerinnen und Eigentümer.
Rechenschaftspflicht (Art. 35 LRFG).	Keine Rechenschaftspflicht.

Unabhängigkeit

LRF	Private Medien
Zusammenarbeit mit Dritten und Auslagerung von Aufgaben eingeschränkt (Art. 4 Abs. 3 und Art. 9 Abs. 2 LRFG).	Zusammenarbeit mit Dritten und Auslagerung von Aufgaben auch ins Ausland zulässig.
Schutz der Mitarbeitenden vor Regierung und Landtag: Einstellung und Kündigung nur durch Organe des LRF.	Einfluss der Eigentümerschaft auf Personalentscheide zulässig.
Freiheit der Journalistinnen und Journalisten gegenüber der Redaktion (Art. 9 Abs. 1 LRFG).	der Journalistinnen und Journalisten müssen die grundlegende Richtung des Mediums einhalten (Art. 20 und 23 MedienG).
Unvereinbarkeiten (Art. 26 LRFG) mit anderen Funktionen.	Politische Betätigung zulässig.

Tabelle 1: Unterschiede zwischen LRF und privaten Medien (Eigene Darstellung in Anlehnung an Präsentationsfolien zu Studie Schiess 2024)

Für alle Medien in Liechtenstein hingegen identisch, unabhängig davon ob diese öffentlich-rechtlich oder privat sind, ist der Schutz der Medienfreiheit (Art. 10 EMRK; Art. 40 LV; Art. 3 MedienG), der Schutz des Redaktionsgeheimnisses (Art. 19 MedienG) sowie die Möglichkeit von Privaten, Beschwerde zu erheben, falls ihre Rechte durch Medienbeiträge verletzt werden. Ebenfalls sind alle Medien zu journalistischer Sorgfalt verpflichtet (Art. 7 MedienG). Dazu gehören die Trennung

von Berichterstattung und Kommentar, die Wahrheitstreue und Sachlichkeit, die gründliche Prüfung und die Richtigstellung falsch wiedergegebener Tatsachen.

3.2 Gesetzlicher Auftrag gemäss LRFG

Seit der Übertragung der Aktiven und des Personals in eine öffentlich-rechtliche Anstalt hat der LRF gesetzliche Aufträge zu erfüllen. Diese sind in den Art. 6 ff. LRFG geregelt. Art. 5 LRFG hält zudem einleitend die generellen Grundsätze in Zusammenhang mit dem gesetzlichen Auftrag fest.

3.2.1 Grundsätze (Art. 5 LRFG)

Der LRF hat bei Erfüllung seines Auftrages gemäss Art. 5 LRFG die Sicherung der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Berücksichtigung der Meinungsvielfalt und die Ausgewogenheit der Programme sowie die Unabhängigkeit von Personen und Organen des LRF, die mit der Besorgung seiner Aufgaben betraut sind, zu gewährleisten.

3.2.2 Versorgungsauftrag (Art. 6 LRFG)

Der Versorgungsauftrag definiert gerade in Staaten mit schwieriger Topografie, Art und Umfang der medialen Grundversorgung (siehe Bericht und Antrag Nr. 65/2003, S. 34). Der LRF muss ein mindestens landesweit im Siedlungsgebiet empfangbares Radioprogramm anbieten. Neben der Aufbereitung der Programminhalte ist der LRF somit auch für die Verbreitung des Radios zuständig. Dies bedeutet, dass der LRF über die notwendigen Sendeanlagen verfügen oder diese von Dritten mieten muss. Aufgrund der Topografie Liechtensteins mit den Gemeinden im Tal- und im Berggebiet, inklusive Steg und Malbun, ist dies eine spezielle Herausforderung für eine kleine Rundfunkanstalt, zumal ein hochwertiger Empfang auf dem gesamten Landesgebiet gefordert wird.

Aufgrund der technischen Möglichkeiten geht das heutige Empfangsgebiet des LRF deutlich über die Grenzen Liechtensteins hinaus. Zur Hörerschaft des LRF in der Schweiz gehören gemäss Messungen der Mediapulse AG für Medienforschung im Jahr 2023 ca. 11'000 Hörerinnen und Hörer. Aktuelle Hörerdaten für Liechtenstein liegen derzeit nicht vor, sollen jedoch in Zukunft wieder erhoben werden.

Das Programm wird neben UKW und DAB+ auch über diverse Internetradio-Plattformen (Streaming) sowie einen eigenen Webplayer angeboten. Der Sender ist weltweit über Live-Stream empfangbar und über das Internet jederzeit verfügbar.

Der LRF ist neben dem Kernauftrag zudem berechtigt, weitere Radioprogramme oder Online-Angebote zu veranstalten und im In- und Ausland zu verbreiten. Ebenfalls ist der LRF berechtigt, ein landesweit empfangbares Fernsehprogramm zu veranstalten und zu verbreiten. Teilweise wird dies bereits umgesetzt (eingeschränkte Online-Angebote, Verbreitung Radioprogramm im Ausland). Auf die Veranstaltung eines Fernsehprogramms wurde aber bislang verzichtet. Gemäss Bericht und Antrag Nr. 65/2003 war ursprünglich die Integration des Landeskanals in den LRF angedacht. Eine solche Integration ist aber nie erfolgt. Im Rahmen der Online-Angebote wären zudem zusätzliche Videoangebote mit ausgeprägt liechtensteinischen Inhalten in Zukunft durchaus von Interesse. Die finanziellen Ressourcen erlauben solche Angebote derzeit jedoch nicht.

3.2.3 Programmauftrag (Art. 7 LRFG)

Der Programmauftrag des LRF wird im LRFG sehr detailliert geregelt und ebenso breit angelegt. Der Aufgabenbereich wurde dabei vom Gesetzgeber in zwei Bereiche unterteilt. Zum einen in Pflichten, denen in jedem Fall nachzukommen ist und zum anderen in Aufträge, denen angemessene Berücksichtigung in redaktionellen Beiträgen im Rahmen des praktisch Möglichen beizumessen ist.

Zu den unabdingbaren Pflichten des LRF gehören folgende Aufgaben:

- Objektive und umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen (Abs. 1 Bst. a). Damit hat der LRF ein umfassendes Informationsangebot anzubieten.
- Förderung des Verständnisses für alle Fragen des friedlichen demokratischen Zusammenlebens (Abs. 1 Bst. b). D.h. der LRF hat staatsbürgerliche Informationen zu erbringen.
- Die Darbietung von Unterhaltung (Abs. 1 Bst. c): Dass «Radio Liechtenstein» nicht ein reiner Informationssender sein soll, wurde seitens des Gesetzgebers explizit festgehalten, indem die Darbietung von Unterhaltung als Pflichtaufgabe festgeschrieben wurde. Deshalb soll neben Informationen Musik und dergleichen Teil des Programms sein. Das Unterhaltungsprogramm soll dabei mehrheitsfähig sein.

Neben den Pflichtaufgaben, die jederzeit einzuhalten sind, muss der LRF verschiedene Bereiche angemessen berücksichtigen (Art. 7 Abs. 2). Diese Bereiche umfassen Kultur, Sport, Umwelt- und Konsumentenschutz, Förderung des gegenseitigen Verständnisses und von Toleranz. Zudem sollen die Anliegen aller Altersgruppen, der Familien und Kinder sowie die Gleichberechtigung der Geschlechter, die Anliegen behinderter Menschen, religiöse Fragen sowie die Volks- und Jugendbildung berücksichtigt werden.

Der LRF soll bei seinem Auftreten jederzeit klar als Landessender identifiziert werden können und sich von privaten Radios in Inhalt und Auftritt differenzieren (Art. 7 Abs. 4).

Der LRF soll zudem bei allen Inhalten und Produktionen auf die kulturelle Eigenart, die Geschichte und die politische und kulturelle Eigenständigkeit Liechtenstein Bedacht nehmen (Art. 7 Abs. 5).

Auch für die Informationssendungen hat der Gesetzgeber Vorgaben geschaffen (Art. 7 Abs. 6). So soll in den Informationssendungen eine objektive Auswahl und Vermittlung von Informationen stattfinden, besondere Berücksichtigung soll dabei die Berichterstattung über die Landtagssitzungen finden. Zudem sollen für die Allgemeinheit wesentliche Kommentare, Standpunkte und kritische Stellungnahmen unter Berücksichtigung der Vielfalt der im öffentlichen Leben vertretenen Meinungen wiedergegeben werden.

Abschliessend hat der LRF bei Nachrichtensendungen die Amtssprache in ihrer Standardform zu verwenden (Art. 7 Abs. 7). Die Mitarbeitenden des LRF sind den Zielen des Programmauftrags verpflichtet und haben an dessen Erfüllung aktiv mitzuwirken (Art. 7 Abs. 8).

3.2.4 Aufrufe (Art. 8 LRFG)

Neben den inhaltlichen Vorgaben des Gesetzgebers ist der LRF auch verpflichtet, jederzeit und kostenlos notwendige Sendezeit in folgenden Fällen zur Verfügung zu stellen:

- Für Landes- und Gemeindebehörden in Krisen- und Katastrophenfällen und andere wichtige Meldungen für die Allgemeinheit. Dies können Ereignisse wie Naturkatastrophen sein, aber auch Fahndungsaufrufe (Art. 8 Bst. a).
- Für Private in begründeten und dringenden Notfällen zur Vermeidung von erheblichen Gefahren für Gesundheit und Leben von Menschen (Art. 8 Bst. b).

Zur Erfüllung dieses Auftrages nutzt der LRF redundante Sendeanlagen und es besteht ein eigenständiges Notsendestudio mit eigener UKW-Infrastruktur im Landesführungsraum in Vaduz. Sämtliche Anlagen werden laufend unterhalten und überprüft. Zudem besteht ein 24h-Pikett-Dienst zur Ausführung dringlicher Aufträge.

3.2.5 Gewährleistung der Unabhängigkeit der Mitarbeitenden (Art. 9 LRFG)

Das LRFG sieht vor, dass der LRF die journalistische Unabhängigkeit seiner Mitarbeitenden jederzeit gewährleisten muss. Die Mitarbeitenden dürfen nicht dazu angehalten werden, etwas abzufassen oder zu verantworten, was der Freiheit der journalistischen Berufsausübung widerspricht. Aus einer gerechtfertigten Weigerung darf ihnen kein Nachteil entstehen (Art. 9 Abs. 1).

Dieses Recht auf Unabhängigkeit ist aber auch eine Pflicht der Mitarbeitenden des LRF. Sie beinhaltet die Unabhängigkeit von Staats- und Parteieinfluss, Unabhängigkeit von anderen Medien jeglicher Art und von politischen und wirtschaftlichen Lobbys (Art. 9 Abs. 2).

Der LRF ist damit das einzige Medium, welches eine gesetzliche Pflicht zur Unabhängigkeit hat. Dies bedeutet nicht, dass die anderen Medien nicht auch unabhängig berichten, allerdings ist dies einzig für den LRF ausdrücklich gesetzlich geregelt und kann auch rechtlich eingeklagt werden.

3.3 Rechtliche Kontrolle über den LRF

Die rechtliche Kontrolle über den LRF obliegt gemäss Art. 42 LRFG der Medienkommission. Die Medienkommission entscheidet über die Verletzung von Bestimmungen des LRFG aufgrund von Beschwerden einer natürlichen Person (Art. 43, Abs. 1 Bst. a) oder eines Unternehmens (Art. 43 Abs. 1 Bst. b). Daneben entscheidet die Medienkommission über die Verletzung von Bestimmungen des LRFG

aufgrund von Anträgen des Landtags oder der Regierung sowie von mindestens zweier Mitglieder des Verwaltungsrats (Art. 43 Abs. 4).

3.4 Strategische Führung des LRF

Für die öffentlichen Unternehmen ist neben den jeweiligen Spezialgesetzen das Gesetz über die Steuerung und Überwachung öffentlicher Unternehmen (ÖUSG) vom 1. Januar 2010 massgebend. Im ÖUSG werden jene Themenbereiche festgehalten, welche für alle öffentlichen Unternehmen gleich geregelt und somit als übergeordnet betrachtet werden können. Dazu gehören beispielsweise die Wahl und Abberufung von Mitgliedern der strategischen Führungsebene, Unvereinbarkeitsbestimmungen, Strategieprozess, Auskunftsrecht der Regierung und Transparenzanforderungen.

In Kombination mit den gesetzlichen Vorgaben bilden die Eigner- oder Beteiligungsstrategien die Leitplanken für die strategische Ausrichtung der öffentlichen Unternehmen. Nebst den strategischen Zielen beinhalten die Eigner- oder Beteiligungsstrategien auch Vorgaben zur Geschäftstätigkeit. Die Vorgaben sind für die strategische und operative Führungsebene verbindlich. Die Festlegung der Eigner- oder Beteiligungsstrategie ist eines der wichtigsten Steuerungsinstrumente, welches der Regierung zur Wahrnehmung ihrer Oberaufsicht zur Verfügung steht und bildet neben dem Zweckartikel im jeweiligen Spezialgesetz einen wesentlichen Bestandteil der strategischen Vorgaben.

Gemäss Eignerstrategie vom 30. Januar 2024 deckt der LRF den öffentlich-rechtlichen Versorgungsauftrag ab und positioniert sich als führendes Medium aus der Region für die Region mit Fokus Liechtenstein. Der LRF gewährleistet mindestens ein landesweit empfangbares Radioprogramm unter dem Namen «Radio Liechtenstein». Der LRF versorgt die Hörerinnen und Hörer mit einem lokalen und regionalen Programm unter besonderer Berücksichtigung von Inhalten mit Bezug zu

Liechtenstein. Dabei wird die Einhaltung des Grundsatzes der Meinungsfreiheit, Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung sowie die Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit der Programme unter Berücksichtigung aller gesellschaftspolitischen Bereiche sowie die Unabhängigkeit von Personen und Organen des LRF gewährleistet. Im Krisen- und Katastrophenfall stellt der LRF die notwendige und zweckdienliche Sendezeit kostenlos zur Verfügung und kooperiert diesbezüglich eng mit der öffentlichen Verwaltung, insbesondere dem Amt für Bevölkerungsschutz.

3.5 Studie zur Medienförderung in Liechtenstein (Puppis/Bürdel 2019)

Im Auftrag der liechtensteinischen Regierung hat die Universität Fribourg im 2019 eine Studie zur künftigen Ausgestaltung der Medienförderung in Liechtenstein verfasst (Studie Puppis/Bürdel 2019). Die Studie diente als Grundlage für die Postulatsbeantwortung der Regierung an den Landtag des Fürstentums Liechtenstein betreffend Medienförderung (Nr. 66/2019). Neben allgemeinen Fragen der Medienförderung hat die Studie den Auftrag des LRF erörtert und Empfehlungen zur künftigen Ausgestaltung und zur Finanzierung des öffentlichen Rundfunks in Liechtenstein formuliert.

Hinsichtlich der künftigen Ausgestaltung des LRF wird in der Studie Puppis/Bürdel festgehalten, dass der Programmauftrag des LRF auch in Zukunft breit ausgestaltet sein sollte. Angesichts der Verschiebung der Nutzung ins Internet sollte allerdings darüber nachgedacht werden, **das bisher beschränkte audiovisuelle Angebot des LRF deutlich auszubauen und den LRF in Richtung einer Multimediaanbieterin zu entwickeln**. Bezüglich der Finanzierung des LRF wird empfohlen, den tatsächlichen Finanzbedarf für die Erfüllung des gesetzlichen Programmauftrags, unter Berücksichtigung eines wohl auch in Zukunft rückläufigen Radiowerbemarktes, festzulegen und die Entscheidung über die **Höhe der Finanzierung möglichst zu**

entpolitisieren. Im Sinne einer besseren Planungssicherheit soll der Betrag zudem für **mehrere Jahre im Voraus** festgelegt und jährlich an die Teuerung angepasst werden.⁶

3.6 Das Europäische Medienfreiheitsgesetz

Im April 2024 hat die Europäische Union das neue Medienfreiheitsgesetz⁷ verabschiedet. Der Rechtsakt ist EWR-relevant und enthält unter anderem folgende Elemente:

- **Angemessene, tragfähige und berechenbare Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Medien** müssen sichergestellt werden, und die öffentlich-rechtlichen Mediendiensteanbieter müssen redaktionell und funktionell unabhängig sein.
- Klarstellung der **Verantwortung** der Mitgliedstaaten, die Pluralität, Unabhängigkeit und das ordnungsgemäße Funktionieren öffentlicher Medienanbieter, die innerhalb ihrer Grenzen tätig sind, zu gewährleisten.
- Verpflichtung für Mitgliedstaaten, den wirksamen **Schutz von Journalistinnen und Journalisten sowie von Medienanbietern** bei der Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeit zu gewährleisten.
- Verbot von Zwangsmassnahmen zur Beschaffung von Informationen über die **Quellen oder vertrauliche Kommunikation von Journalistinnen und Journalisten**, ausser in bestimmten Fällen.
- **Erweiterung des Anwendungsbereichs der Transparenzanforderungen**, sowohl in Bezug auf die Transparenz der Eigentumsverhältnisse, die für alle

⁶ Siehe Postulatsbeantwortung zur Medienförderung Nr. 66/2019, S. 29f.

⁷ Verordnung (EU) 2024/1083 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. April 2024 zur Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für Mediendienste im Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU.

Mediendienstanbieter gelten soll, als auch für die Transparenz staatlicher Werbung, bei der die Möglichkeit nationaler Ausnahmen für kleine Unternehmen erheblich eingeschränkt wird.

- **Klarere Regeln für die Beziehungen zwischen sehr grossen Online-Plattform-Anbietern und Mediendienstanbietern**, die die Regulierungs- oder Selbstregulierungsregelungen der redaktionellen Kontrolle und journalistische Standards in den Mitgliedstaaten einhalten, um sicherzustellen, dass von Mediendienstanbietern bereitgestellte Inhalte mit besonderer Sorgfalt behandelt werden.
- Möglichkeit für Mediendienstanbieter, bei Entfernung ihrer Inhalte durch sehr grosse Online-Plattform-Anbieter wegen Unvereinbarkeit mit deren allgemeinen Geschäftsbedingungen, **innerhalb von 24 Stunden oder in Notfällen früher zu reagieren**.

Was die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks anbelangt, so ist die Festlegung des Landesbeitrags im Rahmen der jährlichen Budgetdebatte im Landtag hinsichtlich Berechenbarkeit kritisch zu hinterfragen. So kommt auch die Studie Schiess 2024 zum Schluss, dass, mit Blick auf die Wahrung der redaktionellen Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, überzeugende Gründe dafür sprechen, von einer jährlichen Festsetzung zu einer mehrjährigen Gewährung des Landesbeitrags zu wechseln (S. 226). Mit dem vorliegenden Bericht und Antrag soll der Forderung des Europäischen Medienfreiheitsgesetzes nach einer «angemessenen, tragfähigen und berechenbaren Finanzierung» von öffentlich-rechtlichen Medien Rechnung getragen werden.

4. FINANZIERUNG DES LRF

Liechtenstein verfügt über ein duales Mediensystem und nimmt eine klare Trennung zwischen der Finanzierung von privaten Medien und dem öffentlich-

rechtlichen Rundfunk vor. Gemäss Art. 3 Abs. 1 MFG sind Medien grundsätzlich privatwirtschaftlich zu finanzieren. Medien, welche auf anderer Grundlage bereits mit staatlichen Mitteln gefördert werden (Art. 4 Abs. 2 Bst. d MFG) sind von der Medienförderung ausgeschlossen. Da der LRF gestützt auf Art. 37 Abs. 1 Bst. b LRFG unterstützt wird, dürfen ihm keine Gelder aus der Medienförderung zufließen. Der LRF finanziert sich aus dem Staatsbeitrag, Werbeeinnahmen sowie sonstigen Einnahmen (Art. 37 LRFG). Der LRF unterscheidet sich insofern von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in anderen Ländern (Schweiz, Österreich und Deutschland), als keine Rundfunkgebühr erhoben wird, sondern seine Finanzierung aus Mitteln des allgemeinen Staatshaushalts erfolgt. Der Landtag hat im Dezember 2015 entschieden, die gesetzliche Grundlage für die Erhebung von Rundfunkgebühren abzuschaffen (siehe Bericht und Antrag Nr. 2015/135). Eine Wiedereinführung von Rundfunkgebühren steht aktuell nicht zur Debatte.

4.1 Entwicklung des Landesbeitrags und der Werbeeinnahmen

Das Verhältnis zwischen den Werbeeinnahmen und dem Landesbeitrag hat sich beim LRF in den letzten Jahren deutlich verschoben, wie die folgende Abbildung 1 zeigt.

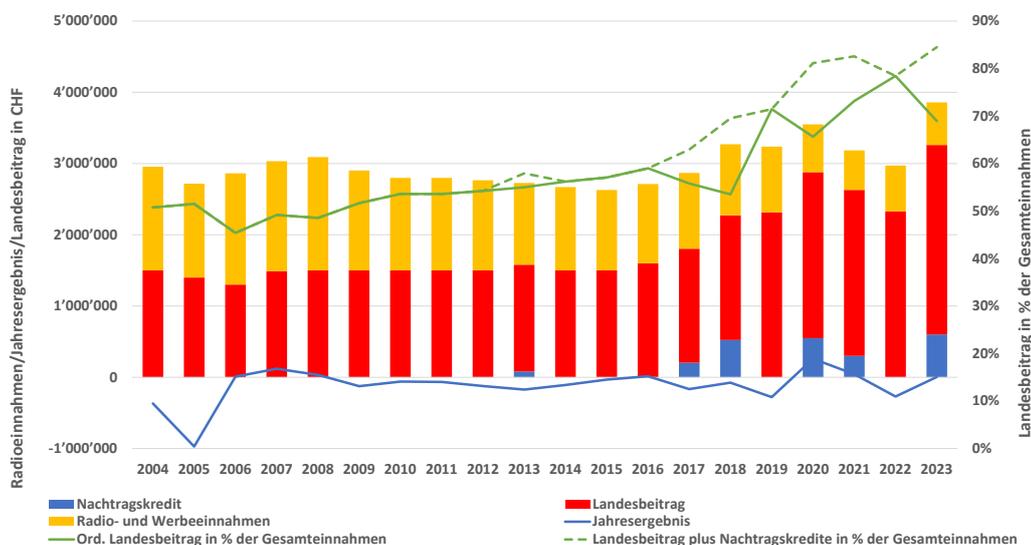


Abbildung 1: Finanzierung und Ergebnisse des LRF seit 2004

Der Anteil des Landesbeitrages an den Gesamteinnahmen war von 2004 bis ca. 2015 relativ stabil, seit 2016 steigt er aber stark an. Nachvollzogen werden kann dies anhand der Kennziffer «Landesbeitrag in % der Gesamteinnahmen». Während dieser Wert im Jahr 2004 noch bei 51% lag, betrug er im Jahr 2023 69% und unter Einbezug des Nachtragskredits im Jahr 2023 sogar 84%. Damit wurden im Jahr 2023 weniger als ein Fünftel der Einnahmen am Werbemarkt erarbeitet.

Der Rückgang bei den Werbeeinnahmen musste in den letzten Jahren jeweils durch einen höheren Landesbeitrag (ordentlich/ausserordentlich) kompensiert werden (siehe Abbildung 2).

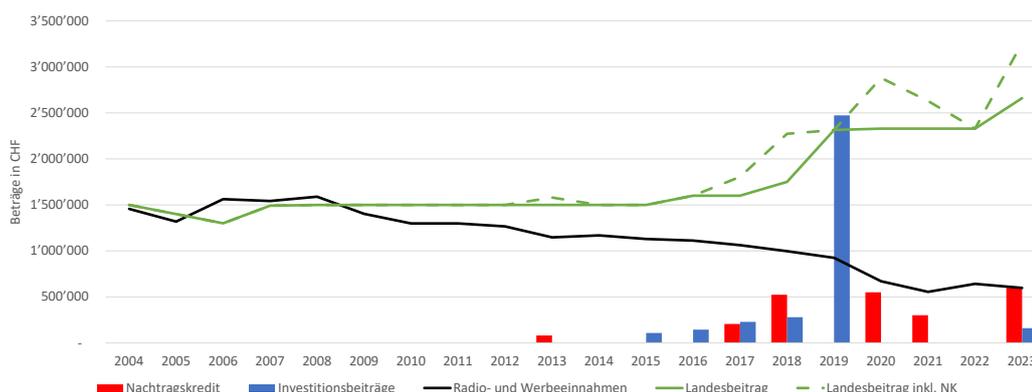


Abbildung 2: Entwicklung Radioeinnahmen und Landesbeitrag seit 2004

Zu den laufenden Beiträgen kommen Investitionsbeiträge für die Anschaffung von Sachanlagen, wie bspw. im Jahr 2019 für die Anschaffung neuer Sendeanlagen und Infrastruktur im Rahmen des Umzugs des Radiostudios nach Schaan. Seit dem Jahr 2023 ist im Landesbeitrag jeweils ein Anteil von CHF 160'000 als «ordentlicher Investitionskostenbeitrag» enthalten, der dazu dient, unterjährig notwendige Investitionen zu tätigen und gleichzeitig Mittel für zukünftige Investitionen anzusparen bzw. zurückzustellen. Die Beantragung ausserordentlicher, einmaliger Investitionskostenbeiträge ist deshalb beim LRF in den nächsten Jahren nicht mehr zu erwarten.

Der LRF kann die in ihn gesetzten publizistische Erwartungen ohne Landesbetrag nicht erfüllen und war dazu auch zu keiner Zeit in der Lage, unabhängig von der Trägerschaft. Auch die Studie Puppis/Bürdel 2019 kommt zum Schluss, dass «im kleinen Radiomarkt ein rein werbefinanzierter Sender nicht überlebensfähig wäre.»⁸

Sinkende Radiowerbeerträge sind nicht nur ein liechtensteinisches Phänomen, sondern auch im schweizerischen Radiomarkt eine Realität:

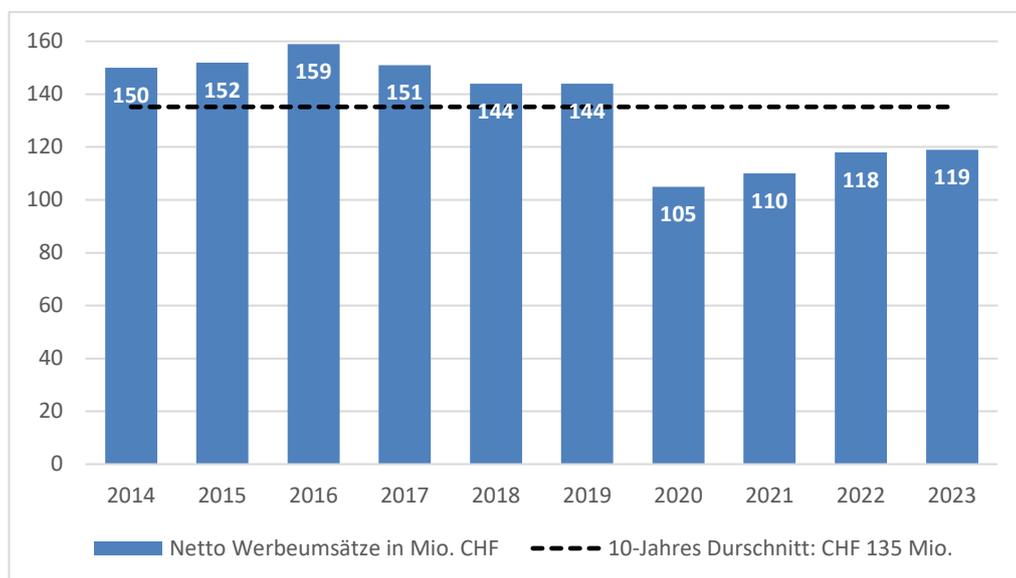


Abbildung 3: Nettowerbeumsätze Radio Schweiz seit 2014 (Quelle: Stiftung Werbestatistik Schweiz)

Der Marktanteil an Radiowerbung betrug im Jahr 2023 in der Schweiz rund 3% des gesamten Werbemarktes.⁹ Nachdem die Radiowerbeumsätze in der Schweiz lange Zeit konstant blieben oder nur geringfügig sanken, brachen sie während der Zeit von Covid-19 sehr stark ein und erholten sich in den Folgejahren nicht mehr auf die Werte vor der Pandemie (Abbildung 3).

⁸ Puppis/Bürdel 2019, S. 47.

⁹ Stiftung Werbestatistik Schweiz, <https://werbestatistik.ch/de/downloads/publikation-2023/medienmitteilung-werbestatistik-2023.pdf>, abgerufen am 18.04.2024.

Die negative Entwicklung der Werbeumsätze hängt auch damit zusammen, dass in der Schweiz bereits jeder zweite Werbefrank auf eine internationale Plattform abwandert (Google, Meta etc.), die keinen publizistischen Mehrwert bietet. Eine ähnliche Entwicklung lässt sich auch für Liechtenstein feststellen.

4.2 Vergleich mit öffentlich-rechtlichem Rundfunk in der Schweiz, Österreich und Deutschland

Die bereits in Kapitel 3.1 erwähnte rechtsvergleichende Studie Schiess 2024 zur Finanzierung des öffentlichen Rundfunks in Liechtenstein, der Schweiz, Österreich und Deutschland hält fest, dass alle vier deutschsprachigen Länder über einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk verfügen, der vom Gesetz vorgegebene Aufgaben erfüllen muss. Der LRF unterscheidet sich insofern von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der anderen Staaten, als keine Rundfunkgebühr erhoben wird, sondern seine Finanzierung aus Mitteln des allgemeinen Staatshaushalts erfolgt.

Nachfolgende Tabelle zeigt anhand von Daten des Jahres 2022 auf, welcher Anteil an öffentlichen Mitteln (Staatsbeitrag, Haushaltsabgabe oder Medienförderung) in Liechtenstein, der Schweiz und Österreich zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eingesetzt werden.

	LIE (CHF)	CH (CHF)	AT (EUR)
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (ÖRR)	2.33 Mio.	1.25 Mrd.	710.00 Mio.
Private Medien	1.67 Mio.	82.50 Mio.	20.00 Mio.
Total	4.00 Mio.	1.33 Mrd.	730.00 Mio.
Anteil ÖRR	58%¹⁰	94%	97%

Tabelle 2: Vergleich des Anteils öffentlicher Mittel zu Gunsten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ÖRR) in Liechtenstein, der Schweiz und Österreich, Jahr 2022 (Quelle: Studie Schiess 2024; Eigene Daten)

Im Jahr 2023 stammten beim LRF 84.5% der Einnahmen aus dem Landesbeitrag (inkl. Nachtragskredit), 15.3% aus Radio-/Werbeeinnahmen und 0.2% aus sonstigen Einnahmen. Wie unter Kapitel 4.1 beschrieben, war der Anteil der Radio-/Werbeeinnahmen in den Vorjahren jeweils höher.

In der Schweiz und in Deutschland bewegt sich der Grad der Eigenfinanzierung der SRG bzw. von ARD und ZDF auf einem ähnlich tiefen Niveau wie beim LRF im Jahr 2023. Beim ORF ist die Quote der Eigenfinanzierung mit rund 40% jedoch wesentlich höher. Zur Bedeutung der Rundfunkgebühren hält die Studie Schiess (2024) auf S. 241ff wie folgt fest:

Die Medienabgabe [in der Schweiz] machte in den letzten fünf Jahren einen Anteil zwischen 76,9% (im Jahr 2018) und 81,3% (im Jahr 2020) der gesamten Einnahmen aus. Das Total der Einnahmen aus der TV-Werbung und dem Sponsoring machte einen Anteil zwischen 12,5% (im Jahr 2020) und 16,0% (im Jahr 2018) der gesamten Einnahmen aus.

¹⁰ Im Jahr 2023 war der Landesbeitrag für den LRF mit CHF 3.26 Mio. (inkl. Nachtragskredit) höher als im Jahr 2022. Mit diesem höheren Beitrag ergibt sich ein «Anteil ÖRR» von 66%. Dies unter der Annahme derselben Medienförderungshöhe wie in 2022, vor der Einstellung des «Volksblatts» (CHF 1.67 Mio.).

2021 machten die Programmentgelte [in Österreich] 644,9 Mio. Euro aus, die Einnahmen des ORF aus der Werbung 228,3 Mio. Euro, und aus sonstigen Umsätzen kamen 179,1 Mio. Euro hinzu. Damit trug das Programmentgelt 2021 zu rund 60% zur ORF-Finanzierung bei, den Rest trugen die Werbeerlöse (knapp 22%) und die sonstigen Erträge bei.

Gemäss Angaben der KEF¹¹ machen die Erträge aus den Rundfunkbeiträgen [in Deutschland] «etwas mehr als 88% der Gesamterträge der Anstalten aus».

In der Schweiz wird eine Abgabe für Radio und Fernsehen bei Haushalten und Unternehmen erhoben. Die neue geräteunabhängige Abgabe für Radio und Fernsehen beträgt CHF 335 je Privathaushalt und Jahr (seit dem 1. Januar 2021). Umgerechnet auf die Anzahl Haushalte in Liechtenstein ergäben sich damit Gebühreneinnahmen von rund CHF 5.9 Mio.

In Österreich ersetzt seit dem Jahr 2024 die ORF-Haushaltsabgabe die frühere GIS-Gebühr. Die Abgabe beträgt pro Jahr EUR 183.60 für jeden Haushalt. Dazu kommen allerdings noch (wie bisher auch) die Länderabgaben – die sich je Bundesland unterscheiden. In einigen Bundesländern, wie z.B. Vorarlberg, wird keine Länderabgabe erhoben. Umgerechnet auf die Anzahl Haushalte in Liechtenstein ergäben sich mit damit Gebühreneinnahmen von rund EUR 3.2 Mio.

In Deutschland beträgt der Rundfunkbeitrag EUR 202.32 im Jahr. Umgerechnet auf die Anzahl Haushalte in Liechtenstein ergäben sich mit damit Gebühreneinnahmen von rund EUR 3.6 Mio.

¹¹Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs von Rundfunkanstalten.

4.3 Privatisierung des LRF

Im Falle einer Privatisierung des LRF wäre der Landessender den privaten Medien gleichzustellen mit der Folge, dass eine staatliche Unterstützung gemäss den Voraussetzungen des Medienförderungsgesetzes zu erfolgen hat. Da das geltende Medienförderungsgesetz bereits technologieneutral ausgestaltet ist, können neben Printmedien heute schon elektronische Medien wie Rundfunkanstalten Medienförderung beantragen. Ein privater Radiosender hätte somit einerseits Anspruch auf Förderung der Personalkosten (direkte Medienförderung) und andererseits auf Förderung der Verbreitungskosten (indirekte Medienförderung). In der heute bestehenden Struktur des LRF mit rund 13 Vollzeitäquivalenten (VZÄ) an festen Programmmitarbeitenden sowie ein VZÄ an freien Mitarbeitenden (im Sinne der Definition von «Medienmitarbeiter» gemäss MedienG) könnte auf Grundlage der von der Regierung neu vorgeschlagenen Fördersätze (BuA Nr. 46/2024) mit jährlichen Einnahmen aus der Medienförderung in Höhe von maximal CHF 740'000 gerechnet werden. Diese Berechnung geht von einem Sockelbeitrag von CHF 100'000 und zusätzlich 30% der Lohnkosten (direkte Medienförderung), 30% der Verbreitungskosten, 75% der Aus- und Weiterbildungskosten sowie 50% für die Entwicklung elektronischer Medienangebote aus. Zusammen mit den aktuell erzielten Werbeeinnahmen des LRF über CHF 580'000 (2023) ergäben sich damit Gesamteinnahmen von rund CHF 1.3 Mio. Die heute bestehenden Gesamtausgaben des LRF über rund CHF 3.9 Mio. (2023) wären damit lediglich zu 33% gedeckt. Die restlichen Mittel in Höhe von rd. CHF 2.6 Mio. müssten jährlich von Investorinnen und Investoren bzw. Gönnerinnen und Gönnern eingebracht werden. Ein Abbau der Leistungen und somit auch der Anzahl Mitarbeitenden ginge gleichzeitig mit geringeren Einnahmen aus der Medienförderung sowie wohl auch mit geringeren Werbeeinnahmen, einer deutlichen Ausdünnung des Programms und Verminderung der Programmqualität einher.

Die Regierung kommt daher zum Schluss, dass eine Privatisierung die Schliessung des Landessenders zur Folge hätte. Damit gingen auch über 20 Medien-Arbeitsplätze im Land verloren. Das wäre, kurz nach der Schliessung des «Volksblatts», im kleinen publizistischen Markt Liechtenstein eine weitere Zäsur für die Medienvielfalt. In der Folge der Einstellung des «Volksblatts» ist Liechtenstein im Pressefreiheits-Index¹² um vier Plätze abgerutscht. Eine Schliessung von «Radio Liechtenstein» hätte wohl eine weitere Schwächung der Pressefreiheit zur Folge.

Hinzu kommt, dass gemäss gesetzlichem Programmauftrag und Eignerstrategie der LRF die Allgemeinheit objektiv und umfassend über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen informiert. Private Medien hingegen sind nicht verpflichtet, neutral und umfassend zu berichten, weder in Liechtenstein noch anderswo. Journalistinnen und Journalisten privater Medienhäuser müssen zwar objektiv, wahrheitsgetreu und sachlich berichten sowie zwischen Berichterstattungen und Kommentaren trennen (Art. 7 Absatz 1 Mediengesetz). Ein privates Medium kann aber eine politische Ausrichtung haben, darf insbesondere in den Kommentarspalten deutlich Stellung beziehen und hat mehr Freiheiten bei der Auswahl der behandelnden Themen und Gesprächspartner.

Die Regierung ist daher der Ansicht, dass der Beibehalt des LRF als unabhängiges öffentlich-rechtliches Medium aus medienpolitischer Sicht von zentraler Bedeutung ist. Das duale System von öffentlich-rechtlichem Rundfunk und privaten Medien hat sich sowohl in Liechtenstein wie auch in anderen demokratischen Ländern mit Blick auf die Medien- und Meinungsvielfalt bewährt. So wurde in einer Studie aus dem Jahr 2020 zur Konkurrenzierung von privaten Medien durch öffentlich-rechtliche Medien in der Europäischen Union festgestellt, dass private

¹²<https://www.vaterland.li/liechtenstein/gesellschaft/pressefreiheit-liechtenstein-faellt-hinter-die-schweiz-zurueck-art-564961>, abgerufen am 07.05.2024.

Medien durch finanziell gut ausgestattete öffentlich-rechtlichen Medien keinen Nachteil erfahren, sondern sogar positive Wechselwirkungen bestehen können.¹³

5. BESTANDESAUFNAHME UND HANDLUNGSFELDER

Der Verwaltungsrat des LRF hat in den letzten Monaten eine Organisationsanalyse durchgeführt, um eine Standortbestimmung vorzunehmen und mögliche Handlungsfelder zu definieren. Ebenso hat der Verwaltungsrat eine externe Analyse des Radioprogramms mittels einer Höranalyse beauftragt, um ein tiefergehendes Verständnis für die heutigen Leistungen des LRF zu erhalten.

5.1 Organisationsanalyse

Im Herbst 2023 hat der Verwaltungsrat des Liechtenstein Rundfunks eine umfassende Organisationsanalyse vorgenommen. Er hat damit folgende Ziele verfolgt:

- Erfassung der Ist-Situation im LRF im Sinne einer organisatorischen Standortbestimmung
- Zusammenführung aller Potenziale und Handlungsfelder in einer zentralen Übersicht
- Priorisierung der Handlungsfelder und Ableitung von Sofortmassnahmen (Quick-wins)
- Definition von strategischen Handlungsfeldern und deren Umsetzung
- Erstellung einer Roadmap

Dabei hat der Verwaltungsrat seine Aufmerksamkeit vor allem auf die folgenden Bereiche gelegt: Strategie, Organisation, Aufgaben/Service und Leistungen,

¹³Sehl, A., Fletcher, R. & Picard R. G. (2020). Crowding out: Is there evidence that public service media harm markets? A Cross-national comparative analysis of commercial television and online news providers. *European Journal of Communication* 35(4) 389-409.

Prozesse, Führung und Steuerung, Personal, Kultur, Kunden/Anspruchsgruppen, Finanzen, Rahmenbedingungen.

Der Verwaltungsrat hat die Ist-Situation je Betrachtungsbereich erfasst und eine gemeinsame Beurteilung und Verifizierung vorgenommen. Er hat die Erkenntnisse bewertet und anschliessend in einer Potenzial-Matrix zusammengefasst. Daraus hat er Stossrichtungen und Handlungsfelder abgeleitet und eine Massnahmenliste erstellt. Die Verantwortlichkeiten wurden definiert und je Massnahme wurde ein Zieltermin bestimmt.

Positiv festgestellt wurden unter anderem die hohe Identifikation der Mitarbeitenden mit ihren Aufgaben, der kooperative Führungsstil, die klare Zuordnung von Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten sowie die Zusammenarbeit im LRF.

Handlungsbedarf besteht gemäss Organisationsanalyse insbesondere beim Personalbestand an sich, sowie bei der Personalentwicklung und -ausbildung. Durch Verbesserungen in diesem Bereich kann die gewünschte inhaltliche Programmqualität verbessert werden. Unterstützt werden sollen diese Massnahmen durch eine stringenteren und auf Liechtenstein fokussierte Programm- und Positionierungsstrategie. Hohe Aufmerksamkeit muss auch auf die Absicherung der Werbeeinnahmen für den LRF in einem zurückgehenden Werbemarkt gelegt werden.

In Anbetracht der anstehenden, dringlichen Aufgaben hat sich der neue Verwaltungsrat im Januar 2024 darauf geeinigt, den Schwerpunkt seiner strategischen Aufgabe auf die Programm-, Marken- und Positionierungsentwicklung des LRF als öffentlich-rechtlicher Sender, die Steigerung der Arbeitsplatzattraktivität und die Einhaltung des finanziellen Rahmens des Senders zu legen. Weitere Bereiche aus der Organisationsanalyse sollen schrittweise angegangen werden.

5.2 Programmanalyse

Die durch den Verwaltungsrat beauftragte Programmanalyse (Beilage «Höranalyse Hans Knobloch») stellt dem Radioprogramm, wie es derzeit produziert und ausgestrahlt wird, ein insgesamt gutes Zeugnis aus. Es sei regional und auf die Bedürfnisse der Hörerinnen und Hörer in Liechtenstein ausgerichtet. Seine Positionierung sei aber unklar zwischen einem öffentlich-rechtlichen und einem privaten Sender. Öffentlich-rechtliche Elemente bei den Nachrichten und in Beiträgen würden ergänzt durch typische Programmelemente, die die Privatradios auszeichnen. Diese Unklarheit löse bei Hörerinnen und Hörern Unsicherheit und Irritationen aus, weshalb das Programm von «Radio Liechtenstein» weder als richtig öffentlich-rechtlich noch als richtig privat wahrgenommen wird.

Die Analyse empfiehlt eine klare Positionierung als öffentlich-rechtlicher Sender aus Liechtenstein und für Liechtenstein. Also Verlässlichkeit bei Nachrichten und weiteren Informationen und hohem Einbezug von Themen und insbesondere von Menschen und Stimmen aus Liechtenstein im Radioprogramm. Zudem wird eine klare Positionierung des Markenbildes und der Senderidentität empfohlen, nicht nur im Programm, sondern auch im On Air-Marketing, d.h. bei allen Programm- und Soundelementen, welche die Wiedererkennung des Senders ermöglichen und die Radiostation von anderen unterscheidet. Trotz seiner Ausrichtung als öffentlich-rechtlicher Sender müsse «Radio Liechtenstein» bei seiner Positionierung hörernah bleiben und ein gutes Abbild des politischen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, sportlichen und kulturellen Lebens in Liechtenstein bieten.

6. ZIELBILD UND KONZEPT FÜR DEN LIECHTENSTEINISCHEN RUNDFUNK

Der Verwaltungsrat des LRF hat auf Grundlage des LRFG, der Eignerstrategie und der Organisations- und Programmanalyse ein Zielbild und Konzept für den LRF erarbeitet (siehe Beilage). Daraus abgeleitet werden der Kern der Marke und die

Programmangebote, mit denen «Radio Liechtenstein» möglichst viele Hörerinnen und Hörer sowie Werbekunden ansprechen will. Schliesslich werden auch die Prozesse festgelegt. Das Zielbild ist Voraussetzung für die Gestaltung der Programmangebote und die langfristige Positionierung des Senders.

Das Zielbild und Konzept für den LRF sieht vor, dass die Marke «Radio Liechtenstein» Anziehungspunkt und Spiegelbild für alles ist, was in Liechtenstein geschieht. «Radio Liechtenstein» soll im gesellschaftlichen Leben wieder sichtbar werden, indem möglichst viele Menschen aus Liechtenstein am Radio zu hören sind. Der LRF will sich zudem noch klarer als öffentlich-rechtlicher Sender positionieren und das Radioprogramm mit einer entsprechend breiten Auswahl an Themen gestalten. Dabei soll auch in Zukunft an sieben Wochentagen während 24 Stunden ein Programm aus Informationen sowie Service- und Unterhaltungselementen und Musik gesendet werden. Angesichts des Wandels im Medienkonsum wird sich der LRF ständig weiterentwickeln und seine Angebote noch stärker digital ausrichten müssen. Hierfür braucht es qualifizierte Mitarbeitende, welche befähigt sind, Radiosendungen multimedial anzubieten.

Um die Qualität des Programms sicherzustellen, sollen Überwachungskonzepte, vorzugsweise in Zusammenarbeit mit anderen lokalen Medien, entwickelt und eingeführt werden. Hierzu gehört auch eine regelmässige proprietäre Nutzungsforschung, die der Justierung des Programms dient. Als öffentlich-rechtlicher Sender ist sich der LRF seiner besonderen Verantwortung in der Berichterstattung bewusst und kommt seiner gesetzlichen Pflicht nach, in ausserordentlichen Situationen und Notlagen zeitnah zu informieren.

7. FINANZPLANUNG

7.1 Grundsätzliche Überlegungen

Wie in der Studie von Puppis/Bürdel (2019)¹⁴ festgehalten, muss der LRF finanziell so ausgestattet sein, dass er den Service-Public-Auftrag gemäss LRFG und Eigentümerstrategie erfüllen kann. Eine angemessene, tragfähige und berechenbare Finanzierung wird auch vom Europäischen Medienfreiheitsgesetz als Grundvoraussetzung zur Stärkung der Unabhängigkeit von öffentlich-rechtlichen Medien gefordert. Mit einem mehrjährigen Finanzbeschluss (vier Jahre) kann die Finanzierung entpolitisiert und Planungssicherheit für den LRF geschaffen werden.

In der Medienbranche ist der Fachkräftemangel ebenso akut wie in anderen Branchen. Im Kampf um Talente sind Faktoren wie ein interessantes Arbeitsumfeld und eine professionelle Arbeitsumgebung wichtig. Aber mindestens so wichtig sind angemessene Löhne, Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung sowie die Vernetzung mit anderen Journalistinnen und Journalisten. Diesbezüglich prüft der LRF in seiner Rolle als Ausbildungsbetrieb verschiedene Kooperationsmöglichkeiten mit anderen inländischen Medienbetreibern sowie der Wirtschaftskammer. Zudem wird ein professionelles, stabiles betriebliches Umfeld erwartet. Nur mit einer soliden Finanzierung und der Absicherung als öffentlich-rechtlicher Sender ist der LRF in der Lage, all die genannten Faktoren als attraktiver Arbeitgeber auszuweisen.

Die Online-Präsenz ist für die Zukunftsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von zentraler Bedeutung. Sie dient dazu, vor allem auch junge Hörerinnen und Hörer an die Radiomarkte heranzuführen. Zudem wird dadurch ermöglicht, Programmteile zeitversetzt zu nutzen, nachdem sie im linearen Programm

¹⁴Siehe Kapitel 3.5 des vorliegenden BuA.

ausgestrahlt oder angezeigt wurden. Im Rahmen der Behandlung des Bericht und Antrags Nr. 77/2023 wurde der Antrag der Regierung hinsichtlich Ausbau des Online-Angebots im Sinne einer Multimediaanbieterin vom Landtag jedoch nicht genehmigt. Stattdessen wurde ein Konzept zur zukünftigen Ausrichtung des LRF verlangt. Der Verwaltungsrat hat sich im Rahmen der Erarbeitung des Leitbilds und Konzepts für den LRF eingehend mit der digitalen Ausrichtung des Landessenders auseinandergesetzt. Das Konzept für den LRF sieht einerseits einen Ausbau im Bereich Marketing/Social-Media vor. Damit soll nicht nur die Online-Positionierung des Senders gestärkt werden, sondern auch der Auftritt nach Aussen, also die breite Sichtbarkeit des LRF im Land. Andererseits soll der Online- bzw. Mobile-Auftritt des LRF gestärkt werden. Die LRF-Plattform soll eine zentrale Funktion für die lineare Nutzung des Programms, aber auch für zeitverschobene Angebote übernehmen und gegebenenfalls auch für Kooperationen offenstehen.

Bei den Radioerträgen muss mit einem weiteren Rückgang gerechnet werden, da der Gesamtwerbemarkt im deutschsprachigen Raum eine Abwärtstendenz aufweist und sich nach der Corona-Krise nicht mehr auf die Zahlen von 2019 erholt hat. Zudem wird die Sogwirkung ausländischer Plattformen auch für Werbeumsätze aus Liechtenstein zunehmend spürbar. Trotz neuer Programmformen (z.B. Podcasts) und Gefässe, über die Wertschöpfung generiert werden kann, bleibt der Werbemarkt für den LRF überschaubar klein, sodass die Generierung von Werbeeinnahmen auch in Zukunft äusserst anspruchsvoll sein wird.

7.2 Finanzplanung 2025 bis 2028

Der Verwaltungsrat hat auf Grundlage des vorliegenden Zielbildes und Konzeptes einen Businessplan für den LRF für die Jahre 2025 bis 2028 ausgearbeitet. Die Finanzplanung geht von einem jährlichen Finanzbedarf von rund CHF 4.5 Mio. aus, wobei CHF 3.95 Mio. durch den Landesbeitrag gedeckt werden soll. Dabei soll vor allem in zusätzliches Personal und die Qualitätssicherung investiert werden.

	R 2023	B 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028
Material und Fremdleistungen	739'823	786'000	820'000	774'000	774'000	774'000
Personalaufwand	2'242'355	2'192'062	2'644'500	2'693'800	2'756'633	2'793'007
Abschreibungen und Wertberichtigungen	28'595	65'000	51'500	51'500	51'500	51'500
Sonst. betr. Aufwendungen	838'565	676'030	791'300	763'700	763'700	763'700
Zinsaufwand/Steuern	4'572	4'050	4'800	4'800	4'800	4'800
Total Aufwendungen	3'853'910	3'723'142	4'312'100	4'339'300	4'350'633	4'387'007
Erträge LRF	597'980	522'500	524'000	504'000	504'000	504'000
Landesbeitrag	3'260'000	3'343'000	3'950'000	3'950'000	3'950'000	3'950'000
<i>ordentlich</i>	3'100'000	3'183'000	3'850'000	3'850'000	3'850'000	3'850'000
<i>Investitionen</i>	160'000	160'000	100'000	100'000	100'000	100'000
Total Erträge	3'857'980	3'865'500	4'494'000	4'474'000	4'454'000	4'454'000
Gewinn/Verlust	4'070	142'358	181'900	134'700	103'367	66'993
Eigenkapital	161'660	304'018	485'918	620'618	723'985	790'978

Tabelle 3: Finanzplanung LRF 2025 – 2028 in CHF

Nachfolgende Punkte wurden bei der Erstellung der Planzahlen berücksichtigt.

Material und Fremdleistungen

Nachdem das Programm von «Radio Liechtenstein» noch klarer auf Liechtenstein ausgerichtet werden soll, sind Einsparungen im Bereich Redaktionsaufwand/Agenturen von 20% möglich. Konkret wird diese Einsparung ab 2026 spürbar, da der LRF vertraglich teilweise gebunden ist. Im Online-Bereich wird 2025 einmalig der Aufwand um CHF 10'000 erhöht, damit die Applikationen verbessert werden können. Nachdem die Abgaben für Urheber- und Leistungsschutzrechte von der Höhe des Landesbeitrags abhängig sind, müssen entsprechend höhere SUISA-Gebühren kalkuliert werden.

Personalaufwand

Um den Radiosender als massgebliche und identitätsstiftende Stimme im Land zu positionieren, soll die Redaktion insgesamt professioneller aufgestellt und insbesondere auch mit multimediafunktionalen Aufgaben erweitert werden. Die Redaktion soll hierzu mit entsprechendem Knowhow und Expertise ergänzt werden. Auf

diese Weise können auch Einsteigerinnen sowie Praktikanten, die das Radio notwendigerweise braucht, publizistisch verantwortungsvoll begleitet werden. Eine Stärkung der Redaktion wird es dem Sender zudem ermöglichen, wieder vermehrt LRF-Mitarbeitende an externe Anlässe zu entsenden, damit sie darüber im linearen Programm und online berichten können. Für die Qualitätssicherung wird es ausserdem nötig sein, vermehrt externe Fachleute beizuziehen, die mit den Mitarbeitenden regelmässig «Airchecks» durchzuführen, also mit ihnen Beiträge anhören, um sie bei der Qualitätssteigerung zu unterstützen.

Im Jahr 2023 zählte der LRF 22 Vollzeitäquivalente (VZÄ), im Mai 2024 waren es 21 VZÄ. Die aktuelle Personalausstattung des LRF orientiert sich am Minimalbedarf zur Erfüllung des gesetzlichen Auftrags, erlaubt aber keine Verbesserung oder Vertiefung der Programmqualität. Abgänge im Jahr 2023 und 2024 konnten aufgrund des Fachkräftemangels und des zur Verfügung stehenden Personalbudgets nicht immer nachbesetzt werden. Für das Jahr 2025 ist eine Steigerung der Personalkosten von rund CHF 450'000 vorgesehen. Der Personalaufwand ist für die künftigen Jahre so angelegt, dass der LRF sein Zielbild in quantitativer und qualitativer Hinsicht erreichen kann. Soll der LRF seine Ziele erfüllen, müssen die Mitarbeitenden mit Anreizen im Unternehmen gehalten werden können. Dies erfolgt teilweise durch Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, aber auch über ein marktgerechtes Lohnniveau. Ab dem Jahr 2025 sind zusätzlich insgesamt drei bis vier VZÄ in den Bereichen Marketing/Social Media, Redaktion und Auszubildende vorgesehen. Für die Jahre 2025 bis 2028 ist ein Teuerungsausgleich von 1.5% (analog dem Jahr 2024) einberechnet.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen waren 2023 die Rechts- und Beratungskosten gegenüber dem Budget aufgrund eines Rechtsverfahrens deutlich höher. Diese Kosten sinken in 2024 wieder, was den Rückgang gegenüber 2023

erklärt. In den Planzahlen erhöhen sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gegenüber dem Budget 2024 wieder um ca. CHF 90'000. Dies ist auf die höheren Kosten für die Marktforschung zur Generierung von Hörerzahlen in Liechtenstein, den Buchhaltungsaufwand sowie Informatikaufwand zurückzuführen.

Investitionskostenbeitrag

Der Investitionskostenbeitrag als Teil des Landesbeitrags kann von CHF 160'000 auf CHF 100'000 reduziert werden. Nach heutiger Beurteilung ist dies ausreichend, um notwendige Investitionen laufend zu tätigen und mittels Rückstellungen ein genügend grosses Polster für zukünftige Investitionen aufzubauen. Bei den für den Betrieb eines Radios notwendigen Komponenten wird zunehmend auf Dienstleistungen/Service bzw. Mietlösungen gesetzt, anstatt eigene Investitionen in Hardware zu tätigen. Ein Beispiel ist die Anmietung von Cloud-Servern im Gegensatz zum Betrieb eigener Server. Aus diesem Grund werden einmalige Investitionen zunehmend durch fortlaufende Aufwände abgelöst, für welche die Investitionskostenbeiträge nicht eingesetzt werden können.

Risikoabsicherung während der Finanzierungsperiode

Im Sinne der Stärkung der Unabhängigkeit und Planungssicherheit soll der Landesbeitrag im Rahmen eines mehrjährigen Finanzbeschlusses für eine Periode von vier Jahren festgelegt werden. Dafür ist es notwendig, dass dem LRF auch eine massvolle Schwankungsreserve zur Verfügung steht. Um allfällige betrieblich bedingte Budgetabweichungen während der festgelegten Finanzierungsperiode aufzufangen, wird zudem vorgeschlagen, das Eigenkapital über mehrere Jahre hinweg schrittweise wieder auf rund CHF 800'000 zu äufnen.

8. SCHLUSSFOLGERUNG UND ANTRAG

Die Regierung ist überzeugt, dass es in einer vielfältigen Medienlandschaft neben privaten Medien auch ein öffentlich-rechtliches Medium braucht, das objektiv, unparteilich und ausgewogen über das politische Geschehen berichtet. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Medienkonzentration kommt dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk als unabhängiger Radiosender eine besondere Bedeutung zu.

Der LRF soll eine massgebliche und identitätsstiftende Stimme für Liechtenstein und die grenznahe Region sein. Mit dem vorliegenden Zielbild und Konzept werden die Vorgaben des LRFG und der Eignerstrategie in geeigneter Weise vertieft und konkretisiert. Das Kerngeschäft bleibt im linearen Radioprogramm. Angesichts des zunehmenden digitalen Medienkonsums sollen zukünftig jedoch auch multimediale Sendeangebote ins Programm aufgenommen werden. Hierzu braucht es auch entsprechend qualifiziertes Personal und Fachwissen. Der Verwaltungsrat des LRF hat gemeinsam mit dem bestehenden Radioteam die erforderlichen Schritte eingeleitet, um die Marke «Radio Liechtenstein» neu zu positionieren und das Selbstverständnis als öffentlich-rechtliches Radio zu stärken. Die Umsetzung des Konzepts wird nicht von heute auf morgen passieren, sondern ein Transformationsprozess von mehreren Jahren bedingen. Dabei wird auch die Qualitätssicherung ein entscheidender Faktor sein.

Ein relevanter und unabhängiger öffentlich-rechtlicher Rundfunk setzt eine angemessene, tragfähige und berechenbare Finanzierung voraus. Auf Grundlage des vorliegenden Konzepts für die zukünftige Ausrichtung des LRF und die damit einhergehende Finanzplanung 2025 bis 2028 beantragt die Regierung beim Landtag, einen vierjährigen Finanzbeschluss über einen Landesbeitrag von jährlich CHF 3'950'000 an den LRF auszurichten. Mit einem mehrjährigen Finanzbeschluss soll die Finanzierung des LRF entpolitisiert, finanzielle Planbarkeit geschaffen und damit die Unabhängigkeit des Senders sichergestellt werden. Unter

Berücksichtigung der erzielbaren Werbeeinnahmen würde der LRF über ein ähnliches Budget verfügen, wie es «Radio L» in seinen erfolgreichen Zeiten vor 20 Jahren hatte.

Mit der Revision des Medienförderungsgesetzes und dem vorliegenden Bericht und Antrag zur zukünftigen Ausrichtung und Finanzierung des LRF soll die Medienlandschaft in Liechtenstein insgesamt, d.h. sowohl die privaten Medien als auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk, gestärkt werden.

9. VERFASSUNGSMÄSSIGKEIT / RECHTLICHES

Dieser Vorlage stehen keine verfassungsrechtlichen Bestimmungen entgegen.

Für die Umsetzung der neu vorgeschlagenen langfristigen Finanzierung des LRF mittels mehrjährigen Finanzbeschlüssen ist keine Anpassung des LRFG notwendig. Anzupassen ist jedoch die Globalkreditvereinbarung zwischen der Regierung und dem LRF, welche die Einzelheiten zum Landesbeitrag regelt.

10. AUSWIRKUNGEN AUF VERWALTUNGSTÄTIGKEIT UND RESSOURCENEINSAATZ

10.1 Neue und veränderte Kernaufgaben

Durch die gegenständliche Vorlage werden keine bisherigen Kernaufgaben verändert, noch werden neue Kernaufgaben begründet oder können bisherige Kernaufgaben aufgegeben werden.

10.2 Personelle, finanzielle, organisatorische und räumliche Auswirkungen

Gemäss Antrag der Regierung soll der Landesbeitrag für den LRF mittels mehrjährigem Finanzbeschluss für jeweils vier Jahre festgelegt werden. Die Beantragung

der Landesbeiträge soll demnach nicht mehr wie bisher im Rahmen des Landesvoranschlags erfolgen, sondern alle vier Jahre im Rahmen eines separaten Bericht und Antrags. Damit kann die Unabhängigkeit des Landessenders massgeblich gestärkt werden.

Der beantragte jährliche Landesbeitrag von CHF 3.95 Mio. ist um CHF 607'000 bzw. rund 20% höher als der Landesbeitrag des Jahres 2024.

10.3 Betroffene UNO-Nachhaltigkeitsziele und Auswirkungen auf deren Umsetzung

Die langfristige Finanzierung des LRF und der Entscheid über dessen zukünftige Ausrichtung wirken sich auf das Nachhaltigkeitsziel 16 "Friedliche und inklusive Gesellschaften" und insbesondere das Unterziel 16.10 "Gewährleistung des Zugangs der Öffentlichkeit zu Informationen und Schutz der Grundfreiheiten im Einklang mit nationalen Rechtsvorschriften und internationalen Übereinkünften" aus.

Der LRF als öffentlich-rechtlicher Rundfunk ist ein wichtiger Teil der liechtensteinischen Medienlandschaft und trägt zur Medien- und Meinungsvielfalt bei. In dieser Hinsicht bildet er einen wichtigen Bestandteil des öffentlichen Diskurses. Als unabhängiger Radiosender ist er dazu verpflichtet, über wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Themen in Liechtenstein unabhängig, objektiv und ausgewogen zu berichten. Eine angemessene und berechenbare Finanzierung trägt dazu bei, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk in seiner Unabhängigkeit weiter gestärkt wird.

10.4 Evaluation

Im Rahmen des mehrjährigen Finanzbeschlusses ist alle vier Jahre eine Evaluierung des Landesbeitrags durch den Landtag möglich. Aus diesem Grund ist keine separate Evaluation vorgesehen.

II. ANTRAG DER REGIERUNG

Aufgrund der vorstehenden Ausführungen unterbreitet die Regierung dem Landtag den

Antrag,

der Hohe Landtag wolle diesen Bericht und Antrag zur Kenntnis nehmen und den beiliegenden Finanzbeschluss in Behandlung ziehen.

Genehmigen Sie, sehr geehrter Herr Landtagspräsident, sehr geehrte Frauen und Herren Abgeordnete, den Ausdruck der vorzüglichen Hochachtung.

**REGIERUNG DES
FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN**

gez. Dr. Daniel Risch

III. REGIERUNGSVORLAGE

Finanzbeschluss

vom ...

**über die Gewährung eines Landesbeitrages an den
Liechtensteinischen Rundfunk für die Jahre 2025 bis 2028**

Der Landtag hat in seiner Sitzung vom ... beschlossen:

Art. 1

Landesbeitrag

Das Land richtet an den Liechtensteinischen Rundfunk zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrages nach Massgabe des Gesetzes vom 23. Oktober 2003 über den «Liechtensteinischen Rundfunk» (LRF) für die Jahre 2025 bis 2028 einen jährlichen Beitrag von 3 950 000 Franken aus.

Art. 2

Inkrafttreten

Dieser Finanzbeschluss tritt am Tag nach der Kundmachung in Kraft.

Bericht Höranalyse Radio Liechtenstein

1.0. Untersuchungsgegenstand

Der vorliegende Bericht wurde im Auftrag des Präsidenten des Verwaltungsrates von *Radio Liechtenstein*, Jürg Bachmann, erstellt. Gegenstand des Berichts ist eine Beschreibung des Programms von *Radio Liechtenstein* im Beobachtungszeitraum Samstag, den 20.1.24 bis Donnerstag, den 15.2.24. Die Website oder Social Media-Aktivitäten wurden nicht berücksichtigt. Zu verschiedenen Wochentagen als auch Tageszeiten wurden Mitschnitte analysiert und die Gesamtheit des Gehörten phänomenologisch betrachtet: also Stimmen, Musik und durch Sounddesign gestaltete Layout-Elemente. Damit sollte eine möglichst offene, und damit unvoreingenommene Annäherung an das Programm erfolgen, vergleichbar mit einem neuen Hörer, der erst seit kurzem das Programm hört und es peu à peu entdeckt.

2.1 Allgemeine Einschätzung

Das Programm wirkt nach dem ersten Eindruck wie aus der Zeit gefallen, und das ist durchaus positiv gemeint. Zu hören sind radiophone Stimmen, die professionell und erfahren klingen, gut gefahrene Sendungen, solide gebaute Beiträge und aufwendig gestaltete Rubriken. Hinzu kommt eine breite Musikauswahl, die gute popkulturelle Kenntnisse und Sorgfalt bei der Auswahl nahelegen. Das Programm lässt sich sehr allgemein gesprochen - als Popwelle für ein breites Publikum verorten.

Beim genaueren Hinhören treten zwei grundlegende Widersprüche zutage: zum einen steht zwar „Liechtenstein“ drauf, aber was an „Liechtenstein“ drin ist, ist starken Schwankungen unterworfen. Zum anderen ist die Natur des Veranstalters nicht klar erkennbar: handelt es sich um einen öffentlich-rechtlichen oder einen privaten Betreiber.

Zwar spielt es für die Hörerschaft per se keine Rolle, ob ein Programm privat oder öffentlich-rechtlich verfasst ist. Gewählt wird, was am besten bestimmte Hörbedürfnisse erfüllt. Doch neben der Hörerschaft gibt es noch weitere Anspruchsgruppen, die je nach Art des Veranstalters unterschiedliche Erwartungen und Zielsetzungen an das Radio herantragen. Sind es bei privatem Betrieb, die Eigentümer, der Werbe- und Hörermarkt, ggf. eine Regulierungsinstanz, so sind in der öffentlich-rechtlichen Form, sein gemeinnütziger Auftrag und das Publikum als gesellschaftlicher Akteur für die Ausrichtung des Radios massgebend. Die Differenzierung zwischen öffentlich-rechtlich und privat im Auge zu behalten, ist eine Prämisse der vorliegenden Analyse des Programms.

2.2. Hybrid: Öffentlich-rechtliches Programm in Privatrado-Tonalität

Mit genauem Kennenlernen des Programms verdichtet sich der Eindruck, beide Welten vermischt anzutreffen: die Nachrichten sind professionell, auch im Sprachduktus öffentlich-rechtlich gehalten, gehen aber nur zu ausgewählten Sendezeiten über die im Privatrundfunk üblichen drei Minuten hinweg. Wetter und Verkehr könnten auch auf Privatradios laufen, die nachfolgenden Beiträge aber nicht. Und doch mischt sich darunter auch der „branded content“ einer Immobilienbörse.

Das gesprochene Wort ist von verschiedenen Dialekten – Liechtensteiner, Vorarlberger, Schweizer - gefärbt. Die Stimmen weisen einen bemerkbaren Unterschied bzgl. Erfahrung und Professionalität auf. Neben Dialektstimmen fallen häufig deutsch-deutsche Korrespondentstimmen auf, die wirken, als wären sie im falschen Programm gelandet. Am deutlichsten wird die hier thematisierte Polarität – Service public vs. privat - bei der Eigenwerbung im Programm, dem sog. On-air - Marketing. In Wortwahl, Sprechduktus und Produktion gleichen sie durchgehend jenen von deutsch-sprachigen Privatradios. Dass sie von einer deutschen Stimme gesprochen werden, verstärkt diesen irritierenden Eindruck.

Eine weitere Auffälligkeit ist die Häufung von Inhalten wochentags zu bestimmten Sendezeiten (6-19h). Es gibt informationsgetriebene Sendestrecken wie zu Mittag (Info am Mittag) und am späten Nachmittag (Info am Abend), Sendestrecken, in denen fast nur über popkulturelle Themen gesprochen wird (18h Stunde Mo-Fr). Aber auch Sendestrecken, die beide Themenfelder abdecken, und sogar solche, in denen nicht moderiert wird (Alltime-Classics). Zwischen 19h und 6h wochentags findet ausser Nachrichten kein Wortprogramm statt.

Inhalte zu hierarchisieren und durch verschiedene Sendestunden voneinander abzugrenzen, stammt aus einer Zeit, in der Radio wenig bis kaum im Wettbewerb mit anderen Mediengattungen stand. Radio wurde eher als Einschalt- denn als Gewohnheitsmedium betrachtet. Bei *Radio Liechtenstein* besteht der Eindruck, dass beide Zugänge sich vermischen.

3.1. Wortinhalte

In der folgenden Beobachtungsebene soll nun ein detaillierter Blick auf die „klassischen Radioinhalte“ also Nachrichten, Rubriken, Interviews, Beiträge, Moderationen geworfen werden.

3.1.1. Nachrichten

Der Sender hat ein durchgehendes stündliches, in den Infostunden (mittags, abends) sogar halbstündliches Nachrichtenangebot, das handwerklich ordentlich und wie beim SRF in Schweizer Hochdeutsch präsentiert wird. Die Nachrichten bestehen durchgehend aus vier Meldungen, in den Infostunde sind es konstant fünf. Inklusiv Verkehr und Wetter beträgt die Länge des Serviceblocks zirka vier, in den Infostunden max. sechs Minuten. Die Nachrichten werden ohne Schlagzeilen präsentiert, mit Ausnahme von RL Kompakt um 19h, das auch etwas länger ist. Nachrichten werden trocken, Wetter und Verkehr mit Musikbetten gefahren.

Bemerkenswert erscheint, wie sehr es zwar nicht durchgehend aber immer wieder gelingt, Liechtenstein-Themen zu priorisieren, ohne dass der Eindruck entstünde, die Nachrichten nähmen allzu grosse Einbussen hinsichtlich ihrer Relevanz hin. Ermöglicht wird es durch einen Verzicht auf eine strikte Nachrichtenhierarchie: Kultur oder besondere Wetterereignisse (kälteste Nacht des Winters) dürfen auch nach vorne gestellt werden.

Aufgrund der kulturellen Nähe zum Nachbarland Schweiz drehen sich viele Meldungen um die Schweiz, insbesondere die Ostschweiz. Die nationalen Meldungen wirken mitunter „gesucht“, was aber dem Sendegebiet geschuldet ist, wo lokale, regionale und nationale Themen oftmals „zusammenfallen“. Gewonnen wird dadurch eine positive Abgrenzung zu konkurrenzierenden Radionachrichten, die in der Regel internationale Themen wesentlich stärker gewichten.

Werden internationale Themen gebracht, ist kein klares Auswahlprinzip erkennbar, vielmehr wirkt die Auswahl zufällig. Der GDL-Streik in Deutschland ist sicherlich relevant, das Ableben des Präsidenten von Namibia ist es nicht, die Wiedereröffnung der weltgrössten Stierkampfarena in Mexiko mag Gesprächsstoff liefern. Kurzum, es besteht der Eindruck, dass internationale Meldungen als Füller gesucht werden, um fehlende regionale Nachrichten auszugleichen.

Nicht nur inhaltlich auch in der Form der Präsentation schwankt die Qualität der Nachrichten in Abhängigkeit vom diensthabenden Redakteur bzw. Redakteurin, die sich in Erfahrung und der Sprechhaltung unterscheiden: mal eher unpersönlich-allwissend, dann eher nahbar-persönlich. Die deutlichste Problemzone allerdings, sind die häufig zu hörenden deutsch-deutschen Korrespondentenstimmen. Es liegt auf der Hand, dass ein *Radio Liechtenstein* kein dichtes Korrespondentennetz wie die SRG oder der ORF aufbauen kann. Doch wirken sie in den von Dialektstimmen geprägten Lokalkolorit wie ein Fremdkörper, bei aller Professionalität, die sie inhaltlich auszeichnet.

Das wiederum gelingt bei Sport-Meldungen ganz gut, da sie von passionierten Redakteuren des Senders gestaltet und präsentiert werden. Neben den Schweizer Fussball-Ligen, in der auch der FC Vaduz vertreten ist, sind die für die Region naheliegenden weiteren Themen „Ski Alpin“ und andere Wintersportarten wie Eishockey, Bob, etc. Der Sport wird von den Nachrichten separiert und zu Peak-Zeiten wie morgens, nachmittags, am Wochenende zwischen die Nachrichten und Servicemeldungen platziert.

3.1.2. Services

Schlussendlich sei noch ein Blick auf die Services wie Wetter und Verkehr geworfen, die beide im Gegensatz zu den Nachrichten in Dialekt präsentiert werden. Das Wetter wird offenkundig vom externen Dienstleister MeteoNews geliefert, wirkt aber nicht wie ein Fremdkörper, da vermutlich über einen längeren Zeitraum eine enge Zusammenarbeit mit der Redaktion von *Radio Liechtenstein* entstanden ist. Die Präsentation ist sehr professionell, die Stimmen sind radiophon.

Der Verkehrsservice wird in der Regel vom Moderator der Sendung, in unmoderierten Stunden vom Nachrichtensprecher präsentiert. Die Grösse des Sendegebiets liefert nicht sehr viele Inhalte, was mitunter auch ein Vorteil sein kann. Wenn es aktuelle Meldung von besonderer Relevanz gibt, werden sie als „breaking news“ behandelt.

Alle Services werden auf Musikbetten präsentiert, die den branchenüblichen produktionstechnischen Erfordernissen genügen. Ihr Sounddesign erfüllt die funktionalen Anforderungen, wirken aber austauschbar, da sie in jedem anderen Mainstreamprogramm zum Einsatz kommen könnten.

3.1.3. Rubriken, Beiträge, Interviews

Die Inhalte folgen dem Anspruch einer journalistisch-handwerklichen Gründlichkeit, sind ordentlich gesprochen und zeichnen sich durch ein erkennbares Interesse für das Thema aus. Sie gehen selten über die Länge von drei Minuten hinaus, es sei denn das Thema gibt es her. Längere Reportagen oder Features sind in den untersuchten Sendemitschnitten nicht zu hören. Die in den Beiträgen oder Interviews verwendeten O-Töne geben häufig institutionelle Stimmen wieder: Unternehmenssprecher, Präsidenten von Verbänden, Sprecherinnen und Sprecher von Behörden.

Mag die Auswahl gut getroffen sein - die Personen sind in Kommunikation geschult - so würde man doch gerne mehr von der nur vereinzelt zu hörenden „Vox populi“ vernehmen: den Migros-Kunden zu den Schliessungen von Fachmärkten oder die Kinobetreiberin aus Schaan, die der Kinokrise trotzt. Sind sie es doch, die Hörernähe und kommunikative Rezeption erst ermöglichen.

Die aktuellen Inhalte drehen sich überwiegend um Regionalthemen aus Liechtenstein, dem Rheintal, Ost- oder aus der Deutschschweiz. Da sie vor allem am Morgen und in den Infostunden am Mittag und am Abend gesendet werden, wirken die Stunden mit Informationen überfrachtet, insbesondere weil gerne Themen, die in den Nachrichten zu hören waren, zwischen den Nachrichten nochmals „abgefeiert“ werden. Raum für andere Inhalte ist kaum vorhanden. Zudem sind Inhalte mit Liechtenstein-Bezug zu sehr abhängig von Agenturmeldungen und werden zu wenig mit eigenen Geschichten angereichert mit der Folge, dass in den Infostunden mal sehr viel, dann aber wieder sehr wenig Liechtenstein vorkommt. Der Abstand zu Themen aus Liechtenstein vergrössert sich jenseits der Info-Sendeschiene, wo sehr wenig über das Fürstentum gesprochen wird.

Die in der Regel für eine inhaltliche Auflockerung sorgenden Rubriken - bei *Radio Liechtenstein* sind es zirka eine Handvoll - haben allgemein gesprochen den Vorteil, die Bewirtschaftung von Ressourcen planbarer und sich unabhängiger von Tagesaktualität zu machen. Jedoch erscheinen

die für ihre Erstellung aufgewendeten Ressourcen zu hoch. Der aufwendig produzierte tägliche TV-Tipp mit zahlreichen Filmtönen wirkt angesichts der unlimitierten, beliebig abrufbaren Inhalte aus den Mediatheken antiquiert. Daneben gibt es in ähnlich aufwendiger Machart den Kinotipp „Cinema“, den historischen Rückblick „History“, und den „Popflash“ (und einige weitere, weniger aufwendig produzierte wie den „Koch-Quicktipp“, „Unnützes Wissen“, Branded content wie die „Immobilienbörse“).

Einige Rubriken wirken zudem gesucht und der Anlass der Publikation konstruiert. So erschliesst sich nicht, warum in „History“ von der ersten Aufführung des Dracula Films, der ersten „Wetten Dass Sendung“ oder die Verurteilung von Jan Ulrich wegen Dopings erzählt wird, ausser dass all diese Geschichten sich an diesem speziellen Wochentag ereigneten. Nach dem gleichen Prinzip werden noch Geburtstage von Nat King Cole, dem kaum bekannten Künstler K'naan, oder Chris Pohl, einer obskuren Figur aus der BDSM-Szene aneinandergereiht.

Die Beliebigkeit der Inhalte erlaubt dann keinen unmittelbaren Bezug zu Liechtenstein, sie könnten auch auf anderen Radios im deutschsprachigen Raum stattfinden. Interessant wird's erst dann, wenn die Inhalte einen Bezug zur Lebenswelt der Hörerschaft ermöglichen, wie z.B. ein Migros Werbespot aus dem Jahr 1965, der die Bewilligung von Werbung im selben Jahr durch den Schweizer Bundesrat dokumentiert. Jedoch bleibt das eine Ausnahme.

3.1.4. Moderation und Ressourcen

Auffällig ist, viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind auf mehreren Spielfeldern tätig. Moderatoren machen Beiträge, Redaktoren moderieren. Die Grenzen zwischen Redaktion und Moderation erscheinen fließend. Das spricht einerseits für die polyvalenten Kompetenzen der Mitarbeitenden, die möglicherweise eine Folge der beschränkten Ressourcen des Senders sind und es ermöglichen, die zahlreichen Redaktions- und Moderationsschichten flexibel zu besetzen. Auf der Kehrseite steht, dass keine oder wenig Kontinuität in den Sendeschienen besteht.

Vor allem leiden die Moderationsschichten am Morgen unter den vielen Wechseln. Im Beobachtungszeitraum wurden dort eine Handvoll unterschiedliche Einzelmoderationen gehört. Ihre Anmutungen reichten von „reduziert wie eine Tagesschiene“ bis hin zu einer gut aufgestellten Morgen-Sendung, sich stark unterscheidend inhaltlich bezüglich der Themenvielfalt und formell bezüglich der hörernahen Ansprache. Sehr positiv hervorzuheben ist die Doppelmoderation am Freitag, die gut eingespielt, sehr erfahren und nie ausufernd ist. Qualität und Hörernähe, für die das Dialogische generell und an diesem Morgen im Besonderen sorgt, fehlt dem Sender ansonsten über weite Strecken.

Der Mangel an Kontinuität setzt sich in den Tagesschienen fort. Einige Moderatorinnen und Moderatoren wirken sehr präsent, moderieren Titel an und ab, zeigen auch anekdotisches Gespür, setzen regelmässig Layout-Elemente zwischen den Titeln, platzieren gekonnt Anreize zum Weiterhören (Teaser), andere sind in den Sendeschiene kaum wahrnehmbar, selbst ihre Namen bekommen nur sehr aufmerksame Hörer mit. Trotz der hörbar vorhandenen Erfahrung, fallen handwerkliche Fehler auf, wie das unsaubere „Fahren von Musiktiteln“ oder das Sprechen über zu laute Musik am Ende eines Titels (Voice over Music) und es wirkt wie der Versuch, flottes Privatradio zu imitieren. Im Kontrast hierzu werden die meisten Moderationen trocken ohne Musikbetten gefahren.

Doch bei weitem das grösste Manko der Moderationen, und nicht nur dort, ist die Abwesenheit von Hörern. Wenn sie vorkommen, dann bestenfalls als O-Ton in einem Beitrag. Hörer On-air sorgen für Nahbarkeit, stellen einen unmittelbaren Liechtenstein - Bezug her. Denn Menschen neigen ganz allgemein dazu, Beziehungen zu Personen aufzubauen, die in ihrer unmittelbaren Umgebung leben oder arbeiten. Was in der Psychologie als Theorie der Proximität bezeichnet wird, ist fürs Radio - richtig umgesetzt - eine sehr wertvolle Beziehungspflege zur Hörerschaft.

4.0. Musik

Auch wenn das Musikprogramm nicht im Fokus der Analyse stand, weil das gewählte Untersuchungsdesign strategische Fragestellungen nicht erlaubt, lohnt doch ein phänomenologischer Zugang zur Frage, welchen Beitrag es zum Gesamteindruck des Senders leistet.

Sofort ins Ohr sticht die sehr breite Auswahl der Titel. Pop-Mainstream aus allen Jahrzehnten seit den 50er werden gespielt, wobei die Zeit von 1970 bis heute den Schwerpunkt bildet. Stile und Epochen sind vertikal (Tagesverlauf) als auch horizontal (Vortag) durchmischt. Eine Ausnahme stellt die einstündigen Sendung Alltime-Classics am Vormittag, Nachmittag und am Wochenende dar, in der ausschliesslich Songs aus den 80er Jahren und älter gespielt werden.

Aufgrund einer offensichtlich sehr grossen Anzahl von Titeln besteht nicht der Eindruck, dass sie zu oft wiederholt werden. Jedoch sind bei der Abfolge der Titel im Tagesverlauf Klumpen-Bildungen zu beobachten. Songs aus derselben Epoche reihen sich aneinander, es gibt Strecken mit unbekannteren und Strecken mit sehr bekannten Titeln. Kurzum, die Durchmischung ist angesichts der Tiefe des Katalogs (= Summe aller gespielter Titel) zu wenig ausgeprägt.

Die Auswahl der aktuellen Titel wirkt fast zufällig. Bekanntes aus dem schweizerdeutschen Radio Airplay aber auch Unbekanntes, wie nur es SRF3 spielen würde, ist zu hören. Schweizer Mundart Songs kommen vor, sind aber eher Randthema. Wenn sie auftauchen, werden sie in der Regel moderativ hervorgehoben.

Das Musikprogramm verharret etwas unentschlossen zwischen publikumsorientiert und musikjournalistisch gestaltet, zwischen mainstream-beliebig und nischig-ambitioniert zugleich. Es wirkt abgetrennt vom Wortprogramm, wenn es nach dem Serviceblock heisst „zurück zur Musik“, die Moderatoren mal auf Titel eingehen und dann über weite Strecken nicht, wenn nur in bestimmten Stunden Musik inhaltlich thematisiert wird, aber „en gros“ nicht. Am deutlichsten offenbart sich die unklare Ausrichtung der Musik in der Kommunikation On-air.

5.0. On-air - Marketing

Hervorgehoben in der Kommunikation über Musik wird eine behauptete Liebesbeziehung zur selben mit dem Slogan „wir lieben die Hits“ – ein im deutschsprachigen Raum häufig anzutreffender Marketingsprech von Privatradios, die überwiegende aktuelle Hits spielen. Relativierend wirken bei *Radio Liechtenstein* die oft verwendete Aussage, „die Klassiker und die Hits von heute“, worin zum Ausdruck gebracht werden soll, dass der Begriff „Hit“ aktuelle als auch ältere Titel umfasst.

Das kommunizierte Musikprogramm von *Radio Liechtenstein* weicht jedoch stark vom gespielten ab: das nämlich in erster Linie breit und abwechslungsreich und nur peripher auf aktuelle Hits ausgerichtet ist. Eine weitere Dissonanz erzeugt die Art und Weise wie On-air dafür geworben wird, übrigens nicht nur was die Musik angeht. Ist das Wortprogramm in Ton und Anmutung eher ruhig, seriös, wohl formuliert, Service public - orientiert, wirkt es im Layout marktschreierisch, selten auf den Punkt und unnatürlich.

Da werden Wortkaskaden gebildet wie „So klingt RL - die besten Hits aller Zeiten - mit den Klassikern und den Hits von heute - RL wir lieben die Hits“. Oder stereotype Formulierungen gebraucht wie „RL - mehr Inhalt - mehr Hintergrund“ und „Frisch und Fröhlich mit RL für den perfekten Start in den Tag“. Es klingt aufgesetzt und wenig authentisch. Produziertes (Layout) und gesprochenes Wort (Inhalt) bilden einen nicht vereinbarenden Gegensatz: „Sauglattismus“,

wie ihn eine vom Schweizer Dialekt gefärbte Stimme kaum in der Lage wäre hervorzubringen. Bezeichnenderweise ist die Stationsstimme eine deutsch-deutsche, wie nicht nur an der Aussprache von „Vaduz“ zu erkennen ist. Wer also will *Radio Liechtenstein* sein, hat es eine eindeutige Vorstellung seiner Identität oder ist es gar eine gespaltene Persönlichkeit?

6.0 Markenbild und Identität

Die Markenbildung geht weit – zum Glück möchte man sagen – über die On-air Kommunikation hinaus. Das hat mit der Doppelnatur des Gesprochenen und Nichtgesprochenem im Programm zu tun: von der Musikmoderation, dem folgenden Musiktitel, über das Interview mit dem Fussballtrainer bis hin zum Werbespott für die Guggenmusik Party, alles formt das Bild, welches eine Hörerschaft von einem Radio hat, andererseits vermitteln es in seiner Gesamtheit das Vorstellungsbild der Marke und prägt es mit, oftmals unabhängig und gegenläufig zum intendierten Markenbild.

Radio Liechtenstein vermittelt disparate Eindrücke: Nachrichten, die in ihrer Tonalität und Inhalt öffentlich-rechtlich sind, in ihrer Kürze privat, hörernahe im Wechsel mit distanzierenden Moderationen, musikalische Inhalte für die Zielgruppe 60 plus, gefolgt von aktuellen Pop-Mainstream oder obskuren Neuheiten. In der Anmutung der Kommunikation einem Privatrado ähnelnd, in ihrer Unbestimmtheit publikumsfern. Die Werbung pendelt zwischen Provinzradio und nationalen Markenartiklern. Ein Radio, das von Liechtenstein spricht und sich in der Aussenkommunikation privatradiogleich auf ein „L“ reduziert. Summa Summarium sind es viele Widersprüchlichkeiten, die strategische Absichten vermissen lassen oder vermeintliche überdecken.

Möglicherweise ist dieser Wildwuchs das Ergebnis einer wechselvollen Markenhistorie, in der sich unterschiedliche Zugänge über die Zeit wie Sedimente überlagerten und heute nicht mehr nachvollziehbar machen, worin die jeweiligen Motive für die Kursänderungen lagen. Da es sich bei Markenbildung um einen wechselseitigen, partizipativen und auch über Jahre laufenden Prozess handelt, den die Hörerschaft mitträgt und der nur wirkt, wenn deren Selbstbild sich in der Marke widerspiegelt, erscheint eine vertiefende qualitative Untersuchung des Markenbildes und der Markenhistorie als lohnend.

Schlussendlich stellt sich die Frage, für wen und warum wird *Radio Liechtenstein* gemacht. Gehört es dem Publikum, gehört es einem privaten Unternehmen, welche Anspruchsgruppen in Liechtenstein sollen bedient werden? Im Umkehrschluss bedeutet das, sich die Frage zu stellen, was trägt zur intendierten Markenbildung bei, was leistet hierzu welchen Beitrag im Programm. Was soll im kommunikativen Raum, den ein Radio bildet, Platz haben und was nicht. Von einer Marke, die Liechtenstein im Namen trägt, sollte erwartet werden dürfen, dass sie den kommunikativen Luftraum über Liechtenstein ausfüllt und erfüllt, und so nutzt, dass sich möglichst viele Bewohner dieses Raumes mit dem Radio auf eine „organische“ Weise wie in einem Radiotop verbunden und zugehörig fühlen.

Hans Knobloch

Berlin, 12-03-2024

Kontakt

Zielbild und Konzept für den Liechtensteinischen Rundfunk (LRF)

Der Verwaltungsrat hat für den LRF nachstehendes Zielbild und Konzept formuliert:

1. Warum machen wir Radio Liechtenstein?

- Wir machen Radio Liechtenstein, weil Liechtenstein (insbesondere nach der Schliessung des «Liechtensteiner Volksblattes» vor etwa einem Jahr) zur breiten, umfassenden Information und Meinungsbildung der Bevölkerung und ihrer Partizipation am demokratischen Prozess in Liechtenstein eine vielfältige Medienlandschaft braucht. Wir positionieren Radio Liechtenstein neben dem «Liechtensteiner Vaterland» als zweites Leitmedium in Liechtenstein.
- Wir machen Radio Liechtenstein, weil die Bindung der Menschen untereinander in Liechtenstein stark ist und sie sich in hohem Mass mit dem Land, seiner Kultur und seiner eigenen Art identifizieren. Radio Liechtenstein bildet diesen gesellschaftlichen Zusammenhalt ab.
- Wir machen Radio Liechtenstein, weil ein Radio mit informativen und emotionalen Elementen und einem vielseitigen Angebot bestens geeignet ist, diese Erwartungen der Bevölkerung als Gemeinschaft abzubilden. Und zwar durchgehend während 24 Stunden an 365 Tagen.
- Wir machen Radio Liechtenstein, weil es ein massgeblicher Orientierungspunkt für Menschen sein soll, die sich dafür interessieren, was politisch, kulturell, gesellschaftlich und sportlich in Liechtenstein passiert und rasch, aber auch fundiert informiert sein wollen. Unsere Gemeinschaft in Liechtenstein und den angrenzenden Gebieten wollen wir gut bedienen.
- Wir machen Radio Liechtenstein, weil wir als öffentlich-rechtlicher Sender ein politisches Forum bilden. Wir sind uns bei der Themenauswahl und der Berichterstattung der besonderen Verantwortung bewusst, alle Standpunkte korrekt und über alle Beiträge hinweg ausgewogen zu Wort kommen zu lassen.

- Wir machen Radio Liechtenstein, weil das Land ein öffentlich-rechtliches Medium braucht, in dem dank öffentlich transparenten und nachvollziehbaren Regeln die publizistische Unabhängigkeit der Programmschaffenden gewährleistet ist.
- Wir machen Radio Liechtenstein, weil wir alle Zielgruppen im Land ansprechen und für Jung und Alt angemessene Beiträge bieten wollen.
- Wir machen Radio Liechtenstein, weil wir die Menschen in Liechtenstein überraschen und unterhalten wollen.

2. Wie machen wir Radio Liechtenstein?

Wir wollen, dass Radio Liechtenstein auch in Zukunft ein massgeblicher Träger des medialen Angebots in Liechtenstein sein wird. Allerdings wandelt sich das Medienumfeld rasch. Medienangebote müssen sich den Gewohnheiten der Medienkonsumentinnen und -konsumenten anpassen, ohne ihre Identität zu verlieren. Wie wird die Medienwelt aussehen, in die wir Radio Liechtenstein positionieren werden?

- **Wohin entwickelt sich die Radiowelt?** Der Medienkonsum verlagert sich immer mehr aufs Smartphone. Die Website oder App einer Medienmarke erfüllt eine zentrale Funktion in der Übermittlung von Medieninhalten und der Vermittlung zwischen Medienmarke und Nutzerinnen und Nutzern.

In dieser Welt ist eine Medienmarke zunächst eine Plattform mit eigenem Charakter. Über diese wird zunehmend das lineare Programm gehört, es werden aber auch Podcasts und andere Beiträge konsumiert, die sich für die zeitverschobene Nutzung eignen.

Innerhalb der gleichen Marke haben auch Videobeiträge mit Informationen über das Geschehen in Liechtenstein Platz, die im Radioprogramm angekündigt werden. Wer sich in den sozialen Medien bewegt, findet innerhalb der Marke Channels, die zum Markenuniversum gehören und bleibt eher in der Marke ohne sie zu verlassen. Das ist entscheidend für die Treue zur Marke und damit für ihren Erfolg.

- **Wer wird Radio Liechtenstein in dieser Radiowelt sein?**

Radio Liechtenstein richtet sich auf die Konsumgewohnheiten seiner Nutzerinnen und Nutzer aus, die sich ständig wandeln und weiterentwickeln. Die Angebote von Radio Liechtenstein passen sich dieser Dynamik an.

Zentral ist die Marke «LRF», die mit ihren Werten für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags steht, also für Verlässlichkeit, Präzision, aber auch für den Einbezug möglichst vieler Partner aus dem Leben in Liechtenstein. Die Marke LRF ist Anziehungspunkt und Spiegelbild für alles, was in Liechtenstein geschieht und die alle Möglichkeiten der elektronischen Kommunikation bespielt.

In der Marke LRF bleibt das lineare Radioprogramm unter dem Namen «Radio Liechtenstein» Kerngeschäft. Das Programm von «Radio Liechtenstein» und die Angebote des LRF werden von einem vielseitigen, gut ausgebildeten Team produziert. Seine Fähigkeiten liegen primär im Bereich Audio, später auch in Video und soziale Medien. Der LRF bietet auch passende Ausbildungsplätze an und kooperiert mit entsprechenden Bildungsinstituten (z.B. MAZ (Institut für Journalismus und Kommunikation, Luzern), RSS (RSS-Medienschule, St. Gallen)).

An der Spitze und im Team von Radio Liechtenstein arbeiten Menschen, die mit dieser umfassenden Form der Markenführung vertraut und fähig sind, die medienspezifischen Stärken von Audio, Video und Social Media optimal einzusetzen. Wo es sinnvoll ist, geht Radio Liechtenstein Kooperationen mit Medien- und anderen Partnern in Liechtenstein ein (z.B. Gymnasium, Universität, Liechtenstein Marketing, Sport- und kulturelle Vereine, etc.).

- **Wie kommen wir in diese Radiowelt?**

Der LRF-Verwaltungsrat wird zusammen mit der Radioleitung und dem Team den Markenkern des LRF definieren und davon die Positionierung der dazugehörigen Medienangebote, insbesondere von Radio Liechtenstein ableiten.

Dabei stützt er sich massgeblich auf die erwähnte Höranalyse von Hans Knobloch und die Radioexpertise im Verwaltungsrat. Wo nötig, werden Positionierung und

Programm angepasst und auf den Auftrag als öffentlich-rechtlicher Sender ausgerichtet.

Passend dazu wird die Präsenz von Radio Liechtenstein in der Öffentlichkeit und den sozialen Medien mit Elementen ergänzt, die zur Marke passen.

Wir nehmen das bestehende Team auf diesem Weg mit. Fachliche Defizite schliessen wir mit Aus- und Weiterbildung. Bei der Auswahl von Mitarbeitenden achten wir darauf, Kandidatinnen und Kandidaten aus Liechtenstein zu finden, die mit der einheimischen Sprache und Kultur vertraut sind.

3. Was machen wir, damit der LRF und Radio Liechtenstein die Erwartungen erfüllen?

- **Marke**

Der Kern der Marke von Radio Liechtenstein ist Liechtenstein. Alle Angebote von Radio Liechtenstein, ob Audio, Video, Online oder Social Media stützen diese Marke. Was nicht auf die Marke Radio Liechtenstein einzahlt, bietet Radio Liechtenstein nicht an. Damit können Hörerinnen und Hörer sowie Werbekunden Radio Liechtenstein klar einordnen. Die Projektgruppe aus Verwaltungsrat, Radioleitung und -team ist derzeit dabei, den Markenkern auszuformulieren und erlebbar zu machen. Der Markenkern muss und wird zwingend Liechtenstein in all seinen politischen, kulturellen, sportlichen und weiteren Facetten sein. Zum Markenkern gehört aber auch, dass möglichst viele Menschen aus Liechtenstein am Radio zu hören sind. Ob als Interviewpartner bei Veranstaltungen, Meinungsträger bei Strassenumfragen, Teilnehmende bei Veranstaltungen und Radiobeiträgen: Menschen aus Liechtenstein sollen sich einbringen können, zu Wort kommen und gehört werden. Am gesellschaftlichen Leben in Liechtenstein soll Radio Liechtenstein wieder sichtbar werden.

- **Positionierung**

Radio Liechtenstein untersteht dem Liechtensteiner Rundfunkgesetz. Es ist also ein öffentlich-rechtliches Radio.

Dieses Selbstverständnis ist wichtig für die Präsentation und Anmutung des Radioprogramms und der anderen Markenelemente. Die Vorgaben und Zielsetzungen werden in Workshops mit dem Team aufgebaut.

- **Programm**

Radio Liechtenstein sendet auch in Zukunft an 7 Wochentagen während 24 Stunden ein Programm aus Informationen sowie Service- und Unterhaltungselementen und Musik. Die breite Auswahl der Themen aus Liechtenstein widerspiegelt den öffentlich-rechtlichen Anspruch des Senders. Im Programm sind viele Stimmen aus Liechtenstein zu hören. In ausserordentlichen Situationen und Notlagen erfüllt Radio Liechtenstein seine Pflichten gemäss LRFG und unterstützt die Arbeit der Behörden zum richtigen Zeitpunkt mit wichtigen Informationen für die Bevölkerung.

Radio Liechtenstein ist ein öffentlich-rechtlicher Sender und ist sich in der Berichterstattung über das Geschehen im Land seiner besonderen Verantwortung bewusst.

- **Programmbeurteilung**

Radio Liechtenstein entwickelt, zweckmässigerweise zusammen mit anderen Medien in Liechtenstein, Konzepte und Instrumente, wie die Programmqualität anhand der Vorgaben des LRFG und der Eignerstrategie überwacht werden kann. Dazu können Modelle in der Schweiz geprüft und in angepasster Form übernommen werden.

- **Hörerforschung**

Die entsprechenden Gespräche mit der Mediapulse laufen. Allerdings wird auch zu prüfen sein, ob Radio Liechtenstein eine jährliche, proprietäre Nutzungsforschung durchführt, die der Justierung der Programmierung dient. Diese kann in Kooperation mit einem externen Partner durchgeführt werden.

Schaan, April 2024

Für den LRF-Verwaltungsrat

Jürg Bachmann, Präsident