

**VERNEHMLASSUNGSBERICHT**  
**DER REGIERUNG**  
**BETREFFEND**  
**DIE ABÄNDERUNG DES MEDIENGESETZES**

**Ministerium für Inneres, Wirtschaft und Sport**

**Vernehmlassungsfrist: 3. April 2026**



## INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Zusammenfassung .....	4
Zuständiges Ministerium.....	4
Betroffene Stellen .....	4
1. Ausgangslage .....	5
2. Begründung der Vorlage.....	6
3. Ländervergleich .....	8
3.1 Schweiz.....	8
3.2 Österreich.....	9
3.3 Deutschland.....	10
4. Schwerpunkte der Vorlage .....	11
5. Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln .....	11
5.1 Abänderung des Mediengesetzes.....	11
6. Verfassungsmässigkeit / Rechtliches.....	13
7. Auswirkungen auf die nachhaltige Entwicklung.....	13
8. Regierungsvorlage .....	15

**ZUSAMMENFASSUNG**

*Nach geltender Rechtslage ist politische Werbung im öffentlich-rechtlichen und im privaten Rundfunk verboten, dies im Unterschied zu anderen Medien wie Print- oder Onlinemedien. Das Verbot politischer Werbung wurde bei Erlass der gesetzlichen Bestimmung insbesondere mit dem Aspekt der vorhandenen Medienvielfalt begründet. Diese Argumentation hat jedoch im Laufe der Zeit an Gewicht verloren, da sich die Vielfalt der klassischen Medien in den letzten Jahren reduziert hat. Angesichts dieser veränderten Ausgangslage in der Medienlandschaft sind die ursprünglichen Beweggründe für das Verbot politischer Werbung im Rundfunk nicht mehr stichhaltig. Auch entspricht die aktuelle Rechtslage nicht dem Grundsatz der Technologie-Neutralität als grundlegendem Prinzip des liechtensteinischen Medienrechts. Mit der gegenständlichen Vorlage soll daher das Verbot politischer Werbung im Rundfunk aufgehoben werden.*

*Zusätzlich wird die Revision genutzt, um im Mediengesetz eine spezialgesetzliche Regelung für die Entschädigung der Medienkommission und der Ombudsstelle zu schaffen.*

**ZUSTÄNDIGES MINISTERIUM**

Ministerium für Inneres, Wirtschaft und Sport

**BETROFFENE STELLEN**

Amt für Kommunikation

Medienkommission

Vaduz, 3. März 2026

LNR 2026-254

P

## 1. AUSGANGSLAGE

Nach geltendem Mediengesetz ist im Rundfunk jede Art politischer oder religiöser Werbung verboten (Art. 42 Abs. 2 Bst. b MedienG<sup>1</sup>). Dieses absolute Werbeverbot gilt für den öffentlich-rechtlichen wie auch den privaten Rundfunk. Begründet wurde dieses Verbot bei der Schaffung des Mediengesetzes 2005 damit, dass die Zulassung politischer Werbung im privaten oder gar im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gerade in Liechtenstein zu groben Verzerrungen des politischen Wettbewerbs sowie einer Gefährdung der Unabhängigkeit des Rundfunks führen würde. [...] In diesem Zusammenhang sei ausserdem neuerlich darauf hinzuweisen, dass die medialen Strukturen in Liechtenstein sowohl politischen als auch religiösen Gruppierungen hinreichende alternative Werbemöglichkeiten bieten würden, sodass die Interessenabwägung eindeutig zugunsten des gegenständlichen Verbots ausfalle (s. BuA Nr. 68/2005). Eine Missachtung des Werbeverbots stellt eine Verwaltungsübertretung dar und wird mit Busse bis zu 50'000 Franken bestraft (Art. 93 Abs. 2a Bst. a MedienG).

In anderen Medien wie Print- oder Onlinemedien ist politische Werbung zulässig; zu beachten sind in jedem Fall die allgemeinen Werbegrundsätze und Kennzeichnungspflichten des Mediengesetzes (Art. 40f. MedienG).

Eine gesetzliche Definition politischer Werbung existiert nicht. Im Mediengesetz definiert wird jedoch der Begriff der «Werbung» (Art. 2 Abs. 1 Ziff. 14) und der

---

<sup>1</sup> Mediengesetz (MedienG) vom 19. Oktober 2005, LGBl. 2005 Nr. 250 idgF.

«gesponsorten Sendung» (Art. 2 Abs. 1 Ziff. 28): Demnach meint «Werbung» jede öffentliche Äusserung zur unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren oder der Erbringung von Dienstleistungen, einschliesslich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zur Unterstützung einer Sache oder Idee oder zur Erzielung einer anderen vom Werbetreibenden oder dem Medieninhaber gewünschten Wirkung, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder zur Eigenwerbung stattfindet, einschliesslich der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation im Sinne des Art. 1 Abs. 1 Bst. h der Richtlinie 2010/13/EU. Nicht als Werbung gelten gesetzlich vorgeschriebene Angaben und Mitteilungen in üblicher Form. Eine "gesponsorte Sendung" ist eine Sendung, für die durch ein nicht im Bereich des Rundfunks oder der Produktion audiovisueller Werke tätiges öffentliches oder privates Unternehmen ein Finanzierungsbeitrag mit dem Ziel geleistet wurde, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern.

## **2. BEGRÜNDUNG DER VORLAGE**

Vor den Landtagswahlen 2025 wurde im privaten Rundfunk politische Wahlwerbung ausgestrahlt und damit gegen das Verbot politischer Werbung gemäss Art. 42 Abs. 2 Bst. b MedienG verstossen. Dies wurde zum Anlass genommen, die geltende Rechtslage dahingehen zu überprüfen, ob das Werbeverbot für den Rundfunk in dieser Form noch zeitgemäss und sachlich gerechtfertigt ist. Das Verbot politischer Werbung wurde bei Erlass der gesetzlichen Bestimmung insbesondere mit dem Aspekt der vorhandenen Medienvielfalt als tragendem Argument begründet. Diese Argumentation hat jedoch im Laufe der Zeit an Gewicht verloren, da sich die Vielfalt der klassischen Medien in den letzten Jahren reduziert hat.

Die Medienlandschaft in Liechtenstein, aber auch in umliegenden Ländern, hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert, nicht zuletzt durch die

Digitalisierung von Produktion, Distribution und Medienkonsum. Publikum wie Werbung sind ins Internet abgewandert, private Medien sind mit sinkenden Einnahmen auf Publikums- und Werbemärkten konfrontiert. Einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt es in Liechtenstein nicht mehr. Stattdessen haben neue Angebote im Bereich der digitalen Medien, Online-Plattformen und sozialen Netzwerke alternative Formen der Meinungs- und Informationsvielfalt geschaffen.

Angesichts dieser veränderten Ausgangslage sind die ursprünglichen Beweggründe für das Verbot politischer Werbung im Rundfunk in der heutigen Medienlandschaft Liechtensteins nicht mehr stichhaltig. Auch entspricht die aktuelle Rechtslage nicht dem Grundsatz der Technologie-Neutralität als grundlegendem Prinzip des liechtensteinischen Medienrechts. Im Sinne der Gleichbehandlung aller Medien soll daher das absolute Verbot politischer Werbung im Rundfunk aufgehoben werden. Ein Vergleich der Regelungen für politische Werbung in der Schweiz, Österreich und Deutschland ist aufgrund der unterschiedlichen Ausgangslage und Rahmenbedingungen nur bedingt heranzuziehen.

Zusätzlich wird die Revision genutzt, um im Mediengesetz die Grundlage für eine spezialgesetzliche Regelung für die Entschädigung der Medienkommission und der Ombudsstelle zu schaffen. Mit der letzten Revision des Mediengesetzes wurden die Aufgaben der Medienkommission erweitert und für Medienbeanstandungen wurde neu eine Ombudsstelle geschaffen. Es hat sich gezeigt, dass die allgemeine Regelung gemäss dem Gesetz über die Bezüge der Mitglieder der Regierung und der Kommissionen sowie der nebenamtlichen Richter und der Ad-hoc-Richter für die Entschädigung dieser Tätigkeiten nicht geeignet ist.

Um den Rundfunk den anderen Medien im Hinblick auf die Gemeindewahlen 2027 gleichzustellen und somit wirtschaftliche Nachteile für den Rundfunk zu verhindern und da es sich zudem um keine umfangreiche oder komplexe Materie handelt, wird die Vernehmlassungsfrist auf vier Wochen festgelegt.

- Vermeidung rechtlicher oder wirtschaftlicher Nachteile

### **3. LÄNDERVERGLEICH**

#### **3.1 Schweiz**

Politische Radio- und Fernsehwerbung ist in der Schweiz gemäss Art. 10 Abs.1 Bst. d des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) nicht zulässig, in allen anderen Medien ist sie hingegen erlaubt. Ein Printmedium kann sich jedoch weigern, ein politisches Inserat zu veröffentlichen. Laut Schweizer Presserat, der Instanz für Beschwerden im Zusammenhang mit Medien, kann die Zeitung ethische Kriterien geltend machen. Ein politisches Inserat muss sich zudem klar von einem journalistischen Beitrag unterscheiden. Nach der Intention des Gesetzgebers soll das Verbot der politischen Werbung primär verhindern, dass die demokratische Willensbildung durch wirtschaftlich mächtige Akteure einseitig beeinflusst werden kann; darüber hinaus soll das Verbot die Unabhängigkeit der Rundfunkveranstalter von politischem Einfluss wahren.

Debatten über die Aufhebung des Verbots von politischer Radio- und Fernsehwerbung, um die Einnahmen privater Medien zu stärken, wurden zuletzt (Stand Anfang 2026) politisch abgelehnt. Der letzte diesbezüglich Vorstoss kam im Jahr 2025 von Nationalrat Thomas Matter (SVP/ZH) in Form einer parlamentarischen Initiative, um private Rundfunkanbieter den privaten Online-Anbietern gleichzustellen. Mit 13 zu 12 Stimmen gab die Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrats (KVF-N) Matters parlamentarischer Initiative Folge. Die Mehrheit war der Ansicht, dass private Radio- und TV-Sender eine Möglichkeit erhalten sollten, weitere Werbeerträge zu erwirtschaften. Das solle ihre Eigenwirtschaftlichkeit

stärken. Nach Matter «habe das Werbeverbot für private Sender keinen ersichtlichen Grund mehr». Er begründete das mit der zunehmenden Verbreitung von politischer Werbung via Internet und sozialen Netzwerken. Anders sah das die Schwesterkommission des Ständerats. Mit 6 zu 2 Stimmen bei 2 Enthaltungen lehnte sie das Anliegen ab, womit das Geschäft zurück an die KVF-N ging, die über den weiteren Verlauf der Initiative entscheiden muss. Politische Inhalte erscheinen in der Schweiz in Form von redaktioneller Berichterstattung (z.B. Arena auf SRF 1), die sachgerecht und ausgewogen sein müssen.

### **3.2 Österreich**

In Österreich sind bei politischer Werbung verschiedene Rechtsvorschriften zu beachten. Aus dem Blickwinkel des audiovisuellen Mediendiensteegesetzes, Privatradiogesetzes und des Mediengesetzes fällt Wahlwerbung i.S.v. politischer Werbung unter die Definition "Werbung" und ist prinzipiell erlaubt.

Redaktionelle Beiträge und Diskussionen sind erlaubt, solange das Objektivitätsgebot gewahrt bleibt. Jedoch dürfen in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation (also Werbung, Produktplatzierung und Sponsoring) weder im Bild noch im Ton Personen auftreten, die regelmässig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen. Dies gilt für private Fernseh- und Radioanbieter wie für den ORF gleichermassen. Im ORF-Fernsehen und ORF-Radio, die einen öffentlichen Auftrag haben, ist politische Werbung unter gewissen Rahmenbedingungen erlaubt. Die Rahmenbedingungen sind in den eigenen Werbetarifen einsehbar. Entgeltliche Veröffentlichungen in Medien müssen als „Anzeige“ oder „bezahlte Anzeige“ gekennzeichnet sein, um sie von redaktionellen Inhalten zu unterscheiden.

### 3.3 Deutschland

Im Rundfunk<sup>2</sup> (Hörfunk oder Fernsehen) ist politische Werbung grundsätzlich unzulässig. Eine Ausnahme gilt für Wahlwerbung der zugelassenen Parteien in den letzten Wochen vor den Wahlen. Bei der Zuteilung der Sendezeiten ist der Gleichheitsgrundsatz des Parteiengesetzes zu beachten. Die Parteien sind für die Inhalte ihrer Wahlwerbung selbst verantwortlich. Auch in rundfunkähnlichen Telemedien ist politische Werbung unzulässig. Ein Telemedium ist rundfunkähnlich, wenn der Gesamteindruck von hörfunk- und fernsehähnlichen Inhalten geprägt ist. Anders als Rundfunk werden die rundfunkähnlichen Telemedien jedoch nicht linear, sondern auf Abruf angeboten.

In allen anderen (also nicht rundfunkähnlichen) Telemedien ist politische Werbung grundsätzlich zulässig. Dies gilt für alle Internetangebote, die keine oder nur wenige Video- und Audioinhalte enthalten, also z.B. klassische Blogs oder Websites und Accounts, die überwiegend aus Bild- und Textangeboten bestehen. Politische Werbung in einfachen Telemedien muss aber besonders gekennzeichnet sein. Für Medienplattformen (z.B. Zattoo), Video-Sharing-Dienste (z.B. YouTube) und Medienintermediäre (z.B. Google, Facebook) gilt das Verbot politischer Werbung nicht. Denn sie sind für sich selbst gesehen in der Regel nicht rundfunkähnlich, sondern einfache Telemedien. Beispiele politischer Werbung sind Werbespots von Parteien (Wahlwerbung), Imagewerbung von Ministerien und anderen staatlichen Einrichtungen, aber auch Werbung von Unternehmen, Privatpersonen oder sonstigen Dritten für Gesetzesinitiativen und politische Petitionen. Bei politischer Werbung handelt es sich in der Regel um bezahlte Inhalte. Einfache

---

<sup>2</sup> Gemäss § 2 (1) Medienstaatsvertrag (MStV) in der Fassung des Siebten Staatsvertrags zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge (Siebter Medienänderungsstaatsvertrag) in Kraft seit 1. Dezember 2025: Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von journalistisch redaktionell gestalteten Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans mittels Telekommunikation.

Meinungsäußerungen zu politischen Themen sind in der Regel noch keine politische Werbung. Ob politische Werbung vorliegt oder nicht, muss daher stets im Einzelfall geprüft und entschieden werden.

Für Deutschland und Österreich relevant ist zudem die Verordnung (EU) 2024/900 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. März 2024 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung, die am 10. Oktober 2025 in Kraft getreten ist.<sup>3</sup> Die Verordnung enthält eine Definition für politische Werbung und sieht erhöhte Transparenz- und Offenlegungspflichten vor. Für die Übernahme der Verordnung ins EWR-Abkommen liegt noch kein konkreter Zeitplan vor.

#### **4. SCHWERPUNKTE DER VORLAGE**

Mit der vorgeschlagenen Abänderung des Mediengesetzes wird das Verbot politischer Werbung im Rundfunk aufgehoben. Zudem wird die Grundlage für eine spezialgesetzliche Regelung für die Entschädigung der Medienkommission und der Ombudsstelle geschaffen.

#### **5. ERLÄUTERUNGEN ZU DEN EINZELNEN ARTIKELN**

##### **5.1 Abänderung des Mediengesetzes**

###### **Zu Art. 42 Abs. 2 Bst. b**

In Abs. 2 Bst. b wird das Wort «politischer» ersatzlos gestrichen und das Verbot politischer Werbung im Rundfunk damit aufgehoben. Damit soll es künftig zulässig sein, politische Werbung im Rundfunk zu schalten. Stets zu beachten sind die im Mediengesetz verankerten allgemeinen Werbegrundsätze sowie die besonderen Kennzeichnungspflichten.

---

<sup>3</sup> ABI. L 2024/900 vom 20.03.2024.

**Zu Art. 85 Abs. 6**

Abs. 6 verweist für die Entschädigung der Mitglieder der Medienkommission auf das Gesetz über die Bezüge der Mitglieder der Regierung und der Kommissionen sowie der nebenamtlichen Richter und der Ad-hoc-Richter<sup>4</sup>. Das Gesetz sieht Sitzungsgelder (Art. 4) sowie eine Stundenentschädigung für zeitintensive Vorbereitungs- und Ausfertigungsarbeiten vor (Art. 3 Abs. 2a). Die Kommissionsvorsitzenden erhalten eine von der Regierung festgelegte Pauschalentschädigung (Art. 3 Abs. 2). Gemäss Art. 3 Abs. 4 bleibt eine in anderen Gesetzen festgelegte Entschädigung vorbehalten.

Mit der Revision des Mediengesetzes gemäss LGBI. 2025 Nr. 69 wurden die Aufgaben der Medienkommission erweitert. Die Kommission soll neu unter anderem eine stärkere Rolle bei der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die grundlegende gesellschaftliche Funktion der Medien einnehmen und regelmässig über die Entwicklung der Medienlandschaft sowie der journalistischen Qualität berichten (Art. 84). Die Entschädigung solcher Aufgaben ist im oben genannten Gesetz nicht vorgesehen. Um dem erweiterten Aufgabenkatalog der Medienkommission Rechnung zu tragen, soll im Mediengesetz die Grundlage für eine spezialgesetzliche Entschädigungsregelung geschaffen werden.

**Zu Art. 85b Abs. 5 und 6**

Mit der Revision des Mediengesetzes gemäss LGBI. 2025 Nr. 69 wurde neu eine inländische Ombudsstelle geschaffen, die insbesondere die Funktion einer Streit-schlichtungsstelle für Medienbeanstandungen übernehmen soll. Die Entschädigung der Ombudsstelle wurde im Zuge der Revision allerdings nicht geregelt. Für die Entschädigung der Ombudsstelle sind die allgemeinen Regeln des oben

---

<sup>4</sup> Gesetz vom 17. Dezember 1981 über die Bezüge der Mitglieder der Regierung und der Kommissionen sowie der nebenamtlichen Richter und der Ad-hoc-Richter, LGBI. 1982 Nr. 21 idgF.

erwähnten Bezüge-Gesetzes nicht anwendbar, auch für andere Schlichtungsstellen gibt es spezialgesetzliche Regelungen. Die gegenständliche Revision soll daher zum Anlass genommen werden, im neuen Abs. 5 eine gesetzliche Grundlage für die Entschädigung der Ombudsstelle zu schaffen. Der bisherige Abs. 5 wird zu Abs. 6.

#### **6. VERFASSUNGSMÄSSIGKEIT / RECHTLICHES**

Die gegenständliche Gesetzesvorlage wirft keine verfassungsrechtlichen Fragen auf.

#### **7. AUSWIRKUNGEN AUF DIE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG**

Die gegenständliche Vorlage unterstützt das Nachhaltigkeitsziel 16 «Friedliche und inklusive Gesellschaften», insbesondere das Unterziel 16.10 «Gewährleistung des Zugangs der Öffentlichkeit zu Informationen und Schutz der Grundfreiheiten im Einklang mit nationalen Rechtsvorschriften und internationalen Übereinkünften».



8. **REGIERUNGSVORLAGE**

**Gesetz**

vom ...

**über die Abänderung des Mediengesetzes**

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

**I.**

**Abänderung bisherigen Rechts**

Das Mediengesetz (MedienG) vom 19. Oktober 2005, LGBl. 2005 Nr. 250, in der geltenden Fassung, wird wie folgt abgeändert:

Art. 42 Abs. 2 Bst. b

b) religiöser Werbung; und

Art. 85 Abs. 6

6) Die Entschädigung der Mitglieder der Medienkommission wird von der Regierung in einem Reglement festgelegt.

Art. 85b Abs. 5 und 6

5) Die Entschädigung der Ombudsperson wird von der Regierung in einem Reglement festgelegt.

6) Die Regierung kann das Nähere mit Verordnung regeln.

**II.**

**Inkrafttreten**

Dieses Gesetz tritt am ... in Kraft.