

IN EIGENER SACHE

# DAS «VATERLAND» LIEGT KLAR VORNE

Von Daniel Quaderer,  
Verlagsleiter

Die Wemf AG für Werbemedienforschung hat die neuesten Leserzahlen publiziert. Das «Liechtensteiner Vaterland» wird täglich von 18 000 Personen gelesen und ist damit die Nummer eins in der Region. Die Ergebnisse basieren auf 109 Telefoninterviews in Liechtenstein und 485 Interviews in Werdenberg, im Sarganserland und Bündner Unterland zwischen dem 14. April 2008 und 5. April 2009.

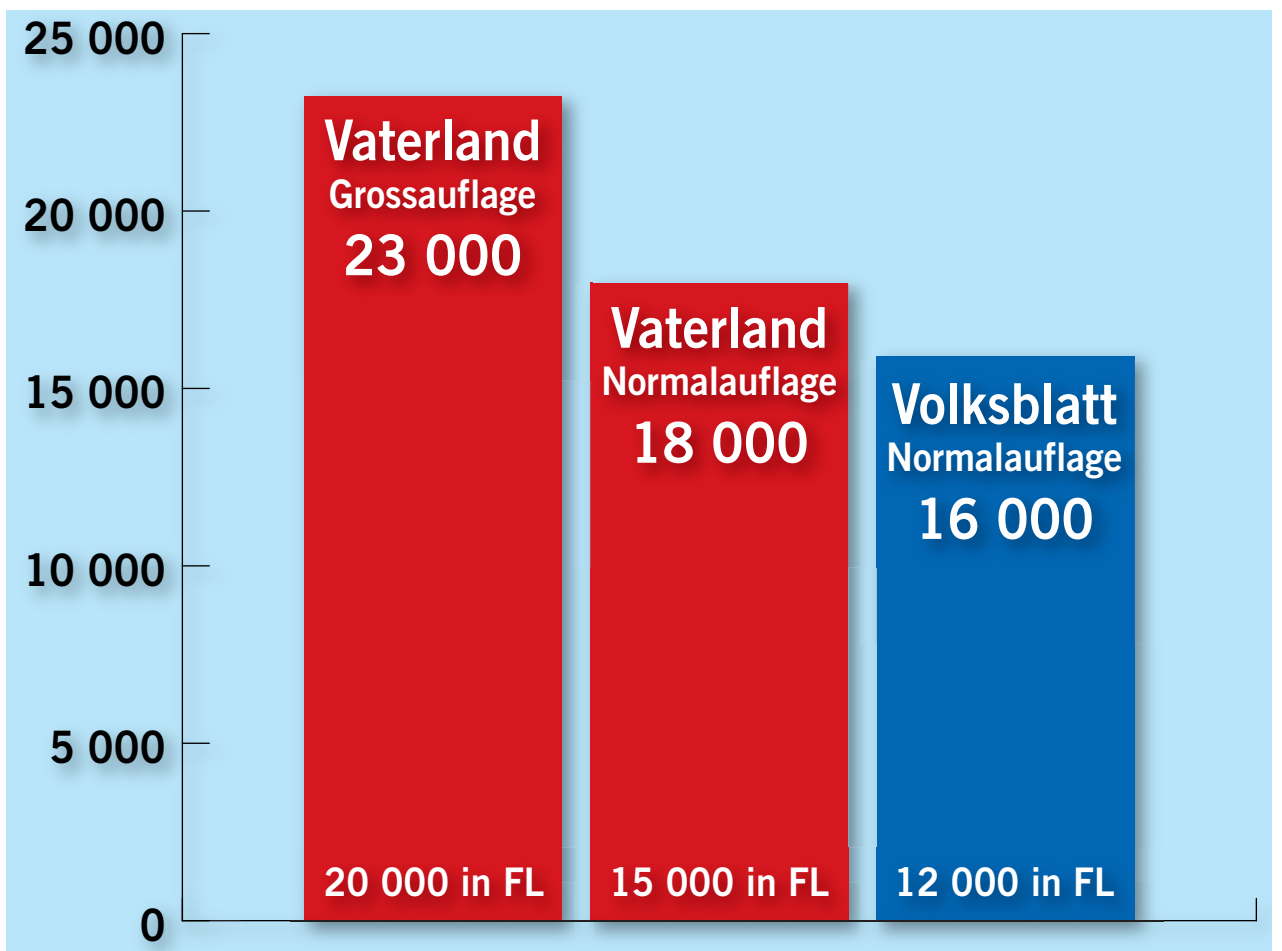
Das Angebot an Informationsquellen ist unübersehbar geworden. Magazine, Presseerzeugnisse, Gratisanzeiger, regionale Fernsehkanäle, Radiostationen, Angebote im Internet – sie alle buhlen um die Aufmerksamkeit der Konsumenten. Gleichwohl steht für die Bevölkerung Liechtensteins das «Vaterland» zuvorderst, wenn es um glaubwürdige Berichterstattung, fundierte Kommentare und differenzierte Analysen geht. Mit durchschnittlich 33 Seiten Umfang hat das «Vaterland» täglich eine geballte Landung Information für die Leser parat. Informativ und kompetent, profiliert und seriös: Qualitätsmerkmale, die anspruchsvolle Leserinnen und Leser dem «Liechtensteiner Vaterland» attestieren und die sie auch schätzen (Quelle: Demoscope 2008).

Das Resultat mit 18 000 Lesern in der Normalauflage und 23 000 in der Grossauflage ist für das «Liechtensteiner Vaterland» eine erfreuliche Bestätigung für die Anstrengungen von Redaktion und Marketing. Wenn man bei den Leserzahlen nur das Land Liechtenstein be-

trachtet, dann hat das «Vaterland» 3000 Leser oder 25 Prozent mehr als die Inland-Konkurrenz. Ein Wermutstropfen bleibt trotzdem: Sowohl das «Vaterland» als auch das «Volksblatt» haben Stammleser verloren. Davon betroffen ist vor allem die jüngste Altersgruppe, jene der 15- bis 30-Jährigen. Die Marktforscher begründen dies mit der zunehmenden Akzeptanz der Gratismedien und des Internets.

Das «Vaterland» hat den Anspruch, die Erstzeitung im Land zu sein, ohne einen Boulevard-Stil zu pflegen. Im Gegensatz zur Konkurrenz schreibt man bei einer schlechten Leistung der Spieler des FC Vaduz nicht von den «Flaschen von Vaduz». Es ist das Ziel des Medienhauses, dass jemand, der das «Vaterland» regelmässig liest, umfassend und objektiv ins Bild gesetzt wird. Egal, ob er sich für politische, gesellschaftliche, kulturelle, wirtschaftliche oder sportliche Themen interessiert. Mit der Absicht, eine möglichst hohe Glaubwürdigkeit zu erreichen, hat das «Vaterland» eine Öffnung in Richtung Forumszeitung vorangetrieben, was sich in den Leserzahlen positiv niederschlägt.

Mehr als 50 Prozent der Bevölkerung bezeichnen das «Vaterland» als ihre Hauptzeitung im Land. Die Inland-Konkurrenz kam bei der letzten landesweiten 500-er-Demoscope-Befragung nur gerade auf 25 Prozent. Für belesene Zeitgenossen ist das «Vaterland», besonders ausserhalb des Landes, vielfach als Zweitzeitung das Tüpfelchen auf i der täglichen Lektüre. Die Wertschätzung, die man ei-



Das «Vaterland» hat täglich 18 000 Leser: Die Grossauflage lesen sogar 23 000 Personen. (Quelle WEMF MACH 2009-2)

ner Zeitung entgegenbringt, zeigt sich nicht zuletzt darin, ob man ihre Inhalte über den Tag hinaus behalten und weiterverwenden möchte. Hunderte unserer Leserinnen und Leser nutzen das «Vaterland» für ihre Ablagen und Archive. Ob auf Papier oder in digitaler Form – entscheidend ist die Qualität der interessierenden Artikel. Und dies beweist auch die rege Benutzung des elektronischen Archivs auf «Vaterland-Online» unter [www.vaterland.li](http://www.vaterland.li).

Trotz Handy und Internet sind Zeitungen weiterhin «in». Im Internet findet man meist nur, was

man sucht. In der Zeitung findet man Dinge, von denen man gar nicht wusste, dass sie einen interessieren. Wer eine Doppelseite mit dem Auge überfliegt, hat innerhalb von Sekundenbruchteilen herausgepickt, was er lesen will. Das kann etwas sein, das man sonst nicht gefunden hätte, weil man gar nicht wusste, dass es das gibt. Ausserdem ist das Lesen auf Papier wesentlich angenehmer als auf dem Bildschirmformat. Das kann keine Technologie der Welt ändern.

Gute Leserschaftszahlen und Glaubwürdigkeit sind für den Erfolg auf dem Inserentenmarkt von

zentraler Bedeutung. Attraktive publizistische Inhalte schaffen Aufmerksamkeit im Rezipientenmarkt, mit steigenden Leserzahlen wächst auch das Interesse nach Werbung. Das Vaduzer Medienhaus geniesst viele Sympathien auf dem Werbemarkt, weil die Kundenbeziehungen langfristig aufgebaut werden und es verschiedene Werbeprodukte anbieten kann. Ob Tageszeitung, Sonntagszeitung «Liewo», regionale Wirtschaftszeitung, Kulturmagazin «KuL» oder Spezialmagazine – das breit abgestimmte Produktportfolio des Vaduzer Medienhauses bietet für jeden Unternehmer eine optimale Werbemöglichkeit.

## Preis für Zivilcourage geht in die zweite Runde

Nach 2006 wird im November zum zweiten Mal der Zivilcourage-Preis DemoGrazia an eine Person oder eine Gruppe vergeben, die in besonderem Mass gesellschaftliches Engagement zeigt. Acht Nominierte stellen sich der Jury und dem Publikum.

Sich für andere stark machen, an eine Sache glauben und sich gegen alle Widerstände dafür einsetzen, Ungechtigkeiten wahrnehmen und handeln, hinschauen, anstatt wegzusehen. Die eigenen Interessen einer Sache unterordnen. Das alles ist Zivilcourage und auch in Liechtenstein gibt es sie, die Menschen, die sich unermüdlich für eine gerechtere und humane Gesellschaft einsetzen. Dieses Engagement öffentlich zu würdigen, das ist die Idee von DemoGrazia, dem Preis für Zivilcourage, der am 19. November zum zweiten Mal verliehen wird.

### Breites Feld an Nominierten

Aus den Vorschlägen der Bevölkerung hat das Frauennetz anhand eines Kriterienkataloges insgesamt acht Personen oder Personengruppen zur Wahl nominiert. Obschon in ganz unterschiedlichen Bereichen tätig, haben alle Nominierten eines gemeinsam: Sie setzen sich unabhängig von externer Belohnung und Anerkennung für Veränderungen und Verbesserungen

in der Gesellschaft ein. Im Verlauf der nächsten Wochen wird das Geheimnis um die Nominierten nach und nach gelüftet. Sie alle werden in den Landeszeitungen der Öffentlichkeit vorgestellt.

### Hoch dotierter Jurypreis

Die Jury, bestehend aus sieben unabhängigen Persönlichkeiten aus Liechtenstein, Österreich und der Schweiz, wird sich intensiv und aus verschiedenen Blickwinkeln mit den Dossiers der Nominierten befassen und schliesslich den mit 10 000 Franken dotierten Preis anlässlich der Preisverleihung vom 19. November in der Hochschule Liechtenstein vergeben. Gestiftet wird der Jurypreis von der ReviTrust-Gruppe. An dieser Preisverleihung wird zudem das Engagement aller Nominierten mit einer Präsentation gewürdigt.

### Anerkennung durch Publikum

Zusätzlich zum Jurypreis kann die Bevölkerung in der Zeit vom 11. bis 18. November für ihren Favoriten oder ihre Favoritin stimmen. Wer die meisten Stimmen erhält, bekommt den Anerkennungspreis zugesprochen. Es lohnt sich also, die Porträts der Nominierten zu lesen, um sich dann eine Meinung zu bilden, wer denn nun den Preis gewinnen soll. Sieger sind bereits jetzt alle Nominierten, weil sie kritisch und aufmerksam sind und weil sie den Mut haben, Dinge zu bewegen. Ohne diese Menschen wäre die Gesellschaft in vielen

Bereichen nicht dort, wo sie heute ist. (pd)

[www.demograzia.li](http://www.demograzia.li). Die erste nominierte Person wird am 15. September vorgestellt.

## DemoGrazia

DemoGrazia geht auf eine Idee anlässlich des 20-jährigen Bestehens des Frauenstimmrechts im Jahr 2004 zurück. Der Preis wurde erstmals 2006 verliehen. Die Trägerschaft unter der Leitung des Frauennetzes Liechtenstein ist eine Wanderträgerschaft und wechselt nach jeder Preisvergabe. Für DemoGrazia 2009 sind dies nebst dem Frauennetz die Kommission Gender und Diversity an der Hochschule Liechtenstein sowie die ReviTrust-Gruppe. Alle drei Jahre nominiert die Trägerschaft potenzielle Preisträgerinnen und Preisträger. Der Preis wird für konkrete Projekte und Aktionen oder für das langfristige Engagement bzw. das Lebenswerk einer bestimmten Person oder Organisation in oder aus Liechtenstein vergeben.



## Im Keller wird wieder gelacht

Lachen Sie mit. Wenn sprachgewaltige Kabarett- und Comedystars Lachhaftes, Lächerliches und Lustiges im Schösslekeller zutage bringen.

Seit 2003 sind wir als Hauptsponsor dabei und engagieren uns für dieses Kleinkunst-Theater mit Vergnügen. Vergnügen mit dem neuen Programm wünschen wir auch Ihnen.



[www.llb.li](http://www.llb.li)