

**STELLUNGNAHME
DER REGIERUNG
AN DEN
LANDTAG DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN
ZU DEN ANLÄSSLICH DER ERSTEN LESUNG
BETREFFEND
DIE ABÄNDERUNG DES MEDIENFÖRDERUNGSGESETZES (MFG),
DES MEDIENGESETZES (MEDIENG) SOWIE
DES BESCHWERDEKOMMISSIONSGESETZES AUFGEWORFENEN
FRAGEN**

<i>Behandlung im Landtag</i>	
	<i>Datum</i>
1. Lesung	13.06.2024
2. Lesung	
Schlussabstimmung	

Nr. 143/2024

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Zusammenfassung	5
Zuständiges Ministerium.....	6
Betroffene Stellen	6
I. STELLUNGNAHME DER REGIERUNG.....	7
1. Allgemeines	7
2. Grundsätzliche Fragen	8
2.1 Deckelung der Medienförderung.....	8
2.2 Berechnung Lohnkosten Medienarbeitende.....	11
2.3 Qualitätssicherung der Medien.....	12
2.4 Innovationsförderung in Dänemark und Schweden	13
2.5 Archivierung von Medieninhalten	15
3. Fragen zu einzelnen Artikeln	15
3.1 Abänderung des Medienförderungsgesetzes (MFG)	15
3.2 Abänderung des Mediengesetzes (MedienG).....	21
II. ANTRAG DER REGIERUNG	24
III. REGIERUNGSVORLAGEN	25
1. Abänderung des Medienförderungsgesetzes (MFG)	25
2. Abänderung des Mediengesetzes (MedienG).....	33
3. Abänderung des Beschwerdekommmissionsgesetzes	41

ZUSAMMENFASSUNG

Am 13. Juni 2024 hat der Landtag die Regierungsvorlage betreffend die Abänderung des Medienförderungsgesetzes (MFG), des Mediengesetzes (MedienG) sowie des Beschwerdekommmissionsgesetzes in erster Lesung behandelt. Das Eintreten auf die Vorlage war mit 22 Stimmen unbestritten. Mit der vorliegenden Stellungnahme beantwortet die Regierung die anlässlich der ersten Lesung aufgeworfenen Fragen, soweit sie nicht bereits anlässlich der ersten Lesung vom zuständigen Regierungsmitglied beantwortet wurden.

Aufgrund der Debatte im Landtag hat die Regierung die gegenständliche Vorlage dahingehend angepasst, dass die Anschubfinanzierung für neue Medienunternehmen nicht mehr in Form eines Darlehens, sondern als à-fonds-perdu Beitrag erfolgt. Im Gegenzug soll die Anschubfinanzierung auf maximal CHF 250'000 pro Medienunternehmen begrenzt werden. Zudem soll neu bei Beanstandungen hinsichtlich der journalistischen Sorgfalt oder Einhaltung des Journalistenkodex neben der Anrufung eines anerkannten Presserates auch der Zugang zu einer inländischen Ombudsstelle ermöglicht werden. Diese soll vor allem die Funktion einer Streit-schlichtungsstelle übernehmen. Damit wird der Forderung Rechnung getragen, dass bei Medienbeanstandungen auch der Zugang zu einer heimischen Anlaufstelle gewährleistet ist.

Hinsichtlich der von einigen Abgeordneten geforderten Deckelung der Medienförderung ist darauf hinzuweisen, dass mit der Festlegung der Gesamtsumme der Medienförderung im Rahmen des jährlichen Landesvoranschlags bereits eine Deckelung besteht. Zudem soll neu eine Bestimmung eingeführt werden, wonach die Summe der direkten und indirekten Medienförderung die Gesamterträge eines Medienunternehmens nicht übersteigen darf. Eine zusätzliche Deckelung mag allenfalls damit begründet werden, dass die marktbeherrschende Stellung eines Medienunternehmens eingeschränkt und dadurch mehr Medienvielfalt hergestellt werden soll. In Anbetracht sinkender Werbeeinnahmen und zunehmender Verbreitungskosten von Printmedien ist jedoch zu bedenken, dass allfällige Förderkürzungen den Spardruck weiter erhöhen und sich nachteilig auf die journalistische Arbeit und Qualität auswirken können. Vor dem Hintergrund des Strukturwandels in der Medienbranche empfiehlt die Regierung daher von einer solchen zusätzlichen Deckelung Abstand zu nehmen.

ZUSTÄNDIGES MINISTERIUM

Ministerium für Inneres, Wirtschaft und Umwelt

BETROFFENE STELLEN

Amt für Kommunikation

Medienkommission

Vaduz, 5. November 2024

LNR 2024-953

P

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,
Sehr geehrte Frauen und Herren Abgeordnete

Die Regierung gestattet sich, dem Hohen Landtag nachstehende Stellungnahme zu den anlässlich der ersten Lesung betreffend die Abänderung des Medienförderungsgesetzes (MFG), des Mediengesetzes (MedienG) sowie des Beschwerdekommmissionsgesetzes (BuA Nr. 46/2024) aufgeworfenen Fragen zu unterbreiten.

I. STELLUNGNAHME DER REGIERUNG

1. ALLGEMEINES

Die Regierungsvorlage betreffend die Abänderung des Medienförderungsgesetzes (MFG), des Mediengesetzes (MedienG) sowie des Beschwerdekommmissionsgesetzes wurde an der Landtagssitzung vom 13. Juni 2024 in erster Lesung beraten. Das Eintreten auf die Vorlage war mit 22 Stimmen unbestritten.

Neben einer grundsätzlichen Diskussion hinsichtlich der Situation der Medienlandschaft in Liechtenstein sowie der Notwendigkeit staatlicher Medienförderung für private Medienunternehmen wurden anlässlich der ersten Lesung spezifische Fragen zu einzelnen Artikeln gestellt.

Soweit die Fragen vom zuständigen Regierungsmitglied nicht bereits anlässlich der ersten Lesung beantwortet wurden, nimmt die Regierung nachstehend dazu Stellung.

2. GRUNDSÄTZLICHE FRAGEN

2.1 Deckelung der Medienförderung

Mehrere Abgeordnete haben im Rahmen der Eintretensdebatte die Frage gestellt, ob dem marktbeherrschenden Unternehmen zusätzliche erhebliche Förderungen ausbezahlt werden sollen oder ob eine Deckelung der Medienförderung zielführend wäre, um Medien- und Meinungsvielfalt besser herzustellen. Nach Meinung einer Abgeordneten solle die Förderung der Medienvielfalt vom System her wie die Prämienverbilligung aufgebaut sein und mit der Steigerung der finanziellen Stärke des Medienunternehmens abnehmen. Bei einem solchen degressiven System könne der Sockelbeitrag sogar noch weiter erhöht werden und damit auch die Wahrscheinlichkeit, dass sich eine gewisse Medienvielfalt einstelle. In diesem Zusammenhang wollte ein Abgeordneter Näheres zur Deckelung der Medienförderung in Luxemburg wissen und ob eine solche Lösung auch für Liechtenstein interessant wäre.

Hingegen warnte eine andere Abgeordnete vor Förderkürzungen, zumal diese die Gefahr von Einbussen bei der Qualität als Folge haben könnten. Ziel der neuen Medienförderung könne es nicht sein, erfolgreiche Medienunternehmen zu schwächen.

Wie bereits im Bericht und Antrag Nr. 46/2024 ausgeführt, erhöht sich mit der gegenständlichen Vorlage die Medienförderung schätzungsweise um insgesamt rund 70%, wobei die Steigerung für das Vaduzer Medienhaus 48%, für die Media 1 Service AG 149% und für die Zeit-Verlag Anstalt 279% betragen würde. Die

Förderbeiträge würden sich demnach wie folgt auf die förderberechtigten Medienunternehmen verteilen (Annahmen auf Basis 2022¹):

Neues Medienfördermodell (Annahmen auf Basis 2022)	Vaduzer Medienhaus AG	MEDIA1 SERVICE AG	Zeit-Verlag Anstalt	Summe
Direkte Förderung (CHF 100'000 + max. 30%):	CHF 881'161	CHF 188'033	CHF 135'704	CHF 1'204'898
Indirekte Förderung:				
Verbreitung (30%):	CHF 351'850	CHF 879	CHF 15'332	CHF 368'061
Aus- und Weiterbildung (75%):	CHF 25'000	CHF 2'500	CHF 2'500	CHF 30'000
Entwicklung elekt. Medien	CHF 100'000	CHF 30'000	CHF 30'000	CHF 160'000
Summe:	CHF 1'358'011	CHF 221'412	CHF 183'536	CHF 1'762'959
Steigerung aktuell vs. BuA	CHF 442'910	CHF 132'647	CHF 135'055	CHF 710'612
Steigerung aktuell vs. BuA	48%	149%	279%	68%
Anteil am Total:	77%	13%	10%	

Tabelle 1: Hochrechnung Medienförderung Modell BuA Nr. 46/2024

Das Vaduzer Medienhaus würde somit 77% der gesamten Medienförderersumme beanspruchen (im Vergleich zu 87% unter dem geltenden Fördermodell ohne Volksblatt). Eine Deckelung des Förderbetrags würde sich aktuell ausschliesslich auf die Förderung des Vaduzer Medienhauses auswirken. Die nachfolgende Tabelle zeigt, dass auf Basis des vorgeschlagenen Fördermodells eine Deckelung ab 75% effektiv zu Kürzungen für das Medienhaus führen würde. Im Vergleich zur heutigen Förderung wäre eine Deckelung ab 50% mit Förderkürzungen für das Medienhaus verbunden. Gleichzeitig gilt zu berücksichtigen, dass die Verbreitungskosten für das Medienhaus in den letzten Jahren deutlich gestiegen sind. Alleine die Kosten der Frühzustellung sind aufgrund der Einstellung des «Volksblatt» um 30% gestiegen, was Mehrkosten von CHF 220'000 pro Jahr bedeutet (gemäss Auskunft der Vaduzer Medienhaus AG).

¹ Im Jahr 2023 wurde erstmals der Landesspiegel mit dem Sockelbeitrag von CHF 20'000 gefördert.

Vaduzer Medienhaus AG					
	Modell geltendes MFG		Modell BuA		Modell Deckelung an
Budgetierte Gesamt-Medienförderung					CHF 1'800'000
Direkte Medienförderung	CHF	610'962	CHF	881'161	
Indirekte Medienförderung					
Verbreitung	CHF	293'208	CHF	351'850	
Aus- und Weiterbildungen	CHF	10'930	CHF	25'000	
Entwicklung elektronischer Medien			CHF	100'000	
Summe	CHF	915'100	CHF	1'358'011	
	Mehr-/Minderbetrag ggü. geltendem MFG			Gedeckelter Förderbetrag	
			Modell BuA		
Deckelung bei 50%	CHF	-15'100	CHF	-458'011	CHF 900'000
Deckelung bei 55%	CHF	+74'900	CHF	-368'011	CHF 990'000
Deckelung bei 60%	CHF	+164'900	CHF	-278'011	CHF 1'080'000
Deckelung bei 65%	CHF	+254'900	CHF	-188'011	CHF 1'170'000
Deckelung bei 70%	CHF	+344'900	CHF	-98'011	CHF 1'260'000
Deckelung bei 75%	CHF	+434'900	CHF	-8'011	CHF 1'350'000
Deckelung bei 80%	CHF	+442'911		-	CHF 1'358'011

Tabelle 2: Deckelung Prozentsatz Gesamtfördersumme (auf Basis geltender und neuer Rechtsgrundlage) ²

Alternativ bestünde auch die Möglichkeit, einen absoluten Förderbetrag pro Verlag oder Publikation einzuführen. So darf in Luxemburg die Förderung je nach Medium folgende Beträge (pro Publikation) nicht überschreiten: für die Tagespresse EUR 1.6 Mio., für die Wochenpresse EUR 800'000, für die Monatspresse EUR 650'000 und für die Onlinepresse EUR 550'000. Zudem ist die Förderung von Publikationen einer Verlagsgruppe auf EUR 2.5 Mio. pro Jahr gedeckelt. ³

In Bezug auf die liechtensteinische Medienförderung ist darauf hinzuweisen, dass mit der Festlegung der Gesamtsumme der Medienförderung im Rahmen des jährlichen Landesvoranschlags bereits eine Deckelung besteht. Zudem soll neu eine Bestimmung eingeführt werden, wonach die Summe der direkten und indirekten Medienförderung die Gesamterträge eines Medienunternehmens nicht übersteigen

² Spalte «Mehr-/Minderbetrag ggü. geltendem MFG»: Die grünen/roten Zahlen stellen die Erhöhung/Senkung der Medienförderung gegenüber dem geltenden MFG bei Einführung des Modells BuA sowie eines gedeckelten Förderbetrages dar.

³ Loi du 30 juillet 2021 relative à un régime d'aides en faveur du journalisme professionnel (<https://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/2021/07/30/a601/jo>)

darf. Damit wird dem in Art. 3 Abs. 1 verankerten Grundsatz, dass Medien grundsätzlich privatwirtschaftlich zu finanzieren sind, Rechnung getragen.

Eine zusätzliche Deckelung mag allenfalls damit begründet werden, dass die marktbeherrschende Stellung eines Medienunternehmens eingeschränkt und dadurch mehr Medienvielfalt hergestellt werden soll. In Anbetracht sinkender Werbeeinnahmen und zunehmender Verbreitungskosten von Printmedien ist jedoch zu bedenken, dass allfällige Förderkürzungen den Spardruck weiter erhöhen und sich nachteilig auf die journalistische Arbeit und Qualität auswirken können. Zudem sind in Art. 89 Mediengesetz bereits Massnahmen bei einem allfälligen Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung vorgesehen. Vor diesem Hintergrund sowie aufgrund der Tatsache, dass sich die Medienbranche in einem Strukturwandel befindet, empfiehlt die Regierung von einer solchen zusätzlichen Deckelung Abstand zu nehmen.

In Bezug auf die angeregte Erhöhung des Sockelbeitrags ist darauf hinzuweisen, dass die vorgeschlagene Anpassung bereits vorsieht, den Sockelbeitrag um das Fünffache von CHF 20'000 auf CHF 100'000 anzuheben. Mit dieser Erhöhung werden kleine Medien deutlich stärker gefördert als bis anhin. Eine noch stärkere Erhöhung des Sockelbeitrags müsste nach Ansicht der Regierung mit zusätzlichen Bedingungen einhergehen und würde das Fördersystem zusätzlich verkomplizieren. Die Regierung möchte daher am vorgeschlagenen Sockelbeitrag festhalten.

2.2 Berechnung Lohnkosten Medienarbeitende

Ein Abgeordneter regte an zu präzisieren, wie sich die höchstens 30% der standardisierten Lohnkosten oder Honorare der Medienarbeitenden berechnen.

Im Rahmen der Förderanträge haben Medienunternehmen Belegexemplare einzureichen, welche von der Medienkommission hinsichtlich verschiedener Qualitätskriterien bewertet werden. Die Medienkommission vergibt dabei Punkte für (i.)

Themenwahl und Hintergrund, (ii.) journalistische Sorgfalt, (iii.) formale Aspekte, (iv.) Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden sowie (v.) Innovation. Erreicht ein Medienunternehmen die maximale Punktezahl, so beträgt der Fördersatz 30% (Höchstwert). Wird die Qualität aufgrund der vergebenen Punkte weniger hoch eingestuft, so erhält das förderberechtigte Medienunternehmen weniger als 30% der Lohnkosten. In der Vergangenheit bewegte sich dieser Qualitätsfördersatz je nach Medium zwischen 20% und 30%.

2.3 Qualitätssicherung der Medien

Ein Abgeordneter forderte die Errichtung eines neutralen Presserats für Liechtenstein. Zudem könne er der Erhöhung der Medienförderung nur zustimmen, wenn diese an Bedingungen geknüpft sei. Medienarbeit müsse zwingend ethische Grundsätze beachten und den Regeln des Anstands, Respekts und der Korrektheit folgen.

In diesem Zusammenhang wollte eine Abgeordnete wissen, wie sichergestellt werden könne, dass das Redaktionsstatut und der Journalistenkodex auch gelebt und beachtet werden und nicht ein toter Buchstabe blieben.

Mit der gegenständlichen Gesetzesvorlage werden Medienunternehmen, welche Medienförderung in Anspruch nehmen wollen, zur Einhaltung eines anerkannten Journalistenkodex verpflichtet. Damit werden verbindliche Standards der journalistischen Sorgfalt und Ethik für die förderungsberechtigten Medien festgelegt. Aufgrund der eingegangenen Stellungnahmen in der Vernehmlassung soll kein eigener Journalistenkodex für Liechtenstein erlassen werden, sondern ein geeigneter Journalistenkodex aus dem Ausland von der Medienkommission als massgeblich anerkannt werden. Für Liechtenstein wird sich vor allem der Journalistenkodex des

Schweizer Presserats⁴ anbieten. Zudem wird die Höhe der Förderbeiträge anhand von Qualitätskriterien von der Medienkommission festgelegt. Zur Qualität gehört auch die Einhaltung journalistisch-ethischer Grundregeln.

Das Redaktionsstatut regelt die publizistischen Grundsätze eines Medienunternehmens und wird zwischen dem Medieninhaber und der Redaktionsversammlung abgeschlossen. Das Redaktionsstatut enthält in der Regel auch Regelungen zur Beilegung von inhaltlichen Streitigkeiten sowie Informations-, Anhörungs- und Mitwirkungsrechte.

Allfällige Verstöße gegen den Journalistenkodex können vom zuständigen Presserat überprüft werden. Im Falle des Schweizer Presserats werden Beschwerden von Privatpersonen kostenlos behandelt.⁵ Neu wird zudem die Errichtung einer Ombudsstelle im Inland vorgesehen. Damit soll ein niederschwelliger Zugang zu einer lokal verankerten Anlaufstelle ermöglicht werden. Im Übrigen richtet sich die medienrechtliche Verantwortlichkeit nach den Bestimmungen des Zivil- und Strafrechts (Art. 8 Mediengesetz).

2.4 Innovationsförderung in Dänemark und Schweden

Das Medienförderungsgesetz ist heute schon technologieneutral, d.h. unabhängig von der Form des Mediums, ausgestaltet. Um die digitale Transformation und Zukunftsfähigkeit der Medien zu unterstützen, sieht die Regierungsvorlage eine besondere Förderung für die Entwicklung elektronischer Medienangebote sowie eine Anschubfinanzierung für neue Medienunternehmen vor. In diesem Zusammenhang regte eine Abgeordnete an, die Innovationsförderung in Dänemark und Schweden zu prüfen.

⁴ <https://presserat.ch/journalistenkodex/>

⁵ <https://presserat.ch/beschwerde/verfahren/>

Diesbezüglich kann auf den Ländervergleich im Expertenbericht von Puppis/Bürdel aus dem Jahr 2019⁶ verwiesen werden:

In **Dänemark** existiert eine Projektförderung für Innovationen, die sich an textbasierte Print- und Onlinemedien richtet. Sie unterstützt die Neugründung von Print- und Onlinemedien, die Entwicklung bestehender Print- und Onlinemedien, sowie die Umwandlung einer Print- in eine Onlinepublikation. Die Projekte werden maximal drei Jahre unterstützt. Bei der Förderung von Neugründungen muss die begründete Annahme bestehen, dass unterstützte Medien am Ende der Förderperiode einen tragfähigen Businessplan haben. Der Selbstfinanzierungsgrad muss 40% betragen. Zudem werden auch bis zu 25% der Kosten von Machbarkeitsstudien übernommen. Bei Entwicklungs- und Umwandlungsprojekten muss der Selbstfinanzierungsgrad 60% betragen. Gesuche für eine Unterstützung werden von einem Medienausschuss behandelt.

In **Schweden** wurde 2019 zusätzlich zur bestehenden Presseförderung eine neue Medienförderung für Innovation und Entwicklung von Inhalten für digitale Kanäle, die Entwicklung und Innovation im Bereich der digitalen Publikation und Verbreitung journalistischer Inhalte und die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle eingeführt. Unterstützt werden können Projekte für maximal drei Jahre und es werden maximal 40% der Projektkosten übernommen. Anträge sind an den Medienförderungsrat zu richten.

Die gegenständliche Vorlage sieht vor, dass neu 50% der für die Entwicklung elektronischer Medienangebote anfallenden externen Projekt- und Investitionskosten gefördert werden, höchstens jedoch CHF 100'000. Für Neugründungen ist zudem eine Anschubfinanzierung vorgesehen, sofern ein tragfähiger Businessplan

⁶ M. Puppis, E. Bürdel: Ländervergleich Onlinemedienförderung. Bericht zuhanden des Bundesamts für Kommunikation (2019).

vorliegt. Im Unterschied zu Dänemark ist jedoch kein Selbstfinanzierungsgrad vorzuweisen. Insgesamt kann festgestellt werden, dass die vorgeschlagene Förderung von elektronischen Medienangeboten in Kombination mit der Anschubfinanzierung für Neugründungen ähnlich ausgestaltet ist wie in Dänemark und Schweden.

2.5 Archivierung von Medieninhalten

Ein Abgeordneter wies auf die Bedeutung der Archivierung von Medieninhalten hin und bat die Regierung, diesen Aspekt im Rahmen der Stellungnahme zu berücksichtigen.

Die Regierung anerkennt, dass die Archivierung von Medieninhalten für den Erhalt von Kulturgut wichtig ist. Diese ist jedoch nicht Gegenstand der Medienförderung, sondern des Archivgesetzes, welches im Oktober-Landtag 2024 in erster Lesung behandelt wurde. Ausserdem sind inländische Medieninhaber verpflichtet, zwei Freixemplare ihrer Medienerzeugnisse, unabhängig vom Herstellungsort, binnen 14 Tagen ab Erscheinen an die Liechtensteinische Landesbibliothek abzuliefern. Derselben Pflicht unterliegt ein inländischer Hersteller bezüglich jedes von ihm hergestellten Medienerzeugnisses, das aber im Ausland erscheint.

3. FRAGEN ZU EINZELNEN ARTIKELN

3.1 Abänderung des Medienförderungsgesetzes (MFG)

Zu Art. 6 Sachüberschrift und Abs. 1 Einleitungssatz (direkte Medienförderung)

Eine Abgeordnete regte an, die Umsetzung von dem im Rahmen der Vernehmlassung eingebrachten Vorschlag der Gruppe Journalisten und Journalistinnen nochmals genauer zu prüfen. Die Journalistengruppe schlägt vor, ausschliesslich direkte Medienförderung auszurichten, d.h. nur noch Lohnkosten zu fördern. Dabei sollen variable Fördersätze gelten, welche sich an der Berufserfahrung sowie am journalistischen Ausbildungsstand orientieren.

Wie bereits im Bericht und Antrag ausgeführt, rät die Regierung von einem solchen Systemwechsel zum jetzigen Zeitpunkt ab. Die Medien befinden sich zwar inmitten der digitalen Transformation, doch werden von einem Grossteil der Bevölkerung, insbesondere der älteren Generation, nach wie vor und zum Teil auch vorwiegend Printmedien genutzt. Die Verbreitungskosten sind gerade für die Printmedien ein grosser Kostenfaktor, weshalb eine Abschaffung der indirekten Medienförderung grosse finanzielle Einbussen für die Printmedien mit sich bringen würde. In der Schweiz hat der Nationalrat daher jüngst entschieden, die indirekte Presseförderung für den Lokaljournalismus befristet auszubauen.

Des Weiteren forderte ein Abgeordneter, dass 1FLTV deutlich höher unterstützt werden soll, da der Sender sehr viel zu einer ausgewogenen Berichterstattung beitrage.

Bei der gegenständlichen Vorlage geht es nicht darum, einzelne Medien besser zu stellen, sondern Medienvielfalt zu gewährleisten. Die Förderung hat dabei diskriminierungsfrei sowie nach objektiven, transparenten und klaren Kriterien zu erfolgen. Mit der von der Regierung vorgeschlagenen Erhöhung des Sockelbeitrages von CHF 20'000 auf CHF 100'000 profitieren insbesondere kleinere Medien wie 1FLTV in besonderem Masse. Darüber hinaus hängt die Förderung von der Qualität des Mediums ab (Art. 6 MFG). Für die Beurteilung der Qualität ist die Medienkommission verantwortlich.

Ein Abgeordneter meinte, dass es möglich sein müsse, dass auch Ein-Personen-Betriebe Medienförderung erhalten. Andere Abgeordnete unterstützten hingegen den Vorschlag der Regierung, dass medienförderungsberechtigte Unternehmen über mindestens zwei Medienmitarbeitende verfügen müssen.

Durch die vorgesehene Erhöhung des Sockelbeitrags von CHF 20'000 auf CHF 100'000 profitieren kleine Medien in besonderem Masse, was auch beabsichtigt

ist. Mit der zusätzlichen Förderung soll vor allem die journalistisch-redaktionelle Qualität sichergestellt werden. Die Regierung ist dabei der Ansicht, dass mindestens zwei hauptberufliche Medienmitarbeitende erforderlich sind, um eine kritische Auseinandersetzung in der Redaktion sowie professionelle Kontinuität im Betrieb zu gewährleisten. So wird bspw. auch in Luxemburg eine Redaktion mit mindestens fünf unbefristet angestellten Medienmitarbeitenden (Vollzeitstellen) vorausgesetzt, um staatliche Medienförderung zu erlangen.

Zur Vereinfachung von Begrifflichkeiten wird zudem neu der Begriff «Sockelbeitrag» in Art. 6 Abs. 1 eingefügt (siehe Verwendung des Begriffs auch Art. 9 Abs. 1a).

Zu Art. 7 Sachüberschrift und Abs. 1 (indirekte Medienförderung)

Ein Abgeordneter stellte die Frage, ob in Bezug auf die Verbreitungskosten unter Art. 7 Abs. 1 Bst. auch SUISA-Gebühren oder Server-Gebühren zur Verbreitung eines digitalen Angebotes fallen.

Für Providerkosten und Webhosting hat die Medienkommission einen Kriterienkatalog eingeführt, in welchem sie definiert, welche Verbreitungskosten in welcher Höhe gefördert werden. Der Katalog wird laufend von der Medienkommission an den digitalen Wandel angepasst. Aktuell werden Server-Gebühren als Verbreitungskosten gefördert. Bei den SUISA-Gebühren handelt es sich nicht um Verbreitungskosten, sondern um die Abgeltung von Urheber- und Leistungsschutzrechten und finden daher keine Berücksichtigung.

Ein Abgeordneter wollte wissen, inwieweit Parallelinfrastrukturen bei elektronischen Medienangeboten (Abs. 1 Bst. c) gefördert werden und ob es diesbezüglich Einschränkungen gebe.

Die Regierung hält fest, dass in dieser Hinsicht keine Einschränkungen bestehen. Die Medienunternehmen sind somit frei zu entscheiden, ob sie ihre Infrastrukturen

selbst aufbauen oder allenfalls mit anderen Medienunternehmen kooperieren möchten.

Eine Abgeordnete regte zu Abs. 1 Bst. c) (Entwicklung elektronischer Medienangebote) an, dass nicht nur die externen Projekt- und Investitionskosten, sondern auch interne Kosten gefördert werden sollten. Gerade wenn man Lernende für solche Projekte anstelle, würden auch entsprechend interne Kosten anfallen.

Wie bereits im Bericht und Antrag Nr. 46/2024 ausgeführt, sind interne Projektkosten schwierig zu verifizieren. Interne Kosten sind oft nicht klar dokumentiert oder standardisiert und basieren auf Schätzungen und Annahmen, so dass die notwendige Transparenz fehlt. Daher sollen diese nicht gefördert werden. Dafür ist die Förderung von externen Projekt- und Investitionskosten mit 50% im Vergleich zu anderen Ländern grosszügig ausgestaltet.

Zu Art. 8 Abs. 1 (Verfahren)

Artikel 8 sieht vor, dass die Förderanträge einschliesslich Erfolgsrechnungen und Bilanzen bis Ende April eines Jahres bei der Medienkommission schriftlich einzureichen sind. In diesem Zusammenhang regte ein Abgeordneter an, die Frist auf Ende Mai oder Ende Juni zu erstrecken.

Die Frist bis Ende April hat sich bisher in der Praxis bewährt. Die Medienförderung kann so im Normalfall noch im ersten Halbjahr durch die Medienkommission verfügt werden. Da die Zahlungen der Medienförderung rückwirkend für das vergangene Jahr erfolgen, sollten die Anträge zugunsten der Antragsteller so früh als möglich im Folgejahr bearbeitet werden können. Daher ist die Regierung der Ansicht, dass die Frist bis Ende April beibehalten werden sollte.

Zu Art. 9 Abs. 1a (Ausnahme von Förderungskürzungen)

Ein Abgeordneter vertrat der Auffassung, dass sich Art. 9 Abs. 1a mit Art. 5a überschneidet und daher nicht notwendig sei.

Es handelt sich hier um keine Überschneidung, sondern um eine Präzisierung bzw. um die Durchführungsbestimmung von Art. 5a. Art. 9 Abs. 1a legt fest, dass für den Fall, dass die Medienförderung die Gesamterträge des Medienunternehmens übersteigt, die Medienförderung für die jeweilige Förderungsform anteilmässig gekürzt wird. Der Sockelbeitrag bleibt hiervon ausgenommen und wird somit in jedem Fall ausbezahlt.

Zu Art. 11a (Anschubfinanzierung)

Im Zusammenhang mit der geplanten Anschubfinanzierung für Neugründungen monierte eine Abgeordnete, dass für Jungunternehmen vor allem die Liquidität ein Problem darstelle. Sie regte in diesem Zusammenhang eine Förderzusicherung unter Vorbehalt bzw. eine Vorschusszahlung an. Der Idee einer Vorschusszahlung konnten auch andere Abgeordnete etwas abgewinnen. In der Anschubfinanzierung in Form eines Darlehens sehen einige Abgeordnete zudem Risiken für den Staat, sollten die Unternehmen nicht erfolgreich sein und damit die Darlehen nicht zurückzahlen können. Ein weiterer Abgeordneter bezweifelte grundsätzlich, ob ein Jungunternehmen jemals in der Lage sei, ein Darlehen in Höhe von CHF 500'000 zurückzuzahlen.

Die Regierung anerkennt die Schwierigkeiten, die mit der Rückzahlung eines Darlehens durch Jungunternehmen verbunden sind und ist sich bewusst, dass ein Grossteil dieser Darlehen durch den Staat nicht mehr einzubringen ist. Sie schlägt daher anstelle eines Darlehens eine Anschubfinanzierung in Form eines à-fonds-perdu-Beitrags vor. Im Gegenzug soll die Anschubfinanzierung auf maximal CHF 250'000 pro Medienunternehmen begrenzt werden. Festgehalten werden soll allerdings an den Voraussetzungen für die Anschubfinanzierung, insbesondere dem Vorliegen eines Businessplans sowie eines Konzepts für die journalistisch-redaktionelle Leistung einschliesslich Redaktionsstatut. Damit können auch die EWR-Beihilferegeln eingehalten werden. Weiters soll mit Abs. 2 die Möglichkeit geschaffen

werden, dass die Anschubfinanzierung in Raten ausbezahlt und an Bedingungen, wie beispielsweise die Erreichung von Meilensteinen, geknüpft werden kann. Meilensteine können insbesondere der effektive Beginn der publizistischen Leistung, die Anstellung von Medienmitarbeitenden, eine definierte Anzahl von Abonnenten oder das Erzielen von Werbeeinnahmen sein.

Eine Förderzusicherung unter Vorbehalt bzw. eine Vorschusszahlung auf eine allfällige künftige Förderzusage erachtet die Regierung hingegen als schwer umsetzbar. Nicht nur fehlen die Grundlagen zur Bemessung einer künftigen Medienförderung, es wäre auch nur eine zeitliche Verschiebung des Zahlungszeitpunkts, sodass insgesamt dem Medienunternehmen nicht mehr Mittel zur Verfügung stehen. Der Vorteil einer frühzeitigen höheren Liquidität steht damit dem Nachteil gegenüber, dass die künftige Medienförderung um diese Mittel gekürzt wird.

Zum Inkrafttreten

Das Inkrafttreten des revidierten Medienförderungsgesetzes wird vorbehaltlich von Abs. 2 auf den 1. März 2025 festgelegt (Abs. 1). Förderanträge, welche im Jahr 2025 eingereicht werden, beziehen sich auf das Jahr 2024, da die Medienförderung für jedes Kalenderjahr in Form von nachträglichen Geldleistungen an förderberechtigte Medienunternehmen ausgerichtet wird (Art. 5 Abs. 1 MFG). Daher sollen die neuen Voraussetzungen für die Förderungsberechtigung (u.a. mindestens zwei Mitarbeitende, verpflichtendes Redaktionsstatut) erstmals für die im Jahr 2026 eingereichten Anträge für das Förderjahr 2025 zur Anwendung gelangen (Abs. 2). Diese Bestimmungen treten folglich am 1. Januar 2026 in Kraft. Ab 1. März 2025 finden somit die Bestimmungen über das Verfahren (Art. 8 Abs. 1), das Beschwerderecht (Art. 12), den Datenschutz (Art. 14a) sowie das neue Förderinstrument der Anschubfinanzierung (Art. 11a) Anwendung.

3.2 Abänderung des Mediengesetzes (MedienG)

Zu Art. 83 (Bestellung, Zusammensetzung und Unabhängigkeit der Medienkommission)

Ein Abgeordneter monierte, dass die Bestellung der Medienkommission durch die Regierung genauso politisch wäre wie bisher durch den Landtag. Die Bestellung durch den Landtag sei zumindest öffentlich, während sie bei einer Bestellung durch die Regierung im «stillen Kämmerlein» geschehe. Es sollen grundsätzlich keine weiteren Kompetenzen an die Regierung delegiert werden. Während diese Ansicht von mehreren Abgeordneten geteilt wurde, befürwortete ein Abgeordneter ausdrücklich die Bestellung der Medienkommission durch die Regierung.

Die Regierung bleibt bei ihrer Ansicht, dass die Bestellung der Medienkommission nicht durch den Landtag, sondern wie ursprünglich vorgesehen künftig durch die Regierung erfolgen soll. Die Medienkommission soll den gleichen Status wie andere unabhängige Expertenkommissionen (Bsp. Kommission für Energiemarktaufsicht) haben. In diesem Zusammenhang verweist die Regierung erneut auf die Eidgenössische Medienkommission, welche ebenfalls vom Bundesrat mit Experten und Expertinnen bestellt wird. Ebenso ist es im Sinne der Unabhängigkeit wichtig, dass die Regierung nicht mehr länger Beschwerdeinstanz gegen Entscheidungen der Medienkommission ist, sondern diese Zuständigkeit neu auf die Beschwerdekommision für Verwaltungsangelegenheiten übertragen wird.

Eine Abgeordnete regt an, **Abs. 4 Bst. c** dahingehend zu ergänzen, dass auch Mitarbeitende eines öffentlichen Medienunternehmens keinen Einsitz in die Medienkommission nehmen können.

Im aktuellen Gesetzestext heisst es in Art. 83 Abs. 4 Bst. c, dass «Personen, die in einem Gesellschafts-, Arbeits- oder Auftragsverhältnis zu einem privaten Medienunternehmen stehen», nicht in die Medienkommission zu bestellen sind. Da der

Medienkommission auch die rechtliche Kontrolle über den Liechtensteinischen Rundfunk obliegt (Art. 42 des Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk; LGBl. 2003 Nr. 229), sollten auch Personen, die in einem Arbeits- oder Auftragsverhältnis zum öffentlichen Rundfunk stehen, keinen Einsitz in der Medienkommission nehmen können. Die Bestimmung wird entsprechend auf öffentliche Medienunternehmen ausgedehnt.

Zu Art. 85a (Ombudsstelle für Medienbeanstandungen – Bestellung und Abberufung)

Auf Anregung eines Abgeordneten ist die Regierung zum Schluss gekommen, dass bei Medienbeanstandungen neben der Anrufung eines anerkannten Presserates auch der Zugang zu einer inländischen Ombudsstelle ermöglicht werden soll. Letztere soll vor allem die Funktion einer Streitschlichtungsstelle übernehmen. Die Ombudsstelle soll von der Regierung für eine Dauer von vier Jahren bestellt werden. Die Ausschlussgründe für die Bestellung als Ombudsperson entsprechen im Wesentlichen jenen der Medienkommission.

Zu Art. 85b (Ombudsstelle für Medienbeanstandungen – Aufgaben)

Die Aufgaben der Ombudsstelle orientieren sich an den Bestimmungen über die Tätigkeit der schweizerischen Ombudsstellen gemäss den Vorschriften des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG). Die Ombudsstelle behandelt Beanstandungen wegen behaupteten Verletzungen von Medieninhalten (Art. 6), der journalistischen Sorgfalt (Art. 7) sowie des anerkannten Journalistenkodex (Art. 84 Abs. 1 Bst. f). Sie prüft die Angelegenheit und vermittelt zwischen den Beteiligten. Dabei kann sie insbesondere die Angelegenheit mit dem Medieninhaber und dem verantwortlichen Medienmitarbeitenden besprechen, für eine direkte Begegnung zwischen den Beteiligten sorgen, Empfehlungen an den Medieninhaber abgeben sowie die Beteiligten über das massgebende Recht und den Rechtsweg orientieren. Die Ombudsstelle hat keine Weisungs- oder Entscheidungskompetenz. Die

Anrufung des Presserats sowie der zivil- und strafrechtliche Gerichtsweg bleiben unbenommen. Die Ombudsstelle ist sowohl für Beanstandungen in Bezug auf private Medien wie auch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (LRF) zuständig. Davon unberührt bleibt die Kontrolle der Medienkommission über den LRF gemäss Art. 42ff. des Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk.

Zu Art. 86 (Aufsichtsbehörde)

Nachdem der Regierung die Bestellung der Medienkommission (Art. 83) und der Ombudsperson (Art. 85a) obliegt, wird dies entsprechend in Art. 86 betreffend die Zuständigkeit der Aufsichtsbehörde aufgenommen. In legislativer Hinsicht berücksichtigt die Bestimmung die Revision des Mediengesetzes gemäss LGBI. 2023 Nr. 448, deren Inkrafttreten an das Inkrafttreten des Beschlusses des Gemeinsamen EWR-Ausschusses Nr. 337/2022 vom 9. Dezember 2022 gekoppelt ist. Dieser sollte noch vor der gegenständlichen Revision in Kraft treten.

II. ANTRAG DER REGIERUNG

Aufgrund der vorstehenden Ausführungen unterbreitet die Regierung dem Landtag den

Antrag,

der Hohe Landtag wolle diese Stellungnahme zur Kenntnis nehmen und die beiliegenden Gesetzesvorlagen 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. REGIERUNGSVORLAGEN

1. ABÄNDERUNG DES MEDIENFÖRDERUNGSGESETZES (MFG)

Gesetz

vom ...

über die Abänderung des Medienförderungsgesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Medienförderungsgesetz (MFG) vom 21. September 2006, LGBl. 2006 Nr. 223, wird wie folgt abgeändert:

Überschriften vor Art. 3

II. Medienförderung

A. Direkte und indirekte Medienförderung

1. Förderungsberechtigung, -formen und -höhe

Art. 4 Abs. 1 Bst. e und Abs. 1a

1) Förderberechtigt sind ausschliesslich Medienunternehmen, die ein periodisches Medium publizieren:

e) dessen inhaltliche Gestaltung mindestens zwei hauptberufliche Medienmitarbeiter besorgen.

1a) Die förderberechtigten Medienunternehmen nach Abs. 1 müssen zudem:

a) über ein vom Medieninhaber zu veröffentlichendes Redaktionsstatut verfügen; und

b) sich zur Einhaltung eines von der Medienkommission anerkannten Journalistenkodex (Art. 84 Abs. 1 Bst. f MedienG) verpflichten.

Sachüberschrift vor Art. 5a

Höhe der Medienförderung

Art. 5a

a) Grundsatz

Die Summe der direkten und indirekten Medienförderung darf die Gesamterträge eines Medienunternehmens nicht übersteigen. Zu den Gesamterträgen werden sämtliche Einnahmen von Dritten im Zusammenhang mit der Erstellung und Verbreitung eines periodischen Mediums gerechnet.

Art. 6 Sachüberschrift und Abs. 1 Einleitungssatz

b) Direkte Medienförderung

1) Die Höhe der direkten Medienförderung beträgt pro Medienunternehmen 100 000 Franken (Sockelbeitrag) und zusätzlich höchstens 30 % der standardisierten Lohnkosten oder Honorare der Medienmitarbeiter, die die inhaltliche Gestaltung eines Mediums im Sinne von Art. 4 Abs. 1 besorgen und bemisst sich nach folgenden Kriterien:

Art. 7 Sachüberschrift und Abs. 1

c) Indirekte Medienförderung

1) Die Höhe der indirekten Medienförderung beträgt pro Medienunternehmen:

- a) 30 % der für die Verbreitung eines Mediums im Sinne von Art. 4 Abs. 1 im Inland nachweislich angefallenen Kosten;
- b) 75 % der für die externe fachspezifische Aus- und Weiterbildung von Medienmitarbeitern, die die inhaltliche Gestaltung eines Mediums im Sinne von Art. 4 Abs. 1 besorgen, nachweislich angefallenen Kosten;
- c) 50 % der für die Entwicklung elektronischer Medienangebote anfallenden externen Projekt- und Investitionskosten, höchstens jedoch 100 000 Franken.

Überschrift vor Art. 8

2. Verfahren

Art. 8 Abs. 1

1) Anträge auf direkte oder indirekte Medienförderung sind bis spätestens Ende April eines jeden Jahres bei der Medienkommission schriftlich einzureichen und haben ein bestimmtes Begehren sowie eine kurze und vollständige Darlegung der Erfüllung der Förderungsvoraussetzungen zu enthalten. Beizuschliessen sind sämtliche Unterlagen und Belege mit Bezug auf das vergangene Kalenderjahr, die zur Bescheinigung der Förderungsberechtigung sowie von Art und Umfang der begehrten Förderung, insbesondere der Kosten, deren Abgeltung oder Erstattung begehrt wird, geeignet sind. Verspätete Anträge sind ohne weiteres Verfahren zurückzuweisen.

Art. 9 Abs. 1a

1a) Übersteigt die Summe der zugesprochenen Förderungsbeiträge die Gesamterträge eines Medienunternehmens (Art. 5a), so wird die Medienförderung für die jeweilige Förderungsform anteilmässig gekürzt. Der Sockelbeitrag nach Art. 6 Abs. 1 bleibt hiervon ausgenommen.

Überschrift vor Art. 11a

B. Anschubfinanzierung

Art. 11a

Voraussetzungen und Höhe

1) Die Regierung kann inländischen Medienunternehmen auf schriftlichen Antrag eine Anschubfinanzierung gewähren, wenn:

- a) das Medienunternehmen höchstens zwei Jahre vor der Antragstellung gegründet wurde;
- b) ein Businessplan vorliegt, aufgrund dessen davon ausgegangen werden kann, dass innert der nächsten fünf Jahre:
 - 1. ein eigenwirtschaftlicher Betrieb sichergestellt ist;
 - 2. die Voraussetzungen für die Förderungsberechtigung nach Art. 4 erfüllt werden; und
- c) ein Konzept für die journalistisch-redaktionelle Leistung einschliesslich Redaktionsstatut vorliegt.

2) Die Höhe der Anschubfinanzierung beträgt höchstens 250 000 Franken. Die Anschubfinanzierung kann in Raten ausbezahlt und an Bedingungen geknüpft werden.

3) Es besteht kein Rechtsanspruch auf Gewährung einer Anschubfinanzierung.

4) Dem Antrag sind sämtliche für die Bescheinigung der Voraussetzungen nach Abs. 1 erforderlichen Unterlagen, einschliesslich der entsprechenden Angaben zum Medieninhaber und Eigentümer des Medienunternehmens, beizuschliessen; im Übrigen findet Art. 8 Abs. 2 und 5 sinngemäss Anwendung.

5) Auf die Rückerstattung und den Ausschluss finden Art. 10 und 11 sinngemäss Anwendung.

6) Die Regierung regelt das Nähere über die Anschubfinanzierung, insbesondere über die Voraussetzungen und das Verfahren, mit Verordnung.

Überschrift vor Art. 12

III. Rechtsschutz

Art. 12

Beschwerderecht

1) Gegen Entscheidungen der Medienkommission kann binnen 14 Tagen ab Zustellung Beschwerde bei der Beschwerdekommision für Verwaltungsangelegenheiten erhoben werden.

2) Gegen Entscheidungen der Regierung oder der Beschwerdekommision für Verwaltungsangelegenheiten kann binnen 14 Tagen ab Zustellung Beschwerde beim Verwaltungsgerichtshof erhoben werden.

3) Die Beschwerde an die Beschwerdekommision für Verwaltungsangelegenheiten oder den Verwaltungsgerichtshof kann sich nur gegen rechtswidriges Vorgehen und Erledigen oder gegen aktenwidrige oder unrichtige Sachverhaltsdarstellungen richten.

Art. 14a

Datenschutz

Die mit der Durchführung dieses Gesetzes betrauten Organe sind befugt, die personenbezogenen Daten zu verarbeiten oder verarbeiten zu lassen, die sie benötigen, um die nach diesem Gesetz übertragenen Aufgaben zu erfüllen.

II.

Übergangsbestimmung

Die Voraussetzungen nach Art. 4 Abs. 1 Bst. e und Abs. 1a finden bereits auf Anträge für eine Anschubfinanzierung (Art. 11a) Anwendung, die nach dem 1. März 2025 gestellt werden.

III.

Inkrafttreten

1) Dieses Gesetz tritt vorbehaltlich Abs. 2 und unter Vorbehalt des ungenutzten Ablaufs der Referendumsfrist am 1. März 2025 in Kraft, andernfalls am Tag nach der Kundmachung.

2) Art. 4 Abs. 1 Bst. e und Abs. 1a, Sachüberschrift vor Art. 5a, Art. 5a, 6 Sachüberschrift und Abs. 1 Einleitungssatz, Art. 7 Sachüberschrift und Abs. 1 sowie Art. 9 Abs. 1a treten am 1. Januar 2026 in Kraft.

2. **ABÄNDERUNG DES MEDIENGESETZES (MEDIENG)**

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. 83

Bestellung, Zusammensetzung und Unabhängigkeit

1) Die Regierung bestellt für eine Amtsdauer von vier Jahren eine Medienkommission. Die Mandatsperiode der einzelnen Mitglieder kann gestaffelt festgelegt werden.

2) Die Medienkommission besteht aus fünf Mitgliedern, die über ausgewiesene mediale, wirtschaftliche und juristische Fachkenntnisse verfügen. Die Regierung bestimmt den Vorsitz.

3) Bei der Bestellung der Medienkommission ist auf die Gewährleistung der Unabhängigkeit und Unbefangenheit sämtlicher Mitglieder zu achten.

4) Zum Mitglied der Medienkommission dürfen bei sonstiger Nichtigkeit nicht bestellt werden:

- a) Mitglieder des Landtages oder der Regierung sowie Gemeindevorsteher;
- b) Angestellte der Landesverwaltung;
- c) Personen, die in einem Gesellschafts-, Arbeits- oder Auftragsverhältnis zu einem inländischen Medienunternehmen stehen;
- d) leitende Funktionäre und Angestellte einer politischen Partei;
- e) Personen, die der Medienkommission bereits während insgesamt acht Jahren angehört haben.

5) Durch den nachträglichen Eintritt eines Ausschlussgrundes nach Abs. 4 endet die Mitgliedschaft in der Medienkommission vorzeitig.

6) Die Medienkommission ist in ihrer Entscheidungsgewalt unabhängig und an keine Weisungen gebunden.

Art. 84

Aufgaben

1) Der Medienkommission obliegen:

- a) die Beratung der Regierung in allen medienpolitischen Belangen;

- b) die Erstellung des Jahresbudgets, des Jahresberichtes und der Jahresrechnung zu Händen der Regierung;
- c) die Erstattung von Empfehlungen zu medienspezifischen oder -relevanten Fragen zu Händen der Regierung;
- d) die Abgabe von Stellungnahmen zu medienspezifischen oder -relevanten Fragen über Auftrag der Regierung;
- e) die Beobachtung des medienpolitischen Umfeldes;
- f) die Anerkennung eines ausländischen Journalistenkodex (Art. 4 Abs. 1a Bst. b MFG)
- g) die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die grundlegende gesellschaftliche Funktion der Medien (Art. 4);
- h) die Erstellung und Veröffentlichung periodischer Berichte über die Entwicklung der Medienlandschaft und der journalistischen Qualität; die Berichte sind mindestens alle vier Jahre zu erstellen und auf geeignete Weise zu veröffentlichen;
- i) der Erlass einer Geschäftsordnung; diese bedarf der Genehmigung der Regierung;
- k) die Wahrnehmung der ihr durch andere Gesetze und Verordnungen, insbesondere dem Medienförderungsgesetz sowie dem Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk, übertragenen Aufgaben.

2) Soweit dies zur Erfüllung ihrer Aufgaben erforderlich ist, kann die Medienkommission im Rahmen der ihr zur Verfügung stehenden Mittel Aufträge an Dritte erteilen, Leistungsvereinbarungen mit Dritten abschliessen und Experten beiziehen.

Art. 85

Organisation

1) Die Medienkommission versammelt sich auf Einladung des Vorsitzenden so oft es die Geschäfte erfordern, jedoch mindestens zweimal im Jahr zu einer ordentlichen Sitzung. Der Vorsitzende ist zur unverzüglichen Einberufung einer außerordentlichen Sitzung verpflichtet, wenn dies von wenigstens zwei Mitgliedern schriftlich unter Beifügung des Entwurfes der Traktandenliste verlangt wird.

2) Die Beschlussfähigkeit der Medienkommission setzt die Anwesenheit des Vorsitzenden sowie drei weiterer Mitglieder voraus. Die Beschlüsse werden in offener Abstimmung mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst, wobei der Vorsitzende mitstimmt. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden.

3) Geschäfte von untergeordneter Bedeutung können in dringenden Fällen auf dem Zirkularweg erledigt werden. Zur Gültigkeit eines Zirkularbeschlusses ist die Zustimmung aller Mitglieder der Medienkommission erforderlich.

4) Über jede Sitzung der Medienkommission hat der Schriftführer ein Protokoll zu führen, das vom Vorsitzenden und vom Schriftführer zu unterzeichnen ist. Jedes Protokoll ist der Medienkommission in der nächstfolgenden Sitzung zur Genehmigung vorzulegen.

5) Die Medienkommission verfügt über ein Sekretariat. Zur Besorgung von Sekretariatsarbeiten kann die Regierung der Medienkommission auf schriftlichen Antrag Personal der Landesverwaltung zur Verfügung stellen.

6) Die Entschädigung der Mitglieder der Medienkommission richtet sich nach dem Gesetz über die Bezüge der Mitglieder der Regierung und der Kommissionen sowie der nebenamtlichen Richter und der Ad-hoc-Richter.

7) Die Medienkommission regelt das Nähere über die Organisation in der Geschäftsordnung.

Überschrift vor Art. 85a

A^{bis}. Ombudsstelle für Medienbeanstandungen

Art. 85a

Bestellung und Abberufung

1) Die Regierung bestimmt für eine Dauer von vier Jahren eine weisungsunabhängige, allgemein zugängliche Ombudsstelle, die von einer Ombudsperson geleitet wird.

2) Die Ombudsperson muss in persönlicher und fachlicher Hinsicht geeignet sein, die Aufgaben nach Art. 85b zu erfüllen. Der Bestellung hat eine öffentliche Ausschreibung voranzugehen.

3) Nicht als Ombudsperson bestellt werden dürfen:

- a) Mitglieder des Landtages oder der Regierung sowie Gemeindevorsteher;
- b) Angestellte der Landesverwaltung;
- c) Personen, die in einem Gesellschafts-, Arbeits- oder Auftragsverhältnis zu einem inländischen Medienunternehmen stehen;
- d) leitende Funktionäre und Angestellte einer politischen Partei.

4) Die Ombudsperson ist von der Regierung vorzeitig abzuberufen, wenn gewichtige Umstände eintreten, die sie für dieses Amt nicht mehr geeignet erscheinen lassen.

Art. 85b

Aufgaben

1) Die Ombudsstelle behandelt Beanstandungen wegen behaupteter Verletzungen:

- a) von Medieninhalten (Art. 6);
- b) der journalistischen Sorgfalt (Art. 7);
- c) des anerkannten Journalistenkodex (Art. 84 Abs. 1 Bst. f).

2) Die Ombudsstelle prüft die Angelegenheit und vermittelt zwischen den Beteiligten. Dabei kann sie insbesondere:

- a) die Angelegenheit mit dem Medieninhaber und dem verantwortlichen Medienmitarbeitenden besprechen;
- b) für eine direkte Begegnung zwischen den Beteiligten sorgen;
- c) Empfehlungen an den Medieninhaber abgeben;
- d) die Beteiligten über die Zuständigkeiten, das massgebende Recht und den Rechtsweg orientieren.

3) Sie hat keine Entscheidungs- oder Weisungsbefugnis.

4) Die Ombudsstelle informiert die Medienkommission periodisch über den Eingang von Beanstandungen und das Ergebnis der Erledigung. Sie erstellt einen jährlichen Tätigkeitsbericht zu Händen der Regierung.

5) Die Regierung kann das Nähere mit Verordnung regeln.

Art. 86

Aufsichtsbehörde

Die Regierung ist Aufsichtsbehörde nach diesem Gesetz und insbesondere zuständig für:

- a) die Bestellung der Medienkommission und der Ombudsperson (Art. 83 und 85a);
- b) die Sicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt (Art. 89);
- c) die Bestimmung oder Errichtung einer Regulierungsbehörde (Art. 89a).

Art. 88

Aufgehoben

Überschrift vor Art. 90

Aufgehoben

Art. 90

Aufgehoben

II.

Übergangsbestimmungen

1) Mit dem Inkrafttreten dieses Gesetzes endet die Amtsdauer der bestehenden Medienkommission; sie führt jedoch die Geschäfte bis zur Bestellung einer neuen Medienkommission nach den Bestimmungen dieses Gesetzes weiter.

2) Die Dauer der Mitgliedschaft in der bestehenden Medienkommission bleibt bei der Berechnung der zulässigen Höchstdauer nach Art. 83 Abs. 4 Bst. e unberücksichtigt.

III.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Gesetz vom ... über die Abänderung des Medienförderungsgesetzes in Kraft.

3. **ABÄNDERUNG DES BESCHWERDEKOMMISSIONSGESETZES**

Gesetz

vom ...

über die Abänderung des Beschwerdekommis-sionsgesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:⁷

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Beschwerdekommis-sionsgesetz vom 25. Oktober 2000, LGBl. 2000 Nr. 248, wird wie folgt abgeändert:

Art. 4 Abs. 1 Bst. e^{bis}

1) Die Beschwerdekommis-sion ist zuständig für Beschwerden gegen Verfügungen und Entscheidungen im Bereich:

e^{bis}) Medienförderung:

der Medienkommission aufgrund des Medienförderungsgesetzes sowie der darauf gestützten Verordnungen;

II.

Hängige Fälle

Die Beschwerdekommision ist zuständig für Fälle, in denen im Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Gesetzes noch keine erstinstanzliche rechtsmittelfähige Verfügung oder Entscheidung ergangen ist.

III.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Gesetz vom ... über die Abänderung des Medienförderungsgesetzes in Kraft.