

Technische Universität München
Executive Master of Business Administration
Programm ;communicate!- Class of 2008

Master's Thesis

**Liechtenstein und die deutsche Steueraffäre:
Eine über die Medien geführte Diskussion über
Wirtschafts- und Finanzpolitik, Ethik und nationale Interessen**

Dr. Gerlinde Manz-Christ
Matrikel-Nr. 3087588
Haldenweg 31
LI - 9495 Triesen
gmc@powersurf.li

Betreuer: Prof. Dr. Helmut Krcmar

Abgabedatum: 31. Juli 2008

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary.....	iii
Stichworte.....	iii
Abbildungsverzeichnis.....	vi
Tabellenverzeichnis.....	vi
Abkürzungsverzeichnis.....	vii
Anhangsverzeichnis.....	viii
1 Einleitung.....	1
2 Vorstellung der Analysekatogorien.....	4
2.1 Agenda-Setting Ansatz (Thematisierungsmethode).....	4
2.2 Issues Management.....	7
2.3 Krisenkommunikation.....	10
2.4 Das Modell „Prozess gesellschaftlicher Themenstrukturierung“ nach Eichhorn (2005).....	11
2.4.1 Grundgedanke und Ziel des Modells.....	11
2.4.2 Drei Sphären.....	12
2.4.3 Akteure.....	12
2.4.4 Prozesse.....	13
2.4.5 Funktionen.....	15
3 Übergeordnete Fragestellung – These – Ziel.....	16
4 Methodisches Vorgehen.....	18
5 Beschreibung der „Steueraffäre“ in der Zeit von 1. Januar 2008 bis 31. März 2008 und deren Einbettung in den Zeitrahmen November 1999 bis Juni 2008.....	22
5.1 Vorphase „Zeit der Reformen“ (November 1999 – Dezember 2007).....	22
5.1.1 Neue Strukturen und Rahmenbedingungen für den Finanzplatz.....	22
5.1.2 Übersicht der Entwicklungen am Finanzplatz Liechtenstein von 1999– 2008.....	26
5.1.3 Neue Wege in der Kommunikation.....	27
5.2 Phase 1 „Der Reformprozess geht kontinuierlich weiter“ (1.1. - 13.2.2008)....	29
5.2.1 Inhalte.....	29
5.2.2 Kommunikation.....	30
5.3 Phase 2 „Die ‚Zumwinkel-Affäre‘“ (14.2. – 17.2.2008).....	30
5.3.1 Überblick über die Geschehnisse.....	30
5.3.2 Kommunikationsmaßnahmen seitens Liechtenstein.....	31
5.4 Phase 3 „Die Ausweitung der ‚Zumwinkel-Affäre‘ zur ‚Steueraffäre‘“ (18.2. – 29.2.2008).....	32
5.4.1 Überblick über die Geschehnisse.....	32
5.4.2 Kommunikationsmaßnahmen seitens Liechtenstein.....	33
5.5 Phase 4 „Das Medieninteresse lässt nach“ (1.3. – 31.3.2008).....	36
5.5.1 Überblick über die Geschehnisse.....	36
5.5.2 Kommunikationsmaßnahmen seitens Liechtenstein.....	36
5.6 Nachphase „It will never be the same again“ (1.4. - 30.6.2008).....	38
5.6.1 Überblick über die Geschehnisse.....	38
5.6.2 Kommunikationsmaßnahmen seitens Liechtenstein.....	38
6 Interpretation der „Steueraffäre“ anhand von Medienberichterstattung und unter Verwendung des Modells „gesellschaftlicher Themenstrukturierung“.....	39
6.1 Phase 1 (1.1. - 13.2.2008) - Schwache Signale?.....	40
6.2 Phase 2 (14.2. – 17.2.2008) - Die „Zumwinkel-Affäre“.....	42
6.3 Phase 3 (18.2. – 29.2.2008) - Die Ausweitung der „Zumwinkel-Affäre“ zur „Steueraffäre“.....	43

6.4	Phase 4 (1.3. – 31.3.2008) - Das Medieninteresse lässt nach	45
6.5	Identifizierung der Akteure.....	48
6.5.1	Grundsätzliche Überlegungen	48
6.5.2	Interessengruppen.....	49
6.5.3	Die Massenmedien	52
6.5.4	Das aktive und passive Publikum.....	53
6.5.5	Politische Akteure.....	54
6.5.6	Unterschiedliche Öffentlichkeiten in Liechtenstein und in Deutschland	58
6.5.7	Internationale politische Akteure.....	59
6.6	Funktionen	60
6.6.1	Definition von Issues	61
6.6.2	Synthese von Themenstrukturen	67
6.7	Prozesse.....	68
6.7.1	Hintergründe der Steueraffäre	69
6.7.2	Einflüsse auf die Themenstruktur.....	69
6.7.2.1	Interaktive Prozesse.....	70
6.7.2.2	Fokussierte Einflussprozesse.....	71
6.7.2.3	Unfokussierte Einflussprozesse.....	73
6.7.2.4	Latente Einflüsse	73
6.8	Von der gesellschaftlichen zur transnationalen Themenstrukturierung	74
6.9	Exkurs: Alternative Sichten	76
7	Schlussfolgerungen	80
7.1	Imageschaden oder Chance zur Neupositionierung?.....	83
7.2	Kommunikation zwischen Staaten.....	84
	Literaturverzeichnis	86