

Die Vorstellungen in 21 Ländern

Zunahmen gibt es dagegen bei den Vorstellungen "Briefkastenfirmen" und "Die Liechtensteiner sind reiche Leute". Unter den verschiedenen Image-Faktoren prägen sich heute auch die übrigen Vorstellungen des reichen Landes besonders stark aus. Vor allem die Nachbarn in Vorarlberg bemerken den Wohlstand der Liechtensteiner und deren florierende Wirtschaft. Fast 4400 Vorarlberger arbeiten schliesslich in Liechtenstein und fahren täglich als sogenannte Berufspendler dorthin.⁴ Löhne, aber auch Preise im Fürstentum liegen über dem Niveau des Nachbarlandes. Dementsprechend empfinden auch viele Vorarlberger das Leben in Liechtenstein als relativ teuer. Und ein kleiner Teil von ihnen lässt auch etwas Neid über den wirtschaftlich so erfolgreichen Nachbarn erkennen.

Das ändert aber nichts daran, dass gerade die Vorarlberger Liechtenstein ganz besonders viele Sympathien entgegenbringen. Sie wünschen sich eine engere Zusammenarbeit zwischen dem Fürstentum und ihrem Heimatland, freuen sich über die gemeinsamen Aktivitäten in der Euregio und nehmen gerne die kulturellen und sonstigen Angebote im Nachbarland in Anspruch. So wie der Grossteil der Österreicher haben auch sie ein besonderes Faible für die Fürstenfamilie und das Schloss in Vaduz. Dieser Vorstellungs-Faktor, Fürstentum, ist bei den Österreichern neben dem Wissen um die Grösse Liechtensteins relativ am stärksten entwickelt.

3. Deutschland

13 Prozent der Deutschen haben Liechtenstein schon einmal besucht, 15 Prozent der Westdeutschen, aber nur 4 Prozent der Ostdeutschen. Selbstverständlich entstand dieser grosse Unterschied vor allem durch die jahrzehntelange Verweigerung der Reisefreiheit in der DDR. Wenn sich aber auch noch heute nur ein etwas kleinerer Anteil von Bürgern der neuen Bundesländer zu einem Besuch in Liechtenstein entschliesst, so hat das unter anderem damit zu tun, dass das Fürstentum – so wie die Schweiz⁵ – häufiger von Befragten mit höheren Einkommen und höhe-

⁴ Angabe des Amtes für Volkswirtschaft, Vaduz.

⁵ 1996 reisten 3,0 Prozent der Westdeutschen in die Schweiz, aber nur 2,5 Prozent der Ostdeutschen. Bei den Reisen nach Österreich war das Verhältnis ausgewogener: 9,9 Prozent der Westdeutschen und 9,6 Prozent der Ostdeutschen. Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 1996.