

Die Vorstellungen in 21 Ländern

zent wissen, dass es sich bei Liechtenstein um einen Kleinstaat handelt. In dieser Hinsicht unterscheidet sich die Gruppe der japanischen Liechtenstein-Kenner im weitesten Sinn nicht von den entsprechenden Kreisen in Belgien, England oder anderen Staaten. Aber während die einzelne Vorstellung "Kleinstaat" oder auch die geographisch-politischen Kenntnisse insgesamt noch denen der Iren oder der Südeuropäer entsprechen, sind die übrigen Image-Komponenten, die sich sonst an diese Vorstellungen heften, sehr viel schwächer entwickelt.

Der zweitstärkste Vorstellungsblock bei den Japanern sind die Urlaubs- und Freizeitattraktionen des Fürstentums.³¹ Dabei stehen im Unterschied zu den Befragten in anderen Ländern aber einmal nicht die landschaftlichen Schönheiten im Vordergrund: Noch etwas häufiger denken die japanischen Befragten an die Briefmarken und die Skifahrer des Fürstentums. Jeder sechste hegt diese Vorstellungen; in der Gruppe mit konkreten Vorstellungen von Liechtenstein stehen sogar fast der Hälfte der Befragten die begehrten Postwertzeichen vor Augen, und auch die Skifahrer und mit ihnen die Wintersportmöglichkeiten prägen das Bild noch mit. Nur ein Bruchteil der Befragten stellt sich die schönen Landschaften vor.

Für die Imagepflege in Japan bildet also das relativ verbreitete Wissen um den Kleinstaat und dann das Wissen um die Briefmarken relativ gute Anknüpfungspunkte.

Die wirtschaftliche Kraft des Fürstentums und die guten Investitionsmöglichkeiten werden dagegen auch in der japanischen Oberschicht kaum gesehen.

³¹ Im Jahr 1996 zählte der liechtensteinische Fremdenverkehr 1533 Logiernächte von Besuchern aus Japan und 1214 Logiernächte von Besuchern aus anderen asiatischen Ländern.