

allem vom Reiz ihrer Retro-Exotik – als Quelle der kulturellen Identität hingegen, sind sie längst erschöpft.

Wir leben in einer Phase des Übergangs zu einer Gesellschaft, die sich nicht mehr an Tradition, sondern an Trends orientiert. Wer Erfolg haben will, darf sich nicht mehr an dem orientieren, was war oder «immer so gewesen ist», sondern muss sich an dem orientieren, was kommt. Das moderne Leben erfordert ein fortwährendes Neupositionieren, und dafür muss man nach vorn blicken. Fortschritt bedeutet, dass wir über immer mehr Sachen entscheiden können oder müssen, die früher vom Schicksal oder von der Natur abhingen. Die Normen nehmen ab, und der Zwang zur Selbstverwirklichung nimmt zu. Dabei geht es nicht um eine Nabelschau, sondern um die Positionierung seiner Person in global vernetzten Märkten.

Je mehr herkömmliche Grenzen verwischen, je austauschbarer alles wird, desto stärker muss sich jeder und alles über seine individuellen Eigenarten profilieren. In Märkten, die immer schneller werden, kann nur überleben, wer herausragt und damit identifizierbar ist. Die Frage der Identität wird damit primär zu einer Frage des Marketings. Dies bedeutet, dass man seine Identität nicht mehr scheinbar naturwüchsigen Kräften überlässt, sondern ganz gezielt aufbaut und pflegt. So verhalten sich heute auch immer mehr Nationalstaaten, Regionen und Städte wie Firmen und verlassen sich nicht mehr allein auf die identitätsstiftende Wirkung ihrer Tradition, sondern entwickeln gezielt eine eigene Markenidentität. An die Stelle der nationalen Identität, die gewissermaßen durch Blutsbruderschaft festgelegt wird, tritt die Marke oder Corporate Identity, die professionell bewirtschaftet werden muss. Entscheidend für die Identitätsbildung sind damit nicht mehr die gemeinsam gemachten Erfahrungen, sondern die Erwartungen, die wir – im Inland und im Ausland – mit der Marke Liechtenstein verbinden.

Fazit: Die Liechtensteinische Identität geht verloren, weil sich Liechtenstein immer weniger von seinen Nachbarn unterscheidet. Im Zuge der fortschreitenden Individualisierung löst sich die nationale Identität auf in zahlreiche Einzelbiographien, und der Liechtensteinische Pass wird zu einem besonderen Kennzeichen, das aufgrund seiner Rarität die individuelle Eigenart unterstreicht. Anstelle einer scheinbar angeborenen Liechtensteinischen Identität wird die Marke Liechtenstein treten, deren Erfolg davon abhängt, ob es gelingt, Herkunft mit Zukunft zu verbinden und mit neuen Träumen und Zielen aufzuladen.