

Die Kampagnenrichtung wurde mit Plakaten und Inseraten visuell eindrücklich unterstützt. Die Urheberschaft der einzelnen Beiträge war dabei nicht immer eindeutig erkennbar. Die eingeschlagene Richtung war jedoch so weitgehend identisch, dass eine strategische Kampagnenführung hinter einer Vielzahl von Beteiligten vermutet werden durfte. Stets ging es um die Personalisierung und Emotionalisierung der Entscheidung, durchgehend wurde mit den bereits skizzierten Droh- und Verlustszenarien operiert und peinlichst wurde vermieden, die zu ändernden Verfassungsbestimmungen zu thematisieren (für Details vgl. Kap. 5.2).

Ein privater Inserent platzierte eine Vielzahl von halb- und ganzseitigen Anzeigen in den Landeszeitungen, in denen jeweils eine Fotomontage mit drei Generationen der Fürstenfamilie abgebildet war. Der Text variierte, etwa mit den Titeln «Wir brauchen unsere Fürstenfamilie», «Auf diese Köpfe können wir stolz sein!», oder «Zusammen mit unserer Fürstenfamilie sind wir stark!».<sup>170</sup>

Die Initianten selbst wählten für ihre Kampagne ein Sujet, das in gleicher Weise als Strassenplakat geklebt (und wegen seiner Anzahl, Auffälligkeit und Grösse das Strassenbild weitgehend beherrschte) und als Zeitungsinserat geschaltet wurde. Die Parole «Ja zur Fürstenfamilie» wurde in fast täglich wiederkehrenden Inseraten in den beiden letzten Wochen vor der Volksabstimmung wiederholt.<sup>171</sup> Der Untergrund wurde durch die Landesflagge (ohne Fürstenkrone) gebildet, war demnach farbig (in den Landesfarben: kräftiges Blau, leuchtendes Rot) und entsprechend auffällig gestaltet. Als Text genügte drei Worte: «JA zur Fürstenfamilie». Auf der Strasse tauchte in einigen wenigen Fällen die Variante «JA zur Fürsteninitiative» auf. In den Zeitungen beschränkte man sich vollständig auf den Aufruf zur Unterstützung der Familie. Ergänzt wurde der Text durch einen «richtig» ausgefüllten Stimmzettel mit einem «Ja» bei der Fürsteninitiative und einem «Nein» bei der Initiative für Verfassungsfrieden. Weitere inhaltliche Bezugnahmen auf die eigene oder die konkurrierende Verfassungsinitiative gab es nicht. Eine zweite Variante des gleichen Grundmotivs erregte besonderes Aufsehen. Anstelle des Stimmzettels waren in dieser Version zwei Bilder des Schloss-

---

170 Liechtensteiner Volksblatt, 24. und 27. Februar, 6., 8., 12. und 13. März 2003.

171 Bsp. Liechtensteiner Volksblatt, 4. bis 15. März 2003.