

hügels oberhalb von Vaduz als «Vorher / Nachher»-Vergleich nebeneinandergestellt: links die Originalansicht, rechts eine Fassung, in der das Schloss wegretuschiert worden war. Ergänzt wurde die Bilderserie durch die Frage: «So ... oder so?» Nachdem der Bevölkerung in den Monaten zuvor schon in Aussicht gestellt worden war, dem Land das Staatsoberhaupt, die Staatsform und gar den Namen nehmen zu wollen, wurde nun also symbolisch der Verlust des (einzigen) Wahrzeichens angedroht.¹⁷²

Verstärkt wurde dieser Effekt noch mit einem persönlich gehaltenen Kartenversand des Fürstenhauses an alle Haushaltungen des Landes, auf welchem darum gebeten wurde, auch nach dem Abstimmungstag im Land bleiben zu dürfen: «Damit die fürstliche Familie auch in Zukunft hier im Land leben und sich für das Fürstentum Liechtenstein einsetzen kann, bitten wir Sie uns weiterhin Ihr Vertrauen zu schenken und uns bei der Abstimmung am 14. / 16. März 2003 mit einem «Ja» zu unterstützen.» Die Volksabstimmung war damit nicht nur auf ein Personalplebiszit umgedeutet worden, sondern dieses Plebiszit wurde noch in die Nähe einer möglichen Heimatvertreibung gerückt. Auf der Innenseite der Faltkarte wurde wiederum ein «richtig» ausgefüllter Stimmzettel gezeigt, auf der Frontseite waren fünf Generationen der Fürstenfamilie abgebildet, zentral postiert Fürst Franz-Josef II. und Fürstin Gina als Sympathieträger – Vorgänger des amtierenden Fürstenpaares – sowie Prinz Joseph Wenzel als kommender Erbprinz.

Eine andere Inseratserie der Pro-Kampagne agierte mit Testimoni- als einfacher Stimmbürger. Durch sie wurde die vielfach geforderte Dankbarkeit und Bewunderung für das Fürstenhaus exemplarisch zum Ausdruck gebracht. Sie rühmte die Menschlichkeit seiner Mitglieder, pries die Wohltaten, die das Geschlecht dem Land in Vergangenheit und Gegenwart angedeihen liess. Die Inhalte der Fürsteninitiative (oder der Friedensinitiative) spielten in diesen Inseraten keine Rolle. Vielmehr erzählten einfache Menschen aus dem Volk (Alte und Junge, Prominente und Unbekannte, Bürger aus unterschiedlichen Gesellschaftsschichten und Berufsgruppen) ihre Erlebnisse mit Angehörigen des Fürstenhauses und priesen dabei vorab deren Volkstümlichkeit und Liebenswürdigkeit. Die zentrale Botschaft: auch Fürsten sind gute Liechtensteiner, trotz des

172 Liechtensteiner Volksblatt, 5. März 2003.