

KOMMUNIKATION

Waren bieten sich überall im Alltag. So gerät jede Diskussion lebhaft, wenn ein deutscher Finanzexperte nebenbei erfährt, dass auf dem Markt die ersten Testautos mit elektrischen Leistungssystemen von ThyssenKrupp Presta gefertigt sind. Denn das Liechtenstein-Hauptexportprodukt – innovative Spitzentechnologie – hat sich bisher kaum herumgesprochen. Und noch ein Beispiel: Ganz sicher laut der Gast aus England auf, wenn er erfährt, dass die Bronze-Statue «Figure in a Shelter», die vor dem Regierungsgebäude steht, vom berühmten englischen Künstler Henry Moore stammt. Denn auch mit der Kunst holt sich Liechtenstein die Welt ins Dorf.

Ein Land als Unternehmen

Die Spannung in Liechtenstein liegt zwischen «hoch entwickelter» Wirtschaft und «natürlicher» Ausstrahlung. Zwischen «business and beauty». Beides verbindet sich im Bild «Global Village», wie der bisherige Arbeits-Slogan lautet. Neu am neuen Kommunikationskonzept ist, dass es klare Perspektiven formuliert. Es macht offensichtlich, wie wichtig als Gegengewicht zum Finanzzentrum die persönliche Note in einem kleinen Land mit einer intakten Natur ist. Liechtenstein soll sich zudem künftig weiter als Kompetenzzentrum für erstklassige Finanzdienstleistungen profilieren, jedoch verstärkt nach ethischen Prinzipien. Zugleich ist wichtig, die Einbindung auf dem Weltparkett zu betonen. Denn die Zukunft von kleinen Staaten wird mitbestimmt von ihrer Präsenz in der Welt.

Liechtenstein steht im Image-Wettbewerb mit vielen anderen Ländern. Kein Land kann sich dieser globalen Entwicklung entziehen. Das meint auch die Expertengruppe der Stiftung Image Liechtenstein, in der Staat und Privatwirtschaft zusammenspannen. Das neue Kommunikationskonzept ergänzt bestehende Konzepte durch ein Rahmenkonzept für professionelles Reputationsmanagement der Fakultät für Kommunikationswissenschaften der Universität Lugano. Zugleich übertrug Professor Charles Fornbrun, Direktor des Reputation Institutes, New York, zum ersten Mal ein Instrumentarium für Wirtschaftsunternehmen auf ein Land – mit der Messung des Rufs, den Liechtenstein im Ausland geniesst.



Für Image Liechtenstein spannen Staat und Privatwirtschaft zusammen

Das Image Liechtensteins ist laut einer Umfrage bei den Österreichern und den Amerikanern am besten. Die Franzosen stuften den Ruf des Kleinstaates deutlich geringer ein. Auffällig ist, dass die Deutschen relativ wenig über Liechtenstein wissen. Liechtenstein will sich in den Nachbarländern Schweiz, Österreich, in Deutschland, einigen EU-Ländern sowie den USA stärker positionieren. Und dafür ist jede und jeder als «Botschafter» gefragt, mitzumachen und im Schreeballsystem von innen nach aussen zu tragen, was an Liechtenstein so besonders ist.

Jede, jeder ist Botschafter

Das Image des Landes betrifft jeden Bürger, nicht nur die Regierung, Amtsleiter und Liechtenstein Tourismus. Es eröffnet Chancen, wirtschaftliche, aber auch persönliche. Die Wirtschaft, die Stakeholders, sind mit der Stiftung Image Liechtenstein bereits an Bord des «Botschafter»-Boots. Der Landtag hat eine Million Franken für die Kommunikations-Offensive bewilligt und der Geschäftsführer der Stiftung Image Liechtenstein, Michael Gattenhof, arbeitet an konkreten Massnahmen. Zugleich wer-

den nach dem neuen Kommunikationskonzept für Liechtenstein dynamische Websites gestaltet, die im Herbst vorgestellt werden.

«Wir machen uns Bilder von Menschen und von Ländern», sagt Regierungschef Otmar Hasler. Und andere Menschen und Länder machen sich ein Bild von Liechtenstein. Viele Komponenten aber sind bislang nur Insidern bekannt, weshalb Liechtenstein sein Bild im In- und Ausland nicht mehr dem Zufall überlassen will. Dazu ein vielsagendes Phänomen: Hilti, Neutrik, Unaxis, um nur einige Industriebetriebe zu nennen, exportieren weltweit Spitzentechnologie, jedoch verbinden nur wenige Menschen im Ausland diese liechtensteinischen Unternehmen mit Liechtenstein. Gesprächsstoff gibt es also zu vielen Themen – für offene und gut informierte neue «Botschafter» Liechtensteins, die als Bürger ihre Teilnahmechance nutzen.

Die Liechtenstein-Website www.liechtenstein.li ist eine reiche Quelle für Informationen. Die Stabsstelle für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit und die Stiftung Image Liechtenstein stellen zudem ihr Wissen und Material, wie Powerpoint-Präsentationen und Broschüren, zur Verfügung. ■