

Liechtenstein ent-deckt sich

Marke Liechtenstein: Eigenwillige Vielfalt macht ein Land zum Juwel

VADUZ – War irgendwo Kritik zu lesen, ging Liechtenstein in Deckung. In der Welt des globalen Wettbewerbs aber ist die Zeit gekommen, sich als Marke Liechtenstein wieder zu ent-decken.

In Liechtenstein haben sich Dinge erhalten, die die Welt verloren hat. Und das trotz der beispiellosen Wirtschaftsgeschichte: Seit dem Zweiten Weltkrieg hat es sich zur kleinen Metropolregion zwischen Zürich und Wien entwickelt. Noch vor 80 Jahren war das Land arm, die Menschen lebten von der Landwirtschaft. Vieles hat sich verändert, nichts aber wurde zerstört, was Generationen prägte. So das Ergebnis der wissenschaftlichen Studie über die Reputation des Landes am Reputation Institute, New York.

Drei Eigenschaften

Nach dem Gesetz der Logik haben echte Liechtensteinerinnen und Liechtensteiner damit stets zwei Seiten: Sie sind international und provinziell, welterfahren und Urgesteine, neugierig und bedächtig, offen und verschlossen, modern und der Tradition verbunden. Der Spannungsbogen liegt zwischen «hochentwickelter» Wirtschaft und «natürlicher» Ausstrahlung.

Was Liechtenstein noch unterscheidet? Spontan auf den Punkt gebracht: Initiative, um Schritte in die Zukunft zu tun, die Konzentration auf Ziele und die persönliche Art der Menschen. Drei wichtige Eigenschaften benennen, was hinter der Fassade Liechtensteins steckt: Liechtensteiner sind initiativ, fokussiert, persönlich. Die Marke Liechtenstein verbindet all das zu einem Bild.

Vielleicht werden Touristen, Geschäftsleute und Neugierige Liechtenstein ja bald in drei Bildern

charakterisieren, die sich in der Marke Liechtenstein zur Collage verdichten: Liechtensteiner pflegen Familien- und Freundeskreise, verbindliche Kontakte und setzen auf Fairness und Menschlichkeit, wenn es Konflikte oder Streit gibt. Man kennt sich, sieht sich und trifft sich immer wieder. Immer kommt es auf gute Beziehungen an untereinander, mit den Nachbarn und der Welt. Wer sich in verschiedene Kulturen einfühlen kann, kann zur Sache sprechen.

Das tun Liechtensteinerinnen und Liechtensteiner sehr persönlich.

Klar ist, dass Liechtenstein als viertkleinster Staat Europas dabei nicht überall mitspielen kann in einer globalen Welt, die voller unüberschaubarer Angebote, Qualitäts- und Leistungsversprechen ist. Der Erfolg mit fast so vielen Arbeitsplätzen wie Einwohnern beruht auf Qualität, Service, Leistungswillen und unternehmerischem Mut. Liechtensteiner Weltmarken besetzen Nischen. Hauptexportprodukt ist forschungsintensive, innovative Spitzentechnologie. Zugleich liegt die Stärke des Finanzplatzes im Private Banking mit der Beziehung von Mensch zu Mensch als tragender Säule.

Liechtensteiner müssen also fokussiert sein auf das Wesentliche.

Jedes kleine Land, das seine Zukunft beeinflussen will, kann zwei Wege gehen. Es kann warten, bis ihm die grossen Staaten Beine machen oder die Wirklichkeit mitbeeinflussen. Der Kleinstaat findet Gehör in Europa, wenn er sich klar in der Haltung bemüht. Das wissen die Politiker. Macht in internationalen Verhandlungen hat ein Kleinstaat nicht. Damit ist die Kleinheit die grösste Schwäche. Auf andere Art aber ist die Kleinheit auch die grösste Stärke. Denn viele Liechtensteiner stellen sich ständig neuen Herausforderungen. Sie sind daran

gewöhnt, weil darauf angewiesen, die Initiative zu ergreifen. Wohlstand und Zukunft für sich und ihre Kinder nimmt Generation für Generation immer wieder aktuell in die Hand.

Liechtenstein ist einfach aus Tradition ungewöhnlich initiativ.

Lokal und doch global

«Unser Mikrostaat in den Alpen ist ein ehrgeiziges Unternehmerland», lautet eine zentrale Botschaft, die jede Liechtensteinerin und jeder Liechtensteiner als Botschafter hinausragen kann. Denn so schnell die Entwicklung verlief vom Flecken auf der Landkarte zur Wirtschafts- und Finanznation, so engagiert handeln Fürstenhaus, Unternehmer und alle Einwohner im Wissen: Im modernen Kleinstaat sind die Wege kurz und die Reaktionen schnell, wenn sich wirtschaftliche und politische Bedingungen verändern. Liechtenstein hat aus der Vergangenheit gelernt und zeigt, wie gezielte Töne im Konzert der Grossen wirken können, wie Zukunft ohne Rohstoffe sicher ist, Erfolg bodenständig funktioniert, Wohlstand und Natürlichkeit zusammenpassen.

Touristen, Geschäftsleute und Neugierige nehmen somit künftig vielleicht besonders ein Gefühl mit nach Hause, das sie in Liechtenstein spüren, wenn sie es erleben: Lokal und doch global. Das zeigt sich in der UNO, wenn Liechtenstein für die Menschenrechte spricht. Die Neutralität trägt dazu bei, die Einbindung in den EWR, die enge Verbindung mit der Schweiz sowie die Politik, die in gemässigten Bahnen verläuft. Abgestempelt ist Liechtenstein in der Welt jedenfalls nicht, weil die Welt den Kleinstaat gar nicht richtig kennt.

Es ist die eigenwillige Mischung in der Vielfalt, die das Land unverwechselbar und zu einem echten Juwel macht.



Das alles macht das Land in seinen vielfältigen Facetten einzigartig.

Zweiter von drei Beiträgen zum Thema Marke Liechtenstein. Nächster Beitrag erscheint am Samstag, 3. Juli.