



REGIERUNG
DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN



Imagemonitor Liechtenstein 2025

Management Summary

Empiricon AG

Menschlich. Messbar. MitWirkung

www.empiricon.ch

empiricon

Imagemonitor Liechtenstein 2025

Die Wahrnehmung Liechtensteins im nahegelegenen Ausland

Was denken Menschen in den Nachbarregionen über Liechtenstein? Kennen sie das Fürstentum überhaupt – und wenn ja, was verbinden sie damit? Welche Begriffe und Bilder tauchen auf, wenn der Name «Liechtenstein» fällt? Und wie attraktiv erscheint das Land als Reiseziel oder als Wirtschafts- bzw. Arbeitsstandort?

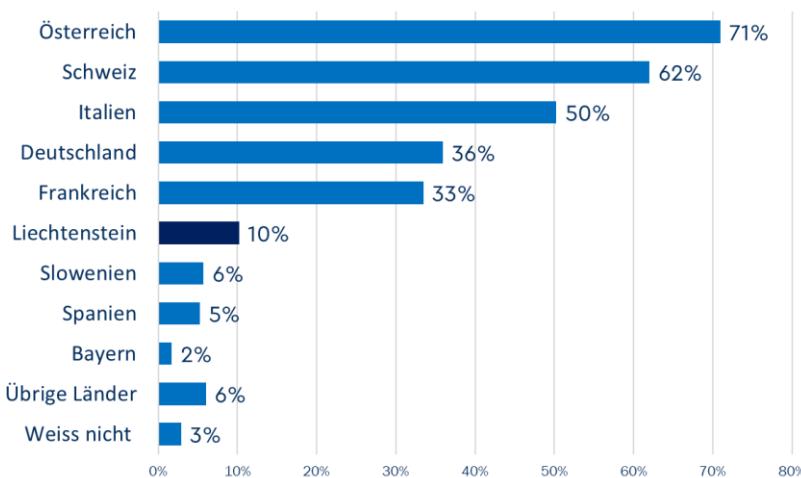
Um diese Fragen zu beantworten, hat Liechtenstein Marketing in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Forschungs- und Beratungsinstitut Empiricon AG eine methodisch fundierte Studie zum Image Liechtensteins im nahegelegenen Ausland durchgeführt. Im Rahmen einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage wurden im Sommer 2025 insgesamt 2'109 erwachsene Personen in sechs für Liechtenstein relevanten Regionen befragt: Kanton St. Gallen, Kanton Graubünden, übrige Deutschschweiz, Vorarlberg sowie Baden-Württemberg und Bayern.

Mit dem Imagemonitor Liechtenstein 2025 liegen somit erstmals systematische Ergebnisse zur Bekanntheit und Aussenwahrnehmung des Fürstentums vor.

1 Die Bekanntheit Liechtensteins

Bei einem Kleinststaat wie Liechtenstein ist die Bekanntheit von besonderem Interesse, bildet eine ausreichende Bekanntheit doch gewissermassen die Voraussetzung für die Wahrnehmung des Landes. Daher wurden die Befragten zu Beginn der Studie gebeten, alle Länder im europäischen Alpenraum zu nennen, die ihnen spontan in den Sinn kommen. Am häufigsten genannt werden Österreich (71%), die Schweiz (62%) und Italien (50%), während lediglich 10% aller Befragten spontan Liechtenstein erwähnen. Dieses Ergebnis liegt womöglich an der vergleichsweise geringen Landesgrösse, könnte jedoch auch darauf hinweisen, dass Liechtenstein trotz seiner geografischen Lage im Alpenraum nur bedingt als typisches Alpenland wahrgenommen wird.

Welche Länder im europäischen Alpenraum kommen Ihnen spontan in den Sinn?



Fragt man die Befragten mittels subjektiver Selbsteinschätzung direkt nach ihrer Kenntnis von Liechtenstein, so wird deutlich, dass Liechtenstein in den angrenzenden Regionen sehr wohl bekannt ist. Mehr als die Hälfte aller Befragten im Kt. St. Gallen und Kt. Graubünden und 48% der Befragten in Vorarlberg schätzen ihre Kenntnis von Liechtenstein gar als «gut» bis «sehr gut» ein. In den übrigen drei Regionen liegt die Kenntnis Liechtensteins dagegen deutlich

tiefer – so sagt in der Deutschschweiz jeder fünfte Befragte, dass er Liechtenstein überhaupt nicht gut kennt, in Baden-Württemberg und Bayern sind es jeweils doppelt so viele. Zwischen den verschiedenen Regionen gibt es somit deutliche Unterschiede, wobei die Kenntnis mit der Nähe zu Liechtenstein deutlich zunimmt.

2 Der Gesamteindruck Liechtensteins im Benchmarkvergleich

Liechtenstein geniesst im nahegelegenen Ausland insgesamt ein gutes Gesamimage. Dies zeigen die positiven Beurteilungen des Gesamteindrucks Liechtensteins auf der von 0 bis 100 reichenden Skala. Besonders positiv gesehen wird Liechtenstein von den Befragten der drei angrenzenden Regionen sowie von den Befragten der übrigen Deutschschweiz – mit Durchschnittswerten von 70 und höher. Im Benchmarkvergleich mit der Schweiz, Vorarlberg, Baden-Württemberg und Bayern liegt der Gesamteindruck Liechtensteins in diesen Regionen zwar hinter den jeweiligen Selbsteinschätzungen, ansonsten jedoch auf der Top-Position (in Vorarlberg gleichauf mit der Schweiz).

	Gesamteindruck Benchmarks				
	FL	CH	VLBG	Bayern	BW
Kanton St. Gallen	75	84	70	65	61
Kanton Graubünden	72	87	66	62	58
Übrige Deutschschweiz	70	87	65	67	66
Vorarlberg	75	76	86	69	65
Baden-Württemberg	62	73	64	73	82
Bayern	60	71	63	86	70

Eine etwas kritischere Wahrnehmung des Gesamteindrucks Liechtensteins zeigt sich dagegen bei den Befragten in Baden-Württemberg und Bayern mit Durchschnittswerten um die 60 und dem jeweils hintersten Rang im Benchmarkvergleich. Die Ergebnisse lassen vermuten, dass die Nähe zu Liechtenstein und die steigende Kenntnis des Landes mit einer tendenziell besseren Beurteilung des Gesamteindrucks Liechtensteins einhergeht.

3 Assoziationen zu Liechtenstein

Welche Assoziationen werden mit Liechtenstein verknüpft? Zur Beantwortung dieser Frage, wurden die Befragten zunächst aufgefordert, jene Vorstellungen und Bilder anzuführen, die ihnen beim Stichwort «Liechtenstein» spontan in den Sinn kommen. Die häufigste Assoziation der Befragten betrifft die «kleine Landesgrösse» (25%), gefolgt von Aussagen zum «Fürstentum bzw. zur Monarchie» (14%) sowie zur «Fürstenfamilie» selbst (13%). Diese Ergebnisse lassen erkennen, dass die Landesgrösse, das Fürstentum und das Fürstenhaus bedeutende Identitätsmerkmale für die Aussenwahrnehmung Liechtensteins bilden.

Rund jeder Zehnte denkt beim Stichwort «Liechtenstein» zudem an die «Banken bzw. den Finanzplatz» (10%), an «Steuern bzw. die Steuerattraktivität» sowie an die «schöne Landschaft und Natur» (9 %). Häufig genannte Assoziationen beziehen sich zudem auf «Vaduz» als Hauptort, auf hohen «Wohlstand und hohes Einkommen», sowie auf die zu

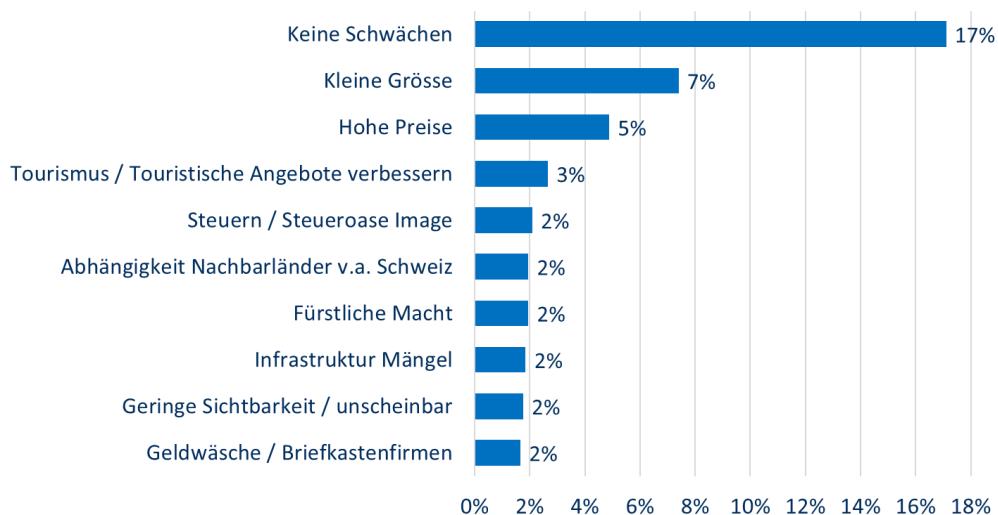
«geringe Bekanntheit» Liechtensteins. Erwähnenswert erscheint, dass es insgesamt nur wenige Assoziationen mit negativer Konnotation gibt.

«Fürstlich», «traditionell» und «erfolgreich» sind die drei am stärksten mit Liechtenstein assoziierten Eigenschaften, gefolgt von «zuverlässig». Dies zeigen die Ergebnisse einer weiteren Frage, bei der die Befragten aus einer Merkmalsliste die drei aus ihrer Sicht am stärksten mit Liechtenstein verbundenen Eigenschaften ausgewählt haben. Interessant erscheint, dass die Eigenschaften «fürstlich» und «traditionell» in allen Regionen von mehr als der Hälfte der Befragten gewählt wurden, während «erfolgreich» in den beiden angrenzenden Schweizer Kantonen, insbesondere aber in Vorarlberg, deutlich stärker mit Liechtenstein in Verbindung gebracht werden. Attribute wie «agil» oder «nachhaltig» werden dagegen in allen Regionen kaum mit Liechtenstein verknüpft.

Die Ergebnisse zu den Assoziationen bieten somit interessante Einblicke zur Wahrnehmung Liechtensteins. So zeigt sich, dass Liechtenstein als kleines, landschaftlich schönes und wohlhabendes Fürstentum wahrgenommen wird, das zuverlässig und wirtschaftlich erfolgreich ist und für seinen Finanzplatz und seine Steuerattraktivität bekannt ist. Potenzial besteht insbesondere bei der Steigerung der Bekanntheit sowie bei der Kommunikation der Nachhaltigkeit.

4 Wahrgenommene Schwächen

In einer weiteren offenen Frage wurden die Befragten zudem explizit nach den mit Liechtenstein assoziierten Schwächen gefragt. 17% der Befragten erwähnen explizit, dass aus ihrer Sicht Liechtenstein keine Schwächen hat. Fast die Hälfte der Befragten (47%) haben auf die Frage keine Antwort gegeben - was grundsätzlich positiv zu beurteilen ist, aber auch auf eine gewisse Unbekanntheit hindeuten kann. Die wenigen angeführten Schwächen beziehen sich auf die geringe Grösse Liechtensteins, die hohen Preise, das ausbaufähige touristische Angebot und einzelnen Nennungen im Zusammenhang mit steuerlichen Vorteilen bzw. der Abhängigkeit von der Schweiz, der fürstlichen Machtfülle, der Infrastruktur oder der Geldwäsche.



5 Allgemeines Imageprofil

Neben dem Gesamteindruck und den Assoziationen interessiert natürlich auch das Imageprofil bzw. die Beurteilung Liechtensteins auf verschiedenen Dimensionen. Auch hier ergibt sich ein grundsätzlich positives Bild, das die bisherigen Ergebnisse stützt. Wie aus den

Ergebnissen hervorgeht, sind sich die Befragten der verschiedenen Regionen einig, dass Liechtenstein ein sicheres, politisch stabiles und vertrauenswürdiges Land ist, das eine hohe Lebensqualität bietet und rundum sympathisch ist. Etwas tiefere Zustimmung zeigt sich dagegen bei den Aussagen zur Nachhaltigkeit sowie zur Toleranz und Offenheit.

6 Themenspezifische Wahrnehmung – Wirtschaft

Zur Analyse der themenspezifischen Wahrnehmung Liechtensteins wurden verschiedene Aussagen formuliert und bezüglich ihres Zutreffens beurteilt. Wie aus den Ergebnissen hervorgeht, werden die Aussagen zum Wirtschaftsstandort Liechtenstein von den Befragten aller Regionen allesamt als sehr zutreffend beurteilt. Die höchsten Zustimmungswerte stammen dabei jeweils von den Befragten in Vorarlberg und jenen im Kanton Graubünden.

Die Befragten sind sich einig, dass Liechtenstein über einen starken und stabilen Wirtschafts- und Finanzstandort verfügt, dass der Finanzplatz international führend im Bereich Vermögensverwaltung ist und sich durch eine hohe Dienstleistungsqualität auszeichnet. Hohe Zustimmung zeigt sich auch bei der Aussage «Liechtenstein ist als Arbeitsort sehr attraktiv» sowie bei der Aussage «Liechtenstein bietet attraktive Rahmenbedingungen für Unternehmer/innen». Die Befragten stimmen auch der Aussage zu, wonach aus Liechtenstein qualitativ sehr hochwertige Produkte und Dienstleistungen kommen. In einer offenen Frage, welche Liechtensteiner Unternehmen bzw. Produkten bekannt sind, ist «Hilti» klar die häufigste Antwort.

Im Zusammenhang mit der Attraktivität Liechtensteins als Arbeitsort wurde zudem die Bereitschaft zum Pendeln untersucht. Dabei zeigt sich, dass in den angrenzenden Regionen einen hohe Pendelbereitschaft besteht. So geben 71% der Befragten in Vorarlberg an, dass sie es sich vorstellen könnten, für die Arbeit nach Liechtenstein zu pendeln. Im Kt. St. Gallen und Kt. Graubünden beträgt der Anteil ebenfalls über 50%. Begründet wird die hohe Pendelbereitschaft unter anderem mit dem attraktiven Lohn, den Arbeitsbedingungen und der Attraktivität. Erwartungsgemäss zeigt sich bei den Befragten der Deutschschweiz sowie bei jenen in Baden-Württemberg und Bayern eine geringe Pendelbereitschaft. So geben jeweils rund zwei Drittel an, dass Pendeln für sie nicht vorstellbar wäre. Als Hinderungsgrund wird vor allem die Entfernung bzw. die Pendeldistanz angeführt.

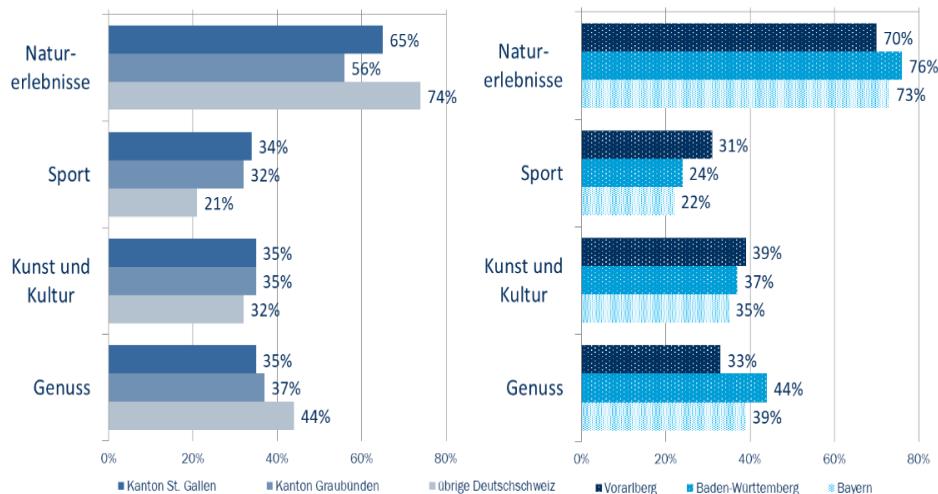
7 Themenspezifisches Wahrnehmung - Tourismus

Die zum Tourismus formulierten Aussagen werden von den Befragten insgesamt ebenfalls als durchaus zutreffend eingeschätzt, im Vergleich zu den themenspezifischen Wirtschafts-Aussagen jedoch weniger positiv beurteilt. Dies gilt insbesondere für die Befragten aus Vorarlberg. Anders als bei den Aussagen zur Wirtschaft, sind die Beurteilungen in Vorarlberg im Vergleich zu jenen der anderen Regionen eher kritischer.

Insgesamt schätzen die Befragten die herzliche Gastfreundschaft, das vielfältige Kultur- und Freizeit-Angebot auf kleinem Raum. Sie betrachten Liechtenstein als attraktives Ziel für Outdoor-Begeisterte wie auch als familienfreundliche Feriendestination. Leicht geringere Zustimmung zeigt sich bei der Aussage «Liechtenstein ist ein touristischer Geheimtipp».

Fragt man die Befragten, aus welchen Gründen sie ihre Freizeit gerne in Liechtenstein verbringen möchten, so ist die mit Abstand häufigste Antwort «Naturerlebnisse» - je nach Region beträgt der Anteil zwischen 56% und 76%. Rund je ein Drittel geben zudem an, ihre Freizeit in Liechtenstein gerne mit «Kunst und Kultur», «Genuss» oder «Sport» zu verbringen.

Aus welchen Gründen würden Sie gerne Ihre Freizeit in Liechtenstein verbringen?



Befragte, welche sich vor allem für Naturerlebnisse und Sport begeistern, interessieren sich insbesondere fürs Wandern in Liechtenstein. Der Anteil der Befragten, die «Wandern» angeben, liegt in allen Regionen zwischen 57% und 64%. Entsprechend attraktiv ist für viele beispielsweise auch der Liechtensteinweg oder die Adlerwanderung. Auch Fahrrad-Touren und Familienerlebnisse stossen bei rund einem Drittel der Befragten auf Interesse. Ähnliches zeigt sich auch beim Familiengebiet Malbun, wobei auffällt, dass hier die Befragten der beiden deutschen Regionen deutlich weniger Interesse bekunden.

Die Befragten, deren Vorlieben bei der «Kunst und Kultur» oder beim «Genuss» liegen, interessieren sich ebenfalls für zahlreiche Angebote Liechtensteins. So zum Beispiel das Städtle Vaduz, die historischen Dorfkerne, die Burg Gutenberg oder die SchatzKammer und – ebenfalls häufig genannt – die regionale Küche.

Aus touristischer Sicht vielversprechend ist, dass die Mehrzahl der Befragten in allen Regionen angibt, dass sie es sich vorstellen können, ferienhalber mehrere Tage in Liechtenstein zu verbringen.

Für weitere Informationen zur Studie steht Ihnen Liechtenstein Marketing gerne zur Verfügung.

Kontakt:

Liechtenstein Marketing

Äulestrasse 30
9490 Vaduz, Liechtenstein
+423 239 63 63
info@liechtenstein.li

Mit dem **Imagemonitor Liechtenstein** sollen wertvolle Erkenntnisse über die Bekanntheit und die Wahrnehmung Liechtensteins aus einer regionalen Aussenperspektive gewonnen werden. Geplant ist, dass der Imagemonitor alle zwei Jahre erhoben wird, um Entwicklungen und Veränderungen in der Wahrnehmung Liechtensteins zu erkennen.

Im Sommer 2025 wurde der Imagemonitor Liechtenstein erstmals durchgeführt. Mittels einer repräsentativen Befragung der breiten Bevölkerung im Kt. St. Gallen, Kt. Graubünden, der übrigen Deutschschweiz, in Vorarlberg sowie in Bayern und Baden-Württemberg. Pro Region wurden Quoten auf die soziodemografischen Merkmale Geschlecht und Alter gesetzt. Die Befragung der insgesamt 2'109 Personen erfolgte mittels Online-Interviews und fand in allen Regionen zeitgleich zwischen dem 25. August und dem 10. September 2025 statt. Für die Konzeption, Durchführung und Auswertung des Imagemonitors Liechtenstein zeichnet Empiricon AG verantwortlich, welche auch im Auftrag von Präsenz Schweiz seit 2018 den Imagemonitor Schweiz durchführt.

Erwähnenswert ist, dass die Fragen zum Imageprofil wie auch die beiden themenspezifischen Frageblöcke nur denjenigen Befragten gestellt wurden, denen Liechtenstein bekannt ist.