



02.03.2012 – 09:00 Uhr

## ikr: Liechtenstein Marketing bei weltgrösster Tourismusbörse

Vaduz (ots/ikr) -

In der High-Speed-Welt hat mancher alles schon gesehen und sehnt sich nach einer Insel, wo der Alltag noch überschaubar ist. Liechtenstein Marketing zeigt bei der Internationalen Tourismusbörse in Berlin, dass Liechtenstein dafür jede Menge zu bieten hat.

Dem Regierenden Bürgermeister Berlins jedenfalls schmeckt der Wein aus Liechtenstein. Am Messestand von Liechtenstein Marketing stiess Deutschlands Landwirtschaftsministerin Ilse Aigner mit einem Glas Liechtensteiner Bier mit Wowereit auf die Internationale Grüne Woche an. Seitdem ist das Bier bei einem Händler mit der grössten Bierauswahl in Berlin zu haben. Zusammen mit der Schweiz präsentierte sich Liechtenstein bei der Grünen Woche 2012 mit Unternehmen wie der Ospelt Gruppe, Milchhof und Brauhaus. Davor stellte es neue Produkte bei der CMT Stuttgart, Süddeutschlands grösster Ferienmesse, vor. Nun steht die dritte Grossveranstaltung unter der Federführung von Liechtenstein Marketing an: die weltgrösste Internationale Tourismusbörse ITB in Berlin.

Wirtschaftsminister bei der Messe

Vom 7. bis 11. März soll der 60 Quadratmeter kleine Liechtensteiner Messestand Gefühle für Glücksmomente wecken. Mit Bildern, die für sich selbst sprechen, und die auffordern, einen zweiten Blick auf Liechtenstein zu riskieren. Augenzwinkernd wirbt das viertkleinste Land Europas mit dem Slogan «Grösse erleben». Und wo alles zweideutig gemeint ist, überragt denn auch die Panoramawand den Stand an Höhe. Am kommenden Mittwoch wird Regierungschef-Stellvertreter und Wirtschaftsminister Martin Meyer in Berlin Journalisten Rede und Antwort stehen. Dabei geht es um den High-Tech-Standort Liechtenstein genauso wie um die Euro-Krise und den starken Franken.

Die Atmosphäre signalisiert Offenheit und jeder, der will, kann durch den Messestand schlendern. Einfach so. Liechtenstein empfängt hier Gäste, wobei es darum geht, das Image des Landes zu pflegen, Kontakte herzustellen. Die Organisatoren wollen zeigen, dass Liechtenstein ein Land ist, über das Goethes Faust sagen würde: «Hier bin ich Mensch...» Dazu gehören: gutes Essen bei Spitzenköchen, kleine Weingüter, Geheimtipps für Freunde, Kunst und Kultur im Tal sowie drum herum verschneite Berge, um die Adler lautlos ihre Kreise ziehen. Vier neue touristische Produkt-Pakete wird Liechtenstein Marketing in Berlin vorstellen.

Mit Produkten Neugier wecken

Zum fünften Mal nutzt das Land die ITB, um auf Menschen anderer Länder zuzugehen. Beim ersten Mal, 2008 im Jahr der Fussball-Europameisterschaft in der Schweiz und Österreich, hat der Nachbar Liechtenstein in Berlin drei Wochen nach der Zumwinkel-Steueraffäre mutig Flagge gezeigt. «Es hat sich gelohnt, sich nicht zu verstecken», erinnert sich Martina Hoch, Medienverantwortliche von Liechtenstein Marketing. Im Unterschied zu damals, sagt sie, habe sich bei der Gastronomie, der Freizeitindustrie, den Gemeinden, den Kulturschaffenden und der Regierung mittlerweile auch die Idee durchgesetzt, dass sich Liechtenstein nicht einfach auf seine schöne Landschaft verlassen kann, sondern Produkte anbieten muss, um Neugier zu wecken. Und nichts erfülle die Funktion des Türöffners besser als der Tourismus.

2012 hat Liechtenstein ein Standortmarketing institutionalisiert, um sich ein Profil zu geben. Seit 3. Januar ist die Organisation Liechtenstein Marketing aktiv. «Mit der neuen Organisation wird Liechtenstein sich besser im internationalen Standortwettbewerb positionieren können», ist Wirtschaftsminister Martin Meyer überzeugt. Unter ihrem Dach vereinen sich nun drei «Häuser», sprich die Geschäftsbereiche Standortmarketing, Tourismus und Grossveranstaltungen. Hier werden Ideen, Produkte und Dienstleistungen entwickelt, die für Unternehmen, Veranstalter, Touristen in Europa und der ganzen Welt interessant sind. Zur Förderung des Tourismus gehören Markt- und Trendforschung, Marketing und Verkaufsförderung. Zum ersten Mal in seiner Geschichte will Liechtenstein auch als Wirtschaftsstandort für sich werben. Und im dritten Bereich Grossveranstaltungen tut sich 2012 besonders viel: Ist die ITB vorbei, übernimmt Liechtenstein Marketing die Projektleitung für die Feierlichkeiten zu 300 Jahre Oberland.

[www.liechtenstein-marketing.li](http://www.liechtenstein-marketing.li)

Kontakt:

Liechtenstein Marketing  
Martina Hoch  
T +423 239 63 68