
Richtlinie über das Marketing, Public Relations und Sponsoring

Gültig ab 1. Januar 2000

PRÄAMBEL

Das Image Liechtensteins als seriöser, moderner und hochentwickelter Bank- und Finanzplatz ist für die Attraktivität und Geschäftsentwicklung der liechtensteinischen Banken von grosser Bedeutung. Der Liechtensteinische Bankenverband setzt sich für die Imageförderung des Bankplatzes Liechtenstein im In- und Ausland ein, indem er Aktionen im In- und Ausland im eigenen Namen oder im Namen des Bankplatzes Liechtenstein durchführt, Werbeaktionen der liechtensteinischen Banken auf ihre Imagewirkung hin überwacht und die Mitgliedsbanken in koordinativer Weise unterstützt. Marketing-, PR- und Sponsoringmassnahmen für den Bankplatz Liechtenstein sollen aus Effektivitätsgründen wo notwendig zwischen den Mitgliedsbanken koordiniert werden.

Diese Richtlinie unterstützt die Mitgliedsbanken bei der Formulierung interner Weisungen. In der Form sowie im Detaillierungsgrad der Umsetzung der Richtlinie bleiben die einzelnen Mitgliedsbanken frei.

I. EINLEITUNG

1. Geltungsbereich

Die Richtlinie regelt grundsätzliche Verhaltensregeln sowie die Vorgehensweise bei gemeinsamen Marketing-, PR- und Sponsoringmassnahmen bei den Mitgliedsbanken des Liechtensteinischen Bankenverbandes.

2. Zweck

Die Richtlinie hat zum Zweck, unter den Mitgliedsbanken optimale Rahmenbedingungen für die Imagepflege und -förderung des Bankplatzes Liechtenstein im Allgemeinen und betreffend gemeinsamer Marketing, PR- und Sponsoringmassnahmen zu schaffen.

3. Grundsätze

1. Die Werbung im In- und Ausland ist die Visitenkarte der liechtensteinischen Banken und repräsentiert in gewisser Masse auch den Stil und das Auftreten der liechtensteinischen Banken. Aus diesem Grunde sind folgende Tätigkeiten zu unterlassen, nämlich
 - irreführende und aufdringliche Werbung, insbesondere mit dem liechtensteinischen Sitz und den liechtensteinischen Steuervorteilen;
 - herabsetzende Angaben über andere Marktteilnehmer;
 - billige, grossflächige Werbung im Discount-Stil;
 - obszöne Werbung.

2. Sponsoring mit Partnern, die einen zweifelhaften Ruf haben oder mit unseriösen Geschäften in Verbindung gebracht werden, sind zu unterlassen.
3. Gemeinsame Marketing-, PR- und Sponsoringmassnahmen sind dort durchzuführen, wo Synergien genutzt und ein Ausspielen der Banken seitens Dritter vermieden werden können. Dabei dürfen die gemeinsamen Aktionen nicht von Einzelaktionen der Mitgliedsbanken durchbrochen oder begleitet werden, sofern dies nicht ausdrücklich gestattet ist. Dabei wird keine einzelne Mitgliedsbank in den Vordergrund gestellt.
4. Die Banken sind oft Ansprechspartner, wenn es um Sponsoring von Veranstaltungen, Vereinen, Institutionen und dergleichen geht. Dabei werden die Banken nicht selten gegeneinander ausgespielt. In solchen Fällen werden die Mitgliedsbanken angehalten, Informationen zur Koordination an das Sekretariat des Bankenverbandes weiterzugeben.

II. INSERATE

4. Inserate in Liechtenstein betreffend Bankfeiertage

Inserate betreffend die Banköffnungszeiten während Bankfeiertagen (Weihnachten / Neujahr / Fasnacht) werden in den liechtensteinischen Medien vom Bankenverband in Absprache mit den Mitgliedsbanken geschaltet.

5. Inserate bei speziellem redaktionellem oder gesellschaftspolitischem Hintergrund

Bei Inseraten in in- oder ausländischen Medien, welche von einem speziellen redaktionellem Thema „Bankplatz Liechtenstein, Finanzplatz Liechtenstein“ oder vor einem besonderen gesellschaftspolitischen Ereignis begleitet werden, soll unter den Mitgliedsbanken eine gemeinsame Plazierung angestrebt werden.

III. SPONSORING

6. Sponsoring bei Anlässen von gesellschafts- resp. wirtschaftspolitischer Bedeutung

Anlässe und Projekte, die für die Mitgliedsbanken von übergeordneter gesellschafts- resp. wirtschaftspolitischer Bedeutung sind, sind über den Bankenverband zu koordinieren.

IV. PUBLIC RELATIONS

7. PR für Bankplatz

Der Bankenverband ist Anlaufstelle für übergeordnete Anfragen der Mitgliedsbanken oder Dritter betreffend den Bankplatz Liechtenstein.

8. Inkrafttreten

Diese Richtlinie tritt per 1. Januar 2000 in Kraft.

Vaduz, den 11.11.1999