

Schwerpunkt Führungswechsel beim Bankenverband

Gassner: «Ich freue mich sehr auf diese Aufgabe»

Interview Hans-Werner Gassner wurde am Mittwochabend zum neuen Präsidenten des Liechtensteinischen Bankenverbandes gewählt. Wie er im Gespräch mit dem «Volksblatt» erläutert, sieht er es als eine der dringlichsten Aufgaben an, das Standortmarketing für den Finanzplatz Liechtenstein zu fördern - mit vereinten Kräften.

VON HOLGER FRANKE

«Volksblatt»: Herr Gassner, ab dem 1. Juni 2017 werden Sie dem Bankenverband als neuer Präsident vorstehen. Was bedeutet Ihnen diese neue Position?

Hans-Werner Gassner: Ich freue mich sehr auf diese neue Aufgabe. Es ist eine grosse Ehre, die Präsidentschaft eines gut funktionierenden, professionell aufgestellten und glaubwürdigen Interessenverbandes antreten zu dürfen. Zugleich ist es aber auch eine Verpflichtung, da die Herausforderungen nicht abnehmen werden. Ich werde mich mit viel Herz und Engagement für die weitere prosperierende Entwicklung des Banken- und Finanzplatzes einsetzen.

Wenn man über den Bankenplatz Liechtenstein spricht, meint man oft auch den Finanzplatz Liechtenstein als Ganzes. Wie definieren Sie die künftige Aufgabe des Bankenverbandes? Als Interessenvertreter des Banken- oder des Finanzplatzes?

Die Finanzbranche als Ganzes ist für den Wohlstand in Liechtenstein von zentraler Bedeutung. Die Banken tragen dazu wesentlich bei. Dies soll auch weiterhin so bleiben. Hierfür ist es erforderlich, dass wir als attraktiver, kompetitiver und glaubwürdiger Finanzplatz wahrgenommen werden. Es geht also um die Positionierung und um die Kommunikation im weiteren Sinne. Meine Aufgabe sehe ich somit vornehmlich darin, die mit der Roadmap 2020 eingeschlagene Strategie weiter voranzutreiben sowie den Bankenverband nach aussen zu vertreten. Dementsprechend möchte ich mich insbesondere der Pflege der Beziehungen zu den für den Banken- und Finanzplatz massgebenden Entscheidungsträgern im In- und im Ausland widmen. Dabei kann ich mich bereits auf ein über die vergangenen Jahre gut etabliertes Beziehungsnetz stützen. Dieses gilt es aber weiter auszubauen und zu festigen.

Seit vielen Jahren kommuniziert der Bankenverband sehr offen - wird sich unter Ihrer Präsidentschaft daran etwas ändern? Gibt es eventuell überhaupt grundsätzliche Änderungen, an die Sie bereits denken? Der Bankenverband steht für Offenheit, Sachlichkeit und Verlässlichkeit. Dies hat sich bewährt. Ich sehe keine Veranlassung, hier etwas zu ändern. Nachdem wir als Finanzplatz, aber auch als Bankenverband, gemessen an den zahlreichen Herausforderungen, die wir zu bewältigen haben, eher eine kritische Grösse aufweisen, wird es sicherlich in

den kommenden Monaten darum gehen, die Prioritäten kritisch zu hinterfragen und gegebenenfalls eine Fokussierung vorzunehmen. Dies kann aber nur gemeinsam zusammen mit den Mitgliedsbanken und der Geschäftsstelle erfolgen.

Lassen Sie uns einen Blick auf die aktuelle Situation werfen. Wie beurteilen Sie derzeit den Zustand des Banken- und Finanzplatzes Liechtenstein?

Einige Banken, darunter die drei grossen, haben kürzlich ihre Jahreszahlen präsentiert. In Anbetracht des anhaltend äusserst schwierigen politischen und wirtschaftlichen Umfeldes sind die vorgelegten Ergebnisse sehr erfreulich und stimmen mich für die Zukunft des Bankenplatzes optimistisch. Die Banken befinden sich in einem stabilen Zustand und verfügen über ausreichend Finanzkraft, um weiter zu wachsen.

Ihr Vorgänger, Adolf E. Real, hat kürzlich im «Volksblatt»-Interview gesagt, dass Liechtenstein als Finanzplatz im Ausland deutlich stärker bekannt gemacht werden müsste. Diese Aussage mag überraschen - es muss doch schliesslich im Interesse der Marktteilnehmer sein. Worin bestehen aus Ihrer Sicht hierbei die Herausforderungen?

Liechtenstein hat in den vergangenen Jahren sehr viel unternommen, um sein Ansehen und seine Glaubwürdigkeit international weiter zu stärken. Ich denke, dies ist sehr gut gelungen; die Reputation hat sich spürbar verbessert. Jetzt geht es darum, die Vorzüge und die Stärken des Finanzplatzes noch mehr nach aussen zu tragen, also schlichtweg Marketing zu betreiben. Liechtenstein zeichnet sich dadurch aus, dass es über eine breit diversifizierte Volkswirtschaft verfügt und eines der wenigen Länder weltweit mit einem AAA-Länder-rating, einem ausgeglichenen Haushalt und ohne Staatsschulden ist. Ähnliches

gilt für den Finanzplatz: Trotz der Kleinheit sind wir in der Lage, als Platz sämtliche Bedürfnisse unserer Kunden in Finanzangelegenheiten quasi aus einer Hand anzubieten, seien es Bankdienstleistungen, Investmentfonds, Versicherungen, Treuhandlösungen etc. Wer wenn nicht Liechtenstein eignet sich besser als «One-stop-shop».

Adolf E. Real sagte in diesem Interview auch, dass der Bankenverband für das Marketing für den Standort nicht alleine zuständig sein könne und er forderte mehr Gemeinschaftssinn. Betrachten Sie es als Ihre Aufgabe, die Finanzplatzteilnehmer zu einen - damit alle am selben Strick ziehen, idealerweise in dieselbe Richtung? Wie wollen Sie dabei vorgehen?

Liechtenstein verfügt über kurze Wege. Diese sollten wir vermehrt auch im Rahmen des Standortmarketings nutzen und einsetzen. Das gilt nicht nur in Bezug auf die Politik bzw. die Regierung, sondern auch für die Zusammenarbeit mit den anderen Verbänden. Dem Bankenverband als einem der grösseren Finanzplatzverbände

«Wer wenn nicht Liechtenstein eignet sich besser als «One-stop-shop»».



Hans-Werner Gassner tritt beim Bankenverband die Nachfolge von Adolf E. Real an. (Foto: ZVG)

kommt hier sicherlich eine Vorbildfunktion und eine aktive Rolle zu. Als zukünftiger Bankenverbandspräsident möchte ich diesen Dialog fördern. Dabei kommen mir meine bisherigen Funktionen, sei dies als Verwaltungsratspräsident der Landesbank, Geschäftsführer des VuVL oder meine Expertentätigkeiten für Regierung und FMA sicherlich zugute.

In diesem Zusammenhang steht auch die «Roadmap 2020» des Bankenverbandes. Wie ist hier der aktuelle Stand der Umsetzung und welche Kernthemen sollen nun in der nächsten Zeit umgesetzt werden? Ich konnte mich bereits davon überzeugen, dass die Umsetzung der Roadmap 2020 gut auf Kurs ist. Mit dem Bau der bankeneigenen Kindertagesstätte Villa Wirbelwind, dem erweiterten Issue- und Monitoringsystem oder der im vergangenen Dezember verabschiedeten Richtlinie

zur Festlegungen eines verbindlichen, einheitlichen Basisstandards für die erforderlichen Kenntnisse

und Kompetenzen der Kundenberater konnten wichtige Massnahmen bereits umgesetzt bzw. auf den Weg gebracht werden. In den kommenden Monaten wird nun sicherlich das Finanzplatzmarketing einen der Schwerpunkte bilden.

Der Finanzplatz Liechtenstein wird wohl nie Grössenordnungen wie Luxemburg, Singapur oder Hongkong erreichen. Aber welche Grössenordnung dürfte für den heimischen Standort realistisch sein?

Liechtenstein wird immer ein im internationalen Vergleich kleiner, aber feiner Finanzplatz sein. Nachdem der Heimmarkt sehr limitiert ist, wird einerseits das grenzüberschreitende Dienstleistungsgeschäft von zentraler Bedeutung bleiben. Hier profitieren wir von unserem Marktzugang zum europäischen Binnenmarkt. Andererseits erweist sich die Marktbearbeitung und das Akquirieren von Neukunden in den traditionel-

len Märkten als sehr anspruchsvoll. Die internationalen Standorte der Banken sind zu tragenden Säulen des Vermögensverwaltungsgeschäftes geworden. Diese Entwicklung wird sich fortsetzen. Die Banken werden weiterhin auf internationales Wachstum setzen, wohingegen wir in Liechtenstein selbst eher von einem leichten bis moderaten Wachstum ausgehen müssen. Darin sehe ich aber keinen Nachteil, da das internationale Wachstum die Institute per se stärkt, wovon auch das Land profitiert.

Wagen Sie zum Schluss doch einmal eine Prognose: Wo sehen Sie den Finanzplatz in 5, vielleicht auch in 10 Jahren?

«Die internationalen Standorte der Banken sind zu tragenden Säulen des Vermögensverwaltungsgeschäftes geworden.»

Wir sind ein innovativer und attraktiver Finanzplatz im Herzen Europas. Man kennt uns als einen Standort, der für eine anspruchsvolle international ausgerichtete Kundschaft massgeschneiderte Produkte und Spitzendienstleistungen anbietet.