

# Liechtensteins Bankenplatz hat im Ausland an Ansehen gewonnen

«Die Bemühungen haben Früchte getragen.»

Hans-Werner Gassner, Präsident  
Liechtensteinischer Bankenverband



Mit der Roadmap 2020 hat der Liechtensteinische Bankenverband eine Finanzplatzstrategie erarbeitet, die mit ihren Eckpfeilern Qualität, Stabilität und Nachhaltigkeit die Richtung zur Bewältigung der Zukunftsherausforderungen aufzeigt. Als eines der wichtigsten Handlungsfelder wurde darin die Promotion des Finanz- und Bankenplatzes Liechtenstein definiert. Basierend auf einem von den Finanzplatzakteuren, der Regierung und Liechtenstein Marketing getragenen Konzept zur Finanzplatz-Kommunikation, welches gegenwärtig erarbeitet wird, wird der Bankenverband ein auf ihn zugeschnittenes Kommunikationskonzept entwickeln und umsetzen. Ein wichtiger Aspekt wird dabei die Intensivierung des Dialogs mit den wichtigsten Stakeholdern im In- und Ausland sein.

Nun ist es nicht so, dass der Bankenverband in der Vergangenheit nicht aktiv in Bezug auf das Lobbying bei ausländischen Stakeholdern gewesen

wäre. Im Gegenteil – im Zuge der vor zehn Jahren ausgebrochenen Steueraffäre, welche den Finanzplatz Liechtenstein in das mediale Interesse der internationalen Presse sowie in den Fokus von ausländischen Behörden und Politikern rückte, hat der Bankenverband den Dialog mit wichtigen ausländischen Stakeholdern massiv ausgebaut. Dabei ging es hauptsächlich darum, den ausländischen Medien, Behörden und Politikern sowie den Vertretern von massgebenden internationalen und supranationalen Organisationen und Aufsichtsbehörden die erzielten Fortschritte und das ernsthafte Bemühen in Bezug auf die Transformation des Finanzplatzes hin zur Steuertransparenz darzulegen.

Wie meine Gespräche mit Politikern, Behörden- und Verbandsvertretern, Medienschaffenden und Gewerkschaftern in Wien und Berlin zeigten, die ich seit meinem Amtsantritt führen konnte, haben diese Bemühungen Früchte getragen. Die Gespräche verliefen durchwegs in angenehmer, teilweise sogar freundschaftlicher Atmosphäre. Sämtliche Gesprächspartner haben die neue Finanzplatzstra-

ategie Liechtensteins und die Roadmap 2020 des Bankenverbandes wohlwollend zur Kenntnis genommen. Meine Frage, ob es Probleme oder aktuelle Anliegen an die liechtensteinischen Banken gäbe, haben alle Gesprächspartner verneint. So blieb genug Zeit, für die liechtensteinischen Banken wichtige Anliegen vorzubringen und die Gesprächspartner für diese zu sensibilisieren. Wir konnten so hinsichtlich der Neuverhandlung des Verhältnisses zwischen der EU und Grossbritannien als Folge des Brexit beispielsweise unsere Erwartung einbringen, dass die Interessen von Liechtenstein, Norwegen und Island als EWR-Länder und Binnenmarktteilnehmer in geeigneter Art und Weise bei den Verhandlungen berücksichtigt werden. Auch konnten wir unsere Besorgnis in Bezug auf die zunehmenden Tendenzen hin zu protektionistischen Massnahmen darlegen. Für ein Land wie Liechtenstein, das nur einen kleinen Heimmarkt hat, sind offene Absatzmärkte und ein freier Dienstleistungsverkehr und damit die Mitgliedschaft im EWR von existenzieller Wichtigkeit. Wir konnten zudem über den Stand der Umsetzung des Automatischen Informationsaustausches in Steuersachen in Liechtenstein informieren.

Im Rahmen der Promotion des liechtensteinischen Banken- und Finanzplatzes wird es in Zukunft deshalb darum gehen, das bisher Erreichte abzusichern und das in der Vergangenheit aufgebaute Vertrauen zu vertiefen und weiter auszubauen. Das mit den ausländischen Stakeholdern aufgebaute Vertrauensverhältnis wird es erleichtern, sich Gehör für berechtigte Anliegen der liechtensteinischen Banken zu verschaffen. Darüber hinaus wird es aber auch darum gehen, das Bild vom Finanzplatz, also wofür wir stehen und was uns besonders macht, weiter zu schärfen. Wertvoll in dieser Hinsicht sind auch die von Regierung und Finanzplatzverbänden zusammen mit Liechtenstein Marketing organisierten und durchgeführten Roadshows. Die dritte dieser Roadshows wird in wenigen Tagen in Frankfurt am Main stattfinden.

## KOMMENTAR



Melanie Steiger, Redakteurin

## Wie viele Messen braucht die Region?

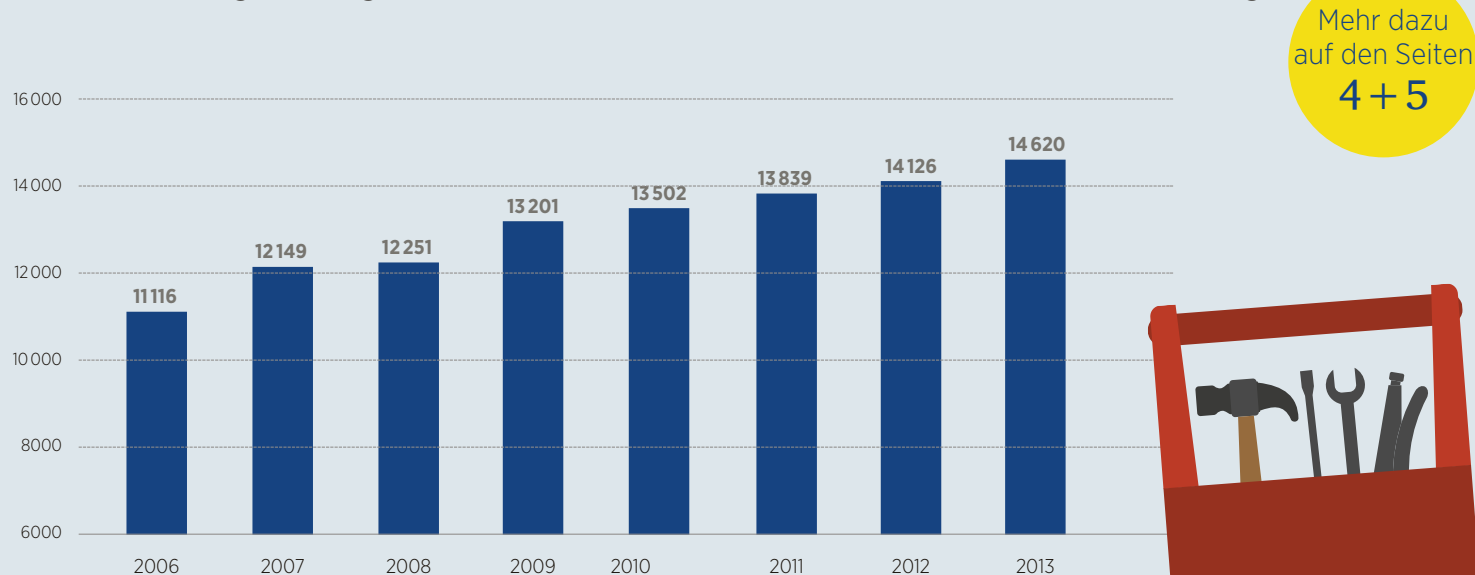
Im Frühling die Rhema, im Herbst die Wiga beziehungsweise Lihga, jedes zweite Jahr die Siga und nun auch die Dawo – drei bis vier Messen in fünf Monaten beleben die Region. Sie alle möchten das Gewerbe für sich gewinnen und ihm helfen, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen oder weitere Kundschaft zu akquirieren. Gerade erst hat die Wiga ihre Tore geschlossen – mit einem Aussteller- sowie Besucherrekord. Für nächstes Jahr hat die Lihga noch vor Eröffnung der Wiga für ihre Jubiläumsausgabe eine Schlagerparty angekündigt und möchte mit einem Branchenmix überraschen. Die beiden Messen wechseln sich jedes Jahr als Gastgeber ab und zeichnen sich dadurch aus, dass sie die beiden Länder und Wirtschaftsregionen miteinander verknüpfen möchten.

Nun steigt kommendes Wochenende die Dawo mit dem Ziel, das Handwerk wieder etwas unter die Leute bringen. Es ist erwiesen, dass dieses Berufsfeld langsam erneut an Beliebtheit gewinnt – auch bei den jungen Leuten. Aber braucht es nochmals eine Messe in der Umgebung? Gibt es nicht schon genug? Die Dawo bietet unter anderem Branchen, die im Alltag nicht unbedingt gang und gäbe sind – wie beispielsweise Bootsbauer oder Vergolder – eine Chance, ihr Gewerbe neu aufblühen zu lassen. Darüber hinaus sind aber auch Gärtner und Architekten anwesend und zeigen ihre Leistungen. Weiter ist die Dawo nebst einer Expo auch eine Plattform, um Fachkräfte zu rekrutieren und andere für die verschiedenen Berufe und das Handwerk zu begeistern. Es braucht beide Seiten: das traditionelle Handwerk, das viel Geschick und Feingefühl erfordert, genau so wie innovative und digitale Betriebe. Sie halten ein Gleichgewicht zwischen Moderne und Tradition. Beide Richtungen sind faszinierend. Einerseits schafft uns die Technologie neue Möglichkeiten, andererseits begeistert das Handwerk mit seinem Geschick.

msteiger@medienhaus.li

## CHART DER WOCHE

### Zunahme Tätigkeit in geschützten Werkstätten für Menschen mit Behinderungen



Mehr dazu  
auf den Seiten  
4 + 5



Wirtschaftsregional Infografik: Katharina Hasler, Quelle: Bundesamt für Statistik

## IMPRESSUM:

**Herausgeber:** Vaduzer Medienhaus AG  
**Geschäftsführer:** Daniel Bargetze  
**Chefredaktor:** Stephan Agnolazza (ags)  
**Redaktion:** Dorothea Alber (dal), Melanie Steiger (ms), Jeremias Büchel (jeb)  
**Redaktionsassistent:** Daniel Fritz  
**Fotojournalisten:** Daniel Schwendener, Tatjana Schnalzer  
**Marketing/Verkauf:** Patrick Flammer (Leiter), German Beck, Tristan Gabathuler, Kerstin Mühlebach (Innendienst)  
**Abonnentendienst:** Susanne Hehli  
**Druck:** Somedia Partner AG, 9469 Haag

**Adressen:** Vaduzer Medienhaus AG, Lova Center, Postfach 884, 9490 Vaduz, Tel. +423 236 16 16, Fax +423 236 16 17. Redaktion: Tel. +423 236 16 35; E-Mail: redaktion@wirtschaftsregional.li; Inserate: Tel. +423 236 16 63, Fax +423 236 16 69, E-Mail: Inserate@wirtschaftsregional.li; Abonnentendienst: Tel. +423 236 16 61, E-Mail: abo@wirtschaftsregional.li, www.wirtschaftsregional.li