

Liechtenstein & Alpenrheintal

Martin Meyer

Im Gespräch mit dem Regierungschef-Stellvertreter. 6

Unternehmertag

Hochkarätige Referenten am fünften Unternehmertag in Vaduz. 8

Reiner Eichenberger

Der Ökonom zum Thema «Die Krise ist vorbei». 16



Träume und sage «warum nicht?» – spirit of entrepreneurship

www.leoneming.com

Den Erfolg greifbar machen



Der Unternehmertag Liechtenstein, Vorarlberg, Rheintal steht unter dem Motto «Unternehmerisch zu neuen Erfolgen». Das ist eine wohlthuende Abwechslung zu den vielen Veranstaltungen, die derzeit mit der Krise im Titel hausieren. Das Unternehmertum mag in schlechten Zeiten zusätzlich herausgefordert sein, im Grundsatz aber lautet die Aufgabenstellung stets gleich. Das Streben nach Erfolg, die Suche nach der Innovation, der Versuch, im eigenen Bereich der Beste zu sein oder eine Nische zu besetzen: Das ist immer der Schlüssel zum Erfolg.

Mit einer hervorragend und vielfältig besetzten Referentenliste dürfte der Unternehmertag wiederum viele Gäste anlocken und diesen mit Bestimmtheit neue Einsichten bieten. In dieser Spezialausgabe des LEADER, dem Unternehmermagazin für die Ostschweiz und das Fürstentum Liechtenstein, geben wir einen Vorgeschmack auf das zu Erwartende und porträtieren gleichzeitig eine länderübergreifende Wirtschaftsregion, die – das Motto ist Programm – bereits heute sehr erfolgreich unterwegs ist.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Natal Schnetzer', written over a light-colored background.

Natal Schnetzer
Verleger



MAXNET.

UNSERE DATEN MÜSSEN ZUR VERFÜGUNG STEHEN.
JEDERZEIT.

Ein Unternehmen mit zwei oder mehreren Standorten muss optimal vernetzt sein. Da gibt es keinen Raum für Eventualitäten. Darum garantiert maxnet schnellste Datenverbindungen. Auch international.

Standorte vernetzen in neuen Massstäben: über ein hochmodernes Ethernet-Backbone vernetzt maxnet Standorte sicher, schnell sowie in höchster und garantierter Bandbreite. Verteilte Client-Server-Umgebungen, Server-Farmen, Verbindungen von Rechenzentren oder Servern lassen sich problemlos realisieren. Über verschiedene Prioritätsstufen können Daten bevorzugt übertragen werden. Kriterien des Quality of Service können definiert und eingehalten werden.

Alle Endgeräte (CPE) und Leitungen werden im Managementsystem der Telecom Liechtenstein einfach und online verwaltet. Dieses End-to-End-Managementsystem erhöht den Komfort und die Sicherheit für Sie und für uns. Eventuelle Störungen werden schnell erkannt und können sofort eingegrenzt und behoben werden.

Gerne beraten wir Sie ausführlich. Ihr Berater zeigt Ihnen gerne auf, wie Ihre Daten jederzeit zur Verfügung stehen.

 einfacherleben.

Ihre Vorteile

- garantierte Verfügbarkeit
- optimale Anpassung auf die Kundenbedürfnisse
- End-to-End Management für Komfort und höchste Sicherheit
- besonders geeignet für hohe Datenvolumen
- grenzenloses Ethernet

Weitere Informationen unter www.telecom.li.
Gratisnummer LI 800 22 22 . telecom@telecom.li



SPECIAL Liechtenstein & Alpenrheintal

Magazin LEADER
 MetroComm AG
 Zürcherstrasse 170
 Postfach 349
 9014 St. Gallen
 Telefon 071 272 80 50
 Fax 071 272 80 51
 leader@metrocomm.ch
 www.leaderonline.ch

Verleger: Natal Schnetzer

Redaktion: Marcel Baumgartner (Leitung)
 mbaumgartner@metrocomm.ch
 Stefan Millius (Stv.)
 smillius@metrocomm.ch
 Dr. Stephan Ziegler

Bildredaktion: Bodo Rüedi (Leitung)
 Mareycke Frehner

Herausgeberin, Redaktion und Verlag: MetroComm AG
 Zürcherstrasse 170
 9014 St. Gallen
 Tel. 071 272 80 50
 Fax 071 272 80 51
 www.leaderonline.ch
 www.metrocomm.ch
 leader@metrocomm.ch

Geschäftsleitung: Natal Schnetzer
 nschnetzer@metrocomm.ch

Verlags- und Anzeigenleitung: Martin Schwizer
 mschwizer@leaderonline.ch

Marketingservice/ Aboverwaltung: Irene Hauser
 sekretariat@metrocomm.ch

Abopreis: Fr. 60.– für 18 Ausgaben

Erscheinung: Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben

Gestaltung/Satz: Marisa Gut
 mgut@metrocomm.ch
 Aspasia Frantzis
 afrantzis@metrocomm.ch

Produktion: Lampert Druckzentrum AG, 9490 Vaduz

LEADER ist ein beim Institut für geistiges Eigentum eingetragenes Markenzeichen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung.

ISSN 1660-2757



Top-Unternehmerinnen und höchste Schweizerin

Pascale Bruderer Wyss spricht am dritten Businessstag in Vaduz. 23



12

«Man darf nicht alle Kommentare ernst nehmen» 6

Interview mit Regierungschef-Stellvertreter Martin Meyer

«Unternehmerisch zu neuen Erfolgen» 8

Fünfter Unternehmertag in Vaduz mit klarer Botschaft

«Flagge für Unternehmertum zeigen» 11

Markus Goop von der Skunk AG ist für die Organisation des Unternehmertags verantwortlich

«Das sind doch alles Wahnsinnige» 12

Harti Weirather hat schon in zwei Karrieren grosse Erfolge verbuchen können
 Christof Böhler vom Biotech-Unternehmen Pantec Biosolutions im Gespräch

«Am besten gründet man gleich ein zweites Liechtenstein» 16

Neue Denkansätze von Reiner Eichenberger

Unternehmer lernen von Unternehmern 25

Ende Mai findet zum zweiten Mal die Europäische KMU-Woche statt

«Wir sind eine unternehmerische Hochschule» 27

Im Gespräch mit Urs Baldegger, Van Riemsdijk Lehrstuhl für Entrepreneurship

Executive MBA Entrepreneurial Management 29

Klassischer Weiterbildungslehrgang für Führungskräfte der Region

Initiative Unternehmer mit innovativen Geschäftsideen 30

Businessplan Wettbewerb Liechtenstein Rheintal 2010

«Man darf nicht alle Kommentare ernst nehmen»

Seit dem 25. März 2009 ist er Regierungschef-Stellvertreter. Damit hat Martin Meyer das Amt in einer wirtschaftlich turbulenten Zeit angetreten. Im Interview erklärt der 37-jährige Liechtensteiner, wo derzeit der grösste Handlungsbedarf besteht und wie man mit Kritik aus den Nachbarländern umgeht.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Martin Meyer, «Unternehmerisch zu neuen Erfolgen» lautet der Titel des diesjährigen Unternehmertags. Bedeutet das, dass wir das Schlimmste überstanden haben?

Die Liechtensteiner Wirtschaft ist viel stärker als andere von der Weltwirtschaftslage abhängig. Auch wenn wir seit Monaten einen positiven Trend im Bereich der Kurzarbeit haben und die Arbeitslosenzahlen international vergleichsweise sehr gut sind, kann nicht ausgeschlossen werden, dass externe Faktoren in den nächsten Monaten noch negativ zu Buche schlagen. Unsere Unternehmen kommen in einer aktuellen Einschätzung jedoch zur ersten positiven Lagebeurteilung seit über einem Jahr.

Wie hart wurde das Fürstentum von den wirtschaftlichen Entwicklungen getroffen?

Als Exportweltmeister spüren wir die Konjunkturunbrüche in der Weltwirtschaft direkt. Gerade im Bereich der exportierenden Industrie mussten wir zu Beginn der Krise deshalb einen enormen Anstieg der Kurzarbeit feststellen. Die Zahl der Arbeitnehmer in Kurzarbeit lag zeitweise über 3000, was bei einer Gesamtbeschäftigung von 34'000 Arbeitnehmern eine beträchtliche Anzahl darstellt.

Wird man bei den Exporten bald wieder an die Zahlen früherer Jahre anknüpfen können?

Gemäss den vorliegenden Daten wird dies im Jahr 2010 wohl noch nicht ganz gelingen. Auch wenn die Automobilindustrie zuletzt wieder für ein Mehr an Aufträgen gesorgt hat, spüren wir weiterhin die Zurückhaltung im internationalen Baugeschäft. Insgesamt dürfte sich die Situation im Jahr 2011 jedoch wesentlich bessern.



Regierungschef-Stellvertreter Martin Meyer

Unternehmer sollen die Region zu neuen Erfolgen führen. Inwiefern kann sie die Politik dabei unterstützen?

Wir wollen Liechtenstein noch wettbewerbsfähiger machen, indem wir mit einer Steuerreform Unternehmen entlasten. Zudem werden wir die Gründung von neuen Unternehmen vereinfachen und Bürokratie abbauen. Konkret haben wir das Ziel, dass man in Liechtenstein so unbürokratisch wie möglich innerhalb von zehn Tagen ein Unternehmen gründen kann.

Man spricht oft von den Chancen, die eine Krise mit sich bringt. Wie aber steht es

mit den Risiken? Droht uns beispielsweise eine zunehmende Regulierung, mehr Überwachung?

Nein. Wie ausgeführt, wollen wir das genaue Gegenteil – so wenig Regulierung wie nötig und so viel unternehmerischen Spielraum wie möglich.

Vor Jahren sagte eine Studie Liechtenstein die bessere Entwicklung als der Ostschweiz voraus. Konnte man diesen Kurs halten?

Wenn wir das Arbeitsplatzwachstum der letzten Jahre und die Neugründungen im Unternehmensbereich als Grundlage nehmen,

Sicher ist, dass nichts sicher ist. Selbst das nicht.

Joachim Ringelnatz

so können wir eine eindruckliche Entwicklung vorweisen: Von 2000 bis 2008 konnten wir 6600 neue Arbeitsplätze schaffen. Das AHV-pflichtige Einkommen stieg im selben Zeitraum von 1,8 Mrd. Franken auf 2,6 Mrd., was verdeutlicht, dass Arbeitsplätze mit hoher Wertschöpfung geschaffen wurden. Wenn wir in der derzeitigen Weltwirtschaftskrise eine Stagnation feststellen, so liegt diese doch auf sehr hohem Niveau.

Wo sieht die Wirtschaft derzeit den grössten Handlungsbedarf?

Wir müssen neue Geschäftsfelder eröffnen und unsere begrenzten Ressourcen – hier meine ich im Speziellen die vorhandenen Industrie- und Gewerbebezonen unseres Landes und die Verkehrserschließung – noch besser nutzen. Zudem müssen wir die Arbeitslosenversicherung und damit die Unterstützung der Kurzarbeit auf eine solide Finanzierungsgrundlage stellen. Hier arbeiten wir mit Hochdruck an einer Überarbeitung der gesetzlichen Grundlagen.

Das Fürstentum pflegt insbesondere mit der Schweiz und mit Österreich ein sehr gutes Verhältnis. Wie sieht es mit Deutschland aus?

Man darf nicht immer alles ernst nehmen, was ein Kommentator in einer Zeitung schreibt. Im Prinzip haben wir zu Deutschland ein sehr gutes Verhältnis, auch wenn wir in Einzelfragen nicht immer einer Meinung sind. Im Rahmen meiner Möglichkeiten setze ich mich dafür ein, dass unsere Wirtschaft auch weiterhin einen guten Marktzugang in Deutschland vorfindet.

Man ist auf die deutschen Arbeitskräfte angewiesen?

Die liechtensteinische Wirtschaft hängt viel stärker von den Grenzgängern aus der Schweiz und Österreich ab. Hier haben wir einen grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt.

Was erhoffen Sie sich persönlich vom diesjährigen Unternehmertag?

Dass sowohl Jungunternehmer als auch solche, die schon länger im Geschäft sind, mit neuen Ideen und Kontakten zukunftsweisende Projekte umsetzen können. Gerade in Krisenzeiten muss man sich mutig dem Wandel stellen und Chancen wahrnehmen. Ich bin der festen Überzeugung, dass wir in unserem Land viele Unternehmer mit dieser Einstellung haben. ■



Druck+Verlag AG
Schaan

Landstrasse 153, 9494 Schaan
Telefon +423 236 18 36
www.bvd.li

Niederlassung Unterland
Haldenstrasse 5, 9487 Bendern

«Unternehmerisch zu neuen Erfolgen»

Nestlé-Chef Peter Brabeck-Letmathe, Europa-Park-Chairman Roland Mack, Ökonom Reiner Eichenberger sowie Harti Weirather, Entrepreneur Of The Year Liechtenstein, sind die Aushängeschilder des fünften Unternehmertags. «Auch dieses Jahr ist es den Veranstaltern gelungen, eine hervorragende Plattform für Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Region zu präsentieren», so Regierungschef-Stellvertreter Martin Meyer. Das Motto des fünften Unternehmertags am 15. März 2010 in Vaduz hat eine klare Botschaft: «Unternehmerisch zu neuen Erfolgen». Im vergangenen Jahr besuchten rund 550 Entscheidungsträger und Wirtschaftsinteressierte die Tagung.

Sechs hochkarätige Entscheidungsträger gehen am diesjährigen Unternehmertag mit den Besuchern auf eine spannende Entdeckungsreise nach neuen Erfolgsstrategien in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld. Referent Peter Brabeck-Letmathe, seit April 2005 Präsident des Verwaltungsrates von Nestlé, spricht zum Thema «Gemeinsam Werte schaffen – ein neues Konzept der Corporate Social Responsibility». Der Chef des Nahrungsmittelkonzerns Nestlé wurde vor wenigen Wochen von einem führenden Schweizer Wirtschafts- und Managementmagazin wiederum zum «mächtigsten Manager der Schweiz» gekürt, bei dem man lernen könne, wie Reputation aufgebaut werde.

Gleich zwei Gewinner der renommierten Auszeichnung «Entrepreneur Of The Year» geben des Weiteren wichtige Erfolgspulse am Unternehmertag. Roland Mack, Unternehmer des Jahres in Deutschland, führt seit 35 Jahren das erfolgreiche Familienunternehmen MACK, welches unter anderem Betreiber des Europa-Parks in Rust ist – mit 80 Millionen Besuchern seit Gründung der grösste Freizeitpark Deutschlands. Harti Weirather, CEO der Liechtensteiner Sportmarketing-Agentur Weirather-Wenzel & Partner AG (WWP), wurde im Herbst 2009 zum ersten «Entrepreneur Of The Year» Liechtensteins gewählt. Die Jury attestierte dem ehemaligen Abfahrts-Weltmeister, der mit seiner Agentur

zu den Pionieren des Sportmarketings in Europa zählt, «eine untrügliche Nase für unternehmerische Opportunitäten».

Renommiertes Ökonom und KMU-Highflyer

Der bekannte Schweizer Ökonom Reiner Eichenberger spricht am fünften Unternehmertag zum Thema «Die Krise ist vorbei – jetzt geht es richtig los!». Seine politisch-ökonomische Analyse soll dabei wertvolle Impulse und Ideen vermitteln, warum Politik und Wirtschaft gerade jetzt neue Wege der Partnerschaft beschreiten sollten.

Zwei lokale KMU-Highflyer-Firmen präsentieren an der Tagung zudem ihre Er-

Der Unternehmertag und seine Partner

Träger des Unternehmertags sind die Regierung Liechtensteins und die Hochschule Liechtenstein.

Hauptsponsoren:



Sponsoren:



Sponsoren:



Kooperationspartner:





Peter Brabeck-Letmathe

folgsrezepte. Die Firma Evatec in Flums, ein Management-Buy-out der Unaxis Balzers AG, hat seit ihrer Gründung den Umsatz verfünffacht - für diese Leistung gewannen die beiden Gründer Andreas Wälti und Marco Padrun 2009 den Swiss Economic Award als beste Jungunternehmer der Schweiz. Das junge Pharma-Unternehmen Pantec Biosolutions in Ruggell hat ähnliches vor - darüber diskutiert CEO Christof Böhler mit der Moderatorin des fünften Unternehmertags, Katharina Deuber, die im Schweizer Fernsehen die Sendung «CASH-TV» moderiert.

Träger Regierung und Hochschule

Neben spannenden Referaten zählt eine zusammen mit Ospelt Partyservice und weiteren Partnern organisierte Networking-Plattform zum Programm. Träger dieses bedeutenden Wirtschaftsanlasses für das Unternehmertum sind die Hochschule Liechtenstein und die Regierung des Fürstentums Liechtenstein. Zahlreiche Partner unterstützen die Wirt-



Roland Mack

schaftsplattform, organisiert wird die Wirtschaftstagung von der Eventagentur Skunk AG.

Zielsetzung des Unternehmertags ist es, «best practice» an Unternehmer und Wirtschaftsinteressierte der Region zu vermitteln. «Der Unternehmertag ist als zentraler Treffpunkt für Unternehmer aus dem Rheintal positioniert», sagt Urs Baldegger von der Hochschule Liechtenstein. Mit einem auf Unternehmer fokussierten Programm sowie einer umfassenden Networking-Plattform sind laut Markus Goop von der Eventagentur Skunk AG, Veranstalter der Tagung, entsprechende Anreize auch beim fünften Unternehmertag gesetzt worden.

Mit an Bord des Unternehmertags sind auch verschiedene Wirtschaftsorganisationen wie die Liechtensteinische Industrie- und Handelskammer, der Arbeitgeberverband Sarganserland-Werdenberg sowie der Liechtensteinische Verband der Unternehmensberater.

Anmeldung unter www.unternehmertag.li ■

Programm

Unternehmertag, 15. März, ab 13.30 Uhr, Hochschule Liechtenstein

13.30

Begrüssung Martin Meyer, Regierungschef-Stellvertreter

13.40

Unternehmertalk mit Harti Weirather

14.10

Referat Reiner Eichenberger

14.40

Networking-Pause

15.15

Referat Peter Brabeck-Letmathe

15.45

KMU Talk mit Andreas Wälti und Christof Böhler

16.15

Referat Roland Mack

Ab 16.45

Erlebnis-Apéro

Anzeige

Bereit für Höchstleistungen. Sieger sind Sie.

postgate.li



Topleistungen in allen Disziplinen.

- e.signatur (LIEzertifikat)
- e.invoicing
- e.shop
- e.archiv



Liechtensteinische Post AG, Postfach 1255, 9490 Vaduz, Tel. +423 399 44 22, www.postgate.li



kommunizieren sie direkt?

gut vernetzt

SpeedCom AG • Zollstrasse 21 • Schaan/FL • Tel +423 237 02 02 • www.speedcom.li



ÖKOLOGIE & WERBEARTIKEL



KW open bietet eine Vielzahl von ökologisch und sozial nachhaltig hergestellten Werbeartikeln!

- Priorität auf heimischen bzw. europäischen Lieferanten
- Verwendung von recycelten Materialien
- Verwendung von biologisch abbaubaren Materialien
- Dynamo-, Solar- und wasserbetriebene Produkte
- Bekleidung aus Bio- oder organischer Baumwolle

Gerne informieren wir Sie darüber, was Sie mit Ihrem Marketing für die Umwelt tun können.



KW open AG
Industriestrasse 32
9491 Ruggell / LIECHTENSTEIN
Tel. 00423 373 7295, mj@kwopen.com

www.kwopen.com



«Flagge für Unternehmertum zeigen»

Für die Organisation des Unternehmertags Liechtenstein, Rheintal und Vorarlberg, der 2010 zum fünften Mal stattfindet, ist die Skunk AG in Vaduz verantwortlich. Im Gespräch mit Geschäftsführer Markus Goop.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Markus Goop, «Networking»-Anlässe gibt es unzählige. Was macht den Unternehmertag besonders?

Der Unternehmertag differenziert sich durch seinen klaren Fokus auf die Bedürfnisse von Unternehmern und Entscheidungsträgern. Das ist unsere Stärke. Einerseits möchten wir an der Tagung selbst echte unternehmerische Impulse und best practice vermitteln, andererseits versteht sich der Event als zentraler Treffpunkt für Unternehmer aus dem Rheintal - und bietet die entsprechenden Netzwerk-Möglichkeiten während und im Umfeld der Tagung.

Wichtige Zugpferde sind die Referenten. Wie schwer ist es, hier an klingende Namen zu kommen?

Natürlich ist es toll für uns, dass wir bei den letzten Durchführungen und auch dieses Jahr neben heimischen Unternehmer-Persönlichkeiten auch internationale Top-Shots präsentieren dürfen. Das Geheimrezept fokussiert auf zwei Elemente: Netzwerk und Hartnäckigkeit, wobei die richtige Mischung natürlich entscheidend ist. Mit der Regierung und der Hochschule haben wir zwei starke Träger, welche aktiv die Referentensuche unterstützen. Generell gilt für uns allerdings: Wir möchten Jahr für Jahr auch den programmunabhängigen Nutzen der Tagung stärken, unabhängig der Referentenwahl.

Eine weibliche Referentin zu finden gestaltet sich aber nach wie vor schwer?

Auf jeden Fall möchten wir künftig noch mehr weibliche Unternehmerinnen ins Programm einbauen.

Bislang galt Qualität vor Quantität: Unsere bisherigen weiblichen Referentinnen wie Anja Förster haben dafür begeistert. Möglich ist dies auf jeden Fall – unsere Agentur ist ja auch mit einem Partnerveranstalter des «Businessdays – das Wirtschaftsforum für Frauen»,

bei welchem jährlich namhafte weibliche Top-Unternehmerinnen auftreten.

Ebenso wichtig für die Durchführung sind Sponsoren und Partner. Gerade in wirtschaftlich schlechten Zeiten dürfte es nicht einfach sein, solche ins Boot holen zu können?

Ja und nein. Der Unternehmertag bietet den direkten Zugang zu einer hochkarätigen Zielgruppe, was für unsere Partner natürlich sehr wichtig und über andere Kanäle kaum möglich ist. Generell ist der grösste Teil unserer Partner seit Lancierung der Tagung mit im Boot und strebt auch eine langfristige Partnerschaft an, wovon beide Seiten stark profitieren.

Der Titel der diesjährigen Veranstaltung lautet «Unternehmerisch zu neuen Erfolgen». Was erhoffen Sie sich von diesem Slogan? Will man den Gästen in wirtschaftlich schweren Zeiten Mut zusprechen?

Wir glauben einfach, dass es wichtig ist, am Unternehmertag Flagge für das Unternehmertum zu zeigen und Impulse nach vorne zu geben. Denn Unternehmertum hat ja auch immer etwas mit Mut und mit dem festen Glauben zu tun, aus eigener Kraft Dinge positiv beeinflussen und immer wieder zu neuem unternehmerischen Erfolg führen zu können. Die diesjährigen Referenten bieten mit ihren ungewöhnlichen Erfolgsgeschichten sicher gute Beispiele dazu.

Wo liegen in der Organisation die grössten Schwierigkeiten?

Wir haben jedes Jahr richtig Spass an der Umsetzung des Unternehmertags. In diesem Jahr haben wir praktisch keine Zeit für den Aufbau des Events, die Eventhalle wird erst am Vorabend geräumt – aber wir haben ein sehr erfahrenes und vor allem ein gutes Team, also wird es wiederum ein besonderes Erlebnis.



Markus Goop

Wäre es denkbar, aus dem Anlass der einst einen ganztägigen Event zu machen?

Indirekt ist der Unternehmertag bereits ein Ganz-Tages-Event, da neben dem Hauptevent noch verschiedene Side-Events vor und nach der Tagung stattfinden. Ich denke, der Unternehmertag wird sich weiter in diese Richtung entwickeln, also eher im Umfeld der Tagung weitere Akzente setzen, aber wir schliessen natürlich nichts aus. ■

Zur Person

Markus Goop ist Geschäftsführer der Skunk AG. Die Eventagentur mit Sitz in Vaduz ist in den Bereichen Gross- und Firmenveranstaltungen tätig und betreut eine internationale Kundschaft in allen Bereichen des Eventmanagements. Weitere Infos zum Unternehmertag unter www.unternehmertag.li

«Das sind doch alles Wahnsinnige»

Er hat mit seinen 52 Jahren schon in zwei Karrieren grosse Erfolge verbuchen können. Als Abfahrtspezialist gewann er zu Beginn der 1980er Jahre sechs Rennen im Weltcup und 1981 den Abfahrtsweltcup. 1982 wurde er in Schladming Weltmeister der Abfahrt. 1987 gründet Harti Weirather zusammen mit seiner Frau, der früheren Skirennläuferin Hanni Wenzel, die Sportmarketingagentur WWP (Weirather, Wenzel & Partner), die als Pionier im Bereich professionelles Sportmarketing gilt.

Vieles dürfte Harti Weirather am 9. Oktober 2009 bekannt vorgekommen sein: Strahlend hielt er den Preis in die Höhe und posierte für die Fotografen. Im Unterschied zu vergangenen Auszeichnungen als Sportler war der Österreicher an jenem Abend aber im Smoking erschienen und auf das Urteil einer prominenten Jury angewiesen. Diese kürte ihn am erstmals in Liechtenstein durchgeführten, international anerkannten Wettbewerb zum «Entrepreneur of the Year».

Wie zu seinen sportlich aktiven Zeiten musste sich Weirather gegen eine starke Konkurrenz durchsetzen. Entscheidend, um als «Unternehmer des Jahres» hervorzugehen waren jedoch nicht Höchstleistungen innerhalb weniger Sekunden, sondern während mehrerer Jahre: «Wenn man als Österreicher hier diesen Preis bekommt, ist das etwas ganz Besonderes. Liechtenstein ist die Heimat meiner Frau Hanni und der Gründungsstandort von WWP – von daher freue ich mich umso mehr über diese enorme Wertschätzung», so der Preisträger in seiner Dankesrede.

Damit steht Weirather einmal mehr auf dem Gipfel des Erfolges. Das Rampenlicht und die Emotionen findet er nun als Marketingstrategie. Befriedigt einen das in gleicher Weise, wie wenn man vor einem Millionenpublikum als Sportler auf dem Siegerpodest steht? «Nein, das ist überhaupt nicht vergleichbar», sagt Weirather. «Der Kampf Mann gegen Berg ist eine unglaubliche Erfahrung. Als Unternehmer wird man so ein Gefühl nie mehr auskosten können.»

Formel-1-Rennfahrer Michael Schumacher gibt sein Comeback. Können Sie als ehemaliger Spitzensportler nachvollziehen, was den 7-fachen Weltmeister antreibt?

Ja, das kann ich. Wenn man keine neue Aufgabe bzw. Herausforderung hat, beschäftigt sich ein Sportler wohl mit solchen Gedanken.



Harti Weirather

Sie haben eine neue Herausforderung gefunden. Ihre grössten Geschäftsfelder sind Ski, Formel 1 und Fussball. Wo herrscht der grösste Konkurrenzkampf, der grösste Druck?

Natürlich beim Fussball, da wird auch mit Abstand am meisten Business generiert.

Kann der Skisport im internationalen Vergleich noch an Stellenwert zulegen?

Der Skisport hat vor allem in Europa seine Fans, neue Märkte zu erschliessen ist sehr schwer.

Bekannte Persönlichkeiten vertrauen auf Sie. Wie gross ist die Gefahr bei einem Sportler, dass er die eigene Vermarktung vor die sportliche Leistung stellt?

Topprofis wissen, dass der sportliche Erfolg die Basis für eine erfolgreiche Vermarktung ist.

Früher konnten sich die Sportler noch auf den Kampf auf der Piste, der Rennstrecke

oder dem Rasen fokussieren. Heute geht der Fight in der Marketingabteilung weiter. Haben die populären Sportarten ihre Unschuld verloren?

Der Trend geht ganz klar wieder in Richtung «back to the Roots», das heisst eine klare Fokussierung auf den sportlichen Erfolg. Sämtliche Marketingaktivitäten haben sich dem unterzuordnen.

Sponsoren suchen nach exklusiven Werbepplatzierungen. Welche Möglichkeiten werden hierbei in Zukunft neu dazukommen?

Man kann das Rad nicht neu erfinden. Der Sport bietet aber eine unglaubliche Aufmerksamkeit und positive Emotionen für eine Marke.

Gehen Sie als Unternehmer dieselben Risiken ein wie als Sportler?

Nein, als Unternehmer bin ich eher der vorsichtige Typ, als Skirennfahrer hingegen musste ich alles riskieren.

Was geht Ihnen heute durch den Kopf, wenn Sie in einem Starthaus stehen und auf die Piste hinunterblicken?

Gott sei Dank muss ich da nicht mehr runterfahren. Das sind doch alles Wahnsinnige!

Gerade als Sportler ist man versucht, die eigenen Grenzen immer wieder von Neuem auszureizen. Wussten Sie stets, wo Ihr Limit liegt?

Nicht immer. Beispielsweise auf der Streif, beim ersten Trainingslauf, weist Du nie, ob Du die Steilhangausfahrt schaffst oder nicht.

Wie schnell bewegen Sie sich heute noch über die Pisten?

Zügig kontrolliert. ■

Attraktive Unternehmertreffen durch den Entrepreneur Of The Year Liechtenstein

Die Premiere des Wettbewerbs Entrepreneur Of The Year» in Liechtenstein kann als grosser Erfolg bezeichnet werden: Gleich 14 Kandidaten standen im Finale der Wahl zum besten Unternehmer des Jahres und wurden im Rahmen der Award Night ausgezeichnet.

Für ihre ausserordentlichen unternehmerischen Leistungen geehrt wurden: Herbert Büchel, büchel holding, Norbert Büchel, PROCOS Professional Controlling System AG, Stefan Dürr, FMA Feinmechanik und Elektronik AG, Roland Elkuch, Franz Elkuch AG, Norman Frick, Frinorm AG, Urs Hasler, Euro Treuhand AG, Reinhard Marxer, Zimmerei Rudolf Marxer AG, Wolfgang Marxer, Argus Sicherheitsdienst AG, Othmar Oehri, Oehri Electronic AG, Gert Risch, Labor Risch, Rubén Saiz, MTF Micomp AG, Joseph Schweiger, Unigraphica AG, Walter Vogt, Vogt Fenstertechnik AG, Harti Weirather, WWP Weirather-Wenzel und Partner AG. Träger des Wettbewerbs sind die Regierung des Fürstentums Liechtenstein, die Hochschule Liechtenstein sowie die Ernst & Young AG. Der Wettbewerb ist Teil der von Ernst & Young weltweit durchgeführten Suche nach unternehmerischen Spitzenleistungen. So



wird dem Gewinner aus Liechtenstein die einmalige Gelegenheit geboten, 2010 am Wettbewerb «World Entrepreneur Of The Year» in Monte Carlo teilzunehmen. Harti Weirather wird damit nicht nur Liechtenstein in Monte Carlo vertreten, sondern auch in die «Hall of Fame» der besten Unternehmer der Welt aufgenommen.

Die Förderung des Unternehmertums, der Aufbau von Netzwerken sowie die Ergänzung von Plattformen wie Businessplan Wettbewerb oder Unternehmertag sind wesentliche Elemente des Wettbewerbes. Im Nachgang zum EOY-Wettbe-

werb treffen sich die 14 Kandidaten regelmässig in den jeweiligen Unternehmen. Im Mittelpunkt stehen dabei das bessere Kennenlernen der einzelnen Unternehmen und Unternehmer, der Austausch von Erfolgsgeschichten und der gemeinsame Erfahrungsaustausch. Bis anhin wurden bereits zwei Treffen durchgeführt. Bis zum Start des nächsten Wettbewerbs im Herbst 2011 soll jeder der 14 Teilnehmer in seinem Betrieb besucht worden sein.

Weitere Informationen und Bilder unter www.hochschule.li/eoy

ARGUS

Präsenz. Kontrolle. Sicherheit

ARGUS Sicherheitsdienst AG
Wirtschaftspark 23, LI-9492 Eschen, Tel +423 377 40 40, www.argus.li

Leader lesen LEADER®

LEADER.
Das Ostschweizer
Unternehmermagazin.

Werner Krüsi,
Wegelin & Co. Privatbankiers



Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt Masse. – Elitär, finden Sie? Da haben Sie völlig Recht.

www.leaderonline.ch



Innovation | not imitation



Wer sich für Neutrik-Produkte entscheidet, setzt auf überragende Qualität, maximale Funktionalität und höchste Zuverlässigkeit. Neutrik Produkte decken die gesamte Anwendungspalette ab - egal ob Audio-, Video- oder Beleuchtungsanwendung, Daten oder Stromversorgung. Neutrik ist der weltweit führende Hersteller hochqualitativer Produkte und innovativer Lösungen.

www.neutrik.com

NEUTRIK



CEO Christof Böhler

«Das Interesse war sehr gross»

Das Biotech-Unternehmen Pantec Biosolutions aus Ruggell FL entwickelt innovative Lösungen für die intraepidermale Medikamentenabgabe. Im Gespräch mit CEO Christof Böhler.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Christof Böhler, haben Sie Angst vor Spritzen?

Angst ist vielleicht nicht das richtige Wort, aber sie sind mir sehr unangenehm, und wenn es geht, bekomme ich natürlich lieber keine.

Ihr Unternehmen hat eine Methode entwickelt, mit der Wirkstoffe mittels Pflaster statt Spritzen appliziert werden. Wie hat sich die Nachfrage entwickelt?

Da wir noch nicht am Markt sind, kann ich zurzeit nur vom Interesse der Pharmaindustrie an unserer Firma als Entwicklungs- und Vermarktungspartner von neuen transdermalen Therapien sprechen. Dieses ist seit den erfolgreichen klinischen Resultaten zur transdermalen Verabreichung von Proteinen, also grossen Wirkstoffen (im Speziellen follikelstimulierende Hormone für die künstliche Befruchtung), enorm gestiegen. Ich komme gerade aus Orlando, wo wir die neuen Resultate auf der «Drug Delivery Partnerships»-Konferenz präsentiert haben. Die Resonanz und das Interesse waren sehr gross.

Wo lagen bei der Entwicklung die grössten Schwierigkeiten?

Wir entwickeln ja eine Lösung bestehend aus einem Laser zur Vorbehandlung der Haut und einem Medikamentenpflaster. Anfangs hatten wir Schwierigkeiten in der Laserentwicklung, da wir uns zu stark auf Entwicklungspartner verlassen. Seit wir die Kernfunktionen im Haus haben, konnten wir die Entwicklung erfolgreich abschliessen.

Mit welchen Produkten werden Sie die Branche weiter revolutionieren?

Wir starten mit Hormonpflastern für die künstliche Befruchtung und neuen, einfacheren und effizienteren Behandlung des Hellen

«Wenn Sie bei null beginnen, braucht es einen enormen Willen und viel Aufbauarbeit in der Kommunikation.»

Hautkrebs. Die Tatsache, dass wir grosse Wirkstoffe wie Proteine sicher und effizient durch die Haut bringen, eröffnet uns viele mögliche Felder, wie zum Beispiel das nadelfreie Impfen.

Die Konkurrenz dürfte enorm sein. Wie hoch ist der Druck?

Ja der Druck ist gross, aber Konkurrenz belebt, und da jeder an anderen Medikamentenkandidaten und anderen Technologien arbeitet, stehen wir uns eigentlich kaum im Wege. Zudem bietet der Markt der Biopharmazutika, der über 80 Milliarden Dollar gross ist – also alles Medikamente, die nur gespritzt werden können –, sehr viele Möglichkeiten für nadelfreie Verabreichungsformen.

Sie stehen an der Spitze eines noch jungen Unternehmens. Wo lagen in den ersten fünf Jahren die grössten Hürden?

Sicherlich die Hürde, bei Lieferanten und Lizenzpartnern ernst genommen zu werden. Wenn Sie bei null beginnen, braucht es einen enormen Willen und viel Aufbauarbeit in der Kommunikation. Da sind wir durch das immer konzentrierte und fokussierte Erbringen von Meilenstein-Resultaten enorm stärker geworden.

Das Gesundheitswesen ist ein heikles Segment. Wie schwer war es, das Vertrauen von Kunden zu gewinnen?

Das stimmt, Sie können hier nur durch seriöse wissenschaftliche Daten wie klinische Studien Vertrauen gewinnen. Und Sie müssen Zeit haben, denn den Pharmamultis eilt es definitiv nicht so wie uns.

Wie wird sich das Unternehmen in Zukunft entwickeln? Was sind Ihre Ziele?

Zuerst einmal müssen wir das erste Produkt, ein neuartiges Lasergerät für Dermatologen zur Behandlung von Hellem Hautkrebs und anderen dermatologischen Krankheiten, in den Markt bringen. Währenddessen läuft die klinische Entwicklung unserer ersten Medikamentenpflaster für den Ersatz von bis zu 70 Spritzen für die künstliche Befruchtung (IVF) weiter. Zuletzt werden wir die dadurch validierte P.L.E.A.S.E.-Technologie (Painless Laser Epidermal System) über Lizenzverträge in Pharmapartnerschaften einbringen, denn es gibt überall unbefriedigte Kundenbedürfnisse, nämlich Medikamente sicher, kontrolliert und eben möglichst bequem zu verabreichen. ■

«Am besten gründet man gleich ein zweites Liechtenstein»

Der Ökonom Reiner Eichenberger spricht am fünften Unternehmertag zum Thema «Die Krise ist vorbei – jetzt geht es richtig los!». Im Gespräch mit dem bekannten Schweizer Trendforscher.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Esther Michel

Reiner Eichenberger, als Ökonom und Trendforscher dürften Sie derzeit Hochkonjunktur haben. Besteht ein erhöhtes Bedürfnis nach Expertenanalysen?

Ja, eindeutig. Zwar meinen viele, die Ökonomen seien in Verruf geraten. Da aber die anderen Wissenschaften noch viel weniger zur Krise und ihrer Bewältigung beizutragen haben, haben Ökonomen tatsächlich Hochkonjunktur.

Aktuell bekunden Experten Mühe, die Entwicklungen zu analysieren, weil sie sich nicht auf Zahlen aus der Vergangenheit stützen können. Wie schwer ist es, in solchen Zeiten fundierte Analysen zu erstellen?

Erstaunlich einfach. Aus Zahlen lässt sich sowieso kaum etwas ableiten, was über die Fortschreibung der offensichtlichen Trends hinausgeht und was der Normalbürger nicht auch weiss. Entscheidend für gute längerfristige Prognosen ist eine gute theoretische Grundlage. So ist für die längerfristige Wirtschaftsentwicklung die Qualität der politischen Institutionen massgebend. Davon muss man etwas verstehen.

Sie können uns sicherlich klar sagen, ob die Wirtschaft 2010 wieder einen entscheidenden Schritt nach vorne macht?

Ja, den macht sie. Aber natürlich sind so kurzfristige Prognosen mit einer grossen Unsicherheit behaftet. Beispielsweise könnte eine Überreaktion der EU auf die Probleme Griechenlands grosse kurzfristige Probleme geben. Längerfristig ist aber die Lage in Griechen-

land noch unwichtiger als die heute schlechte Situation in Rumänien. Ob die Rumänen nun so reich wie die Griechen werden, oder die Griechen so arm wie die Rumänen, spielt für uns kaum eine Rolle.

Viele setzen eine Wirtschaftskrise mit einem Aufschwung der linken Parteien gleich. Eingetroffen ist das nicht. Worauf führen Sie das zurück?

Das war zu erwarten: Links ist teuer, denn Links heisst noch mehr Umverteilung und noch mehr Ineffizienz – auch wenn Rechts leider manchmal das gleiche bedeutet. Und in der Krise wollen sich halt wenige so etwas Teures leisten. Die Linken müssen also auf den Aufschwung hoffen.

Auch die Forderungen, das Bankensystem umzustrukturieren, sind kaum mehr hörbar. Wurden wir von der Krise zu wenig hart getroffen oder wissen wir einfach, was wir an «unseren» Banken haben?

Das sehe ich anders. Es gibt doch eine richtige Flut von Vorschlägen zur Durchregulierung des Bankensystems. Nur sind leider viele wenig konkret oder setzen am falschen Ort an.

Kleine Länder wie die Schweiz oder das Fürstentum stehen unter Beschuss aus dem Ausland. Wie können wir uns am besten wehren? Wer muss ein Zeichen setzen, die Politik oder doch eher die Wirtschaft, die Banken?

Nur keine Panik. Kleine Länder sind erfolgreicher als die Grossen, und der Vorsprung der Schweiz und Liechtensteins gegenüber dem

EU-Mittel hat sich in der Krise doch bedeutend vergrössert, obwohl sie wegen Ihrer Exposition im Finanzmarkt eigentlich Hauptopfer der Krise hätten sein können. Ihr Erfolg liegt vor allem auch daran, dass sie gesünder und damit widerstandsfähiger als die meisten EU-Staaten in die Krise geraten sind. Natürlich wirft das Ganze ein schlechtes Licht auf die EU und viele Mitglieder. Vielen Regierungen steht das Wasser bis zum Hals. Deshalb sollten wir auch ein wenig Verständnis für ihre Ängste und Überreaktionen haben.

Das Fürstentum Liechtenstein und die Schweiz sind in zahlreichen Bereichen deckungsgleich. Wo sehen Sie persönlich die grössten Unterschiede?

Liechtenstein hat eine tolle Kultur, wichtige Entscheidungsträger (zum Beispiel Verfassungsrichter, Finanzkontrolle) aus dem Ausland zu rekrutieren. Zudem sind die Liechtensteiner bessere Skifahrer, sogar weit besser als die Österreicher. Denn das entscheidende Mass sind doch Titel und Siege pro Kopf der Bevölkerung. Und da schlägt Liechtenstein einfach alles.

Wo könnte sich das Fürstentum noch besser profilieren?

Liechtenstein ist doch ein absolutes Erfolgsmodell. Deshalb würde ich einfach ein zweites Liechtenstein gründen, am besten gleich eine ganze Kette. Die würde ich sorgfältig über die Welt verteilen. Diese neuen Liechtensteins könnten dann so ähnlich wie Hong Kong oder Singapur als neue Entwicklungskerne dienen. Das wäre ein völlig alternati-



Reiner Eichenberger:
«Vielen Regierungen
steht das Wasser bis zum
Hals.»

ves Weltentwicklungsmodell, weit besser und wirkungsvoller als die heutige Entwicklungshilfe.

In der Schweiz haben Sie die Einwanderung als grosses Problem bezeichnet. Ein Wirtschaftsstandort wie das Fürstentum könnte jedoch ohne die Ausländer gar nicht existieren.

Einwanderung hat Vor- und Nachteile. Je kleiner ein Land ist, desto bedeutender sind die Vorteile der Einwanderung, einfach weil man selbst vieles nicht alleine tun kann. Bei

der Einwanderung muss man strikte unterscheiden zwischen einer Einwanderung, die die eigene Bevölkerung und die eigenen Fähigkeiten sinnvoll ergänzt, und einer Einwanderung, die einfach mehr vom Gleichen bringt. Letztere bringt nichts, denn mehr Einwohner heisst nicht mehr Wohlstand pro Kopf, sondern wenn schon das Gegenteil.

Welche Botschaft werden Sie den Teilnehmern des Unternehmertags Liechtenstein auf den Weg geben?

Erstens, gerade auch in einer globalisierten

Welt bleibt der entscheidende Erfolgsfaktor der gleiche wie bisher: die Qualität der politischen Institutionen. Da haben Liechtenstein und die Schweiz mit ihrer direkten Demokratie zwar wirklich Glück gehabt, aber es gibt einige Reformansätze, die einfach umzusetzen sind und grosse zusätzliche Vorteile bieten. Zweitens, die Globalisierung mit dem schnellen Wachstum von bisher schlafenden Riesen wie China oder Indien ist gerade für die kleinen Länder mit guten politischen Institutionen – wie eben Liechtenstein und die Schweiz – besonders vorteilhaft. ■

Anzeige

LEADER. Das Ostschweizer Wirtschaftsmagazin.

**Leader
lesen
LEADER®**



Peter Schütz,
Unternehmer,
Politiker und
Verbandspräsident

Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt Masse. – Elitär, finden Sie? Da haben Sie völlig Recht.

www.leaderonline.ch

Erfolgsgeschichte Lampert Druckzentrum AG Vaduz

Die zwei Drucker Alfred Lampert aus Vaduz und Rino Frei aus Diepoldsau machen die Lampert Druckzentrum AG zur modernsten Druckerei in der Schweiz und Liechtenstein.

Sie harmonieren sehr gut zusammen und doch hat jeder seine eigenen Visionen, die aber letztendlich zusammenpassen und die Richtung bestimmen. Die Rede ist von Rino Frei aus Diepoldsau, der seit gut einem Jahr als Geschäftsführer der Lampert Druckzentrum AG waltet und das volle Vertrauen von Alfred Lampert, dem Alleininhaber des Druckzentrums, geniesst.

Die Weisheit, «Man wird nicht jünger, nur erfahrener», nahm sich auch der Inhaber und damalige Geschäftsführer Alfred Lampert mit 55 Jahren zu Herzen und schrieb die Stelle des Geschäftsführers aus. Zehn Bewerber zeigten grosses Interesse, in der im Jahre 1981 gegründeten, immer zu den innovativsten KMU-Druckereien in der Schweiz und Liechtenstein zählenden Unternehmung, mitzuarbeiten. Das überrascht nicht, verfügt doch das Druckzentrum über den modernsten Maschinenpark; macht mit seinem architektonisch aussergewöhnlichen Gebäude in Vaduz auf sich aufmerksam und geniesst sowohl bei Kunden als auch Lieferanten einen sehr guten Ruf.

Rino Frei erfüllte von den zehn Bewerbern alle von Alfred Lampert definierten Vorgaben mit bravour.

Der Inhaber Alfred Lampert hat sich nach der Anstellung von Rino Frei als Geschäftsführer nicht etwa zurückgezogen. Er amtiert jetzt als VR-Präsident der Lampert-Gruppe und versteht sich als rechte Hand des Geschäftsführers. Er ist jeden Morgen um 7.00 Uhr im Büro und füllt seinen Zehn-Stunden-Tag mit vielfältigen Aufgaben aus.

Weitere wertvolle Unterstützung erhält Rino Frei von Moritz Walser, seit 25 Jahren und Matthias Märdian, seit sieben Jahren, beide in der AVOR tätig und Geschäftsleitungsmitglieder. Buchhaltung und Administration werden von Natasha Zilian betreut. Ein gut strukturiertes fünfköpfiges Team, das sich gegenseitig bestens ergänzt.

Als weiteren Erfolgsfaktor dürfen wir das Restaurant Luce nicht vergessen. Ein Tochterunternehmen der Lampert Druckzentrum AG. Die

kulinarischen Höhepunkte, die der 13-Punkte-Koch kreiert, verwöhnen den Gaumen der Kunden nach geschäftlichen Besprechungen bei einem Mittag- oder Abendessen.

Alfred Lampert will seinem Geschäftsführer die Mentalität der Liechtensteiner und was alles dazu gehört, noch näher bringen. Obwohl, viel braucht es nicht mehr, denn Herr Frei wurde von den Kunden sehr positiv aufgenommen.

Aber auch intern hat Rino Frei mit seinem Team schon einiges erreicht: FSC-Zertifizierung, Europäisches Qualitäts-Management (EFQM), Myclimate (Klimaneutrales Druck), Photovoltaik und sein ganzer Stolz;

«Man wird nicht jünger, nur erfahrener»

den neuen Auftritt des Druckzentrums inklusive Logo, Broschüre und Internetauftritt, www.ldz.li. So ist auch diese Ausgabe vom LEADER klimaneutral gedruckt worden.

Die Zukunft scheint gesichert, denn zwei Lampert-Söhne stehen in Ausbildung. Andreas (19), als Drucktechnologe und Tobias (16), als

Polygraf. Talent und Interesse sind vorhanden, am Willen, eines Tages den Geschäftsführer zu unterstützen, wird es kaum fehlen.

Alfred Lampert wird aktiv bleiben. Weitere Unternehmungen der Lampert Gruppe, die als seine Hobbies gelten, (das bekannte Restaurant und Pizzeria Luce, die Weine aus dem Piemont mit der Parussi Piemont AG, die Schwefel Gastronomie und Partner Anstalt und die Lampert Immobilien), beanspruchen ihn. Dies ist keine Belastung, selbst wenn auch hier Disziplin und Härte gefordert sind, um erfolgreich zu bleiben. Doch ohne die Mitarbeitenden, die denken und handeln als wären es ihre eigenen Unternehmen, wäre das alles gar nicht möglich, räumt Lampert ein.

Am Donnerstag, 22. April 2010 wird im renovierten Druckzentrum eine Weltpremiere aus Heidelberg sowie ein neuer Sammelhefter in Betrieb genommen. Linda Fäh, die amtierende Miss Schweiz, und der Berner Christian Stucki – der stärkste Schwinger der Schweiz – werden die Weltpremiere offiziell in Betrieb setzen. Dieser Anlass wird gemeinsam mit unseren Kunden aus dem In- und Ausland sowie Persönlichkeiten und Freunden gefeiert.



Alfred Lampert, Matthias Märdian, Natasha Zilian, Moritz Walser, Rino Frei (v. l.)

Lampert Druckzentrum AG druckt klimaneutral und mit Sonnenenergie

Die Lampert Druckzentrum AG bietet ihren Kunden als erste Druckerei in Liechtenstein den klimaneutralen Druck an.

«Es ist uns ein persönliches Anliegen, unseren Kunden diese neue Möglichkeit im aktiven Klimaschutz zu bieten, diesen Prozess vor Ort zu erklären und aufzuzeigen», so der Geschäftsführer Rino Frei.

Bei klimaneutralen Druckerzeugnissen werden alle CO₂-Emissionen ausgeglichen, die mit den Materialien (Papier und Hilfsstoffen sowie Logistik) und dem Druck verbunden sind. Für klimaneutrales Drucken haben wir uns für die gemeinnützige Stiftung Myclimate entschieden.

Reduzieren und Vermeiden

Nach der Zertifizierung ist die Lampert Druckzentrum AG in der Lage, für jedes Druckerzeugnis die jeweilige Menge an CO₂-Emissionen zu berechnen, welche die Herstellung verursachen würde. Wenn sich der Druckereikunde für die Option des klimaneutralen Drucks entscheidet, wird über ein intelligentes Online-System dieser Job gebucht und die entsprechende Menge an CO₂ der Kompensation zugeführt.

Nachprüfbarkeit durch ID-Nummer

Das von «NatureBalance» entwickelte Tracking-System erfasst jeden Druckauftrag mit einer unverwechselbaren ID-Nummer. Der Kunde hat somit jederzeit die Möglichkeit, sein unterstütztes Projekt zu verfolgen. Der Ausgleich der CO₂-Emission erfolgt über den Ankauf und die verbindliche Stilllegung von Emissionszertifikaten durch Myclimate. Ein Qualitätszeichen, das unter anderem auch vom WWF mitentwickelt wurde. So haben die Kunden von der Lampert Druckzentrum AG die Gewissheit, dass sie direkt in hochwertige Klimaschutzprojekte investieren.

Eigene Klimaschutz-Massnahmen

Die Lampert Druckzentrum AG lebt den Klimaschutz und die Nachhaltigkeit auch aktiv vor. So wurde die neue Druckmaschine, welche im Frühjahr 2010 in Produktion geht,



Die Vertragsunterzeichnung des Grossauftrages von mehreren Millionen Franken fand im Cuba Club in Vaduz statt: Rino Frei, Geschäftsführer, und Alfred Lampert, Inhaber der Lampert Druckzentrum AG, mit Reginald Rettig, Heidelberg Deutschland, und Michael Knörle, Heidelberg Schweiz (v. l.).

klimaneutral hergestellt. Für die bei der Maschinenproduktion freigesetzten 230 Tonnen CO₂ hat das Druckzentrum 60'000 Franken an zwei Projekte in Neuseeland (Windenergie) und in Malaysia (Biomasse) überwiesen. Zudem produziert die neue Druckmaschine, eine Heidelberg XL75, ökologischer. Als Weltneuheit wird die neue Druckmaschine zu 100 Prozent mit liechtensteiner Sonnenenergie betrieben. Das kleine Sonnenkraftwerk wird im Endausbau eine Fläche von rund 800 m² aufweisen. Für diese Photovoltaik-Anlage wurde in der Vaduzer Landwirtschaftszone, keine 500 Meter vom Druckzentrum entfernt, eine Liegenschaft mit drei Gebäuden erworben. Auf diesen Dachflächen werden die Photovoltaik-Anlagen Sonne in Strom umwandeln.

Mit diesen Massnahmen in Sachen Klimaschutz hebt sich die Lampert Druckzentrum

AG von ihren Mitbewerbern wesentlich ab, da für die Umstellung auf klimaneutrales und nachhaltiges Drucken zur Verringerung des CO₂-Ausstosses eine Investition von gegen fünf Millionen Franken nötig war. Damit dürfen wir uns zu den ganz wenigen Druckereien in Europa zählen, welche Klimaschutz in diesem finanziellen Ausmass betreiben und einen Beitrag zum weltweiten Kyoto-Abkommen leisten.

Zum Unternehmen

Lampert Druckzentrum AG,
Schwefelstrasse 14, Vaduz
Kontaktpersonen:
Rino Frei
T +423 239 77 23, rfrei@ldz.li
Alfred Lampert
T +423 239 77 22, alampert@ldz.li



Allmedia – die gesamte Medienlandschaft unter einem Dach.

Erst kürzlich hat sich die Inserate-Agentur in Schaan nach 19-jähriger Tätigkeit von ihrem alten Namen verabschiedet und nennt sich neu Allmedia AG. Die Gründe für diese Namensänderung sind plausibel, denn die Zeiten, als Kunden ihre Botschaften vorwiegend über die klassischen Medien transportierten, gehören der Vergangenheit an. Durch die rasante Entwicklung neuer – hauptsächlich elektronischer und digitaler – Medien, werden Möglichkeiten geschaffen, noch intensiver, zielgerichteter und zielgruppenspezifischer an die unterschiedlichsten Kundensegmente heranzutreten.

Die klassischen Medien haben in der heutigen Zeit nicht etwa an Bedeutung verloren, im Gegenteil: Durch die Symbiose zwischen klassischen und neuen Medien resultiert in der Regel ein sehr hoher Synergieeffekt. Mit dem richtigen Know-how und einer fachlichen Beratung kann der Werbefranker somit noch gezielter und gewinnbringender eingesetzt werden.

Herr Frick, Sie haben Ende letzten Jahres den Namen Inserate-Agentur in Allmedia AG umgewandelt. Von verschiedenen Seiten werden Sie allerdings immer wieder als Publicitas bezeichnet. Wie ist das zu verstehen?

Als Inserate-Agentur wie auch als Allmedia AG waren und sind wir ein eigenständiges Unternehmen. Was wir heute tun, haben wir schon immer getan: Medienberatung und Medien-

«Der neue Name Allmedia AG definiert unmissverständlich wer wir sind: ein universeller Medienpartner.»

vermittlung über die gesamte Bandbreite. Das Missverständnis lag vielmehr darin, dass wir durch das Wort «Inserate» im alten Namen in der breiten Öffentlichkeit vermehrt lediglich

als Inseratdisponent wahrgenommen wurden. Allmedia soll gegen aussen verdeutlichen, dass sich unsere Dienstleistungen über die gesamte Medienlandschaft erstrecken. Der Name Publicitas wird öfters mit uns in Verbindung gebracht, weil wir seit jeher eine enge Zusammenarbeit mit der Publicitas Schweiz pflegen. Diese Kooperation hat sich bewährt und wird von unseren Kunden sehr geschätzt.

Weshalb ist es für den Werbenden aus Ihrer Sicht von Vorteil, wenn dieser seine Werbung über Allmedia AG und nicht direkt über den Verlag disponiert?

Ein gewichtiger Vorteil für den Werbenden ist, dass wir ihm einen unabhängigen Be-



v. l. Angela Nüesch, Beat Frick (Geschäftsführer), Vanessa Thöny



Beat Frick
Geschäftsführer

«Unser kostenloser, unabhängiger Beratungsservice garantiert kunden- und lösungsorientiertes Denken in unserem Unternehmen.»

ratungsservice bieten. Dank unserer langjährigen Erfahrung verbunden mit sehr viel Know-how kennen wir die Medienlandschaft in Liechtenstein, der Schweiz, Österreich und Deutschland sehr genau. Für eine erfolgreiche Medienselektion stehen uns verschiedene Tools zur Verfügung, die es uns ermöglichen, zielgruppenspezifische Daten in qualitativer und quantitativer Hinsicht abzurufen. Wir können somit Werbenden für Ihre Werbemassnahmen Medien, Titel, Kombinationen, Rubriken etc. empfehlen, welche die höchste Affinität zur entsprechenden Zielgruppe aufweisen. Diese Dienstleistungen sind für unsere Kunden kostenlos. Im Weiteren gewähren wir auch die Weitergabe von Spezialtarifen und Sonderrabatten. Als Entschädigung für unsere Aufwendungen erhalten wir eine Vermittlergebühr direkt vom Verlag, welche den Kunden nicht tangiert.

Welche Möglichkeiten in dieser breiten Medienlandschaft bieten sich Werbenden und ist ein Trend zu erkennen?

Da sich die Medienlandschaft von heute äusserst vielfältig präsentiert, wird es für den Werbenden immer schwieriger die richtige Wahl zu treffen. Längst konzentriert sich das Hauptaugenmerk nicht mehr beinahe nur auf klassische Medien wie Zeitungen, Zeitschriften, Plakate u.ä. Durch die Zunahme der Multifunktionalität von Internet und anderen interaktiven Medien ergeben sich laufend neue Möglichkeiten für Werbende – ein Ende ist nicht abzusehen. Erwiesenermassen geniessen bei zahlreichen Online-Usern Webseiten, deren Anbieter sie bereits als Ver-

lag, Radio- oder TV-Sender kennen, hohe Glaubwürdigkeit und grosses Vertrauen. Die klassischen Medien dürfen aufgrund dieses hohen Vertrauensbeweises und ihrer Glaubwürdigkeit von den Werbenden also keineswegs unterschätzt werden. Einen sehr hohen Stellenwert erfahren beispielsweise Printmedien nach wie vor auf regionaler Ebene.

Welche weiteren interessanten Werbeformen tangieren Ihre Vermittlungstätigkeit? Können Sie uns diesbezüglich einen kleinen Einblick gewähren?

In unserer Region sind bei Zeitungswerbung Kombititel sehr beliebt. Das Zielgebiet von Graubünden bis St.Gallen kann mit der Belegung entsprechender Kombinationen flächendeckend und kostengünstig abgedeckt werden. Magazine, Beilagen, Branchenverzeichnisse, Buswerbung, Plakate u. a. runden

«Im unübersichtlichen Medienschwungel ist es für Werbende oft schwierig, den Überblick zu wahren und die richtigen Entscheide zu treffen.»

das Angebot an Printmedien ab. Bei Werbung in elektronischen Medien wird hauptsächlich auf Radio, TV, Kino und Advertising Screens zugegriffen. Online Werbung kann mittels Internet in verschiedenen Gefässen wie z. B. Web-Suchmaschinen, Internet-TV, Xing oder Facebook platziert werden. Möchte man gezielt potenzielle Arbeitnehmer, Kunden von Dienstleistungen, Produkten oder Bildungsangeboten ansprechen, bieten sich neu über das Hochschul-Marketing verschiedene interessante Werbeformen an. Allgemein betrachtet, sind den Möglichkeiten kaum Grenzen gesetzt.

Beratung wird bei Ihnen gross geschrieben. Weshalb genießt gerade dieser Punkt einen so hohen Stellenwert in Ihrem Unternehmen?

Das A und O bei der Platzierung von Werbung ist nach wie vor, die zielgruppenspezifisch richtige Wahl des oder der Werbeträger zu treffen. Zugegebenermassen fällt Werbenden bei diesem immensen Angebot der Ent-

«Nur diejenigen, welche Ihre Zielgruppen auch erreichen, werden erfolgreich sein.»

scheid nicht immer leicht. Umso wichtiger scheint es mir, dass diese über einen kompetenten Ansprechpartner und Berater für sämtliche Medien im In- und Ausland verfügen. Denn nur wer die Zielgruppen mit seiner Botschaft erreicht, wird auch Erfolg haben. Für viele Kunden, wie auch für Werbe- und PR-Agenturen hat sich die Zusammenarbeit mit Allmedia seit jeher sehr bewährt. Insofern

Allmedia AG - Dienstleistungen zu Ihrem Vorteil

- Ansprechpartner für alle Medien im In- und Ausland
- Zusammenarbeit mit allen Werbeschaffenden
- Kunde bezahlt Original-Verlagstarife
- Kostenlose Beratung und Medienauswertung
- Weitergabe von Spezialtarifen und Sonderrabatten an Kunden
- Abschlussmanagement
- Verlagsunabhängige Beratung
- Desktop-Service in Form von kostenlosen Layout für Stelleninserate

liegt unsere Motivation da
Kunden und Werbeschaffen
den Zugang in die breitgef
erte Welt der Medien j
Tag aufs Neue noch gezi
offener und einfacher zu
stalten.

«Mit unsere
neuen Publ
on «Media
2010» kör
sich Liech
ner Unte
einen de
Überbli
unsere
und di
enland
schaff

Wie k
teres
führlich über
Leistungsangebot und Me
ren?

Erst kürzlich ist unsere neue Publikation
«Media Infos 2010» erschienen. Sie liefert
detaillierte Informationen über unser Dienst-
leistungsangebot und die Medienlandschaf-
ten Liechtenstein, Schweiz, Österreich und
Deutschland. In kompakter, übersichtlicher
Form erfährt der Leser viel über klassische
und neue Medien und deren Möglichkeiten.
Die Broschüre soll einerseits Wissen vermit-
teln und andererseits dazu inspirieren, sich
bei der Lösungssuche auch mit nicht alltäg-
lichen Werbeformen auseinanderzusetzen.
Liechtensteiner Unternehmer können die
Publikation «Media Infos 2010» direkt bei
mir per E-Mail beat.frick@publicitas.com
oder unter www.allmedia.li bestellen.

he nach

Von Inserate-Agentur zu Allme- dia AG

vergangenen 19 Jahren hat sich die
Liechtenstein als kompet-
Na-

Auffallende Platzierungswünsche?

Wir planen Ihre Medienpräsenz.
Unabhängige, kostenlose Beratung. Beste Tarife.

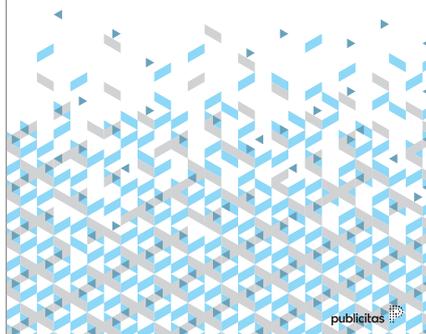


allmedia ag

Zollstrasse 16 | Postfach 661 | FL-9494 Schaan | Telefon +423 239 80 00 | www.allmedia.li | liechtenstein@publicitas.li

SCREENLUNGE.COM

Media-Infos 2010



Langjährige Erfahrung, grosses Know-how
und unsere lösungsorientierte Denkweise
zeichnen uns als Beratungsexperten in sämt-
lichen Medienfragen aus. Disposition und Be-
ratung geben sich in unserem Unternehmen
die Hand. Schliesslich ging und geht es uns
primär darum, dass Ihre Botschaft den Weg in
die Medien bzw. Medienpakete findet, wel-
che von Ihren Zielgruppen auch rege genutzt
werden.

www.allmedia.li

Event mit Top-Unternehmerinnen und höchster Schweizerin

Die Schweizer Nationalratspräsidentin Pascale Bruderer Wyss, die Top-Unternehmerinnen Barbara Artmann und Rosely Schweizer sowie Christine Bauer-Jelinek und Mona Vetsch sind die Aushängeschilder des dritten Businessstags in Vaduz. Tickets sind ab sofort erhältlich.

Am 13. April 2010 findet der Businessstag zum dritten Mal statt. Die Tagung orientiert sich an den spezifischen Interessen von Frauen in Wirtschaft sowie Gesellschaft und war bei den ersten beiden Durchführungen jeweils mit 600 Gästen aus Liechtenstein, der Schweiz und Österreich ausverkauft.

Ranghöchste Schweizerin zu Gast

Der dritte Businessstag widmet sich dem Unternehmertum mit dem Thema «Frauen – Macht – Unternehmen». Talk-Gast Pascale Bruderer Wyss, 2009 als «Young Global Leader des World Economic Forum» ausgezeichnet, ist seit Ende des letzten Jahres Schweizer Nationalratspräsidentin und damit die ranghöchste Schweizerin.

Die 32-jährige ist als Unternehmensberaterin mit ihrer Firma «machs! GmbH» selbstständig tätig und kann bereits auf eine erfolgreiche politische Karriere zurückblicken.

Wie man als Unternehmerin erfolgreich sein kann, weiss Referentin Christine Bauer-Jelinek. Die Leiterin des Instituts für Macht-Kompetenz in Wien zählt zu den Pionierinnen des Coachings in Europa und begleitet Top-Karrieren in Politik und Wirtschaft. Sie gilt als Expertin für Fragen zu Mechanismen der Macht, Karrierestrategien sowie für Trends in der gesellschaftlichen Entwicklung.

Top-Unternehmerinnen berichten

Zwei Top-Unternehmerinnen geben am dritten Businessstag zudem Einblicke in ihre persönlichen Erfolgsgeschichten. Barbara Artmann arbeitete als Marketingleiterin, Consultant für McKinsey und später als Managing Director des Bereichs Strategische Projekte bei der UBS - bis Sie eines Morgens aufwachte und entschied, in die Selbstständigkeit zu wechseln. 2004 übernahm sie die traditionsreiche Schweizer Firma Künzli Swiss-



Nationalratspräsidentin und Unternehmerin Pascale Bruderer Wyss ist Gast am 3. Businessstag.

Schuh AG mit den legendären fünf Streifen – und entwickelte das Unternehmen zum Vorreiter in medizinischen Schuhen und zur trendigen Modemarke mit Sneakers. Artmann wurde für ihre Leistungen im Januar 2010 mit dem Swiss Award in der Kategorie Wirtschaft ausgezeichnet.

Die zweite Top-Unternehmerin, Volkswirtin Rosely Schweizer, zählte in den vergangenen Jahren zu den wirtschaftlich einflussreichsten Frauen in Deutschland. Nach einer erfolgreichen politischen und wirtschaftlichen Karriere übernahm sie 2007 nach dem Tod ihres Vaters und Firmenpatriarchen Rudolf-August Oetker den Beiratsvorsitz der Oetker-Gruppe, welchen Sie Anfang 2010 abgab. Rund 25'000 Mitarbeiter arbeiten für den

Konzern, welcher jährlich über 9 Milliarden Euro Umsatz macht.

Mona Vetsch und Networking-Apéro

Moderiert wird der Businessstag von der bekannten Fernseh- und Radiomoderatorin Mona Vetsch. Regierungschef Klaus Tschütscher wird die Tagung eröffnen. Trägerin des Wirtschaftsforums ist die Regierung Liechtensteins, Gastgeberin die Gemeinde Vaduz.

Unter www.businessstag.li sind Tickets und detaillierte Informationen über den Businessstag erhältlich. Dieser findet am Dienstag, 13. April 2010, um 16 Uhr im Vaduzer Saal in Vaduz statt. Im Vorfeld der Tagung werden kostenlose Workshops angeboten. ■



2. EUROPÄISCHE
KMU-WOCHE '10

KLEINE UNTERNEHMEN, GROSSE IDEEN

25. Mai – 1. Juni 2010
EUROPÄISCHE KMU-WOCHE
LIECHTENSTEIN
www.kmu-zentrum.li

Erfolgsrezepte für KMUs:

UNTERNEHMER LERNEN VON UNTERNEHMERN

Veranstaltungen zu den Themen

Start up / Wachstum /

Internationalisierung / Nachfolge-Planung

Träger



REGIERUNG
DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN



[kmu zentrum.](http://www.kmu-zentrum.li)

Unternehmer lernen von Unternehmern

Vom 25. Mai bis 1. Juni findet zum zweiten Mal die Europäische KMU-Woche Liechtenstein statt. Eine Veranstaltungsreihe mit den Themen Start up, Wachstum, Internationalisierung und Nachfolgeplanung soll spezifisches Know-how unter dem Motto «Unternehmer lernen von Unternehmern» bieten.

Die 2. Europäische KMU-Woche Liechtenstein gehört zur Veranstaltungsreihe «European SME Week», welche in Brüssel lanciert und in zahlreichen EU-Staaten durchgeführt wird. Die Kampagne hat sich der Förderung des Unternehmertums in ganz Europa verschrieben und möchte in den einzelnen Ländern starke Impulse geben.

Drei Veranstaltungen im Fokus

Träger der 2. Europäischen KMU-Woche Liechtenstein ist die Regierung des Fürstentums Liechtenstein sowie das KMU-Zentrum der Hochschule Liechtenstein. Verschiedene Partner unterstützen die Veranstaltungsreihe.

Im Zentrum der Kampagne vom 25. Mai bis 1. Juni 2010 in Liechtenstein stehen drei Kompetenz-Veranstaltungen, welche im Zeichen des Unternehmenszyklus durchgeführt werden. Die internationale Vernetzung verleiht der Veranstaltungsreihe einen besonderen Stellenwert. Die einzelnen Veranstaltungen beschäftigen sich explizit und vertieft mit einem unternehmerischen Zyklusabschnitt (Start up, Wachstum/Internationali-



sierung und Nachfolge). Unternehmer, Entscheidungsträger und Wirtschaftsinteressierte sollen bei jeder Veranstaltung getreu dem Motto «Unternehmer lernen von Unternehmern» konkrete Praxisbeispiele und spezifisches Unternehmer-Know-how erhalten.

Internationale Referenten – kostenloser Eintritt

Zwei der drei Veranstaltungen finden in KMU-Betrieben statt, um einen optimalen Wissenstransfer zu ermöglichen. Als Referenten sind

sowohl nationale als auch internationale Unternehmer und Experten im Programm eingeplant, welches in den kommenden Wochen bekannt gegeben wird. Im vergangenen Jahr zählten Referenten wie Business-Querdenker Peter Kreuz oder die Unternehmer Walter Borner und Otto Ineichen zum Programm.

Alle Veranstaltungen der 2. Europäischen KMU-Woche sind kostenlos zugänglich und beinhalten neben einem rund eineinhalbstündigen Impuls-Programm ein Networking-Apéro. ■

Zentrum für kleine und mittlere Unternehmen aus dem Rheintal

Das KMU Zentrum begleitet kleine und mittlere Unternehmen im Laufe ihrer Entwicklung – beim Start, beim Wachstum und bei grundlegenden Veränderungen, beispielsweise bei der Unternehmensnachfolge.

Für kleine und mittlere Unternehmen in der Region bietet das KMU Zentrum unterschiedliche Dienstleistungen an, wie Coaching zur Lösung konkreter Problemstellungen, einen jährlich stattfindenden Businessplan Wettbewerb zur Entwicklung und Überprüfung professioneller Businesspläne, ein Weiterbildungsprogramm zum Know-how Transfer in Management-Lehrgängen, Tagungen und Seminaren sowie Netzwerke zur Förderung der Zusammenarbeit zwi-

schen Wissenschaft, Politik, Verbänden sowie kleinen und mittleren Unternehmen.

Studiengang KMU Management

Der Studiengang KMU Management ist eine Weiterbildung für Praktiker, die eine Berufsausbildung abgeschlossen haben. Unternehmerisch Denken und Handeln ist das zentrale Ausbildungsziel. Im Mittelpunkt steht die Entwicklung der Unternehmensstrategie. Die Teilnehmer lernen das Unternehmen und seine Stellung im Markt zu analysieren und entsprechend neu zu positionieren. Neue Geschäftschancen sind zu entdecken, innovative Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln und im Markt zu realisieren.

Der nächste Studiengang KMU Management findet im Frühjahr 2011 statt.

Coachings für Unternehmer

Coachings von jungen Unternehmen beim Start oder in der Wachstumsphase gehören zu den Kernkompetenzen des KMU Zentrums. Coaching heisst mit Tipps und Tricks zur Seite stehen, Erfahrungen weitergeben oder einfach Hilfe zur Selbsthilfe anbieten. Für Fragen steht ein kompetentes Team aus internen und externen Spezialisten zur Verfügung. Das KMU Zentrum hilft gerne bei einem konkreten Problem, beispielsweise um eine zweite Meinung zu Businessplänen oder Investitionsobjekten einzuholen. www.kmu-zentrum.li.

we develop
entrepreneurs



HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN

www.hochschule.li/entrepreneurship

«Wir sind eine unternehmerische Hochschule»

Im Gespräch mit Urs Baldegger, Van Riemsdijk Lehrstuhl für Entrepreneurship an der Hochschule Liechtenstein.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Urs Baldegger, in einem Universitäten-Ranking zur Unternehmerrausbildung erreichte die Hochschule Liechtenstein den zweiten Platz, kurz nach der ETH Zürich. Erfüllt Sie die Platzierung mit Stolz?

In diesem Ranking von Unis ging es um die Frage, welche Universität die besten Chancen für zukünftige Unternehmer bietet. Und da sind wir im Vergleich mit Unis in der Schweiz und Österreich vorne gelandet. Klar – wir haben uns natürlich schon gefreut.

Wie erreicht man als Universität einen solchen Spitzenplatz? Was macht die Hochschule Liechtenstein besser als andere?

Fokussierung. Wenn man sich als kleine Hochschule auf bestimmte Sparten konzentriert, kann man in diesen Bereich überdurchschnittliche Leistungen bringen. Unternehmertum hat bei uns einen hohen Stellenwert, nicht nur an der Hochschule, sondern in der ganzen Region. Diese Fokussierung macht es im Kern aus, und da ist natürlich auch ein besonderer Spirit, der unsere Institution durchzieht: wir sind ganz einfach eine unternehmerische Hochschule.

Was macht für Sie einen guten Unternehmer aus?

Er muss ein gutes Gespür für Geschäftschancen haben. Er muss mit offenen Augen durch die Welt laufen. Das muss nicht die grosse Idee sein, auch einfache Ideen haben auf dem Markt vielfach ein grosses Potenzial. Und dann muss er das Ding auch wirklich mit anderen zusammen machen und sich nicht als egozentrischer Einzelkämpfer aufführen. Ein wichtiger Punkt kommt hinzu. Er muss lernfähig bleiben, also sein Handeln kritisch reflektieren – allein oder mit Kollegen – um so einen Schritt weiterzukommen.

Die besten Innovationen sind ja meistens die einfachsten. Kann man effektiv lernen, diese zu entdecken?

Wir haben zurzeit gerade ein Forschungsprojekt zum Thema Geschäftschancen entdecken und Unternehmerrausbildung gestartet. Wir sind zwar erst am Anfang, aber einige grobe Linien kristallisieren sich schon heraus. Mit den traditionellen Lernformen wie Vorlesungen und Übungen allein wird man das Ziel wohl kaum erreichen. Man muss die Studierenden in realen Projekten «schwimmen lassen», und sie sollen dort nach innovativen Geschäftschancen suchen. Da kommen schon erstaunliche Ideen auf die Welt. Dieser Lernansatz verändert natürlich das Setting fundamental. Der Dozent mutiert zum Lernpartner, das kollegiale Coaching gewinnt an Bedeutung und das Handeln muss durch eine systematische Reflexion begleitet werden. Es genügt also nicht, eine perfekte Nutzwertanalyse durchzurechnen. Geschäftschancen entdecken lernen viele Studierende erst dann, wenn sie ihre Denkstile erweitern und für neue Erfahrungen offen sind. Alt-Bundesrat Willi Ritschard hat das ja einmal sehr schön formuliert: Wenn Königin Isabella von Kolumbus eine Kosten-Nutzen-Analyse verlangt hätte, wäre Amerika nie entdeckt worden.

Sie haben nun schon eine Vielzahl von Studierenden begleitet. Wie früh erkennen Sie, ob eine Person dieser Aufgabe gewachsen ist?

Bei einigen Studierenden ist man schon früh ziemlich sicher, dass aus denen mal was wird. Sie fallen auf, weil sie überdurchschnittliche Leistungen bringen, nicht nur in Prüfungen, sondern vor allem in Projekten. Da werden halt nicht nur fachliche, sondern auch soziale und handlungsorientierte Kompetenzen gefordert. Zuweilen muss man bei der Fähigkeit, über das eigene Handeln kritisch zu reflektieren, etwas nachhelfen. Bei anderen Studierenden gibt es die schönen Überraschungen, weil man sie unterschätzt hat. Dann kommt da auf



Urs Baldegger

einmal eine Einladung für eine Geschäftseröffnung oder ein Firmenjubiläum. Das ist in letzter Zeit einige Male passiert, und das gibt unserem Engagement als Hochschule schon viel Sinn.

Hat die Wirtschaftskrise die Sichtweise der Studierenden in irgendeiner Form verändert? Haben sich die Werte verschoben?

Einen einheitlichen Trend vermag ich nicht zu erkennen. Einige sind einfach froh, dass sie noch nicht voll im realen Wirtschaftsspiel integriert sind. Sie sind in Warteposition und hoffen auf bessere Zeiten, sie glauben also an so etwas wie eine Verlängerung der erfolgreichen Vergangenheit. Andere wiederum sind sich bewusst geworden, dass man nicht einfach auf eine Unternehmung warten darf, die für einen die Laufbahnplanung macht und so quasi automatisch in gut bezahlte Berufspositionen hinaufbefördert. Man muss vielmehr selber nach Berufschancen suchen, die eigene Laufbahn selber gestalten und Karrierebrüche einkalkulieren, also sich durchaus unternehmerisch verhalten. ■



Bildung mit Perspektiven

Banking & Finance

- > Executive MBA in Wealth Management
- > Private Banking - Hochschullehrgang und Nachdiplomstudium
- > Hochschullehrgang International Fund Business und International Fund Strategy

Entrepreneurship & Management

- > MBA International Management
- > Executive MBA in Entrepreneurial Management
- > MAS in Business Administration
- > Wirtschaftsingenieur
- > KMU Management

Recht & Treuhandwesen

- > Executive Master of Laws (LL.M.) im Gesellschafts-, Stiftungs- und Trustrecht
- > Treuhandwesen Wealth Management

Wirtschaftsinformatik

- > Modulare Weiterbildung
- > Software-Architekt (DAS)
- > Solution Architect (TERP 10 - SAP ERP)

Executive MBA Entrepreneurial Management

Mit dem Executive MBA Entrepreneurial Management bietet die Hochschule Liechtenstein den klassischen Weiterbildungslehrgang für Führungskräfte in der Region an. Die Hochschule Liechtenstein greift dabei auf einen intensiven Dialog mit der regionalen Wirtschaft und langjährige Erfahrung in der berufsbegleitenden Weiterbildung zurück.



Die Studierenden profitieren von einem anspruchsvollen Mix aus praxisorientierten Fallbeispielen und theoretischen Grundlagen. Die Internationalität der Teilnehmer und die unterschiedlichen Unternehmenskulturen regen den Dialog über zentrale Managementthemen an, fördern den sozialen Kontakt und den Aufbau von wertvollen Netzwerken, die sowohl für die Teilnehmenden als auch für ihre Arbeitgeber wichtig sind.

Der Executive MBA Entrepreneurial Management vermittelt das erforderliche betriebswirtschaftliche Grundwissen und befähigt die TeilnehmerInnen, dieses in der Führungspraxis umzusetzen. Unternehmerisches Denken und Handeln werden besonders betont. Im Kern geht es darum, ständig neue Geschäftschancen zu finden und die Wettbewerbsvorteile im Markt konsequent aususchöpfen.

Die TeilnehmerInnen lernen, komplexe Managementprobleme erfolgreich zu lösen. Sie

setzen sich mit Entscheidungssituationen in wachsenden Unternehmungen auseinander und bearbeiten exemplarisch Praxisprobleme anhand von ganzheitlichen Unternehmensmodellen. Sie lernen, die Entwicklung der Unternehmen im ökonomischen, politischen, sozialen und ökologischen Umfeld zu beur-

teilen und Konsequenzen für ihr Handeln abzuleiten.

Der Studiengang Executive MBA Entrepreneurial Management richtet sich an AbsolventInnen von Hochschulen mit Berufserfahrung oder gleichwertiger Ausbildungslehrgänge mit mindestens dreijähriger Führungserfahrung.

Der Executive MBA Entrepreneurial Management ist modular aufgebaut und umfasst vier Semester. Im ersten Semester geht es um die Grundfunktionen der Betriebswirtschaftslehre, die entlang der Wertschöpfungskette angesiedelt sind: Marketing, Leistungserstellung, Human Resources und Finanzen. Im zweiten Semester geht es vor allem um die Gestaltung und Steuerung von Unternehmen. Dazu gehören die Module über Business Plan, Leadership und Strategie.

Das dritte Semester konzentriert sich auf unternehmerisches Denken und Handeln. Es werden Wachstumsstrategien, Internationalisierung, Change Management, Corporate Governance und Fragen der Finanzierung des Wachstums behandelt. Das Masterstudium schliesst mit einer Thesis, die im vierten Semester verfasst wird. ■

Start Lehrgang

20. August 2010

Studienberatung

Dr. oec. HSG Hans Vettiger
Leiter Weiterbildung
Telefon + 423 265 12 87, Fax + 423 265 12 71
hans.vettiger@hochschule.li

Betriebsökonomin FH

Nadine Hasler, Studienbetriebsleitung
Telefon + 423 265 12 78, Fax + 423 265 12 71
nadine.hasler@hochschule.li

Hochschule Liechtenstein

Institut für Entrepreneurship
Fürst-Franz-Josef-Strasse
9490 Vaduz
Liechtenstein
Telefon + 423 265 12 72
Fax + 423 265 12 71
entrepreneurship@hochschule.li
www.hochschule.li/
entrepreneurship

Initiative Unternehmer mit innovativen Geschäftsideen

Wer hat eine gute Idee, mit der man Geld verdienen kann? Dann unverzüglich ein eigenes Unternehmen gründen! Noch besser ist, am Businessplan Wettbewerb Liechtenstein Rheintal 2010 teilzunehmen. Dort steht Coaching bereit, warten Förderungsgelder und bestehen Chancen auf Invest-Beteiligungen.

Auch initiative Jungunternehmer, die eine eigene Firma gründen wollen, haben oft die Vorstellung, für eine erfolgreiche Unternehmung müsse man eine Erfindung machen oder eine geniale Idee umsetzen. Die Realität sieht nicht so eng aus, wie viele erfolgreiche Unternehmen im Fürstentum Liechtenstein sowie in der Region Rheintal und in Vorarlberg zeigen. Um die Erfolgchancen eines Unternehmens abzuschätzen, kann ein Businessplan eine der wertvollsten Hilfestellungen sein. Der Businessplan Wettbewerb Liechtenstein Rheintal 2010 dient der Weckung des Unternehmergeistes und der Förderung des Unternehmensnachwuchses in der Region Rheintal. Gesucht werden damit junge, initiative Unternehmerinnen und Unternehmer, die eine innovative Idee in einem eigenen Unternehmen im Produktionssektor oder im Dienstleistungsbereich umsetzen wollen. Der Businessplan Wettbewerb, den das KMU Zentrum an der Hochschule Liechtenstein gemeinsam mit der Interstaatlichen Hochschule für Technik Buchs NTB und der Fachhochschule Vorarlberg durchführt, wendet sich aber nicht nur an junge Leute, die erstmals die Umsetzung einer Geschäftsidee planen. Der Wettbewerb steht auch Jungunternehmern offen, deren Betrieb sich in einer Wachstumsphase befindet und Beratung sowie einen Investitionschub benötigt.

Von der Planung zum Investment

Der Businessplan Wettbewerb gliedert sich in drei Phasen. «Plan it» lautet die Aufforderung in einer ersten Phase einen Businessplan zu entwickeln. Die eingereichten Businesspläne werden von einer Fachjury begutachtet. Die besten Ideen werden an der Preisverleihung



am 8. Juni 2010 prämiert. Die anschliessende Finanzierungs- und Investitionsphase «Invest it» steht allen von der Fachjury ausgezeichneten Wettbewerbsteilnehmern offen. Ein erfahrenes Unternehmerteam der IGL Innovationsgruppe Liechtenstein AG und der St.Galler Kantonalbank fällt die Entscheidung, in welche Geschäftsideen investiert wird. Für den ausgewählten Businessplan, der in Liechtenstein verwirklicht wird, steht ein Investitionsvolumen von 250'000 Franken zur Verfügung. Wird das Businessplan-Projekt im Kanton St.Gallen realisiert, kann das Siegerprojekt mit attraktiven Krediten bis zu einer Höhe von 600'000 Franken rechnen. In der

dritten Phase «Do it» geht es um die Umsetzung der Geschäftsidee. Das KMU Zentrum an der Hochschule Liechtenstein begleitet die Unternehmen während der Gründung, in Wachstumsphasen und auch in Krisensituationen.

Anmeldungen bis zum 20. April 2010

Bis zum 20. April 2010 kann man sich zum Businessplan Wettbewerb Liechtenstein Rheintal noch anmelden und seinen Businessplan einreichen. Alle Informationen zum Wettbewerb finden Sie online unter www.businessplan-wettbewerb.li. ■

Wir bringen Sie auf Erfolgskurs!



Professionelles Personalmanagement ist richtungsweisend für den Unternehmenserfolg. Mit Erfahrung, Kompetenz und einem weitläufigen Beziehungsnetz bringen wir Sie auf den richtigen Kurs.

Unternehmens- und Personalberatung für gehobene Ansprüche



Ferdinand Georg Waldmüller, Detail aus «Die Unterrichtsstunde», 1837
© Sammlungen des Fürsten von und zu Liechtenstein, Vaduz – Wien, LIECHTENSTEIN MUSEUM, Wien, www.liechtensteimmuseum.at

Die Kunst, Werte über Generationen zu erhalten.

Als klassische Privatbank sehen wir es als unsere Aufgabe, Sie in Vermögensfragen langfristig zu begleiten. Darum legen wir grössten Wert auf eine vertrauensvolle Partnerschaft und eine individuelle Beratung.

Die Tatsache, dass unsere grösste Kundin – die Fürstenfamilie von Liechtenstein – auch unsere Eigentümerin ist, verpflichtet uns dabei doppelt: Wir handeln als Unternehmen immer auch im Sinne unserer Kunden.

Wenn Sie mehr über unsere langfristigen Anlagemöglichkeiten erfahren möchten, freuen wir uns auf ein persönliches Gespräch.

LGT Bank in Liechtenstein AG

Herrengasse 12, FL-9490 Vaduz
Telefon +423 235 11 22

www.lgt.com
Vaduz und 28 weitere Standorte weltweit.



**Wealth
Management**