

Swiss Life tritt in Liechtenstein kürzer

Zürich/Schaan. – Die Swiss Life will im Geschäft mit vermögenden Kunden (Private Placement Life Insurance – PPLI) stärker auf die Standorte Luxemburg und Singapur setzen. Am Liechtensteiner Standort in Schaan werde in Zukunft bestehendes PPLI-Geschäft verwaltet und nur noch wenig Neugeschäft generiert, erklärte CEO Bruno Pfister am Mittwoch an der Bilanzmedienkonferenz in Zürich. (sda/wr)

Südostschweiz organisiert sich neu

Chur. – Das Medienunternehmen Südostschweiz Medien wird neu strukturiert. Ziel ist eine stärkere Ausrichtung auf einen konvergenten Marktauftritt. Unter der Leitung von CEO Andrea Masüger wird das Unternehmen auf Anfang März in die Bereiche Medien, Nutzermarkt, Werbemarkt, Medien-Dienstleistungen sowie F&R/Personal gegliedert, wie die Südostschweiz Medien am Mittwoch mitteilten. Hintergrund der Neugliederung ist der im 2014 vorgesehene Bezug eines neuen Medienhauses auf dem Churer Rossboden. (sda)

Liechtensteiner im Autofieber

Vaduz. – Im vergangenen Jahr wurden in Liechtenstein 2108 neue Personalfahrzeuge in Verkehr gesetzt. Das entspricht einem Zuwachs von 3,9 Prozent, wie das Amt für Statistik gestern mitteilte. Mehr Neuzulassungen wurden letztmals in den Jahren 1999 und 2000 verzeichnet. Die beliebteste Automarke der Liechtensteiner ist und bleibt Volkswagen. Nach den Typen betrachtet lagen vier Modelle von Volkswagen an der Spitze: Der VW Golf an erster Stelle, gefolgt vom VW Passat, VW Polo und dem VW Tiguan. (pd/wr)

Finanzplatz steuert neue Ufer an

Vaduz. – Liechtenstein will seinen Finanzplatz weiter konsequent auf die Vermögensstrukturierung und -verwaltung ausrichten. Dieser Grundsatz ist das Resultat der neuen integrierten Finanzplatzstrategie, die gestern vorgestellt wurde. Künftig will das Land seine Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität auch ausserhalb des kontinentaleuropäischen Rechts- und Wirtschaftsraumes erhöhen. (sda/pd)

Bauern suchen Nähe zum Kunden



Die Idylle trägt nicht: Das Biolandwirtepaar Franky und Leni Willinger mit seinem Nachwuchs auf seinem Hof in Bendern.

Bild www.bioland.li

Die Landwirte der Region hoffen nach den jüngsten Lebensmittelskandalen, dass ihre Produkte mehr Abnehmer finden. Doch sind sie selbst auch in der Pflicht, die Angebote zu bündeln und näher an die Konsumenten zu rücken.

Von Stefan Lenherr

Vaduz. – Während Franky Willinger auf seinem Hof in Bendern zu den Tieren schaut, ist seine Frau Leni gerade mit dem Lieferwagen unterwegs zu einem Kunden. Die beiden Biolandwirte verkaufen direkt, was sie auf ihrem Hof produzieren: Milch, Fleisch von Rind und Kalb, Trockenfleisch, Würstchen, Eier und selbst gemachten Sirup. Franky Willinger spricht von einem «schönen Kundestamm», der im Lauf der Jahre aufgebaut werden konnte. Die Kundschaft schätzt die Qualität. Es sei sehr selten, dass jemand abspringt. Im Gegenteil, durch Mund-zu-Mund-Propaganda würde immer wieder neue Kundschaft auf das Angebot des Rietthofs aufmerksam. «Nach dem Fleischskandal werden es vielleicht

noch ein paar mehr werden, die stärker darauf achten, wo sie einkaufen», sagt Willinger.

Waren gebündelt anbieten

Bewusst einkaufen, lautet das Gebot der Stunde. Wie lange das stärkere Bewusstsein anhält, steht in den Sternen. Ein Grossteil der Konsumenten wird wohl weiterhin die Regale der grossen Detaillisten nach den günstigsten Angeboten durchforsten. Für den berufstätigen Konsumenten ist es nicht eben einfach, sich mit den ökologischen Lebensmitteln aus regionaler Produktion einzudecken. Denn ein zentraler Ort, wo die Produkte aus der Region angeboten werden, fehlt. «Man muss heute an fünf verschiedenen Orten einkaufen, um einen kleinen Einkaufskorb mit Produkten aus Liechtenstein zu füllen», sagt Klaus Büchel, Geschäftsführer der Vereinigung bäuerlicher Organisationen (VBO), «dafür hat kaum jemand Zeit. Wir müssen die Waren gebündelt anbieten.» Bündel schwebt deshalb vor, eine Handelsplattform aufzubauen, bei der die regionalen Lebensmittelproduzenten täglich ihr Angebot melden und die Waren so gebündelt an Interessenten weitervermittelt werden können. Auf

diese Weise könnte nicht nur die Gastronomie sowie Privatpersonen direkt beliefert werden, für die Kleinproduzenten könnten sich auch die Türen der grossen Detaillisten öffnen, wo man bislang bis auf wenige Ausnahmen vergeblich nach Produkten aus der engeren Region sucht. Denn Migros, Coop und Co. verlangen von ihren Lieferanten gewisse Mengen, gleichbleibende Qualität und Kontinuität. Eine Handelsplattform würde es laut Büchel erleichtern, diese Bedingungen erfüllen zu können. Zudem könnten die heimischen Produkte einheitlich vermarktet werden.

Marke «Natürlich vo do» stärken

Im Marketingbereich tut sich bereits etwas. Seit 2010 befindet sich die eigene Regionalmarke «natürlich vo do» im Aufbau. Dahinter steckt die Stiftung Agrarmarketing Liechtenstein (Agma), die vom Land Liechtenstein, der VBO, dem Milchverband und der Wirtschaftskammer gegründet wurde. Die Bekanntheit der Regionalmarke wachse, sagt Agma-Geschäftsführer Heimo Wohlwend, der sich im laufenden Jahr den Durchbruch der Marke erhofft. Denn nur wenn die Konsumenten die «natürlich vo do»-Produk-

te nachfragen, entstehe ein wirksamer regionaler Kreislauf. Bei den Produzenten stosse die Initiative auf grosse Akzeptanz, sagt Wohlwend. 26 Partner zähle man mittlerweile, darunter Landwirte, Verarbeiter und Händler. 12 Produzenten hätten sich lizenzieren lassen und damit versichert, dass ihre Produkte zu 80 Prozent aus heimischen Rohstoffen hergestellt werden.

Näher am Konsumenten

Bei der Agma ist man derzeit auch bestrebt, «dorthin zu gehen, wo die Konsumenten sind». Hierzu sei es nötig, das Angebot der Wochenmärkte in den verschiedenen Gemeinden stärker zu bündeln sowie an Dorffesten oder am Staatsfeiertag in Vaduz gemeinsam aufzutreten, sagt Wohlwend. Zudem befinde man sich in Verhandlungen mit Migros Ostschweiz, die bekanntlich den Ländlemarkt in Schaan übernimmt und voraussichtlich 2015 auch in Triesen einen eigenen Supermarkt eröffnen wird. Das Ziel ist es, heimische Produkte in die Regale zu bringen, um Kleinproduzenten wie dem Biolandwirtepaar Franky und Leni Willinger, einen wertvollen Absatzkanal zu bieten.

Europas Weg aus dem Teufelskreis der Krise

Vier Jahre nach dem Höhepunkt der Finanzkrise hat in Europa eine «neue Normalität» Einzug gehalten. Was es braucht, damit diese positive Entwicklung weitergeht, war Thema der diesjährigen Liechtensteiner Konjunkturgespräche.

Von Angela Hüppi

Vaduz. – Zahlungsbilanzkrise, Staatsschuldenkrise und Bankenkrise – Gastreferent Christian Keuschnigg sprach gestern im Rahmen der 9. Liechtensteiner Konjunkturgespräche von drei Krisen, die Europa seit 2008 erschütterten und zu Unstimmigkeiten zwischen den Eurostaaten führten. «Die Einführung des Euro sollte ursprünglich zu einer Einigung der europäischen Länder führen. Zurzeit be-

obachten wir eher das Gegenteil», sagte Keuschnigg, Direktor des Instituts für Höhere Studien in Wien. Einzelnen seien diese Krisen nicht zu lösen, da Privatwirtschaft, Bankenbranche und Staatshaushalt zu stark voneinander abhängen. «Soll Europa aus der Krise geführt werden, müssen diese Problemfelder gleichzeitig angepackt werden», so Keuschnigg.

Wachsenden Nord-Süd-Gefälle

Als einen der Hauptgründe für die Krise in Europa nannte Keuschnigg die Währungsunion. «Für den Süden ist der Euro zu hart, für den Norden zu weich», sagte er. Ein Anpassungsmechanismus wie Auf- und Abwertung der nationalen Währung fehle gänzlich, wodurch im Norden Staatskapital und im Süden Staatsschulden angehäuft würden. In den weniger wettbewerbsfähigen Ländern entstehe so ein

Teufelskreis: Eine hohe Staatsverschuldung führt zu Rezession und Arbeitslosigkeit, das wiederum zu einem Insolvenzrisiko für die Banken.

Für Keuschnigg gibt es nur einen Weg, wie Europa wieder aus der Krise kommt: «Die Handelsdefizite sowie die Staatsverschuldungen müssen abgebaut, und die Banken stabilisiert werden.» Konkret heisst das, dass beispielsweise das Lohnniveau in wirtschaftlich schwachen Ländern der Produktion angepasst werden und das Eigenkapital der Banken erhöht werden muss. Im Bereich der Banken brauche es zudem eine zentrale Regulierung, da die Banken im Euroraum grenzüberschreitend tätig seien und nationale Kontrollorgane daher wenig Sinn machen würden. Und schliesslich müsse als letzte Konsequenz auch der Austritt aus der Währungsunion möglich sein – «nur so kann die

Glaubwürdigkeit der Krisenpolitik gewährleistet werden».

Verhaltenes Wachstum prognostiziert

Viele dieser Lösungsansätze wurden bereits umgesetzt, und haben in Europa zu einer «neuen Normalität» geführt, wie Carsten-Henning Schlag von der Konjunkturforschungsstelle Liechtenstein (KOFEL) ausführte. Werden die Bemühungen weiterverfolgt, könnte in einigen Jahren aus dem Teufelskreis ein positiver Zirkel werden. Dies schlägt sich auch in den Konjunkturprognosen für Liechtenstein nieder. Die KOFEL prognostiziert für 2013 in den Bereichen Direktexporte, Beschäftigung und Bruttoinlandsprodukt ein verhaltenes Wachstum. Wie sich die Liechtensteiner Wirtschaft tatsächlich entwickelt, hängt allerdings von der Entwicklung der Finanzmärkte und des Euro-Wechselkurses ab.



«Ein Austritt muss möglich sein»: Christian Keuschnigg über die Krise der Währungsunion. Bild Elma Korac