



JETZT ANMELDEN

www.unternehmertag.li

20^{er}
Unternehmertag

20 Jahre Mut zur Zukunft

Mittwoch, 25. Juni 2025
um 13.30 Uhr
Spoerry-Halle, Vaduz



TRÄGER



REGIERUNG
DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN

HAUPTPARTNER





How do
entrepreneurs
shape the
future
with
confidence?

■ ■ ■
The better the question.
The better the answer.
The better the world works.

Der Unternehmertag feiert sein 20-jähriges Jubiläum

Der Unternehmertag feiert am 25. Juni sein 20-jähriges Bestehen. Zum Jubiläumsmotto «20 Jahre Mut zur Zukunft» sprechen unter anderem Erbprinz Alois von und zu Liechtenstein, KI-Expertin Sarah Lewandowski sowie die Chefs von Kybun Joya, Hoval und Thyssenkrupp Presta.



Hochkarätige Gäste treten am diesjährigen Unternehmertag auf.

Foto: pd

Der Unternehmertag ist seit 20 Jahren der zentrale und wichtigste Treffpunkt für Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft. Die Tagung fokussiert auf die Bedürfnisse von Industrie und Gewerbe und bringt jedes Jahr hochkarätige Gäste auf die Bühne. Das Jubiläum am Mittwoch, 25. Juni, in der Spoerry-Halle in Vaduz steht unter dem Motto «20 Jahre Mut zur Zukunft» und wird die Gäste mit einem vielfältigen Programm überraschen.

Aufbruch trotz Unsicherheiten

Nach der Begrüßungsansprache

von Liechtensteins Wirtschaftsminister Hubert Büchel blickt Thomas Gitzel, Chefökonom VP Bank, auf die aktuelle Konjunkturlage und skizziert die ökonomischen Herausforderungen für KMU und Industrie in Liechtenstein.

Zum Jubiläum wird erstmals Erbprinz Alois von und zu Liechtenstein am Unternehmertag auftreten. Das stellvertretende Staatsoberhaupt des Fürstentums Liechtenstein wird in einem Talk zu den aktuellen politischen Herausforderungen und ihren Auswirkungen auf die liechtensteinerische Wirtschaft sprechen.

Dem Erfolgsgeheimnis auf der Spur

Das Erfolgsgeheimnis bekannter Marken kennt Leone Ming bestens. Der Agenturgründer und Markenexperte wird anhand konkreter Beispiele über die Do's and Don'ts in der Markenführung sprechen. Anschliessend erzählen Karl Müller senior und Karl Müller junior, wie die Erfindung eines gesundheitsfördernden Schuhs zu einer weltweit erfolgreichen Schuhmarke geführt hat.

Nach der Erfrischungspause spricht Sarah Lewandowski über die Herausforderungen der digita-

len Transformation. Sie ist Global Technology & Innovation Lead bei Bayer und leitet seit 2023 das KI-Team beim deutschen Agrarchemie- und Pharmakonzern.

Herausforderungen für den Wirtschaftsstandort

Vielfältige Herausforderungen beschäftigen aktuell sowohl KMU als auch Industrie. Die CEOs Fabian Frick und Patrick Vith diskutieren unter der Leitung von Moderator Tobias Müller über die Auswirkungen der aktuellen ökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten auf ihre Unternehmen. Fabian Frick ist Co-CEO der Hoval-Gruppe mit Sitz in Vaduz. Patrick Vith ist CEO von Thyssenkrupp. Zum Abschluss betritt Timo Wopp die Bühne. Der preisgekrönte Kabarettist präsentiert sein Wirtschaftswissen auf unterhaltsame Art und Weise. Abgerundet wird der Unternehmertag mit einem Networking-Apéro.

Träger der Tagung ist die Regierung des Fürstentums Liechtenstein. An Bord sind zahlreiche Partner aus der Privatwirtschaft und Wirtschaftsverbände. Veranstalter ist der Verein Unternehmertag in Zusammenarbeit mit der Eventagentur Skunk AG.

Informationen und Anmeldungen unter www.unternehmertag.li.

Inhaltsverzeichnis

Programm 2025	Seite 5
Markus Goop & Patrick Stahl	Seite 7
Erbprinz Alois von und zu Liechtenstein	Seite 9
Hubert Büchel	Seite 11
Fabian Frick	Seite 13

Patrick Vith	Seite 15
Karl Müller senior und junior	Seite 17
Leone Ming	Seite 19
Thomas Gitzel	Seite 21
Klimastiftung	Seite 23
Almut Jehle	Seite 25

Impressum

Herausgeber

Verein Unternehmertag
www.unternehmertag.li
info@unternehmertag.li
 Telefon +423 231 18 28

Produktion

Vaduzer Medienhaus AG, 9490 Vaduz

Druck

Somedia Partner AG, 9469 Haag

Programm

Mittwoch, 25. Juni, 13.30 Uhr, Spoerry-Halle, Vaduz

«20 Jahre Mut zur Zukunft»

13.30 Uhr –

Begrüßungsansprache

Hubert Büchel, Wirtschaftsminister des Fürstentums Liechtenstein



Hubert Büchel
Wirtschaftsminister des Fürstentums Liechtenstein



Thomas Gitzel
Chefökonom VP Bank



Erbprinz Alois von und zu Liechtenstein
stellvertretendes Staatsoberhaupt des Fürstentums Liechtenstein

13.45 Uhr –

Ökonomischer Einstieg

Thomas Gitzel, Chefökonom VP Bank

14.00 Uhr –

Gespräch zu aktuellen politischen Herausforderungen

Erbprinz Alois von und zu Liechtenstein, stellvertretendes Staatsoberhaupt des Fürstentums Liechtenstein



Leone Ming
Markenexperte



Karl Müller senior
Gründer MBT & Kybun



Karl Müller junior
Mitinhaber Kybun-Joya-Gruppe

14.30 Uhr – Impuls

Leone Ming, Markenexperte

14.45 Uhr – Talk

Karl Müller sen., Gründer MBT & Kybun; Karl Müller jun., Mitinhaber Kybun-Joya-Gruppe

15.05 Uhr – Erfrischungspause

15.45 Uhr – Vortrag

Sarah Lewandowski
Global Technology & Innovation Lead bei Bayer



Sarah Lewandowski
Global Technology & Innovation Lead bei Bayer



Fabian Frick
Co-CEO Hoval-Gruppe



Patrick Vith
CEO Thyssenkrupp Presta

16.15 Uhr – Podiumsdiskussion

Fabian Frick, Co-CEO Hoval-Gruppe; Patrick Vith, CEO Thyssenkrupp Presta

16.40 Uhr – Schlusspunkt

Timo Wopp, Kabarettist und Komiker



Timo Wopp
Kabarettist und Komiker



Tobias Müller
Moderation

17.10 Uhr – Networking-Apéro

Moderation Tobias Müller, SRF-Moderator und Wissensvermittler (SRF «Einstein»)

Was ist besser als eine Versicherung, die an alle Backups denkt?

Der digitale Wandel bietet Schweizer KMU grosse Chancen. Gleichzeitig wird die Netz- und Informationssicherheit (Cyber Security) immer wichtiger. Deshalb bietet Zurich ihren Firmenkunden einen umfassenden Cyber-Versicherungsschutz: Wir leisten Unterstützung in der Prävention und im Ernstfall kommen wir nicht nur für die finanziellen Folgen eines Cybervorfalls auf, sondern stehen Ihnen auch engagiert und professionell zur Seite – damit aus einem Cybervorfall kein grösseres Problem wird.

Ihre Vorteile:

- kostenloses Cyber-Sicherheitstraining für Ihre Mitarbeitenden und Risiko-Assessment zu Vorzugspreisen
- einfache und transparente Deckungsbeschriebe
- Zusatzbausteine für branchenspezifische Bedürfnisse und neue Risiken
- kompetente Unterstützung dank unseres Profi-Netzwerkes von Spezialisten im Schadenfall
- Klärung der Schadenursache und Unterstützung bei der nachhaltigen Beseitigung von Sicherheitslücken
- speziell für KMU massgeschneidertes Angebot



Nehmen Sie jetzt mittels QR-Code mit uns Kontakt auf oder rufen Sie uns an unter: +423 265 52 52

Zurich, Generalagentur Robert Wilhelmi

Europark, Austrasse 79
9490 Vaduz
www.zurich.ch/vaduz



«Das Bedürfnis nach Austausch und Inspiration ist stärker denn je»

Der Unternehmertag feiert sein 20-jähriges Jubiläum. Die Veranstalter Markus Goop und Patrick Stahl von der Eventagentur Skunk AG blicken aus diesem Anlass zurück und in die Zukunft.

Der Unternehmertag feiert sein 20-jähriges Bestehen. Was bedeutet dieses Jubiläum für Sie?

Markus Goop: Es ist ein besonderer Moment. Als wir 2005 mit dem Unternehmertag gestartet sind, waren wir sehr ambitioniert, hätten aber nicht gedacht, dass sich die Tagung zur wichtigsten Plattform für Unternehmertum in Liechtenstein und Region entwickeln würde. Und ein Ende ist nicht in Sicht. Im aktuellen Umfeld von geopolitischen Veränderungen und digitaler Transformation ist das Bedürfnis bei Unternehmern und Entscheidungsträgern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik nach Austausch, Inspiration und Vernetzung stärker denn je.

Wie kam es damals zur Lancierung dieser neuen Plattform?

Markus Goop: Wir haben den Unternehmertag gemeinsam mit wichtigen Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft ins Leben rufen dürfen. Es war von Anfang an das Ziel, eine neuartige Plattform zu schaffen, um gezielt die vielfältigen Bedürfnisse von KMU und Industrie in den Fokus zu stellen und nationale und internationale Best-Practice-Impulse zu präsentieren. Unternehmer waren und sind immer noch besonders gefordert, wenn es um Herausforderungen wie Internationalisierung, Margendruck und neue Technologien geht, weil sie begrenzte Ressourcen zur Verfügung haben. Aus diesem Grund ist der Austausch von Wissen, Erfahrungen und Netzwerken ein zentraler Aspekt des Unternehmertags. Ein besonderer Dank gilt den damaligen Wegbegleitern und Unterstützern, die uns nach wie vor sehr freundschaftlich verbunden sind. Viele sind heute noch mit an Bord.

Wie hat sich der Unternehmertag seither weiterentwickelt?



Die Veranstalter Patrick Stahl und Markus Goop.

Foto: PD

Patrick Stahl: Der Unternehmertag hat sich zu einem Fixpunkt in der Agenda von Entscheidungsträgern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft entwickelt. Es ist uns besonders wichtig, dass wir jedes Jahr ein spannendes Programm bestehend aus Referaten, Diskussionsrunden und Networking-Möglichkeiten bieten, um alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer gleichermaßen anzusprechen. Dazu gehört auch eine vielfältige Mischung aus Persönlichkeiten, seien dies ausländische Politiker, internationale Konzernchefs oder regionale Unternehmer.

An wen denken Sie dabei?

Patrick Stahl: Die Liste der bisherigen Referentinnen und Referenten liest sich wie ein Who-is-who-Magazin. Wir durften unter anderem Nestlé-Chef Paul Brabeck, Stadler-Rail-Inhaber Peter Spuhler, Thyssenkrupp-CEO Heinrich Hiesinger sowie die Bundesräte Doris Leuthard und Alain Berset auf der Bühne begrüßen. Es gab viele eindrucksvolle Momente – von überraschenden Aussagen über kontroverse Diskussionen bis hin zu bewegenden Begegnungen im Publikum. Aber auch spannende Formate mit Firmengründern oder Familienunternehmern zeigen, wie vielfältig Unternehmertum ist.

Was hat sich am Unternehmertag über die Jahre verändert und was ist gleich geblieben?

Markus Goop: In der Grundidee ist sich der Unternehmertag treu geblieben: Unternehmerinnen und Unternehmer zusammenzubringen, ihnen Impulse zu geben und den Dialog zu fördern. Verändert hat sich das Format: Wir sind dynamischer, digitaler und thematisch breiter geworden. Heute spielen neben Unternehmensführung, Internationalisierung und Innovation auch Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit oder gesellschaftliche Verantwortung eine wichtige Rolle.

Was macht für Sie im Vergleich zu anderen Wirtschaftstagungen den Unternehmertag besonders?

Patrick Stahl: Es ist die Atmosphäre. Der Unternehmertag soll professionell daherkommen, aber nie steif wirken. Wir setzen bewusst auf eine Mischung aus inhaltlicher Tiefe und persönlichem Austausch. Viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer schätzen, dass man hier nicht nur Top-Speaker auf der Bühne sieht, sondern auch Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Region auf Augenhöhe begegnet.

Welche Rolle spielt der Unternehmertag für den Wirtschaftsstandort Liechtenstein?

Markus Goop: Der Unternehmertag ist über die Jahre zu einer wichtigen Plattform für den Wirtschaftsstandort geworden. Er schafft Sichtbarkeit für das unternehmerische Potenzial im Land und darüber hinaus. Gleichzeitig trägt er zur Standortattraktivität bei – weil er Themen setzt, Netzwerke stärkt und einen Beitrag zur wirtschaftspolitischen Diskussion leistet. Und unternehmerische Erfolgsgeschichten präsentiert, wie dies nur Liechtenstein kann.

Wie sehen Sie die Zukunft des Unternehmertags? Was erwartet uns in den kommenden Jahren?

Patrick Stahl: Der Unternehmertag wird sich auch künftig weiterentwickeln – thematisch, organisatorisch und technisch. Aber das Herzstück bleibt: unternehmerisch denkende Menschen zusammenzubringen. Wir wollen noch mehr unterschiedliche Perspektiven einbinden – von Start-ups über Familienbetriebe bis hin zu internationalen Akteuren. Und: Wir wollen auch jüngere Generationen noch gezielter ansprechen, denn sie sind die Unternehmerinnen und Unternehmer der Zukunft.

Wenn Sie sich etwas für die nächsten 20 Jahre wünschen dürften, was wäre das?

Markus Goop: Mut zur Zukunft ist auch unser Motto. Das heisst, dass der Unternehmertag weiterhin ein Ort des Dialogs, der Diskussionen und der Inspiration bleibt. Dass er Menschen motiviert, unternehmerisch zu denken – im Unternehmen, in der Politik oder in der Gesellschaft. Und dass wir gemeinsam mit allen Partnern, Sponsoren und Teilnehmenden diese Erfolgsgeschichte weiterschreiben können.



Arbeit cooler Leben

Warum
nicht
beides?

Mit unserer Beratung helfen wir Ihnen, Ihre finanziellen Lebensziele zu erkennen und zu erreichen. Gemeinsam entwickeln wir Anlagestrategien mit dem richtigen Lösungsmix.



vpbank.com/leben

VPBANK

«Der Unternehmertag ist eine hervorragende Plattform»

Erbprinz Alois von und zu Liechtenstein wird erstmals am Unternehmertag sprechen. Das stellvertretende Staatsoberhaupt setzt auf liberale Rahmenbedingungen, eine gute Bildung sowie einen guten Zugang zu Wissenschaft und Forschung.

Durchlaucht, der Unternehmertag feiert dieses Jahr sein 20-jähriges Jubiläum. Welche Bedeutung messen Sie dieser Plattform für den Wirtschaftsstandort Liechtenstein bei?

Der Unternehmertag ist zu einem wichtigen, identitätsstiftenden Anlass für die Liechtensteiner Wirtschaft geworden. Er ist ausserdem eine hervorragende Plattform des Austauschs für unsere Unternehmen.

Liechtenstein ist bekannt für Stabilität, Innovationskraft und Unternehmergeist. Welche Rahmenbedingungen sehen Sie als besonders entscheidend für die Weiterentwicklung dieser Stärken?

Für die Weiterentwicklung dieser Stärken halte ich es für besonders entscheidend, Planungssicherheit und möglichst viel Gestaltungsräume zu bieten, indem wir nur zurückhaltend und zielgerichtet regulieren. Ausserdem ist es wichtig, dass wir unser Aus- und Weiterbildungssystem weiter optimieren und einen guten Zugang zu Wissenschaft und Forschung – auch durch enge Kooperation mit unseren Nachbarstaaten – sichern.

Die Welt erlebt geopolitische, wirtschaftliche und technologische Umbrüche. Welche Herausforderungen und Chancen ergeben sich daraus für ein kleines, aber global vernetztes Land wie Liechtenstein?

Als Kleinstaat mit einer sehr international ausgerichteten Wirtschaft sind solche Umbrüche eine Herausforderung, zumal wir diese Umbrüche nicht beeinflussen können. Wir können sie jedoch auch als Chance nutzen, indem wir diese Veränderungen akzeptieren und sie nicht als Bedrohung, sondern als Gelegen-



Erbprinz Alois von und zu Liechtenstein spricht erstmals am Unternehmertag.

Foto: Michael Zanghellini

heit sehen, sich weiterzuentwickeln. Dazu müssen wir uns auch auf unsere eigenen Stärken besinnen und in unsere Grundwerte vertrauen, die sich über lange Zeit als Richtschnur bewährt haben.

Werte wie Verantwortung und Nachhaltigkeit gewinnen in der Wirtschaft zunehmend an Bedeutung. Wie beurteilen Sie die Rolle von Familienunternehmen und langfristig denkenden Eigentümern in diesem Kontext?

Eigentümergeführte Unternehmen bilden und bleiben das Rückgrat einer gesunden, sich kontinuierlich entwickelnden Volkswirtschaft unserer Grössenordnung. Die Förderung der Eigenverantwortung und des selbstständigen Unternehmertums ist auch in Zukunft eine Aufgabe, für die entsprechend liberale Rahmenbedingungen eine Grundvoraussetzung sind.

Innovation ist ein zentraler Erfolgsfaktor – auch für Liechtenstein. Welche Rolle sollte der Staat spielen, um unternehmerische Innovation zu fördern, ohne zu stark einzugreifen?

Innovation kann nicht staatlich verordnet werden, sondern entsteht im Wettbewerb der Ideen und Visionen sowie durch vielfältige wirtschaftliche, technologische und gesellschaftliche Entwicklungen. Innovationen sind die Antwort darauf und deshalb soll der Staat möglichst wenig regulieren, sondern durch entsprechende liberale Rahmenbedingungen zur Innovation motivieren, auf eine gute Bildung sowie einen guten Zugang zu Wissenschaft und Forschung achten.

Welche Überlegungen sind Ihnen darüber hinaus in Bezug auf die zukünftige Rolle des Staates wichtig?

Die kurzen Wege sind für unsere Unternehmen ein grosser Wett-

bewerbsvorteil. An diesen muss permanent gearbeitet werden. Daher sollte der Staat periodisch hinterfragen, welche Aufgaben am besten auf Landesebene und welche auf Gemeindeebene und welche durch Private wahrgenommen werden.

Was wünschen Sie sich persönlich für die nächsten 20 Jahre Unternehmertum in Liechtenstein – wirtschaftlich, gesellschaftlich und politisch?

Für die nächsten 20 Jahre wünsche ich mir, dass wir unseren grossen Unternehmergeist in Liechtenstein bewahren. Dieser war nicht nur im Bereich der Wirtschaft ein Erfolgsrezept, sondern auch in anderen Bereichen unseres Staatswesens, insbesondere durch die vielen gemeinnützigen Vereine und Stiftungen. Ich bin zuversichtlich, dass uns dies gelingt, wenn wir auf die dazu nötigen Rahmenbedingungen achten.



Wir führen zusammen, was zusammen gehört ...

Menschen mit Organisationen.

Kandidaten mit Vakanzen.

Stellensuchende mit Stellenangeboten.

Dafür gehen wir die Extrameile.

Executive Search für Fach- & Führungspositionen



Erleben Sie die Power der digitalen Kommunikation

Telekommunikationslösungen
für Ihr Business und Ihre
Unternehmenskommunikation



Was immer Sie unternehmen. Wir sorgen mit kompetentem Service und dem besten Netz Liechtensteins für massgeschneiderte Lösungen. National und international.

Business-Kommunikation und Top-Beratung aus einer Hand - das ist FL1.



«Der Standort Liechtenstein ist gefragt»

Globale Spannungen, technologischer Umbruch, Ressourcenknappheit: Der Wirtschaftsstandort Liechtenstein steht vor grossen Herausforderungen. Wirtschaftsminister Hubert Büchel spricht darüber, warum Verlässlichkeit, Vernetzung und Innovationskraft heute wichtiger sind denn je.

Herr Büchel, Sie übernehmen das Wirtschaftsministerium inmitten tiefgreifender wirtschaftlicher und technologischer Veränderungen. Wo sehen Sie die grössten Herausforderungen?

Wir erleben eine geopolitisch volatile Phase: Handelsbeziehungen werden infrage gestellt, internationale Bündnisse geraten unter Druck, wirtschaftliche Abhängigkeiten werden zunehmend als Risiko wahrgenommen. Viele vormals verlässliche Rahmenbedingungen sind ins Wanken geraten. Gleichzeitig schreitet der technologische Wandel rasant voran: Was gestern noch als innovativ galt, kann heute schon überholt sein. Hinzu kommt der wachsende Druck auf natürliche Ressourcen: Energie, Wasser, Rohstoffe – all das wird knapper, teurer und steht im Fokus von Nachhaltigkeitsdebatten.

Was kann und muss die Politik tun?

Vorausschauend handeln und flexibel bleiben. Wir müssen stabile Rahmenbedingungen schaffen, damit unsere Unternehmen weiterhin investieren und innovativ sein können. Dazu gehört der Ausbau internationaler Partnerschaften, um strategische Abhängigkeiten zu verringern und neue Märkte zu erschliessen. Gleichzeitig braucht es Investitionen in Infrastruktur, Bildung und Forschung. Es gilt aber auch, den nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen zu fördern.

In welchen Bereichen wollen Sie die Wettbewerbsfähigkeit besonders stärken – und wie?

Liechtenstein ist bereits ein hoch wettbewerbsfähiger Standort. Dieses starke Fundament gilt es zu bewahren und weiterzuentwickeln. Mit Förderinstrumenten



Wirtschaftsminister Hubert Büchel hält die Begrüssungsansprache.

Foto: Michael Zanghellini

wie dem Digital-, dem Innovations- oder dem Exportscheck schaffen wir Anreize, um Unternehmen in ihrer Entwicklung zu unterstützen. Zwei Vorlagen, die im Juni-Landtag behandelt werden, unterstreichen diesen Kurs: Zum einen die Finanzierung der nächsten Förderperiode im Rahmen der schweizerisch-liechtensteinischen Zusammenarbeit im Bereich wissenschaftsbasierter Innovation. Zum anderen die Unterstützung des Reinraum-Investitionsprojekts «Sensor Innovation Hub». Ein weiterer wichtiger Baustein ist unsere aktive Rolle beim grenzüberschreitenden Forschungs- und Innovationszentrum Rhysearch.

Der Fachkräftemangel ist ein Dauerbrenner – was plant die

Regierung dagegen zu tun?

Der Arbeitskräftemangel wird ein zentrales Thema bleiben. Lösungen können Wirtschaft und Politik nur gemeinsam finden. Die von der Regierung 2023 eingesetzte Arbeitsgruppe «Arbeitskräftemangel» hat verschiedene Massnahmen vorgeschlagen. Einige wurden schon umgesetzt, weitere sind in Bearbeitung. Für Umsetzung und Monitoring wurde eine Begleitgruppe eingesetzt, die der Regierung jährlich Bericht erstattet. Die geplanten Massnahmen fokussieren auf die Erhöhung der Erwerbsbeteiligung von Frauen und älteren Arbeitnehmenden, Weiterbildung sowie die Stärkung der Arbeitgeberattraktivität.

Liechtenstein ist ein kleiner Staat und dennoch Heimat für

international tätige Unternehmen. Wie lässt sich diese Position weiter ausbauen, ohne die nationale Identität zu verlieren?

Unser Standort ist gefragt, das zeigen die vielen Anfragen beim Unternehmensservice des Amts für Volkswirtschaft. Unternehmerinnen und Unternehmer schätzen die diversifizierte Wirtschaft, die hohe Lebensqualität und die klaren Regeln. Sie profitieren von der internationalen Vernetzung und der Einbindung in den EWR. Die begrenzte Verfügbarkeit von Flächen und eine gezielte Zuwanderungspolitik tragen dazu bei, die Identität Liechtensteins zu wahren.

Wie stellen Sie sich die Zusammenarbeit zwischen Politik, Wirtschaft und Bildung in den kommenden Jahren vor?

Liechtenstein profitiert von kurzen Wegen und dem engen Austausch zwischen Regierung, Wirtschaft und Gesellschaft. Wir haben ein solides Fundament, auf dem wir aufbauen können. Ein gutes Beispiel ist unsere Kooperation mit Innosuisse, der schweizerischen Agentur für Innovationsförderung. Sie bringt Forschende, Bildungseinrichtungen und Unternehmen zusammen.

Ganz persönlich: Was reizt Sie an Ihrer neuen Aufgabe als Wirtschaftsminister am meisten und wo sehen Sie Ihre grösste Wirkungsmöglichkeit?

Ich finde es spannend, an der Schnittstelle von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu gestalten. Mein Ziel ist es, gute Voraussetzungen zu schaffen, damit sich unsere Wirtschaft weiterentwickelt, neue Ideen entstehen und Liechtenstein erfolgreich bleibt.

Schon abonniert?

Die wöchentliche Lektüre für Wirtschaftsinteressierte. Weil uns die Region und ihre Unternehmen und Arbeitsplätze am Herzen liegen. Bequem im Abo.



**Auch als
Firmenabo**



147.^{CHF}.-
im Jahr oder
CHF 13.-
pro Monat

Die einzige Wirtschaftszeitung für die Region.
Jeden Freitag in Liechtenstein, im Sarganserland und Werdenberg.

WirtschaftLiechtenstein | Werdenberg | Sarganserland**regional**

Jetzt Abo bestellen: +423 236 16 61, abo@wirtschaftregional.li

«Wir müssen agil und resilient bleiben, um die Herausforderungen zu meistern»

Die Hoval-Gruppe wandelt sich von einer Hardware-Kesselfirma zu einem softwaregetriebenen Mechatronikunternehmen. Co-CEO Fabian Frick spricht über die Herausforderungen dieser Transformation und die Forderungen an die Politik für den Werkplatz Liechtenstein.

Herr Frick, Hoval ist ein international tätiges Unternehmen mit starken Wurzeln in Liechtenstein. Welche Rolle spielt der Standort Liechtenstein heute für das Unternehmen?

Der Standort Liechtenstein spielt eine zentrale Rolle für das Unternehmen. Hier befindet sich der Hauptsitz der Hoval-Gruppe, der als Dreh- und Angelpunkt für zahlreiche wichtige Funktionen dient. Wichtige Gruppenfunktionen wie Geschäftsleitung, Markenmanagement, HR, Produkt- und Segmentmanagement sowie wichtige Kompetenzen aus der Forschung und Entwicklung sind hier beheimatet. Liechtenstein ist nicht nur der geografische Ursprung des Familienunternehmens, sondern auch ein wichtiger Identitätsgeber. Die enge Verbindung zu Liechtenstein prägt die Unternehmenskultur und das Selbstverständnis von Hoval.

Als Familienunternehmen steht Hoval für Tradition und Kontinuität. Wie gelingt es Ihnen, diese Werte auch in einer zunehmend schnelllebigen Geschäftswelt zu bewahren?

Unsere Hoval-Werte «familiär, verantwortungsbewusst, technologiebegeistert und lösungsorientiert» bilden das Fundament unserer Unternehmenskultur. Sie dienen uns als Stabilisator und Orientierungsgeber, wodurch wir Kontinuität und Tradition schaffen können. Genau diese gelebte Wertebasis ermöglicht es uns, agil und resilient zu bleiben, unsere traditionellen Werte mit den Anforderungen der modernen und dynamischen Geschäftswelt in Einklang zu bringen und nachhaltig erfolgreich zu sein.

Hoval steht seit Jahrzehnten für innovative Lösungen im Bereich



Hoval-Co-CEO Fabian Frick wünscht sich eine unternehmerfreundliche Politik.

Foto: Hoval

Heiz- und Klimatechnik. Wie gelingt es Ihnen, ein beständiges Mass an Innovation im Unternehmen zu fördern?

Die Transformation der Hoval-Gruppe von einer Hardware-Kesselfirma zu einem softwaregetriebenen Mechatronikunternehmen ist eine der grössten Herausforderungen. Um diesen Wandel erfolgreich zu gestalten, setzen wir auf konsequentes Change-Management. Dies bedeutet, dass wir an vielen Fronten neue Wege gehen und uns auf diese Veränderungen vorbereiten müssen. Das hauseigene Know-how reicht nicht aus, um diesen Wandel erfolgreich zu bewältigen. Daher rekrutieren wir spezifische Know-how-Träger, welche uns neue Wege der Innovation aufzeigen. Zudem unterstützen uns auch Partnerschaften mit Spezialisten dabei, diese Wege zu beschreiten und gezielt Ressourcen und Kompetenzen bereitzustellen.

Der Gebäudesektor steht im Zentrum der Energiewende. Welche Verantwortung sehen Sie für Hoval und wie begegnen

Sie den damit verbundenen Herausforderungen?

Hoval hat seit über 30 Jahren den Claim: «Verantwortung für Energie und Umwelt». Diese Verantwortung ist für uns also nicht neu. Wir sehen die Herausforderung als einmalige Chance, die Hoval-Gruppe neu zu positionieren. Wir verfolgen eine klare, auf die Energiewende zugeschnittene Strategie. Das ist herausfordernd, da die Energiewende politischen Strömungen unterworfen ist. Strategische Projekte wie z. B. der Neubau eines Wärmepumpen-Werks erfordern langfristige Planung und können nicht agil angepasst werden.

Welche Entwicklungen – technologisch, gesellschaftlich oder politisch – werden die Heiz- und Klimatechnikbranche in den nächsten fünf bis zehn Jahren besonders prägen?

Die Wärmepumpe wird, trotz Markturbulenzen, im kleineren Leistungssegment dominieren. Im grossen Leistungsbereich werden Nah- und Fernwärme sowie Anergienetze weiter an Bedeutung ge-

winnen. Dazwischen wird es einen interessanten Mix geben, bei dem Gas eine sehr wichtige Rolle spielen wird. Die Kunden werden vermehrt serviceorientiert, was neue Dienstleistungs-Geschäftsfelder eröffnet. Die Digitalisierung wird im Gebäudesektor unverzichtbar. Es bleibt zu hoffen, dass die jüngere Generation auf ihren CO₂-Footprint achtet. Die Politik hat hoffentlich aus den massiven Fehlern der letzten drei Jahre gelernt und schafft Klarheit über die Unterstützung in der Energiewende. Sie steht in der Verantwortung, faire Wettbewerbsverhältnisse zu schaffen, um relevante Branchen vor Wettbewerbsverzerrungen zu schützen.

Was wünschen Sie sich für den Werkplatz Liechtenstein in den kommenden Jahren und welchen Beitrag können Politik, Wirtschaft und Gesellschaft dazu leisten?

Ich wünsche mir weiterhin stabile politische Verhältnisse, wie wir sie seit vielen Jahren kennen und die Liechtenstein besonders auszeichnen, sowie eine unternehmerfreundliche Politik, die konsequent für das Fortbestehen von Standortvorteilen sorgt. Wir müssen uns dafür einsetzen, hochqualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen, um unsere Kompetenzfelder zu sichern. Gleichzeitig ist es erforderlich, kontinuierlich daran zu arbeiten, unsere Position auf den Weltmärkten zu stärken, was auch den Werkplatz in Liechtenstein absichert. Man sollte die Begeisterung für die Industrie und die Mint-Fächer fördern, da innovative Systeme die Herausforderungen von morgen lösen. Unsere Gesellschaft muss verstehen, dass die Wirtschaft täglich im Wettbewerb steht und flexible Anpassungsfähigkeit unabdingbar ist.

NAH STUDIEREN. WEIT KOMMEN.

Weiterbildung in Architektur, Entrepreneurship und Management, Finance und Economics, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Steuern



uni.li/weiterbildung



Ihr KMU will **Energie sparen?**

Sie entwickeln eine **Innovation zum Klimaschutz?**

Stellen Sie jetzt einen Antrag auf **finanzielle Unterstützung!**

www.klimastiftung.ch
Klima schützen. KMU stärken.

 Klimastiftung
Schweiz


LIFE Klimastiftung
Liechtenstein



«Wir bleiben wettbewerbsfähig durch Wandel»

Die Thyssenkrupp Steering AG begegnet geopolitischen und wirtschaftlichen Herausforderungen mit Innovationskraft, Agilität und strategischer Weitsicht. Der Standort Eschen spielt eine Schlüsselrolle für die technologische Zukunft der Automobilbranche.

Herr Vith, die Thyssenkrupp Presta AG ist weltweit tätig und zählt zu den bedeutendsten Industrieunternehmen in Liechtenstein. Welche Bedeutung hat der Standort Liechtenstein für das Unternehmen?

Eschen ist das Headquarter unserer Business Unit «Steering» im Segment «Automotive Technology» der Thyssenkrupp AG und steuert ein globales Netzwerk mit rund 10 000 Mitarbeitenden an 24 Standorten. Neben Hightech-Produktion und zentralen Verwaltungsfunktionen befinden sich hier unser Entwicklungszentrum und unsere Gesamtprojektsteuerung sowie die Grundlagenentwicklung – der Motor unserer Innovationen. Liechtenstein überzeugt durch hochqualifizierte Fachkräfte, kurze Entscheidungswege und ein stabiles politisches Umfeld.

Die globale Wirtschaft wird aktuell kräftig durch politische und ökonomische Umwälzungen durchgeschüttelt. Wie gehen Sie mit diesen Umwälzungen um?

Geopolitische Spannungen, unklare Zollpolitik und die schwächelnde Konjunktur wirken sich auch auf unsere Branche aus. Zudem verlieren im grössten Automobilmarkt China etablierte Hersteller Marktanteile an lokale Anbieter. Auf die Bedürfnisse dieser neuen Kunden müssen wir uns einstellen. Unser Fokus liegt auf Kostenmanagement, Verkürzung der Entwicklungszeiten, klarer Priorisierung und Performancesicherung. Gleichzeitig wollen wir technologische Entwicklungen früh erkennen und aktiv mitgestalten, um auch künftig wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die Automobilbranche befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel – von der Elektrifizierung bis zum autonomen Fah-



Patrick Vith, CEO und COO der Thyssenkrupp Steering.

Foto: pd

ren. Wohin führt die technologische Reise?

Die Trends gehen Richtung Elektromobilität und autonomes Fahren, wenn auch zeitverzögert. Vielversprechend ist «Steer-by-Wire»: ein Lenksystem ohne mechanische Verbindung, das neue Fahrzeugkonzepte ermöglicht. Mit unserem ersten Serienauftrag in diesem Bereich haben wir einen

wichtigen Meilenstein erreicht und unsere Technologieführerschaft untermauert.

Wie positioniert sich die Thyssenkrupp Presta AG in dem sich verändernden Umfeld?

Wir bauen auf technologische Exzellenz, höchste Qualität und Innovationskraft. Unsere Strategie: die besten Lenksysteme für

Sicherheit, Komfort und Effizienz. Gleichzeitig optimieren wir unsere Kostenstruktur, um auch in einem herausfordernden Umfeld wirtschaftlich führend zu bleiben.

Innovation ist zentral für Ihre Branche – wie fördern Sie Innovationsgeist und Agilität?

Innovation beginnt bei den Menschen. Wir setzen auf interdisziplinäre Teams, flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege. Eine offene Fehlerkultur, gezielte Weiterbildung und Partnerschaften mit Hochschulen fördern Kreativität. Ein Beispiel: unser E/E Competence Center in Budapest. Aus drei Doktoranden wurde ein internationales Entwicklungszentrum für Hard- und Software – mit Technologien wie «Steer-by-Wire» oder Systemen für autonomes Fahren. Die enge Vernetzung mit Standorten wie Eschen ermöglicht globales Lernen. Agile Methoden und digitale Testverfahren beschleunigen Entwicklungen und sichern höchste Qualität.

Was sind aus Ihrer Sicht die grössten Herausforderungen für den Industriestandort Liechtenstein und welche Rahmenbedingungen braucht es, um auch künftig wettbewerbsfähig zu bleiben?

Liechtenstein bietet starke Standortvorteile: Stabilität, Fachkräfte, unternehmensfreundliche Strukturen. Doch Herausforderungen wie die starke Währung, geopolitische Risiken und der strukturelle Wandel in der Automobilbranche wachsen. Am Standort Eschen setzen wir auf Effizienz und Kostenoptimierung. Damit der Standort zukunftsfähig bleibt, braucht es wirtschaftliche Offenheit, Investitionen in Bildung und Infrastruktur sowie enge Zusammenarbeit zwischen Politik, Wirtschaft und Bildung.

**IHR INNOVATIVER WEG
IST DER MIT UNS.**

www.rhysearch.ch



LEHRE UND FORSCHUNG AM CAMPUS BUCHS

**Infotag
Campus Buchs**
Samstag,
15. November 25
9 bis 13 Uhr



Die OST setzt auf eine enge, interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Hochschulforschung und Unternehmen und liefert innovative und marktfähige Lösungen in einer Welt im Wandel. Informieren Sie sich über unser Studienangebot: BSc Mechatronik, Master of Science in Engineering, BSc Ergotherapie.
WO WISSEN WIRKT.



OST
Ostschweizer
Fachhochschule

«Er ist der Erfinder; ich packe gerne an»

Karl Müller senior hat die Schuhindustrie mit der runden Sohle der MBT-Schuhe revolutioniert. Karl Müller junior führt die Vision seines Vaters fort und setzt dabei auch auf neue Wege.



Karl Müller senior und junior. Foto: pd

Karl Müller senior, Sie haben die Schuhindustrie mit der runden Sohle der MBT-Schuhe revolutioniert. Wie blicken Sie heute auf diese Erfindung zurück?

Karl Müller senior: Der Mensch baut seit Jahrtausenden Schuhe – doch immer mit der Vorstellung, dass der Schuh stützen und stabilisieren soll. Dieses Denken war fest in der Wissenschaft, der Medizin und der Biomechanik verankert. Ich habe das Gegenteil behauptet: Wenn ein Schuh zu viel stabilisiert, wird die Muskulatur faul. Meine Idee war, dass die Sohle instabil und elastisch sein muss – damit der Körper wieder selbst aktiv wird. So entsteht Stärke aus eigener Kraft. Anfangs galt ich als Spinner. Doch irgendwann begann selbst die Wissenschaft umzudenken. Heute setzen fast alle grossen Marken auf weich, elastisch, aktiv – genau so, wie wir es seit fast 30 Jahren tun. Der Erfolg gibt uns recht. Und Gott sei Dank gelingt es uns bis heute, technologisch immer wieder einen Schritt voraus zu sein – sonst gäbe es uns längst nicht mehr.

Was hat Sie angetrieben, das Unternehmen ständig weiterzuentwickeln?

Karl Müller senior: Am Anfang war meine Motivation ganz simpel: Ich musste unsere neunköpfige Familie ernähren. Mein Ziel war, jede Woche ein Paar Schuhe zu verkaufen – an Freunde, Bekannte, Verwandte. Doch schon bald wurde es mehr: Die Freude, zu sehen, wie unsere Schuhe Men-

schen helfen. Fremde erzählten mir, wie sich ihr Leben durch das Gehen auf unserer Sohle verändert hat. Das löste eine Welle der Mund-zu-Mund-Empfehlung aus – erst in der Ostschweiz, dann in der ganzen Schweiz, schliesslich weltweit. Auch heute, als Rentner, berührt es mich zutiefst, wenn mir jemand sagt, dass er dank unserer Schuhe wieder schmerzfrei gehen kann. Dann mache ich innerlich immer noch Luftsprünge.

Was war für Sie der entscheidende Moment, zu sagen: Jetzt ist der richtige Zeitpunkt für den Generationenwechsel?

Karl Müller senior: Ich war mit Leib und Seele 50 Jahre lang Unternehmer – genau das, wovon ich als kleiner Bub geträumt habe. Und ich habe mir immer gewünscht, dass diese Geschichte in der Familie weitergeht. Als mein Sohn Karl dann auf mich zukam und mich fragte, was ich davon halte, Kybun und Joya unter seiner Leitung zusammenzuführen, zögerte ich keine Sekunde. Ich liess innerlich in diesem Moment komplett los – und habe bis heute keine Mühe damit. Im Gegenteil: Ich bin dankbar, dass er gemeinsam mit Claudio Minder das Unternehmen durch die Stürme der heutigen Zeit führt.

Karl Müller junior, was hat Sie dazu motiviert, das eigene Unternehmen Joya aufzubauen?

Karl Müller junior: Ich habe früh gesehen, was mein Vater macht – Unternehmer durch und durch. Und irgendwie war mir klar: Das will ich auch. Damals ging's mir darum, etwas zu erfinden, an dem Menschen Freude haben – und das sie am Ende auch kaufen. Mich hat fasziniert, wie man mit einer Idee etwas bewegen kann. Diese Mischung aus Begeisterung, Nutzen und Erfolg – das hat mich gepackt. Und 20 Jahre später fühlt es sich immer noch gleich an.

Wie kam es schliesslich zur Fusion der beiden Schuhhersteller Kybun und Joya?

Karl Müller junior: Nachdem sich mein Vater im Jahr 2019 nach und nach aus dem operativen Geschäft zurückgezogen hatte, ging bei Kybun spürbar die unternehmerische Energie verloren. Es fehlte an Vision und Klarheit, wie es weitergehen soll. Claudio und ich hatten mit Joya ein starkes Team und eine klare Vorstellung davon, wohin wir wollen. Für uns war schnell klar: Wenn wir wirklich etwas bewegen wollen, müssen wir die beiden Marken zusammenbringen. Die Fusion war also kein lang geplanter Schritt, sondern eine Entscheidung aus dem Moment heraus – aber mit voller Überzeugung. Heute sind wir froh, dass wir's gemacht haben.

Wo setzen Sie bewusst neue Akzente und in welchen Bereichen führen Sie die Linie Ihres Vaters weiter?

Karl Müller junior: Ich setze klare Akzente im Aufbau unseres eigenen Retailnetzwerks – etwas, das wir früher nicht gemacht haben, heute aber gut in den Zeitgeist passt. Vor fünf Jahren haben wir damit begonnen, eigene Stores zu eröffnen. Inzwischen sind es 21 eigene Geschäfte, dazu kommen knapp 100 Franchise-Stores und rund 1000 Fachhändler weltweit. Ein zentraler Fokus liegt auf der internationalen Expansion und Skalierung – getragen von digitalen Plattformen, einheitlichem Franchise-Konzept und global abgestimmten Kollektionen. Parallel dazu wurde die Organisationsentwicklung neu ausgerichtet: Ziel ist es, unternehmerisches Denken im Team zu fördern, Verantwortung zu stärken und als Organisation beweglich und anpassungsfähig zu bleiben. Was ich von meinem Vater übernommen habe, ist die Grundhaltung: Menschen sollen besser gehen können – schmerzfrei und mit Freude an der Bewegung. Er ist der Erfinder. Ich sehe meine Rolle darin, seine Idee weltweit wirksam und zugänglich zu machen. Ich bin nicht der Theoretiker, sondern jemand, der gerne an-

packt, Dinge in Gang bringt und gemeinsam mit dem Team Lösungen findet.

Wo steht das Unternehmen heute?

Karl Müller junior: In den letzten fünf Jahren haben wir stark expandiert – neue Stores eröffnet, unsere Marken international gestärkt und viele Menschen erreicht. Jetzt ist der Moment, uns zu konsolidieren – und von innen heraus weiter zu stärken. Dieses Jahr nutzen wir gezielt für unsere Weiterentwicklung: Wir verbessern die User Experience auf allen Ebenen – für unsere Partner, unsere Kunden und unser Team. Unsere Kollektionen werden neu ausgerichtet, um noch gezielter auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppen einzugehen. Ein grosser Meilenstein war der Aufbau unseres eigenen ERP-Systems und einer internen Logistik. Heute verschicken wir unsere Schuhe selbst – das bringt mehr Kontrolle, mehr Kundennähe und legt den Grundstein für nachhaltiges Wachstum. Gleichzeitig investieren wir ins Team: Wir geben mehr Verantwortung ab, fördern Innovationsgeist und unternehmerisches Denken. Denn wir sind überzeugt – wer mitdenkt, gestaltet mit.

Welche Zukunftspläne haben Sie?

Karl Müller junior: Als Familienunternehmen denken wir langfristig – nicht in Quartalen, sondern in Generationen. Unser Anspruch ist, ein verlässlicher Partner zu sein: für Händler, Mitarbeitende und Kundinnen und Kunden. Mit unserer neuen Fertigungstechnologie, die Ende Jahr in der Schweiz die ersten Schuhe produzieren soll, gehen wir auch produktionstechnisch den nächsten Schritt. Wir glauben an den Standort Schweiz – aus Überzeugung. Unsere Vision ist einfach: Wenn Menschen Schmerzen beim Gehen oder Stehen haben, sollen sie an Kybun Joya denken – bevor sie ans Skalpell denken. Denn oft liegt die Lösung näher, als man glaubt.

60
JAHRE
KIBERNETIK.

Ihr Partner für nachhaltige Energielösungen.

Kibernetik AG
Langäulstrasse 62 | CH-9470 Buchs SG
+41 81 750 52 00 | info@kibernetik.ch



www.kibernetik.ch

KAUNDBE

Ihre Eigentumswohnung
am Hasenweg in Vaduz

Baubeginn Sommer 2025



www.kaundbe.com

Kaundbe Architekten AG
Poststr. 27, FL-9494 Schaan
Bahnhofstr. 29, CH-9470 Buchs

«Wer keine Haltung zeigt, fällt durchs Raster»

Leone Ming hat in den vergangenen 20 Jahren mehrere Hundert Brands und Kampagnen für nationale und internationale Unternehmen entwickelt. Der Markenexperte spricht am Unternehmertag über das Geheimnis erfolgreicher Marken und die Trends der Zukunft.



Markenexperte Leone Ming. Foto: pd

Herr Ming, Sie haben weit über 300 Marken entwickelt, darunter zahlreiche Brands, die im Land einen hohen Bekanntheitsgrad erlangt haben. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Ich höre zu, bevor ich gestalte, und ich hinterfrage, bevor ich antworte. Marken entstehen nicht am Reissbrett – sie entstehen im Kern eines Unternehmens, der Identität. Meine Aufgabe ist es, genau das sichtbar zu machen – nicht mehr, aber auch nicht weniger. Ich verbinde Strategie mit Intuition, Präzision mit Emotion. Ich glaube an Klarheit. An Marken, die Ecken und Kanten haben. Die nicht jedem gefallen – aber den Richtigen. Ich entwickle keine Logos für die Schublade, sondern Identitäten, die wirken. Die auffallen, ankommen, im besten Fall auch anecken – weil sie Position beziehen. Wenn die Leute von «Wo man mi kennt» – Slogan Ospelt Genussmarkt, Schaan – reden oder wenn das grosse rote W auf den LKW-Autos erkannt wird, ohne dass man den Unternehmensnamen sieht, dann hat man vieles richtig gemacht.

Was macht eine starke Marke heute aus und wo beginnt gute Markenbildung?

Eine starke Marke entsteht nicht auf dem Papier, sondern im Kopf – und vor allem im Herzen der Zielgruppe. Markenbildung beginnt nicht mit einem Logo, sondern mit einer klaren Positionierung. Nicht im Kreativstudio, sondern im Unternehmen. Identität ist das Schlüsselwort: Wer sind wir, warum tun wir, was wir tun – und was macht uns wirklich anders? Das sind die Fragen, die an den Anfang gehören.

Viele Unternehmen überspringen diesen Teil und wollen direkt «etwas Frisches». Aber ohne strategisches Fundament wird auch das schönste Branding zur leeren Hülle. Gute Markenführung ist kein kosmetisches Projekt, sondern ein strategischer Prozess. Wer das verinnerlicht, legt den Grundstein für echte Markenstärke – intern wie extern.

Welche typischen Fehler beobachten Sie immer wieder bei Unternehmen im Branding-Prozess?

Nummer 1: Branding wird mit «neues Logo gestalten» verwechselt und als rein gestalterisches Projekt betrachtet. Man will ein neues Logo, aber die eigentlichen Fragen nach der strategischen Positionierung bleiben unbeantwortet. Nummer 2: Zu viele Köche. Wenn der CEO, die Marketingleitung, die HR-Abteilung und der Schwager mitreden, dann wird's schnell verwässert. Marken brauchen Klarheit – und Klarheit braucht Mut zur Entscheidung. Keine Kompromisse, sondern eine Kante. Auch beliebt: Branding als einmaliger Akt. Dabei ist es ein Prozess. Ein System, das lebt, sich weiterentwickelt, Feedback integriert und dennoch konsistent bleibt. Und dann ist da

noch der Klassiker: Angst vor dem Fokus. Unternehmen wollen sich nicht festlegen, aus Sorge, etwas oder jemanden auszuschliessen. Aber wer alles sagt, sagt nichts. Marken brauchen Profil. Nicht Breite. Das ist wie ein Chamäleon auf Speed: ständig in Bewegung, aber für niemanden wirklich sichtbar.

Wie verändert sich visuelle Kommunikation im digitalen Zeitalter und was bedeutet das für Unternehmen, die sichtbar und relevant bleiben wollen?

Früher war Markenführung eine Einbahnstrasse: Man sendete Botschaften und hoffte, dass sie wirken. Heute ist es ein ständiger Dialog: ein Live-Experiment. Im digitalen Zeitalter entscheidet nicht mehr das Unternehmen allein, wie eine Marke wahrgenommen wird, es sind die Nutzer, die Community, die Interaktion. Social Media verlangt eine andere Sprache, mehr Relevanz, Schnelligkeit, Mut zur Haltung – und manchmal auch die Fähigkeit, Fehler einzugestehen. Gleichzeitig ist User Experience heute ein zentraler Bestandteil von Markenführung. Wenn eine App schlecht funktioniert oder ein Onlineshop nervt, schadet das der Marke genauso wie ein Skandal. Branding wird also zunehmend zu einer systemischen Disziplin: Strategie, Design, Kommunikation, IT, HR – alle müssen zusammenarbeiten, um die Marke lebendig und glaubwürdig zu halten. Die digitale Welt hat Marken demokratisiert. Wer nicht echt ist, fliegt auf. Und wer echte Beziehungen schafft, gewinnt. Agilität, Feedbackkultur und digitale Empathie sind neue Schlüsselkompetenzen. Und nicht vergessen: In der digitalen Welt besitzt der Konsument die Marke – nicht das Unternehmen.

Sie haben das neue visuelle Erscheinungsbild für das 20-jährige Jubiläum des Unternehmertags gestaltet. Was war Ihnen dabei besonders wichtig?

Bei einem Event wie dem Unternehmertag geht es nicht nur um ein Jubiläum – es geht um Relevanz. Um eine Marke, die seit 20 Jahren Köpfe, Ideen und Perspektiven zusammenbringt. Mein Anspruch war deshalb: Nicht einfach ein neues Kleid für die Bühne, sondern ein visuelles Statement für die Bühne der Zukunft. Wichtig war mir, die Balance zu finden zwischen Wertigkeit und Weitsicht. 20 Jahre – das ist ein Meilenstein, aber kein Museum. Zentrales grafisches Element ist das «visuelle Band». Es steht symbolisch für Verbindung, Austausch, Gespräch – und genau dafür steht der Unternehmertag. Wir haben ein Design entwickelt, das mit dieser grafischen Geste Menschen und Meinungen visuell verknüpft. Kein steifer Jubiläumslook, sondern eine Bühne für Dialog, Aufbruch und Inspiration.

Welche aktuellen Trends sehen Sie im Bereich Markenführung und visuelle Markenkommunikation?

Da ist zum einen der Wunsch nach Reduktion: weniger Chichi, mehr Klarheit. Minimalismus mit Bedeutung, nicht aus Faulheit. Gleichzeitig gewinnt das Thema Bewegung an Bedeutung – animierte Logos, responsive Designs, dynamische Markenarchitektur. Ein weiterer Trend: Authentizität statt Perfektion. Die Generation Z durchschaut Corporate Bullshit in Sekunden. Wer keine Haltung zeigt, fällt durchs Raster. Und: KI verändert die Spielregeln. Aber: Branding bleibt ein Menschentema. Algorithmen analysieren, aber sie fühlen nicht. Noch nicht. Und das ist ganz gut so.

MAGISCH

Zur Gestaltung eines bunten
freudigen Lebens bedarf es nur der
Mischung dreier Grundfarben.

Markus Heim



Druck+Verlag AG
Schaan

Landstrasse 153, 9494 Schaan

BVD Werbetechnik
Im alten Riet 23, 9494 Schaan

www.bvd.li

IHR PARTNER FÜR PERSONENTRANSPORTE

Wir organisieren für Sie...

-  Gruppenreisen
-  Vereinsreisen
-  Ausflugsfahrten
-  Flughafentransfers
-  Tag- und Nachtshuttle
-  Service für jeden Event
- Firmenevents



Busse von 8 - 51 Plätze



TOP Ausstattung - WLAN



WMA TOURISTIK AG Autoreisen
Binzastrasse 68 FL-9493 Mauren
tel: +423 370 15 60
email: wma@touristik.li
www.touristik.li

IHR BUSREISEPROFI

WMA TOURISTIK

«Liechtenstein verfügt über die richtigen Zutaten für die Zukunft»

Thomas Gitzel ist Chefökonom der VP Bank und ein gefragter Experte für volks- und finanzwirtschaftliche Themen. Am Unternehmertag macht er eine aktuelle Auslegeordnung.

Herr Gitzel, das Motto des diesjährigen Unternehmertags lautet «20 Jahre Mut zur Zukunft». Wie blicken Sie als Wirtschafts- und Finanzexperte angesichts der aktuellen Weltlage auf die kommenden Monate und Jahre?

Thomas Gitzel: Wir stehen zweifellos vor grossen Herausforderungen, die es zu meistern gilt. Mit Donald Trump im Weissen Haus stehen Liechtenstein und ganz Europa nicht nur vor wirtschaftlichen, sondern auch vor enormen politischen Fragestellungen. Stichworte sind Handelsstreitigkeiten und die europäische Sicherheitsarchitektur. Wir müssen die Ärmel jetzt hochkrepeln und bürokratische Last abwerfen, um wirtschaftlich nicht abgehängt zu werden. Grundsätzlich bin ich von Haus aus Optimist und glaube, dass wir diese Herausforderungen bewältigen können.

Was stimmt Sie zuversichtlich?

Wir sehen bereits jetzt, dass im europäischen Umfeld einiges in Bewegung ist und ein Weckruf durch Europa geht. Als prominentes Beispiel ist hier Deutschland mit seinem riesigen Infrastrukturprogramm und höheren Rüstungsausgaben zu nennen. Europa scheint verstanden zu haben, dass es jetzt um sehr viel geht.

Veränderungen gibt es zurzeit in vielen Bereichen, von der Geopolitik bis hin zur Technologie. Wo sehen Sie die grössten Herausforderungen?

Gerade die jüngsten Entwicklungen in den USA, aber auch in Europa selbst verdeutlichen, dass eine freiheitlich-demokratische Grundordnung keine Selbstverständlichkeit ist. Deshalb gehört es aus meiner Sicht zu den wichtigsten Aufgaben, unsere Demokratie zu bewahren und zu pflegen. Dazu zählt auch der richtige Umgang mit sozialen Medien. Und natür-



VP-Bank-Chefökonom Thomas Gitzel blickt in die Zukunft.

Foto: pd

lich haben politische Entwicklungen wie Abschottung, De-Globalisierungstendenzen und fehlende Rechtssicherheit auch wirtschaftliche Folgen. Hinzu kommen der demografische und technologische Wandel, Stichwort künstliche Intelligenz. Und nicht zuletzt bleibt der Klimawandel ein Thema. Die Fülle an Themen zeigt: Es gibt in den kommenden Jahren und Jahrzehnten einige Hürden zu meistern.

Wie ist Liechtenstein wirtschaftlich aktuell aufgestellt?

Liechtenstein verfügt grundsätzlich über die richtigen Zutaten, um die Zukunft meistern zu können. Innovationskraft, eine diversifizierte Wirtschaftsstruktur und eine hohe Rechtssicherheit. Aber dennoch tut sich das Land in dem derzeitigen Umfeld eines schwachen Welthandels ebenfalls schwer. Liechtenstein segelte hart am Wind der Weltwirtschaft, und Letztere ist derzeit schwach auf der Brust. Darüber hinaus bekommt auch das Fürstentum den demografischen Wandel zu spüren. Dies zeigt, dass es auch hierzulande die eine und andere Hürde zu meistern gilt.

Welche Folgen hätte ein Handelskonflikt mit den USA für Liechtenstein?

Für eine kleine, offene Volkswirtschaft ist das zweifellos ein herausforderndes Umfeld. Aber noch haben wir keinen eskalierenden Handelskonflikt. Donald Trump hat die angekündigten Zölle schnell wieder ausgesetzt, derzeit laufen Verhandlungen. Ich bin zuversichtlich, dass es dabei auch mit Europa zu einer einvernehmlichen Lösung kommen wird und die Folgen des Konflikts nicht so gravierend ausfallen.

Aber zu spüren sind gewisse negative Effekte bereits jetzt, Stichwort Unsicherheit?

Die Unsicherheit ist sicherlich da und hat natürlich ökonomische Brems Spuren zur Folge. Im Moment werden Investitionen zurückgestellt, weil die Betriebe nicht wissen, wie es weitergeht. Und auch die privaten Haushalte sind verunsichert. Dies wird das Wachstum kurzfristig belasten, selbst wenn sich die Zolldiskussionen in Wohlgefallen auflösen würden. Die gute Nachricht ist auf der anderen Seite, dass die jüngste Runde an Konjunktur-

frühindikatoren auf keine gravierenden Einbrüche hindeuten und sich stellenweise sogar verbessert haben.

Welche Handlungsoptionen hat die Liechtensteiner Regierung, die auch erst vor einigen Monaten ins Amt gekommen ist, in diesem herausfordernden Umfeld?

Die Rechtssicherheit und Stabilität sind wesentliche Merkmale des Landes. Auch was den Dialog mit den Nachbarstaaten und den Weg der europäischen Integration über die EWR-Mitgliedschaft angeht, hat Liechtenstein in der Vergangenheit einen sehr guten Weg gewählt, denn dadurch konnte Liechtenstein das Beste aus zwei Welten vereinen. Einerseits erhielt es Zugang zum europäischen Binnenmarkt, andererseits hat Liechtenstein mit der Währungs- und Zollunion mit der Schweiz nicht nur den Franken, sondern auch den Zugang zum eidgenössischen Binnenmarkt erhalten. All das sind wesentliche Erfolgsfaktoren für Liechtenstein. An diesen gilt es auch in Zukunft festzuhalten. Der demografische Wandel und die künftig und bereits heute schon schwierige Verfügbarkeit von Fachkräften werden nicht nur die heimischen Unternehmen beschäftigen, sondern auch die neue Regierung. Liechtenstein muss ein attraktiver Standort für Arbeitnehmer sein. Die Politik muss hierbei die richtigen Rahmenbedingungen setzen.

Wie wichtig werden Faktoren wie Rechtssicherheit und Stabilität in Zukunft angesichts der sich abzeichnenden Umbrüche sein?

Aus meiner Sicht waren es schon immer wichtige Assets, und ich denke, gerade in einer Welt, die starke Umbrüche erfährt, werden diese noch wichtiger werden.

FRICKBAU

POWER AM BAU

frickbau.com

HERZLICH WILLKOMMEN IN VADUZ

Der Treffpunkt für
Unternehmer
mit Leidenschaft.

**ERLEBE
VADUZ**



erlebevaduz.li

Klimainnovationen behaupten sich erfolgreich am Markt

Seit 2012 arbeitet die Klimastiftung Schweiz mit der Life Klimastiftung Liechtenstein zusammen. Dadurch können Liechtensteiner KMU Geld bei der Klimastiftung Schweiz beantragen. Geförderte Innovationen sind oft erfolgreich am Markt.

Was die Klimastiftung Schweiz tut, funktioniert. 2024 hat die Stiftung eine Wirkungsmessung über die Zeit seit der Stiftungsgründung 2008 durchgeführt. 40 Prozent der Innovationen sind erfolgreich am Markt. Über die Hälfte der geförderten Projekte stammt aus den Bereichen Energieproduktion, Gebäude und Konstruktion sowie Lebensmittel und Landwirtschaft. 2024 lag der Schwerpunkt der Unterstützung auf Klimainnovationen im Bereich der Energieproduktion. Die Klimainnovationen und Lösungen sind also da, um die Energiestrategie der Wirtschaftsstandorte Liechtenstein und Schweiz zu stärken.

Austausch zwischen Liechtenstein und der Schweiz

Die Klimastiftung Schweiz unterstützt Projekte kleiner und mittlerer Unternehmer, die einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. 2024 unterstützte die Stiftung 16 Klimatechnologien und Projekte mit einem Gesamtbetrag von 2,2 Millionen Franken. Die Schwelle von mehr als 200 geförderten Projekten ist unterdessen überschritten. Darunter waren auch immer wieder klimarelevante Projekte aus Liechtenstein.

Der Austausch zwischen Liechtenstein und der Schweiz ist eng und funktioniert gut. Seit 2012 arbeitet die Klimastiftung Schweiz mit der Life Klimastiftung Liechtenstein zusammen. Dadurch können Liechtensteiner KMU Geld bei der Klimastiftung Schweiz beantragen. Durch die effiziente Umverteilung von Mitteln aus der Schweizer und Liechtensteiner CO₂-Abgabe sollen die Wettbewerbsfähigkeit dieser Länder gestärkt und der Klimaschutz sowie Innovationen gefördert werden. KMU, die finanzielle Unterstützung von der Stiftung suchen, müssen einen Bewer-



Die Firma iWorks aus Ruggell hat Urbanbox entwickelt. Damit sind Flächen für die Solarstromproduktion nutzbar, bei denen sehr grosse Spannweiten bis 40 Meter eine Voraussetzung sind.

Bild: iWorks AG

bungsprozess durchlaufen und bestimmte Kriterien erfüllen. Das KMU muss in Liechtenstein oder der Schweiz ansässig sein.

Der Wissenstransfer funktioniert auch auf politischer Ebene. Im Mai 2024 traf sich die Regierungschefin-Stellvertreterin und Umweltministerin Sabine Monauni zu einem Austausch mit dem Stiftungsrat der Klimastiftung Schweiz in Vaduz. Monauni betonte: «Im Jahr 2022 wurde vom Landtag die Klimastrategie 2050 verabschiedet, die den Weg zur Erreichung des Netto-Null-Ziels bis

2050 aufzeigt. Dank der Arbeit der Stiftung wird die Erreichung dieses Ziels vorangetrieben und gleichzeitig unsere Wirtschaft gestärkt.»

32 Partnerfirmen aus Liechtenstein und der Schweiz

Die Klimastiftung Schweiz wird von 32 Dienstleistungsunternehmen getragen, darunter Banken, Versicherungen und Beratungsfirmen. Zu ihnen zählen auch die Liechtensteiner Banken LGT, die LLB und die VP Bank. Alle Partnerfirmen leisten einen wertvollen Beitrag zur Stiftung, sowohl

durch finanzielle Unterstützung als auch durch die Bereitstellung von Expertinnen und Experten im Stiftungs- und Beirat. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Partner sind Botschafter in ihren Unternehmen.

Die jüngste Partnerschaft ist diejenige mit SIX, die sich Ende 2024 angeschlossen hat. «Mit SIX kommt eine starke neue Partnerin an Bord», erklärte Vincent Eckert, Geschäftsleiter der Klimastiftung Schweiz.

www.klimastiftung.ch
www.klimastiftung.li

Zölle ändern sich. Expertise bleibt.

Jetzt mehr erfahren.



**Herzliche Gratulation zu
20 Jahren Unternehmertag –
und zum starken neuen Auftritt.**

www.digicube.li


eventpartner
LICHT | TON | VIDEO | LED-WALLS

www.eventpartner.li



«Ich wünsche mir, dass mehr Frauen mutig sind»

Frauen sind in den Chefetagen von Firmen und Organisationen nach wie vor unterrepräsentiert. Der Verein «Women for the Board» macht deshalb Frauen stärker sichtbar, um ihre Chancen auf geeignete Mandate zu erhöhen. Die Liechtensteinerin Almut Jehle erklärt, warum sie sich aktiv einbringt.



Almut Jehle ist Mitglied bei «Women for the Board».

Foto: pd

Frau Jehle, Sie sind Mitglied des Vereins «Women for the Board». Was hat Sie persönlich dazu motiviert, sich mit anderen Frauen zu vernetzen, die sich für Verwaltungsrats- oder Stiftungsratsmandate interessieren?

Ich bin überzeugt, dass wirksame Veränderung dort beginnt, wo Verantwortung geteilt und Perspektivenvielfalt gefördert wird – also genau in den Gremien, die strategische Entscheidungen treffen. Mandate für Verwaltungsrats- und Stiftungsräte werden meistens über persönliche Empfehlungen und informelle Kreise vergeben, in denen Frauen seltener vertreten sind. «Women for the Board» eröffnet hier neue Räume: für Sichtbarkeit, für Austausch, für gegenseitige Ermutigung. Es bringt Frauen zusammen, die bereit sind, sich einzubringen, und schafft ein Umfeld, in dem gegenseitige Unterstützung selbstverständlich ist. Für mich war von Anfang an klar: Ich möchte nicht nur Teil von Veränderung sein,

sondern sie aktiv mitgestalten, indem ich meine Erfahrung einbringe, Räume öffne und Frauen ermutige, ihren Weg zu gehen.

Sie begleiten Menschen und Organisationen in transformativen Strategieprozessen. Welche Erfahrungen können Sie einbringen?

Seit über 13 Jahren begleite ich als Executive Leaderin und Verwaltungsrätin Organisationen in Phasen von Veränderung und Wachstum, oft in anspruchsvollen Umbruchsituationen. Ich kenne die Dynamiken, die solche Prozesse auslösen, und weiss, worauf es ankommt, damit sie nicht nur konzipiert, sondern auch getragen und umgesetzt werden. Besonders in Transformationsprozessen zeigt sich, wie stark Führung das Miteinander prägt: Kommunikation, Vertrauen und Klarheit sind entscheidend. So arbeite ich mit einem systemischen Ansatz, der auf Transparenz, Beteiligung und gemeinsames Lernen setzt. Dabei bringe ich nicht nur strategische Erfahrung mit, sondern auch ein gutes Gespür für Zwischentöne, Spannungsfelder und kulturelle Dynamiken. Transformation betrifft nicht nur Prozesse und Strukturen, sondern immer auch Kultur, Werte und Leadership – und genau dort setze ich an.

Wie hat das Netzwerk konkret in Ihrem Fall unterstützen können?

Der grösste Mehrwert liegt für mich im fachlichen Austausch auf Augenhöhe. Die Gespräche mit anderen erfahrenen Frauen im Netzwerk haben mir neue Perspektiven eröffnet, meine eigenen Einschätzungen geschärft und konkrete Impulse für meine Arbeit geliefert – besonders in strategischen und governancebezo-

genen Fragen. Darüber hinaus ist das Netzwerk eine Plattform, über die Informationen, Empfehlungen und Mandate weitergegeben werden – pragmatisch, direkt, ohne Umwege. Ich schätze diese Effizienz und Zielgerichtetheit sehr. Es geht nicht um Sichtbarkeit um der Sichtbarkeit willen, sondern darum, Wirkung zu entfalten – individuell und gemeinsam. Genau dafür bietet «Women for the Board» die richtigen Strukturen.

Wo sehen Sie noch Hürden, dass Frauen immer noch in vielen Chefetagen zu wenig stark vertreten sind?

Auch wenn Führungspositionen heute meist offen ausgeschrieben sind, bedeutet das noch lange nicht, dass sie für alle gleich zugänglich sind. Viele Rollen sind an ein bestimmtes Bild von Führung gekoppelt – geprägt von Verfügbarkeit, Durchsetzungskraft und Erwartungen an Karrierewege, die möglichst geradlinig verlaufen. Frauen bewerben sich seltener, wenn sie sich nicht in allen Punkten wiederfinden, Männer greifen oft früher zu. Hinzu kommt: Frauen achten stark auf die gelebte Arbeitskultur. Wenn Führung im Unternehmen mit Einzelkämpfertum oder Präsenzkultur verbunden ist, steigen viele bewusst nicht ein, selbst wenn sie bestens qualifiziert sind. Es sind keine sichtbaren Barrieren, aber viele unausgesprochene Erwartungen, die summiert ausschliessen. Wer mehr Vielfalt in Führung will, muss nicht nur Stellen ausschreiben, sondern auch Strukturen und Kultur aktiv hinterfragen.

Was wünschen Sie sich diesbezüglich für die Zukunft?

Führungspositionen sollten nicht mehr über kulturelle Codes funk-

tionieren, sondern über Kompetenzen und Haltungen. Statt zu fragen: «Passt sie oder er zu uns?», sollte es heissen: «Was bringt diese Person ein, das uns weiterbringt?» Vielfalt darf kein Zusatzkriterium sein, sondern muss als selbstverständliches Qualitätsmerkmal gelten, gerade in Zeiten, in denen Organisationen sich laufend neu ausrichten. Ich wünsche mir, dass mehr Frauen mutig sind, sich zu zeigen – auch wenn nicht alles perfekt passt –, und die Zuversicht mitbringen, nicht nur dabei zu sein, sondern Systeme aktiv mitzugestalten. Dafür braucht es Strukturen, die Entwicklung ermöglichen, statt Ausschluss zu reproduzieren. Meine Perspektive möchte ich weiterhin in Liechtenstein einbringen – konstruktiv, respektvoll und mit dem Blick auf gemeinsames Gestalten.

Women for the Board

Women for the Board ist ein Netzwerk, das Frauen für strategische Gremien sichtbar macht und sich mit bislang nicht so gemischten Netzwerken vernetzt. Mit gegenseitiger Unterstützung ebnen die Mitglieder einander den Weg und stehen für Chancengleichheit sowie eine nachhaltige, transparente und menschliche Unternehmenskultur. Die Plattform bietet die Möglichkeit, gezielt und kostenlos nach der gewünschten Persönlichkeit zu suchen.

www.womenfortheboard.com





Wirtschaftsforum
Südostschweiz

26. August 2025
Stadthalle Chur

JETZT ANMELDEN

Zukunft gestalten: Modellregion Südostschweiz



Magdalena
Martullo-Blocher
Unternehmerin



Rudolf Minsch
Chefökonom
Economiesuisse



Pascal Kaufmann
Gründer
AlpineAI



Luana Bergamin
Unternehmerin &
Politikerin



Andreas Züllig
Gastgeber & Inhaber
Hotel Schweizerhof



Jan Edelbauer
Mitgründer
Bündner Minze

wifo-suedostschweiz.ch

ARGUS

Ja sicher.

Ihr Experte
für Schutz & Sicherheit

24h
7 Tage

Unauffällig präsent.
Spürbar zuverlässig.

Mehr unter: www.argus.li | +423 377 40 40 | sicherheit@argus.li

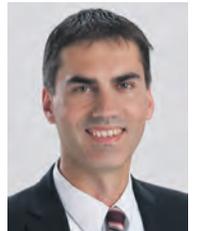
Hauptpartner



«Liechtenstein bietet ideale Rahmenbedingungen für Unternehmen. Wir freuen uns, zahlreiche international tätige Unternehmen auf ihrem Wachstumskurs begleiten zu dürfen.»

Iwan Zimmermann, Partner EY Liechtenstein

Mit unserer Arbeit setzen wir uns für eine besser funktionierende Welt ein. Wir helfen unseren Kunden, Mitarbeitenden und der Gesellschaft, langfristige Werte zu schaffen und das Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken. In mehr als 150 Ländern unterstützen wir unsere Kunden, verantwortungsvoll zu wachsen und den digitalen Wandel zu gestalten. Dabei setzen wir auf Diversität im Team sowie Daten und modernste Technologien in unseren Dienstleistungen. Ob Assurance, Tax & Law, Strategy and Transactions oder Consulting: Unsere Teams stellen bessere Fragen, um neue und bessere Antworten auf die komplexen Herausforderungen unserer Zeit geben zu können. Die EY-Organisation ist in der Schweiz durch die Ernst & Young AG, Basel, an zehn Standorten sowie in Liechtenstein durch die Ernst & Young AG, Vaduz, vertreten. www.ey.com/ch



«Mut zur Zukunft ist für Unternehmen von besonderer Bedeutung. Wir unterstützen KMU gerne dabei, sich gegen alle Risiken abzusichern.»

Robert Wilhelmi, Generalagent der Zurich Versicherung in Liechtenstein

Zurich: Eine starke Marke in der Schweiz und Liechtenstein. Mehr als 1,4 Millionen Kundinnen und Kunden vertrauen auf Produkte und Dienstleistungen von Zurich. Privatpersonen, aber auch kleine, mittlere und grosse Unternehmen und Institutionen entscheiden sich Tag für Tag für unsere Versicherungsprodukte.

In Liechtenstein ist die Zurich Versicherung bereits seit 100 Jahren vertreten. Dieses Jahr feiert die Zurich, Generalagentur Robert Wilhelmi ihr Jubiläum.

www.zurich.ch/vaduz



Die VP Bank AG wurde 1956 gegründet und gehört mit rund 1000 Mitarbeitenden zu den grössten Banken Liechtensteins. Sie ist international an den Standorten Vaduz, Zürich, Luxemburg, Singapur, und Road Town vertreten. Zu ihren Kernkompetenzen gehören die Entwicklung von massgeschneiderten Finanzlösungen für Intermediäre und Privatpersonen. Ausserdem verfügt die Gruppe über ein internationales Fonds-kompetenzzentrum. Per 31. Dezember 2024 lagen die betreuten Kundenvermögen der VP Bank Gruppe bei CHF 50,7 Mrd. Die VP Bank ist an der Schweizer Börse SIX kotiert und hat von Standard & Poor's ein «A-» Rating. vpbank.com

«Die Welt, wie wir sie kannten, verabschiedet sich. Der demografische Wandel, neue Technologien und die Klimaveränderung stellen uns vor kaum gekannte gesellschafts- und wirtschaftspolitische Herausforderungen.»

Thomas Gitzel, Chefökonom VP Bank

Partner

BGP Executive
& Specialist
Recruiting

Wir führen zusammen, was zusammengehört: Menschen mit Organisationen. Kandidaten mit Vakanzen. Stellensuchende mit Stellenangeboten. Passgenau, effizient, vertrauenswürdig & verlässlich. Dafür gehen wir die Extrameile. Und dafür bringen wir die Expertise aus unserer langjährigen Erfahrung als Recruiter, Headhunter & Berater mit. Mit BGP Executive & Specialist Recruiting vereinen wir unsere Namen Becker – Grabher – Pfab zum Wohle unserer Kunden & Kandidaten – ganz nach unserem Motto: Be Great in Profession! www.bgp-hr.com

FRICKBAU

Die Frickbau AG besteht seit über 80 Jahren und blickt auf eine lange Geschichte zurück. Als traditionsreiches Familienunternehmen setzt die Frickbau AG schon immer auf qualitativ hochwertiges, effizientes und innovatives Bauen. Nicht umsonst ist das Unternehmen als Vorreiter in vielen Bereichen der modernen Projektlösung bekannt. Ausserdem verfügt die Frickbau AG über eines der wenigen eigenen Betonelementwerke in Liechtenstein und der Ostschweiz. Die vielseitigen Möglichkeiten in den Abteilungen Hochbau, Tief- und Strassenbau, Elementbau und Generalunternehmen in Kombination mit den motivierten, kompetenten Mitarbeitenden erlauben es, flexibel und zielorientiert auf jede Anforderung einzugehen – getreu dem Firmenmotto «Mit Power am Bau».

www.frickbau.com

FLD

Telecom Liechtenstein – Ihre Verbindung zur Zukunft

Seit 1998 steht Telecom Liechtenstein für erstklassige Kommunikation und digitale Services. Unsere rund 100 Expertinnen und Experten in Liechtenstein sorgen täglich dafür, dass Ihr Business stets verbunden bleibt – ob über Glasfaser, Mobilfunk oder massgeschneiderte IT-Lösungen. Wir bieten mehr als nur Verbindungen: Mit unserer von Bell Labs® zertifizierten Netzarchitektur und den umfassenden IT-Dienstleistungen unseres Schwesterunternehmens sl.one AG garantieren wir Ihnen höchste Qualität und Sicherheit. Unsere georedundanten Rechenzentren und Serviceplattformen werden rund um die Uhr – 24/7/365 – überwacht. Egal ob in der Schweiz, international oder direkt hier in Liechtenstein: Vertrauen Sie auf unser Know-how in den Bereichen White Label Services, IoT/M2M und Cyber Security. Starten Sie in die digitale Zukunft – mit Telecom Liechtenstein. www.fl1.li/business

KIBERNETIK.

Die Kibernetik AG aus Buchs SG ist seit 60 Jahren Pionier für innovative Lösungen in Kälte-, Klima- und Wärmetechnik sowie Photovoltaik. Als einziger Anbieter in der Schweiz kombiniert Kibernetik diese Technologien zu nachhaltigen Gesamtlösungen – für Industrie, Gewerbe und private Anwendungen. Mit einem klaren Fokus auf Energieeffizienz und Umweltfreundlichkeit entwickelt das Unternehmen massgeschneiderte Systeme und begleitet seine Kundschaft von der Beratung bis zur Wartung. Mit KibernetikConnect bietet Kibernetik eine intelligente Steuerung und Überwachung aller Systeme – für maximale Effizienz, Transparenz und Komfort. So gestaltet das Unternehmen die Energiezukunft aktiv mit. www.kibernetik.ch

1875
2025
FROMMELT
Intelligenter Holzbau

Die Zimmerei Frommelt hat sich über vier Generationen hinweg von einem kleinen Familienbetrieb zu einem der innovativsten Holzbauunternehmen Liechtensteins entwickelt. Gegründet im späten 19. Jahrhundert, wird der Betrieb heute von Christoph und Anton Frommelt geführt, die frühzeitig auf ganzheitlichen Hausbau und nachhaltige Innovationen setzten. Neben modernster Technik bleibt die traditionelle Handwerkskunst zentraler Bestandteil der Firmenphilosophie. Die Förderung der Mitarbeitenden sowie das Bewusstsein für ökologische Verantwortung, insbesondere im Hinblick auf graue Energie, stehen im Fokus. So verbindet Frommelt erfolgreich Tradition, Innovation und Nachhaltigkeit im Holzbau. www.frommelt.ag

KAUNDBE

KAUNDBE Architekten wurde 1998 als Aktiengesellschaft gleichzeitig in Liechtenstein und in der Schweiz gegründet. In der Region Werdenberg und Sarganserland sowie im Fürstentum Liechtenstein gehört das Unternehmen heute zu den Marktführern für anspruchsvolle Bauaufgaben. Die qualifizierten Mitarbeitenden arbeiten in Spezialistenteams unter einem Dach, Tür an Tür und Hand in Hand. Die Dienstleistungsbereiche umfassen das Entwickeln und Planen und Bauen. Gerade dies ist das Plus für jeden Kunden, nämlich: Ein verantwortlicher und ausführender Ansprechpartner, von der grünen Wiese bis zur Schlüsselübergabe.

kaundbe.com

Wissenspartner



Wissen für die Zukunft - Weiterbildung an der Universität Liechtenstein.

Wer im Wandel erfolgreich bleiben will, braucht aktuelle Kompetenzen. Die Universität Liechtenstein bietet praxisnahe, berufsbegleitende Weiterbildungen in Digitalisierung, KI, Wirtschaftsinformatik, Leadership, Innovation, Technologie, Architektur, Recht und Steuern. Unsere Programme verknüpfen neueste Forschung mit praktischem Nutzen - für starke Unternehmen, innovative Mitarbeitende und nachhaltigen Erfolg. Die Liechtenstein Executive School berät gerne bei der Auswahl der passenden Weiterbildung.

Mehr unter: www.uni.li/weiterbildung



Träger der OST - Ostschweizer Fachhochschule sind die Kantone St. Gallen, Schwyz, Glarus, Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden und Thurgau sowie das Fürstentum Liechtenstein. Mit rund 4000 Studierenden an sechs Departementen, einem starken Fokus auf Forschung und Entwicklung und einer hohen Transferorientierung trägt die OST massgebend zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung der Region bei. Am Campus Buchs bietet die OST Studium, Forschung, Dienstleistung und Weiterbildung an. In den zwei Bachelorstudiengängen Mechatronik und Ergotherapie sowie dem Master of Science in Engineering (MSE) werden Studierende praxisnah auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereitet. www.ost.ch



Die Klimastiftung Schweiz unterstützt Projekte kleiner und mittlerer Unternehmer, die einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Seit der Gründung der Stiftung hat sie mehr als 200 Innovationsprojekten Unterstützung zugesagt, 16 davon im vergangenen Jahr. Seit 2012 arbeitet die Klimastiftung Schweiz mit der Life Klimastiftung Liechtenstein zusammen. Dadurch können Liechtensteiner KMU Geld bei der Klimastiftung Schweiz beantragen. Andererseits können liechtensteinische Dienstleistungsunternehmen Partner der Klimastiftung Schweiz werden. So zählen unter anderem die LGT, die Liechtensteinische Landesbank LLB und die VP Bank zu den Partnern der Stiftung.

www.klimastiftung.ch, www.klimastiftung.li



Von der Präzisionsfertigung über optische Beschichtungen ergänzt durch Digitalisierung - hier beginnt Innovation! Rhysearch ist Partner der Industrie und betreibt Forschung als Dienstleistung, um Hightech-Projekte zu initiieren. Es ist Anlaufstelle für Unternehmen für umfassende Innovationsunterstützung und vernetzt Wirtschaft und Forschungseinrichtungen miteinander.

Rhysearch verfügt über eine technische Infrastruktur, die einzigartig ist in der Schweiz und Liechtenstein. Von Innosuisse, der Schweizerischen Agentur für Innovationsförderung, ist Rhysearch als förderberechtigte Institution anerkannt. Träger sind der Kanton St. Gallen und das Fürstentum Liechtenstein. www.rhysearch.ch



Die Stiftung Erwachsenenbildung Liechtenstein ist eine öffentlich-rechtliche Institution, gegründet 1999 durch den Landtag. Sie koordiniert, plant und fördert die Erwachsenenbildung in Liechtenstein. Die Stiftung stärkt die Sichtbarkeit der Erwachsenenbildung, gewährleistet den Zugang zur Bildung für alle Erwachsenen und unterstützt Bildungsträger finanziell. Mit dem Weiterbildungsgutschein fördert sie individuelles Lernen und unterstützt Menschen im lebenslangen Lernen. Mehr Infos:

www.erwachsenenbildung.li

Eventpartner



Ja sicher.

Als verlässlicher Partner im Bereich Sicherheit sind wir europaweit im Einsatz, flexibel, erfahren und stets einen Schritt voraus.

Unser Angebot reicht von klassischen Revierdiensten bis hin zur Alarmüberwachung durch unsere eigene, hochmoderne Alarmzentrale. Auch im sensiblen Bereich des Hausnotrufs sorgen wir dafür, dass im Ernstfall schnell und zuverlässig geholfen wird - besonders dann, wenn es um das geht, was uns allen am wichtigsten ist: unsere Liebsten.

Ein besonderes Augenmerk liegt auf unserer Kältefernüberwachung. Rund 7000 Supermärkte und Industrieanlagen vertrauen darauf, dass wir ihre Kühlprozesse 24/7 im Blick behalten - damit Qualität gesichert bleibt, bevor überhaupt ein Problem entsteht.

Argus verbindet bewährte Sicherheitsdienste mit intelligenter Technologie. Als ISO 27001-zertifiziertes Unternehmen erfüllen wir höchste Standards im Bereich Informationssicherheit - für Schutz, der im Hintergrund wirkt und im entscheidenden Moment da ist.

Mehr unter: www.argus.li



Druck+Verlag AG
Schaan

Die BVD Druck + Verlag AG ist ein vielseitiges Medienunternehmen mit den Hauptschwerpunkten Offsetdruck, Digitaldruck und Werbetechnik. Mit der Marke «Balleristo» ist die BVD seit 2015 mit einem innovativen Produkt auf dem Markt, das sich auf die Personalisierung von Markenartikeln ab einer Auflage von 1 spezialisiert. Der gesamte Geschäftsprozess wird über einen Webshop abgewickelt, die Produktion erfolgt ausschliesslich am Standort Schaan. Seit 2024 verfügt auch der Bereich Werbetechnik über einen eigenen Onlineshop. Unter www.folioristo.ch können individuell gestaltete Produkte wie Folien, Parkschilder, Geburtsschilder, Kunststoff-Holzmetern und vieles mehr bereits ab einer Auflage von 1 bestellt werden.

www.bvd.li, www.balleristo.ch, www.folioristo.ch



goba-welt.ch

Die Goba AG, Mineralquelle und Manufaktur, gehört zu den kleinsten eigenständigen Mineralwasserproduzenten der Schweiz. Von Appenzell und seinen Menschen heisst es, sie seien klein, aber oho. Selbstbewusst und erfinderisch, vorwitzig und auch ein wenig versponnen. Das ist das Land, in dem unsere Firma gross geworden ist. Hier fliesst unsere Quelle, hier schlägt unser Herz, hier schöpfen wir Kraft und Ideen, hier verwirklichen wir immer neue, spannende Projekte, mit denen wir die Welt erobern. Wir gehen voran, mit der Nase im Wind und den Füßen fest auf unserem Boden. So können wir uns als regionales KMU im globalisierten Markt behaupten und Qualitätsprodukte mit Charakter schaffen.

www.goba-welt.ch



Die Digicube AG ist eine Agentur mit Hauptsitz in Schaan und weiteren Standorten in Buchs und Chur. Sie bietet umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Webdesign, E-Commerce, Social Media Marketing, analoges und digitales Marketing sowie Branding an. Seit ihrer Gründung im Jahr 2017 hat sich Digicube auf die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit von Unternehmen spezialisiert und unterstützt insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Im Jahr 2025 fusionierte digicube mit der Markenagentur Leone Ming, wodurch sie nun ein noch breiteres Spektrum an analogen und digitalen Marketinglösungen anbietet.

digicube.li



Wir verbinden und bewegen alles – flexibel, zuverlässig, Tag für Tag. Das ist unser Leitsatz. Unser Antrieb. Unsere Motivation. Heute und in Zukunft.

Die Liechtensteinische Post AG bietet ihren Kunden neben den klassischen postalischen Leistungen in der Paket- und Briefbeförderung auch massgeschneiderte Logistik- und Transportlösungen, philatelistische Produkte für Sammler aus der ganzen Welt und digitale Dienstleistungen

für Geschäftskunden. Ausserdem können über Postchannel.li verschiedene physische und digitale Werbeangebote wie Postwurfsendungen, Bild- und Fahrzeugwerbungen gebucht werden. Im hauseigenen Scan-Center wird die analoge mit der digitalen Welt verbunden, indem physische Akten, historische Bücher, Konstruktions- und Baupläne eingescannt werden, damit Kunden diese für die Zukunft platzsparend, sicher und digital ablegen können. Mehr zu den Angeboten und Dienstleistungen der Liechtensteinischen Post AG finden Sie unter: www.post.li

Kooperationspartner

wirtschaftskammer.liechtenstein
für gewerbe, handel und dienstleistung

Die Wirtschaftskammer Liechtenstein ist die grösste Arbeitgeberorganisation in Liechtenstein und vertritt 25 Branchenverbände mit fast 1000 Mitgliedern. Im Fokus unseres privatrechtlichen Vereins stehen die Optimierung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Gewerbetreibenden in Liechtenstein, die Interessenvertretung der Mitglieder sowie die Gewährleistung verschiedener Dienstleistungen. Wir setzen uns ein für günstige Standortbestimmungen, moderne Infrastruktur sowie verträgliche gesetzliche Rahmenbedingungen. Als Wirtschaftskammer sind wir Teil der Wirtschaft und keine staatliche Behörde. Wir vertreten das Gesamtinteresse unserer Mitgliedsunternehmen in Politik und Gesellschaft sowie bei der Wahrnehmung gesetzlich übertragener Aufgaben. www.wirtschaftskammer.li



Die LIHK vertritt als Wirtschaftsverband die Interessen ihrer rund 40 liechtensteinischen Mitgliedsunternehmen. Der Kreis der Mitglieder umfasst insbesondere Industriebetriebe, die drei grossen Banken und einige Dienstleistungsunternehmen. Die LIHK-Mitgliedsunternehmen beschäftigen mehr als 12750 Mitarbeitende in Liechtenstein und weitere über 62930 Mitarbeitende in ihren Auslandsniederlassungen in über 60 Ländern der Welt. Die LIHK leistet einen aktiven Beitrag zur Entwicklung und Erhaltung von attraktiven Rahmenbedingungen und zur nachhaltigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Liechtenstein. www.lihk.li



Die Branche «Interim Management» wächst und wächst. Aber was macht ein Interim-Manager? Ein Interim Manager kann Unternehmen entscheidend unterstützen, wenn fachliches Know-how fehlt. Er übernimmt Projektleitungen und konzentriert sich voll und ganz auf die erfolgreiche Projektumsetzung. Der Interim-Manager übernimmt, im Gegensatz zu einem Berater, eine aktive Rolle im Unternehmen und trägt Verantwortung. Mit seiner reichhaltigen Erfahrung weiss er, wo die schnellstmöglichen Veränderungen die meisten Früchte tragen. Interim-Management, eine aufstrebende Branche, seit einigen Jahren auch im Rheintal. www.rheintal-interim.org

Arbeitgeberverband

Sarganserland –
Werdenberg



Der AGV vertritt die Interessen der Arbeitgeber im Sarganserland und in Werdenberg. Er setzt sich ein für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und den Erhalt respektive die Schaffung bestmöglicher Rahmenbedingungen. Derzeit sind dem Verband über 200 Unternehmen und Organisationen mit mehr als 11000 Mitarbeitern angeschlossen. Mitglied des AGV können natürliche und juristische Personen sowie öffentliche Körperschaften werden, die sich als Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber im Verbandsgebiet betätigen. www.agv-sw.ch



Die Handelskammer Schweiz-Österreich-Liechtenstein (HKSÖL) ist ein umfassendes Netzwerk von Unternehmen und Verbänden, das die drei Länder Schweiz, Österreich und Liechtenstein verbindet. Die rein privatwirtschaftlich finanzierte NPO unterstützt ihre Mitglieder bei ihren Aktivitäten in der Schweiz, Liechtenstein und Österreich und fungiert als Interessenvertretung gegenüber Behörden und Politik.

Das Leistungsspektrum der HKSÖL umfasst zahlreiche Services: von wirtschaftlichen Informationen und Kontakten über hochkarätige Veranstaltungen und Medienplattformen bis hin zu persönlichen Matchmakings, Begleitung des Markteintritts und Unterstützung bei Marketingmassnahmen. www.hk-schweiz.at



Das Standortmarketing Vaduz ist ein eingetragener Verein, bestehend aus einem Vorstand, einer Geschäftsstelle sowie rund 150 Mitgliederbetrieben. Vereinszweck ist die Erfüllung sämtlicher Aufgaben rund um das Standortmarketing der Gemeinde Vaduz. Ziel des Vereines ist es, die Attraktivität des Standorts Vaduz zu fördern. Unter dem Label «Erlebe Vaduz» möchte Standortmarketing Vaduz gemeinsam mit seinen Mitgliederbetrieben Vaduz positiv und nachhaltig weiterentwickeln und so gemeinsam das Vaduz von morgen schaffen. www.erlebevaduz.li

«20 Jahre Mut zur Zukunft»

Mittwoch, 25. Juni, 13.30 Uhr, Spoerry-Halle, Vaduz

Informationen: www.unternehmertag.li

Träger

Hauptpartner



REGIERUNG
DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN



Partner



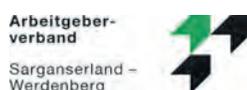
Wissenspartner



Eventpartner



Kooperationspartner



Medienpartner

Gastgeber

Veranstalter

