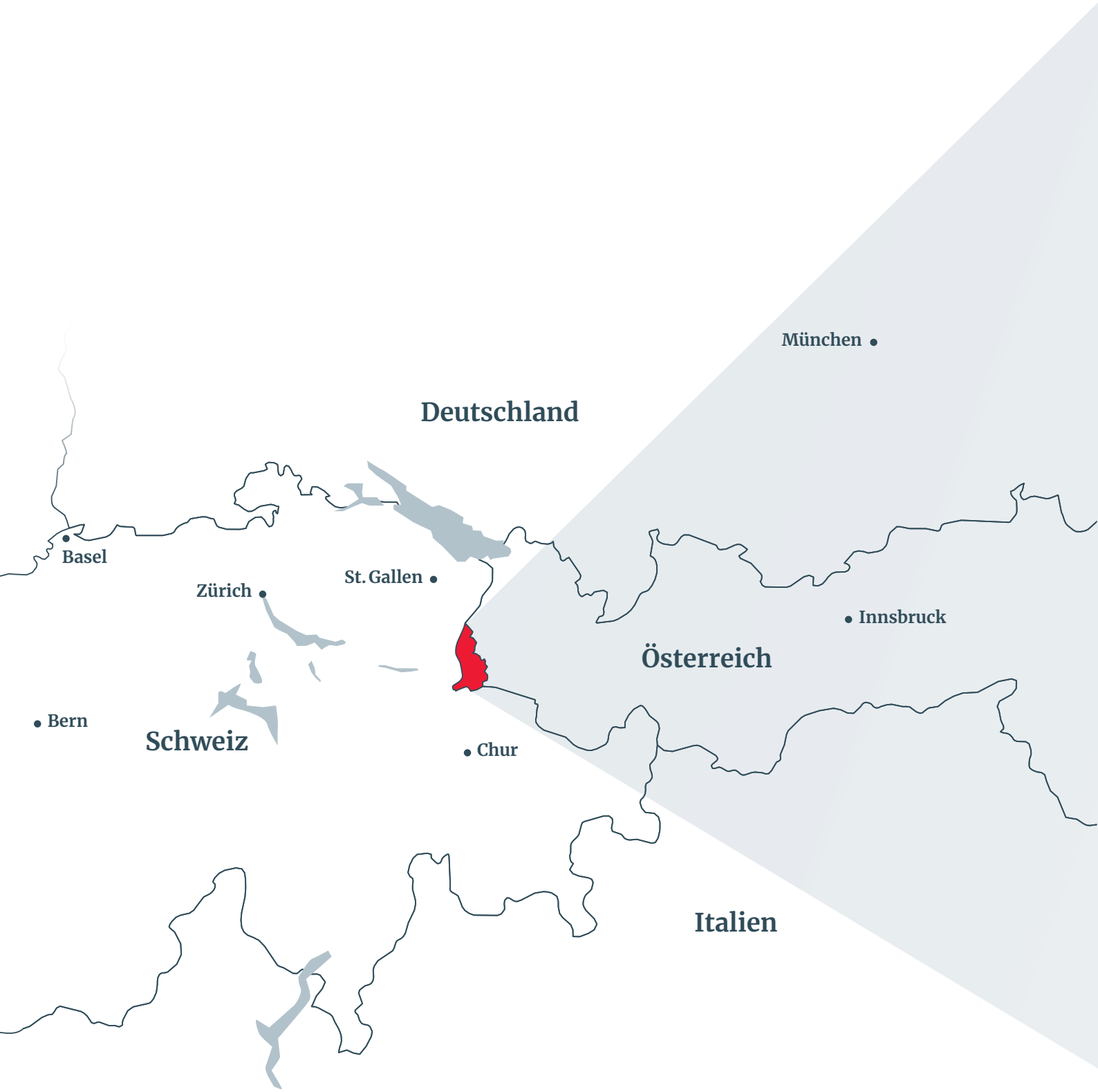
LIECHTENSTEIN

GESCHÄFTSBERICHT 2018
LIECHTENSTEIN MARKETING


München
Deutschland
Basel
St. Gallen
Zürich
Innsbruck
Österreich
Bern
Schweiz
Chur
Italien

INHALT

EINFÜHRUNG / ÜBERSICHT

Vorworte 4–5
2018 in Zahlen 6–7

DESTINATIONSMANAGEMENT

Rückblick / Fazit Bereich Tourismus 8
Entwicklung Logiernächte / Kooperationen 9
Promotionsauftritte 10–11
Front-Office und Gästeinformation 12
MICE / Tagungsgeschäft 13
Produktemanagement 14–15
Kampagnen 16–17

STANDORTMARKETING

Rückblick / Fazit Bereich Wirtschaft 18
Storytelling 19
Finanzplatz Liechtenstein 20–21
Mehrwert schaffen 22–23

MARKETING / KOMMUNIKATION

Rückblick / Fazit Bereich MarKom 24
MarKom im Überblick 25
Vorbereitungen auf das Jubiläum 26–27
Digital Marketing 28–29
Medienarbeit und Printprodukte 30–31
Content-Marketing 32
Botschafter für Liechtenstein 33

EVENTMANAGEMENT

Rückblick / Fazit Bereich Events 34
300 Jahre Fürstentum Liechtenstein 35
Highlights 2018 36–38
Die Marke Liechtenstein 39

NAMEN UND ZAHLEN

Organisation 40
Geschäftsbereiche und Organigramm 41

FINANZEN

Kommentare zur Jahresrechnung 42–43
Bilanz und Erfolgsrechnung 44–45
Anhang 46–47
Anlagespiegel und Bericht Revision 48–49

AUSBLICK

2019: Wir sind 300! 50

VORWORT DES VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENTEN

Christian Wolf

Auf Kurs

Es weht ein neuer und frischer Wind bei Liechtenstein Marketing. Nach sechs Monaten intensiver Einarbeitung der neuen Geschäftsführerin Michelle Kranz und der umgesetzten Neuausrichtung startete ein hoch motiviertes Team mit klaren Vorstellungen und Zielen ins Jahr 2018. Die neuen strategischen Vorgaben wurden konsequent angepackt und umgesetzt.

Die Vorbereitungen für das 300-Jahr-Jubiläum wurden rasch immer intensiver – und die Vorfreude im Team war umso mehr spürbar.

Die Verstärkung im Event-Team aufgrund des bevorstehenden Jubiläumsjahres hat dazu beigetragen, dass das Tagesgeschäft auf höchster Qualität weitergeführt und gleichzeitig die Vorbereitungen auf das Jubiläumsjahr intensiviert werden konnten. Ebenfalls konnte eine Bergstrategie erarbeitet und verabschiedet sowie eine neue Leistungsvereinbarung und Mehrjahresplanung mit der Regierung unterzeichnet werden.

Der Verwaltungsrat verzeichnete Ende des Jahres den Rücktritt von Michael Hasler, der seit dem Jahre 2013 mit grossem Engagement im Verwaltungsrat von Liechtenstein Marketing gewirkt hat. Für den persönlichen Einsatz von Michael Hasler möchte ich mich an dieser Stelle im Namen des gesamten Verwaltungsrates herzlichst bedanken. Für die Mandatsperiode 2019 bis Ende 2022 wird Ivo Haldner, Flims Waldhaus, als neues Mitglied des Verwaltungsrates eingesetzt. Wir freuen uns auf die kommende Zusammenarbeit und wünschen ihm einen guten Start.

CHRISTIAN WOLF

Verwaltungsratspräsident Liechtenstein Marketing

VORWORT DER GESCHÄFTSFÜHRERIN

Michelle Kranz

Wir sind bereit

Passend zum schneereichen Winter durften wir nicht nur die Olympia-Medaillen-Feier für unsere Liechtenstein-Botschafterin Tina Weirather organisieren, sondern zeitgleich auch die neueste Winter-Kampagne mit Tina und Marco «Büxi» Büchel international lancieren. Im Sommer folgten weitere Produktionen mit den beiden Ambassadoren, welche die perfekte Basis für unsere nächste Sommer-Kampagne sein werden.

Sportlich ging es auch für Liechtenstein Marketing durch das Jahr 2018: Neben grossen Auftritten an der Internationalen Grünen Woche in Berlin und der Internationalen Tourismus Börse in Berlin – und neu erstmals auch in Shanghai – wurde auch der Finanzplatz Liechtenstein an Events in Wien und Frankfurt im Ausland erfolgreich präsentiert.

Das internationale Medieninteresse rund um das Landesjubiläum war bereits 2018 gross, sodass wir schon viele hochkarätige Journalisten bei uns begrüssen durften.

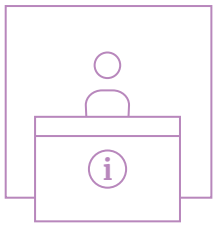
Genau 300 Tage vor dem offiziellen Start in das grosse Jubiläumsjahr «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein» durften wir der Bevölkerung das Konzept für die Feierlichkeiten vorstellen, welches im Anschluss in der Detailplanung konkretisiert wurde. Unter anderem nahm dabei die Gestaltung der «Geburtstagsfeier» konkrete Züge an, um am 23. Januar 2019 zuammen mit der Bevölkerung wie auch den internationalen Staatsgästen würdig ins Jubiläumsjahr zu starten. 2019 wird mit einigen emotionalen 300-Jahr-Momenten aufwarten. Wir freuen uns darauf!

MICHELLE KRANZ

Geschäftsführerin Liechtenstein Marketing

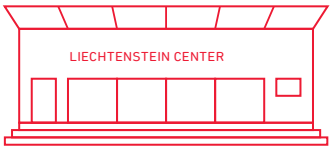
2018 IN ZAHLEN

Highlights und Entwicklungen



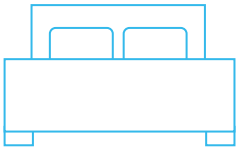
30 000 Besucher

zählte man an der LIHGA. An der Messe informierte Liechtenstein Marketing mit einem eigenen Stand über den neuen Liechtenstein-Weg.



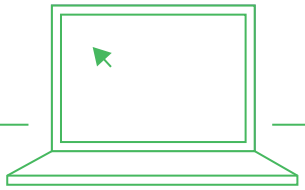
650 000 Tagesgäste

im Städtle
102 000 Besucher im Liechtenstein Center
261 geführte Touren mit über **5100** Gästen



162 161 Übernachtungen

im Jahr 2018, das sind 7.6 % mehr als 2017. Wovon die Schweiz, mit einem Anteil von 29.8 % an den Logiernächten, das wichtigste Herkunftsland für die liechtensteinischen Beherbergungsbetriebe darstellt.



852 000 Besucher

auf unseren Websites
www.liechtenstein.li
www.tourismus.li
www.300.li
www.liechtenstein-business.li
www.finance.li
www.liechtenstein-marketing.li
www.medienportal.li
www.staatsfeiertag.li

5 576 000 Reichweite

auf den Social Media-Kanälen wie Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn und Twitter.

67 Medienbesuche

im Fürstentum Liechtenstein, darunter Besuche von «The Economist», «New York Times», «National Geographic» und «AAA Magazine».

55 000 Exemplare

war die Auflage des Jubiläumsmagazins «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein».

165 Sekunden

dauert der Jubiläumsclip über die Geschichte Liechtensteins.

20 000 Besucher

waren am Staatsfeiertag 2018 zu Gast im Städtle Vaduz.

RÜCKBLICK / FAZIT BEREICH TOURISMUS

Renate Bachmann / Bereichsleiterin Tourismus

Logiernächte, Gästeankünfte und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in unseren Beherbergungsbetrieben sind die üblichen Indikatoren des Tourismus im Alpenraum. Gemessen an diesen Parametern können wir von einem sehr erfolgreichen Tourismusjahr 2018 sprechen. Bei allen drei Messgrössen konnten deutliche Zuwachsraten erzielt werden und dies trotz des volatilen Beherbergungsangebotes. Mit dem Hotel Linde, dem Schaanerhof und dem Landgasthof Mühle sind 2018 drei Traditionsbetriebe geschlossen worden. Ein schmerzlicher Verlust. Somit steht dem Industriestandort Schaan für unsere Businesskunden kein Hotel mehr zur Verfügung.

Generell hat sich dank der guten Wirtschaftslage der Geschäftstourismus sehr gut entwickelt. Im Ferientourismus können wir mit Freude feststellen, dass die Schweizer Gäste uns die Treue halten, unsere deutschen Gäste trotz tiefem Euro-Wechselkurs zurückkehren und wir im BeNeLux-Markt vor allem im Sommer deutliche Zuwachsraten erzielen konnten. Insbesondere die Aufenthaltsdauer hat sich spürbar erhöht. Auch in den Fernmärkten (USA und Asien) konnten wir verstärkt im Übernachtungsbereich punkten.

Erfreulich ist auch die Entwicklung im Tagestourismus. Das Interesse an einem «Stopover» in Liechtenstein ist in den Überseemärkten ungebrochen. Vaduz mit seinen Sightseeing- und Shopping-Angeboten ist dabei das begehrte Ziel. Bei der Bearbeitung dieser Märkte legen wir grossen Wert auf einen wertschöpfungsrelevanten Tourismus. Klasse statt Masse steht hier eindeutig im Fokus. Bei den europäischen Gruppenbuchungen mit Ausflugs- und Vereinsreisen bewegen wir uns momentan mengenmässig etwa wie im Vorjahr, jedoch haben sich der Leistungsumfang und der daraus resultierende Umsatz markant erhöht.

Das hervorragende Angebot unserer Museen und herausragende Veranstaltungen von internationaler Strahlkraft wie Vaduz Classic oder das FL1.LIFE in Schaan sind weit über die Landesgrenzen hinaus zu Publikumsmagneten geworden. Zudem entdecken immer mehr internationale Organisationen und Verbände Liechtenstein als Tagungsort.

Ein herrlicher Winter und ein perfekter Sommer haben auch unserem Alpengebiet einen Gästezulauf beschert. Zugleich wird Malbun als Tagungsort immer interessanter. 2018 wurde mit der Umsetzung der neuen Bergstrategie begonnen. Eine klare Positionierung und innovative Produkte sind die Kernelemente, welche in den nächsten Jahren das Liechtensteiner Berggebiet nachhaltig in den definierten Märkten verankern soll.

Ein grosser Dank gilt allen Leistungsträgern unserer Tourismuswirtschaft, welche täglich mit viel Liebe und enormem Engagement für unsere Gäste arbeiten. Ihr materieller und immaterieller Einsatz hat diesen Erfolg erst ermöglicht.

ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE / KOOPERATIONEN

Der Aufwärtstrend bleibt bestehen

Das Jahr 2018 ist, gemessen an den Parametern der Anzahl Logiernächte und Gästeankünfte, ein sehr erfolgreiches Tourismusjahr. Die neuesten Zahlen bestätigen den Aufwärtstrend und dass auch unsere Nachbarn wieder vermehrt Übernachtungen und längere Aufenthalte in Liechtenstein buchen.

Verfügbare Gästebetten in der Hotellerie

2015	2016	2017	2018
812	1264	1338	1302

Logiernächte

2015	2016	2017	2018
112 484	130 816	150 624	162 161

Gästeankünfte

2015	2016	2017	2018
57 649	70 754	80 939	87 064

Kooperationen und Mitgliedschaften
Dank entsprechenden Kooperationen können wir das touristische Netzwerk pflegen und die Vermarktung intensivieren. Wir arbeiten mit folgenden Partnern zusammen:

SCHWEIZER TOURISMUS-VERBAND

STV FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione svizzera del turisma
Federaziun svizra dal turissem

INTERNATIONALER BODENSEE TOURISMUS

bodensee.eu
Die Tourismusorganisation der Vierländerregion

ERLEBE VADUZ

ERLEBE VADUZ

SCHWEIZ TOURISMUS

Schweiz Tourismus.

OSTSCHWEIZ TOURISMUS

ostschweiz.ch
UND FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN

TRIESENBERG-MALBUN-STEG TOURISMUS

TRIESENBERG MALBUN STEG TOURISMUS

PROMOTIONSAUFTRITTE

Fach- und Publikumsmessen

Liechtenstein Marketing war 2018 mit diversen Fach- und Publikumsmessen-Auftritten im Ausland vertreten. Der Fokus lag dabei auf dem kommenden Jubiläumsjahr und der Vermarktung der neu entwickelten Produkte. Erstmals nahm Liechtenstein Marketing an der Messe Hamburg Reisen, an der ITB Shanghai und am Asia Pacific Workshop teil. Der Fokus auf die asiatischen Reiseveranstalter hat sich mit einer Buchung für Mai 2019 von zusätzlich über 13 000 Gästen aus Taiwan bestätigt.

CMT Stuttgart
13.–14. Januar 2018

Liechtenstein Marketing war auch 2018 an der weltgrössten Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit, der CMT in Stuttgart, innerhalb der Sonderausstellung «Fahrrad & Erlebnisreisen Wandern» vertreten.

Hamburg Reisen
7.–11. Februar 2018

Erstmals war Liechtenstein Marketing an der Reisemesse in Hamburg vertreten. Die Region Hamburg ist für Liechtenstein ein wichtiger Quellmarkt im Bereich Outdoor Sommer wie auch Winter.

ITB Berlin
7.–11. März 2018

Die Internationale Tourismus Börse, kurz ITB, findet jährlich in Berlin statt und ist weltweit die wichtigste Plattform der Reisebranche. Liechtenstein war 2018 bereits das 20. Mal dabei. Insgesamt wurden 152 Gespräche mit Reiseveranstaltern und Medienschaffenden geführt.

ITB Shanghai
16.–18. Mai 2018

Die ITB China wurde 2018 zum 2. Mal als Ableger der ITB Berlin organisiert, die im Gegensatz zur ITB Berlin als reiner B2B Salesworkshop organisiert ist. Liechtenstein war mit einer System-Standkoje präsent. Insgesamt wurden 64 Verkaufsgespräche geführt.

IGW
19.–28. Januar 2018

2018 öffnete die Internationale Grüne Woche in Berlin bereits zum 83. Mal ihre Tore und mittendrin: Fürstentum Liechtenstein. An der Messe wird dem Publikum ein internationales Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln präsentiert.

f.re.e Reise- und Freizeitmesse
21.–25. Februar 2018

Bereits zum zweiten Mal war Liechtenstein Marketing an Bayerns grösster Reise- und Freizeitmesse für den Grossraum München und Umgebung vertreten.

Verkaufsworkshop Feratel
20.–22. April 2018

Liechtenstein Marketing, vertreten durch Martina Hoch, nimmt traditionell jedes Jahr am internationalen Verkaufsworkshop Feratel für Reiseveranstalter und Busunternehmer aus Europa teil. 2018 fand diese Veranstaltung in Mayrhofen im Zillertal statt.

Asia Pacific Workshop
10.–13. Dezember 2018

Liechtenstein Marketing konnte erstmals an diesem Verkaufsworkshop von Schweiz Tourismus teilnehmen. An den drei Tagen konnten insgesamt 59 Verkaufsgespräche mit Reiseveranstaltern aus Süd-Ost-Asien geführt werden.

Foto unten

Michael Müller (Regierender Bürgermeister von Berlin), Dr. Christian von Boettlicher (Vizepräsident der Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie), Christian Schmidt (deutscher Landwirtschaftsminister), Marcus Vogt (VBO-Präsident), Phil Hogan (EU-Landwirtschaftskommissar) und Dominique Gantenbein (Landwirtschaftsministerin Liechtensteins) eröffnen den Liechtenstein-Stand an der IGW.

Foto links

Dr. Daniel Risch, Regierungschef-Stellvertreter, Ministerium für Infrastruktur, Wirtschaft und Sport, begrüsst die geladenen Gäste am Liechtenstein-Stand der ITB Berlin.

FRONT-OFFICE UND GÄSTEINFORMATION

Liechtenstein Center

Das Liechtenstein Center und der Welcome-Desk am Busterminal sind zentrale Informations- und Anlaufstellen für Reisende aus der ganzen Welt. Während der Welcome-Desk jeweils von April bis Anfang Oktober geöffnet ist und in Kooperation mit der City-Train AG betrieben wird, hat das Liechtenstein Center ganzjährig an 365 Tagen geöffnet. Im Jahr 2018 konnten im Liechtenstein Center ca.102 000 Gäste aus mehr als 40 Nationen weltweit begrüsst werden.

Das Liechtenstein Center hat sich durch die erfolgreiche Kooperation mit der Philatelie Liechtenstein in den letzten Jahren auch zum Verkaufspunkt für Liechtensteiner Marken- und Qualitätsprodukte entwickelt. 2018 war es nach 10-jähriger Betriebszeit notwendig, das als Provisorium konzipierte Infocenter zu renovieren bzw. entsprechende Sanierungs- und Adaptierungsmassnahmen zu treffen. Am 16. November 2018 konnte nach nur 3-wöchiger Umbauphase das neue Informationszentrum durch Regierungschef-Stellvertreter Dr. Daniel Risch und Bürgermeister Ewald Ospelt eröffnet werden. Die Netto-Umbaukosten von insgesamt 180 000 CHF wurden zu je einem Drittel aus den Beiträgen der Regierung, einem Beitrag der Gemeinde Vaduz und selbst erwirtschafteten Mitteln finanziert.

Foto oben Ewald Ospelt (Bürgermeister Vaduz), Michelle Kranz (Geschäftsführerin Liechtenstein Marketing), Dr. Daniel Risch (Regierungschef-Stellvertreter), Renate Bachmann (Bereichsleiterin Tourismus) und Christian Wolf (Verwaltungsratspräsident Liechtenstein Marketing) eröffnen feierlich das neue Liechtenstein Center.

MICE / TAGUNGSGESCHÄFT

Kongresse und Wettkämpfe

Neben zahlreichen Kundenevents seitens der Verwaltung, Verbänden, Vereinen und der heimischen Wirtschaft wurde Liechtenstein Marketing 2018 auch für einige grössere Veranstaltungen als Partner beauftragt.

Special Olympics Wintergames
12.–14. Januar 2018

Liechtenstein Marketing zeichnete sich vom 12.–14. Januar 2018 wiederum für die Unterbringung und Verpflegung der Athleten und Betreuer verantwortlich. Insgesamt 343 Teilnehmer wurden an diesem Anlass entsprechend betreut.

OECD Global Forum on Transparency and Exchange of Information for Tax Purposes
11.–15. Juni 2018

Gemeinsam mit der Stabsstelle für Internationale Finanzagenden durfte Liechtenstein Marketing vom 11.–15. Juni 2018 im Vaduzer Saal die internationale OECD-Tagung ausrichten. 144 hochrangige Regierungsvertreter aus 41 Ländern der Welt nahmen an dieser Veranstaltung teil. Die wesentlichen Aufgaben lagen im Bereich Hospitality, Transportwesen und Rahmenprogramm.

Schweizer Meisterschaft Langlauf in Steg
Januar und März 2018

An den Schweizer Meisterschaften im Langlauf in Steg im Januar und März durfte Liechtenstein Marketing für einige kantonale Skiverbände die Zimmerreservationen übernehmen.

Schweizer Bausekretärenkonferenz
20.–21. September 2018

Gemeinsam mit dem Amt für Bau- und Infrastruktur konnte Liechtenstein Marketing vom 20.–21. September 2018 die Schweizer Bausekretärenkonferenz mit mehr als 60 Teilnehmern aus der ganzen Schweiz durchführen. Die Aufgaben lagen im Bereich Hospitality, Transportwesen und im Rahmenprogramm.

Foto oben Schweizer Meisterschaft Langlauf in Steg

PRODUKTEMANAGEMENT

Neue Bergstrategie und Produktentwicklungen

Die vorhandenen touristischen Produkte sind seit mehr als fünf Jahren unverändert am Markt und bedurften dringend einer Überarbeitung und eines Faceliftings. Die Produktentwicklung startete im Jahr 2018 mit neuen, innovativen und nachhaltigen, wertschöpfungsrelevanten Produkten, die nun laufend zielgruppengerecht kreiert, implementiert und an das Leistungsangebot der Leistungsträger angepasst werden. Der Hauptfokus dabei liegt klar beim Gast, dem durch die neuen Produkte das Land, seine Geschichte und die Highlights nähergebracht werden sollen.

Insbesondere das anstehende Jubiläumsjahr und die damit einhergehende erhöhte Aufmerksamkeit bietet sich an, diese neuen Erlebnisse zu kommunizieren. Im Berichtsjahr 2018 wurden weitere Impulse im Bereich Produktmanagement gesetzt, die nachstehend kurz beschrieben sind.

Etappen am Liechtenstein-Weg
Der im Zuge des 300-Jahr-Jubiläums konzipierte Liechtenstein-Weg wurde in verschiedene Etappen unterteilt und dazu touristisch buchbare Produkte für Individual- und Gruppenreisende entwickelt. So kann man neu zum Beispiel den Gepäckservice von Hotel zu Hotel nutzen und sich somit vollkommen auf das Erlebnis des Wanderns konzentrieren, ohne sich um den Transport seines Gepäcks zu kümmern.

1

Balzers – Triesenberg

Länge:	14 km
Auf-/Abstiege:	572 m / 184 m
min. /max. Höhe:	470 m ü. M. 901 m ü. M.
Wanderzeit:	~4 h

2

Triesenberg – Vaduz

Länge:	10 km
Auf-/Abstiege:	264 m / 692 m
min. /max. Höhe:	456 m ü. M. 1109 m ü. M.
Wanderzeit:	~3 h

3

Vaduz – Nendeln

Länge:	17 km
Auf-/Abstiege:	571 m / 576 m
min. /max. Höhe:	450 m ü. M. 794 m ü. M.
Wanderzeit:	~5 h

4

Nendeln – Ruggell

Länge:	15 km
Auf-/Abstiege:	269 m / 289 m
min. /max. Höhe:	433 m ü. M. 541 m ü. M.
Wanderzeit:	~4 h

5

Ruggell – Schaanwald

Länge:	19 km
Auf-/Abstiege:	507 m / 479 m
min. /max. Höhe:	429 m ü. M. 683 m ü. M.
Wanderzeit:	~5 h 30 min

Übersicht Liechtenstein-Weg
Der Liechtenstein-Weg führt total auf 75 Kilometern Länge durch alle elf Gemeinden des Fürstentums. Der Weg verbindet die schönsten und spannendsten Orte des Landes und erzählt gleichzeitig die Geschichte des Fürstentums mit der App «LIstory» (Liechtenstein History). Mehr Informationen dazu unter www.liechtensteinweg.li.

Mit dem Botschafter Marco «Büxi» Büchel wurde für das Jubiläumsprojekt «Liechtenstein-Weg» ein Imageclip zusammen mit Walter Seger, dem ehemaligen Präsidenten des Alpenvereins, gedreht und im Herbst 2018 publiziert.

Direkt zum Liechtenstein-Weg-Clip
bit.ly/liechtenstein-weg-clip

Führungsangebot
Das bestehende Führungsangebot wurde inhaltlich überarbeitet und an das bevorstehende Jubiläumsjahr angepasst bzw. neue Produkte für Gruppenreisen wurden entwickelt.

Erlebnispass
Liechtenstein lanciert seit 10 Jahren den Liechtensteiner Museums- und Erlebnispass, welcher die wichtigsten touristischen Attraktionen sowie die Nutzung des öffentlichen Verkehrs und der Bergbahnen Malbun anbietet. 2018 wurde der Erlebnispass nochmals überarbeitet und digitalisiert, sodass für Hoteliers und Endkunden per 1. Januar 2019 ein deutlich vereinfachter Bezug möglich ist und der Erlebnispass besser in Vertriebe der Hotellerie integriert ist.

Implementierung Bergstrategie
Im Auftrag der Regierung wurde eine neue Strategie Berggebiet in Kooperation mit den wichtigsten Stakeholdern erarbeitet. Als erste Massnahmen wurden für das Berggebiet folgende Produkte bereits 2018 entwickelt: spezielle Angebote für den Flugsport (Hänge- und Paragleiten) in Malbun und Implementierung des Schaukelpfades.

KAMPAGNEN

Winter- und Sommerkampagne mit unseren Botschaftern
Tina Weirather und Marco «Büxi» Büchel liessen sich einmal mehr von der Bergwelt Liechtensteins verzaubern. Hier folgen einige Impressionen der Sommer- und Winterkampagne.

Die Clips findet man direkt mit den nachfolgenden Links. Zurücklehnen und geniessen...

Direkt zum Sommer-Clip
bit.ly/sommerclip

Direkt zum Winter-Clip
bit.ly/winterclip

RÜCKBLICK / FAZIT BEREICH WIRTSCHAFT

Marlene Engler / Bereichsleiterin Wirtschaft

Seit Mai 2017 verfügt Liechtenstein Marketing über einen eigenen Wirtschaftsbereich. Die Grundlagen für eine erfolgreiche Standortkommunikation konnten seither dank viel Aufbauarbeit geschaffen werden.

Mit dem Ausbau der Website www.liechtenstein-business.li konnte ein Meilenstein in der Standortkommunikation erreicht werden. Online einfach auffindbare Informationen in Deutsch und Englisch sind der Schlüssel zur Vermittlung von Wissen über den Wirtschaftsstandort Liechtenstein und seine Vorteile. Da Information allein nicht genügt, wurden 2018 erstmals zwei multimediale Storytelling-Produktionen im Bereich Industrie umgesetzt. Der Inhalt aus diesen Produktionen, wie Videos, Infografiken, Bilder und Fakten, hilft Liechtenstein Marketing dabei, den Wirtschaftsstandort auf allen Kanälen zu promoten. Neben dem Industrie- und Gewerbestandort des Fürstentums wurde auch dem Finanzplatz Liechtenstein Beachtung geschenkt. Wiederum konnten Events in Wien und Frankfurt erfolgreich durchgeführt werden. Mehr zu diesen Projekten erfahren Sie auf den folgenden Seiten.

In die Medienarbeit wurde 2018 kräftig investiert. Kontakte, auch viele Erstkontakte, zu Journalisten in Deutschland, Österreich und der Schweiz konnten hergestellt werden. Media-Lunches mit Verbandsvertretern aus Liechtenstein und den jeweiligen Botschaften wurden in Wien und Frankfurt durchgeführt. Lokale Journalisten hatten so die Möglichkeit, einfach mit hochkarätigen Gesprächspartnern aus Liechtenstein in Kontakt zu kommen. Im November wurden zusätzlich Journalisten nach Liechtenstein eingeladen. Die Medienreise unter dem Motto «Hidden Champions und neue Finanzwelt» brachte den Medienschaffenden aus dem deutschsprachigen Raum den Wirtschaftsstandort Liechtenstein näher.

Aktuelle Informationen sind in der Standortkommunikation unerlässlich und so werden fast täglich Neuigkeiten aus Liechtenstein auf den vom Wirtschaftsbereich betreuten Webseiten www.liechtenstein-business.li und www.finance.li publiziert. Die regelmässig über diese Webseiten eingehenden Anfragen zu allerlei Themen werden tagesaktuell in Zusammenarbeit mit dem Zentralen Unternehmensservice des Amtes für Volkswirtschaft beantwortet. Neben Neuigkeiten aus dem Wirtschaftssektor werden auch die Veranstaltungen zu Wirtschaftsthemen erfasst und auf den beiden Webseiten im Eventkalender publiziert. Zudem erhalten Interessierte alle zwei Monate die «Business News Liechtenstein» geliefert. Der Newsletter befasst sich ausschliesslich mit Themen für wirtschaftsinteressierte Leser.

Mit Unterstützung der Marketing- und Kommunikationsabteilung werden die Social Media-Kanäle des Wirtschaftsbereichs auf Twitter regelmässig gefüttert. Seit 2018 gibt es auch einen LinkedIn-Kanal, der sich ausschliesslich mit dem Thema Finanzplatz Liechtenstein beschäftigt.

STORYTELLING AUCH IM WIRTSCHAFTSBEREICH

Neues Contentmarketing für die Wirtschaft

Liechtensteins Wirtschaftsstandort ist breit diversifiziert und bietet so verschiedenen Branchen ein Zuhause. Dieser Fakt und die Bedeutung des Industriestandortes Liechtenstein mit seinen vielen Hidden Champions sind im Ausland weitestgehend unbekannt.

Ziel des Storytelling-Projekts ist es, die Geschichten von Liechtensteiner Unternehmen mit den Standortvorteilen des Landes zu verknüpfen und einer breiten, wirtschaftsinteressierten Öffentlichkeit in Deutschland, der Schweiz und Österreich zu erzählen. Dafür wurde 2018 mit den Firmen Intamin in Schaan und Kaiser AG in Schaanwald zusammengearbeitet.

Für beide Storytelling-Produktionen wurde jeweils ein 30 Sekunden langer Videoclip produziert, welcher kurz eine Geschichte erzählt, die mit humoristischen oder emotionalen Aspekten punktet. Der Videoclip wird als Teaser eingesetzt, um Aufmerksamkeit für die Gesamtproduktion zu generieren. Als Grundlage für die Texte dienten jeweils Interviews mit den CEOs der Unternehmen. Zusätzlich wurden animierte Infografiken produziert, welche Fakten zum Wirtschaftsstandort attraktiv darstellen. Spektakuläre Bilder runden die Darstellung auf der Website www.liechtenstein-business.li ab.

«Hyperion» Mega Coaster, Polen

Intamin – Das Leben ist eine Achterbahn
Es gibt sie, die Achterbahn-Fans, die nur davon träumen, für Intamin arbeiten zu dürfen. Doch beim Bau von Achterbahnen geht es um mehr als um Layout und Animation. Technik-Freaks und Adrenalin-Junkies des Liechtensteiner Unternehmens sind sich einig: Bei Intamin geht es um echte Innovation. Alles, was sie heute auf dem Papier konstruieren oder im Computer animieren, können sie später einmal selbst erleben.

Erfahren Sie mehr über Intamin
www.liechtenstein-business.li/intamin

Mobil-Schreitbagger der Kaiser AG

Kaiser AG – Wenn aus Webmaschinen Bagger werden
Vor über 100 Jahren begann ein kleines Unternehmen in Liechtenstein mit der Produktion von Webmaschinen. Es war kein Kinderspiel, aber mit Leidenschaft, Mut und Erfindergeist gelang es dem Familienbusiness immer wieder, die Herausforderungen zu meistern und seine Visionen zu verwirklichen. Heute gilt die Kaiser AG als Technologieführer – allerdings nicht für Webmaschinen, sondern für mobile Schreitbagger und Kanalreinigungsfahrzeuge.

Erfahren Sie mehr über die Kaiser AG
www.liechtenstein-business.li/kaiser

FINANZPLATZ LIECHTENSTEIN

Präsentation Finanzplatz

Der Finanzplatz Liechtenstein präsentierte sich auch 2018 mit Events unter dem Titel «Perspektive Übermorgen» in Wien und in Frankfurt. Wie auch in den Vorjahren stiess die gemeinsame Initiative der liechtensteinischen Regierung, der Verbände der verschiedenen Branchen des Finanzplatzes und von Liechtenstein Marketing auf grosses Interesse.

Am 13. Juni 2018 begrüssten die Finanzplatzvertreter aus Liechtenstein rund 120 Gäste im Novomatic Forum im Herzen von Wien. Nach der Begrüssung durch Botschafterin I.D. Maria-Pia Kothbauer referierte Regierungschef Adrian Hasler zum Thema «Innovation und Rechtssicherheit – die Basis des Finanzplatzes von morgen». S.D. Prinz Hubertus von und zu Liechtenstein, Verwaltungsrat der LGT Bank AG, beantwortete im Interview die Fragen des Moderators Rainer Nowak. Im Anschluss legte Christian Verling, Vorstandsmitglied der Vereinigung liechtensteinischer gemeinnütziger Stiftungen, in seiner Präsentation die Beweggründe für nachhaltiges Investieren offen und beleuchtete die Anlagepolitik im heutigen Umfeld. Zum Schluss diskutierte ein Panel mit Angela Matthes, Liechtensteinischer Versicherungsverband, Roland Matt, Liechtensteinischer Bankenverband und Anton Wyss, Liechtensteinische Treuhandkammer, die Zukunftsthemen Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Rene Kreisl, General Counsel, Macquarie Investment Management Austria, nahm ebenfalls am Panel teil und brachte die österreichischen Sichtweisen zu den Themen ein.

Am 18. Oktober 2018 waren die Vertreter des Finanzplatzes Liechtenstein im Literaturhaus in Frankfurt zugegen und freuten sich über die rund 140 Gäste. Nach der Begrüssung durch Botschafterin Isabel Frommelt-Gottschald und dem Auftritt von Regierungschef Adrian Hasler stellten sich Yanislav Malahov und Marion Vogel vom Liechtensteiner Blockchain-Unternehmen Aeternity den Fragen von Moderatorin Melinda Crane. Zum Schluss beantwortete Christoph Müller, CEO der Allianz Risk Transfer AG aus Schaan, die Fragen der Moderatorin.

Beide Events wurden mit einem Networking-Apéro mit liechtensteinischen Produkten abgeschlossen.

Regierungschef Adrian Hasler.

Botschafterin I.D. Maria-Pia Kothbauer.

Botschafterin Isabel Frommelt.

Von unten nach oben: Yanislav Malahov (Gründer von Aeternity), Christoph Müller (CEO der Allianz Risk Transfer AG), Michelle Kranz (Geschäftsführerin Liechtenstein Marketing), Marcel Müller (Vorstandsmitglied des Vereins unabhängiger Vermögensverwalter), Melinda Crane (Moderatorin), Marion Vogel (Director von Aeternity), Adrian Hasler (Regierungschef des Fürstentums Liechtenstein), Marcello Scarnato (Verwaltungsrat von Liechtenstein Marketing), Isabel Frommelt-Gottschald (Liechtensteinische Botschafterin in Berlin), Ivo Elkuch (Geschäftsführer Liechtensteinische Treuhandkammer), Simon Tribelhorn (Geschäftsführer Liechtensteinischer Bankenverband), Alex Boss (Präsident des Liechtensteinischen Anlagefondsverbands), Hans-Werner Gassner (Präsident Liechtensteinischer Bankenverband), Caroline Voigt (Präsidentin und Geschäftsführerin des Liechtensteinischen Versicherungsverbands)

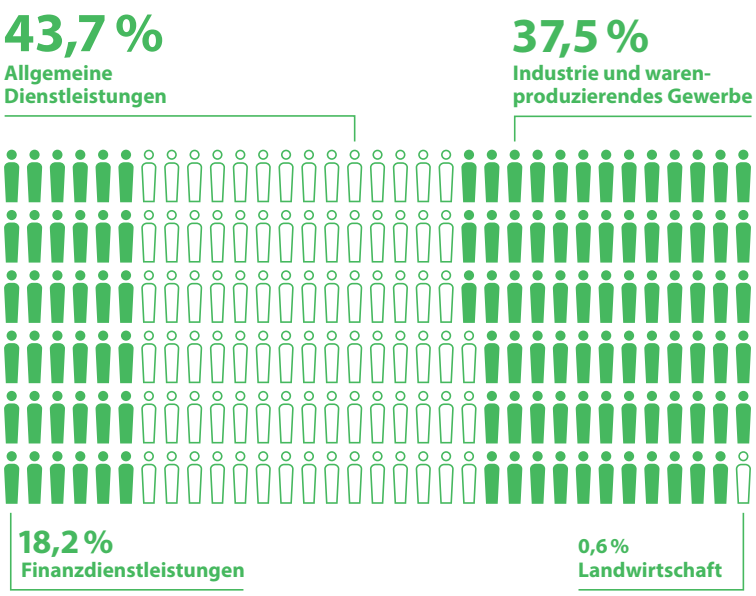
MEHRWERT SCHAFFEN FÜR DEN STANDORT LIECHTENSTEIN

Websites und Grafiken

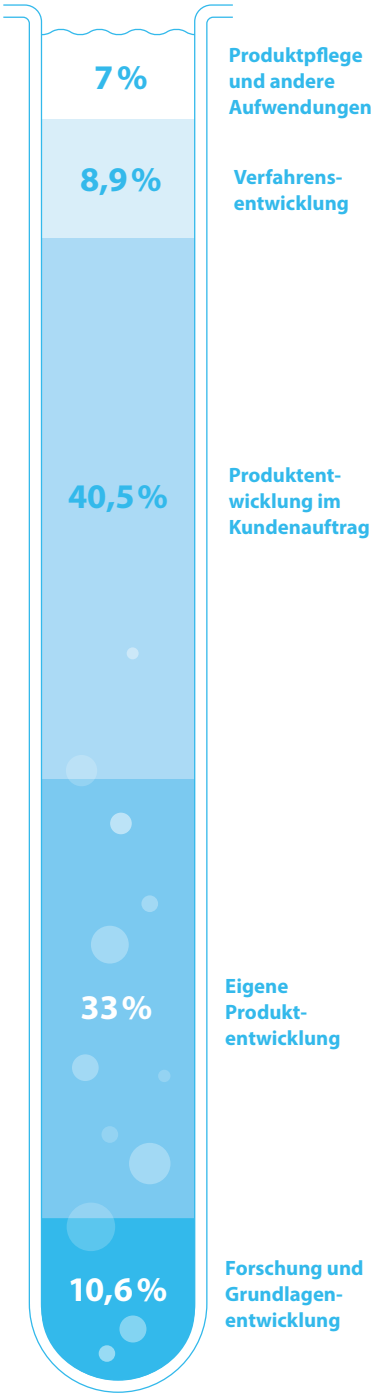
Die Wirtschaftsplattform www.liechtenstein-business.li wurde 2018 stark ausgebaut und liefert schnell, unkompliziert und verständlich Antworten auf viele Fragen zum Unternehmertum in Liechtenstein. In enger Abstimmung mit dem Amt für Volkswirtschaft, diversen weiteren Amtsstellen und der Hilfe von Textern, Übersetzern und diversen weiteren Amtsstellen konnte das Projekt erfolgreich abgeschlossen werden. Rund 70 neue Unterseiten mit einer grossen Vielfalt an Themen wurden erstellt. Antworten auf häufig gestellte Fragen können nun rund um die Uhr und auch auf Englisch beantwortet werden.

Aber nicht nur inhaltlich sollen die Informationen schneller und besser abrufbereit sein. Der Wirtschaftsstandort Liechtenstein wird 2019 in einem neuen Gesicht erscheinen. Nebst der neu geplanten Wirtschaftsbroschüre wird auch die Webseite selbst einem Facelifting unterzogen. Es wird vermehrt auf Grafiken und Bilder gesetzt, damit Informationen auf einen Blick verständlich gemacht werden.

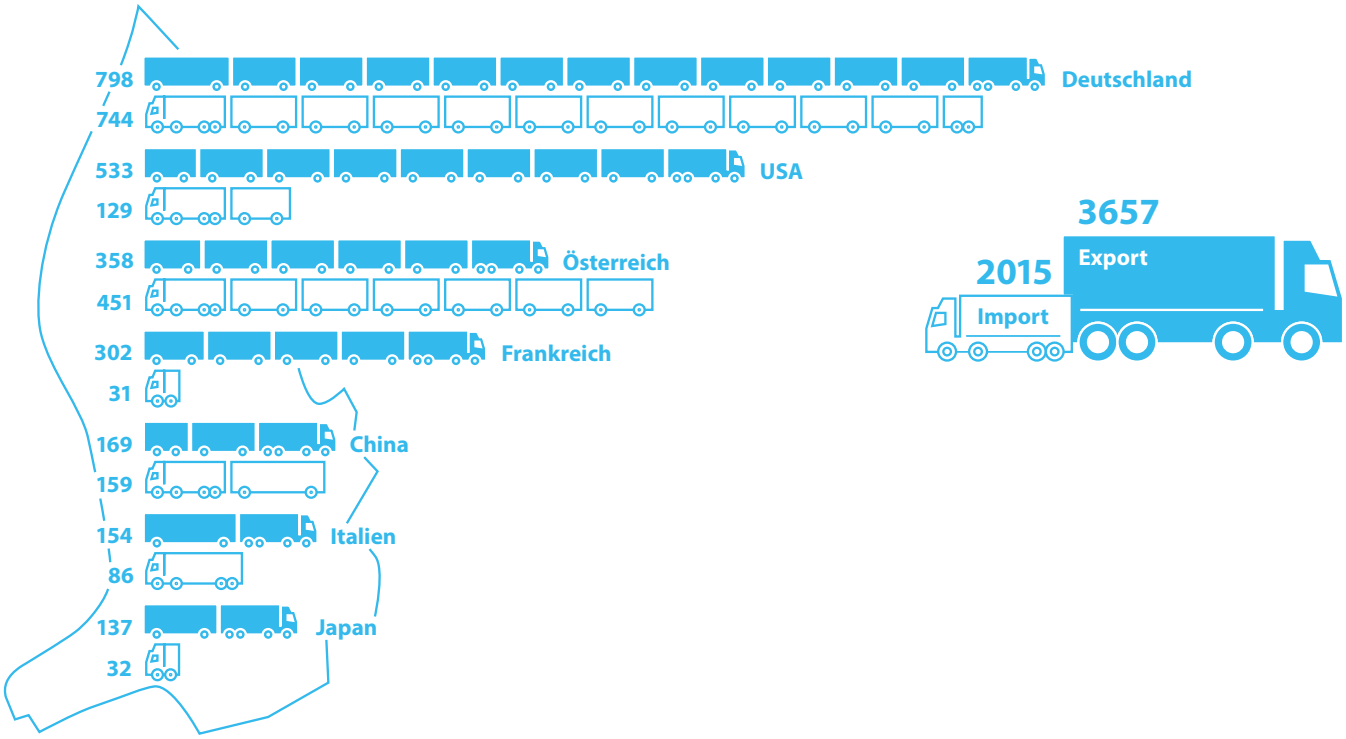
Beschäftigte nach Wirtschaftssektor im Jahr 2017



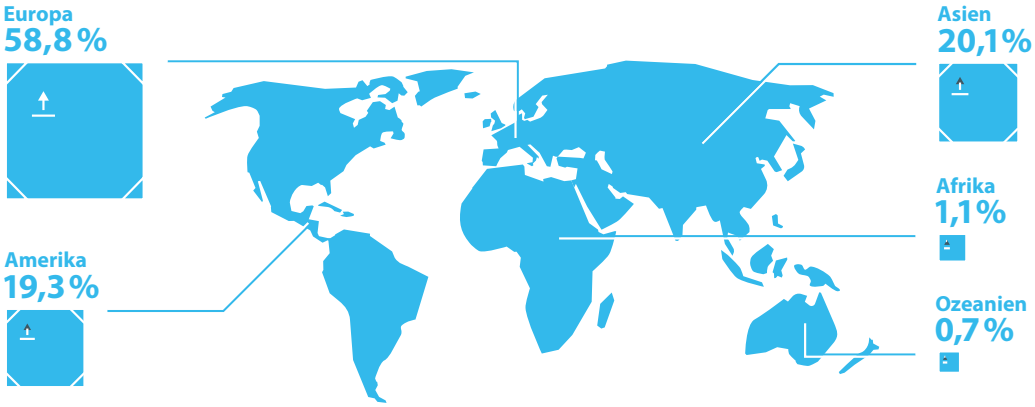
Investitionen in Forschung und Entwicklung der liechtensteinischen Industrieunternehmen:



Exporte und Importe der grössten Handelspartner nach Ländern
(Zahlen 2018, in Mio. CHF, aufgrund der Zollunion wird der Warenverkehr mit der und über die Schweiz nicht erfasst)



Exporte nach Kontinenten
(Zahlen 2018)



RÜCKBLICK / FAZIT BEREICH MARKETING UND KOMMUNIKATION

Martin Knöpfel / Bereichsleiter Marketing und Kommunikation

Mit der 2017 eingeführten Marketing- und Kommunikationsstrategie liegt der Umsetzungsfokus für den Bereich Marketing und Kommunikation für die nächsten Jahre auf der digitalen Transformation. Wir bewegen uns vom traditionellen Marketing zum digitalen Marketing und verlagern auch die Allokation der Ressourcen entsprechend. Der Bereich Marketing und Kommunikation steht vor der Herausforderung, die Aufmerksamkeit von potenziellen Liechtenstein-Interessierten zu gewinnen. Aus der Masse an Werbebotschaften stechen die Botschaften von Liechtenstein Marketing nur heraus, wenn wir für Wow-Effekte sorgen. Dies gelingt nur mit einzigartigen Inhalten und guten Produkten.

Um einen Wow-Effekt zu erzielen, braucht es starke Markenbotschafter. 2018 konnte mit Tina Weirather eine ganz besondere Liechtenstein-Botschafterin verpflichtet werden. Tina Weirather steht für typisch liechtensteinische Werte (sympathisch, authentisch, bodenständig) und hat eine hohe Glaubwürdigkeit bei der Zielgruppe. Die Zusammenarbeit mit den beiden Liechtenstein-Botschaftern Tina Weirather und Marco «Büxi» Büchel gestaltete sich sehr erfolgreich. Mit den Liechtenstein-Botschaftern wurde jeweils ein Sommer- und Winterclip produziert. Über YouTube und die Social Media-Kanäle haben bereits über 330 000 Personen den Winterclip angesehen. Der Sommerclip wurde 2018 produziert und wird erstmals 2019 für die Sommerkampagne eingesetzt.

2018 stand für den Bereich Marketing und Kommunikation, aber auch im Zeichen der Vorbereitung der Marketing- und Kommunikationsmassnahmen für das Jubiläumsjahr 2019. Es wurde die Webplattform 300.li aufgebaut, das Jubiläumsmagazin produziert, ein Ambassadoren-Kit erstellt, ein Videoclip für den Liechtenstein-Weg produziert sowie Geschichten über Liechtenstein zusammengestellt, die multimedial aufgearbeitet und systematisch in der Medien- und Marketingarbeit von Liechtenstein Marketing eingesetzt werden. Auch die Ausarbeitung und Umsetzung der App «LIstory», welche 2019 lanciert wird, hat den Bereich Marketing und Kommunikation intensiv beschäftigt und wird 2019 für entsprechende Aufmerksamkeit sorgen.

Auf den Social Media-Kanälen finden sich sehr viele spannende Inhalte über Liechtenstein. Diese von Benutzern generierten Inhalte («User Generated Content») macht sich Liechtenstein Marketing seit 2018 zunutze und hat ein Tool eingeführt, um diese Inhalte gezielt für die Kommunikation zu nutzen und so für authentische Wow-Effekte zu sorgen.

Als Höhepunkt der Medienarbeit durften wir im Rahmen der Medienreise APES (Association de la Presse Etrangère en Suisse et au Liechtenstein) 15 internationale Journalisten in Liechtenstein begrüssen. Des Weiteren waren renommierte Medien wie «The Economist», «The New York Times», «Rai Tre» oder «CNN Money Switzerland» in Liechtenstein auf Recherchebesuch. Die Früchte dieser Besuche sorgen hoffentlich im Jubiläumsjahr bei den Lesern und Zuschauern dieser Medien für Wow-Effekte.

Ein interner Wow-Effekt wurde am 25. Mai 2018 erzielt: Die erfolgreiche Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) wurde realisiert. Wir haben unsere Datenschutzbestimmungen und Abläufe vorschriftsmässig angepasst und so die Grundlage geschaffen, um mit unseren Kunden in Zukunft zu kommunizieren.

MARKETING UND KOMMUNI-KATION IM ÜBERBLICK

Integriertes Marketing

Liechtenstein Marketing setzt diejenigen Marketinginstrumente im Markt ein, mit denen die gewünschte Zielgruppe am effektivsten erreicht werden kann. Die definierten Marketing-massnahmen sind integriert, wirksam und messbar.

Das integrierte Marketing von Liechtenstein Marketing umfasst die vier Bereiche Digital Marketing, Promotion, Medien-arbeit und Events. Ein einzelnes Instrument führt nicht zum Ziel, nur der ideal ausgestaltete crossmediale Mix erzielt eine optimale Wirkung und einen effektiven Mitteleinsatz.

Medienarbeit

- Produktion News/ Geschichten
- Medienreisen für Gruppen
- Individuelle Medienreisen

Promotion

- Druckerzeugnisse
- Printkampagnen
- Direct Mailing
- Messen
- Liechtenstein Center
- Key Account Management
  - Reiseveranstalter
  - Leistungsträger
  - Verbände etc.

Digital Marketing

- Kern-Websites
  liechtenstein.li
  liechtenstein-business.li
  tourismus.li
  finance.li
- Service-Websites
  liechtenstein-marketing.li
  staatsfeiertag.li
  medienportal.li
  300.li
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Suchmaschinenmarketing (SEM)
- Onlinekampagnen
- E-CRM (Newsletter)
- Social Media Marketing
- User Generated Content (UGC)

Events

- Staatsfeiertag
- ITB
- 300-Jahr-Jubiläum
- Finanzplatz
- Präsentationen

VORBEREITUNGEN AUF DAS JUBILÄUM

«300 Jahre Fürstentum Liechtenstein»

Das Jahr 2018 stand stark im Zeichen der Vorbereitungen der Marketing- und Kommunikationsmassnahmen für das Jubiläumsjahr. Es wurden Marketingmassnahmen ergriffen, um vollumfänglich sowie laufend über Projekte zu informieren.

Die neue Website 300.li

Informationsplattform

Die Website wurde Anfang 2018 online geschaltet und informiert laufend über Projekte, Events und News rund um das Jubiläumsjahr.

Ambassadoren-Kit

Informationsmittel für unsere Botschafter

Das 300-Jahr-Jubiläum von Liechtenstein bedeutet auch internationale Aufmerksamkeit, die wir nutzen möchten, um Liechtenstein sowohl bekannter zu machen als auch um die sympathische und weltoffene Art zu zeigen. Um dies im Alltag für unsere Botschafter und Würdenträger einfacher zu gestalten, haben wir das Jubiläum als Anlass genommen, um ein Ambassadoren-Kit zu entwickeln.

Das Kit kann individuell zusammengestellt werden. Es enthält einen USB-Stick mit umfassenden Informationen, Bildern und Geschichten über Liechtenstein und dessen Jubiläum, eine modulare Powerpoint-Präsentation sowie das Jubiläumsmagazin und die Jubiläumsbriefmarke.

Jubiläumsmagazin

Ein Jahr voller Feierlichkeiten

Das Jubiläumsmagazin wurde Ende 2018 fertiggestellt und für 2019 in Druck gegeben. Mit einer Auflage von 55 000 in Deutsch und Englisch informieren 84 Seiten über das bevorstehende Jubiläumsjahr, beschreiben die verschiedenen Projekte und erzählen von der Geschichte und dem heutigen Leben im Fürstentum Liechtenstein.

Jubiläumsclip

Die Geschichte Liechtensteins in 165 Sekunden

300 Jahre sind eine lange Zeit und werden mit einer langen Vorgeschichte des Landes in Verbindung gebracht. Liechtenstein Marketing hat zusammen mit dem Liechtenstein-Institut den Inhalt für den Jubiläumsclip erstellt, um die wichtigsten Geschichtspunkte der 300 Jahre in 165 Sekunden zusammenzufassen.

Mit einfachen Beispielen, visuell durch einen Zeichenkünstler untermalt und kurz und knapp erklärt führt der Clip den Zuschauer in kurzer Zeit durch die Geschichte des Landes und erklärt wichtige Zusammenhänge, Bündnisse und Ereignisse, die das heutige Fürstentum Liechtenstein unverkennbar machen.

Der Jubiläumsclip ist in Deutsch und Englisch verfügbar und auf dem YouTube-Kanal von Liechtenstein Tourismus abrufbar. Eine Direktverlinkung zur deutschen Version findet man unter folgendem Link.

Direkt zum Jubiläums-Clip
www.300.li/geschichte

DIGITAL MARKETING

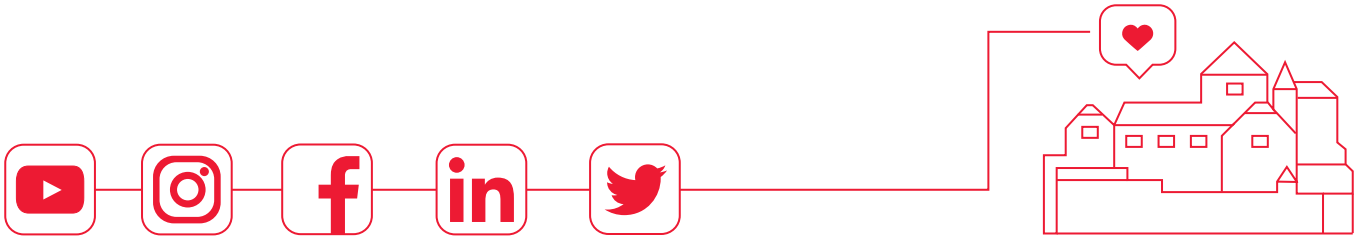
Websites- und Social Media-Kennzahlen

Websites
Die von Liechtenstein Marketing bewirtschafteten Websites bilden den Kern der digitalen Kommunikation von Liechtenstein Marketing. Die Online-Auftritte sind sowohl in Deutsch als auch in Englisch abrufbar und im mobile-freundlichen Responsiv-Design konzipiert. 2018 wurde im Vorfeld des Jubiläums «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein» die Website www.300.li neu lanciert. Die Besuche auf der Tourismus-Seite sind im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufig, da die Website 2017 neu aufgesetzt wurde und dabei am Anfang einer neu aufgesetzten Website meistens Verluste entstehen. Gleichzeitig wurden die Seiten liechtenstein.li, liechtenstein-business.li und finance.li viel mehr besucht. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass mit gezielten Online-Marketing-Massnahmen die Besucher auf die jeweiligen Seiten gelenkt werden konnten.

Kennzahlen 2018: Von Liechtenstein Marketing bewirtschaftete Websites

Website	Besuche	Veränderung Vorjahr	Besuchte Seiten	Aufenthaltsdauer
www.tourismus.li	381 000	–6 %	1 000 000	2,09 min.
www.liechtenstein.li	275 000	+39 %	524 000	1,35 min.
www.liechtenstein-business.li	107 000	+46 %	206 000	1,39 min.
www.staatsfeiertag.li	32 000	+6 %	108 000	2,00 min.
www.liechtenstein-marketing.li	17 000	+7 %	35 000	1,21 min.
www.finance.li	17 000	+54 %	32 000	1,06 min.
www.300.li	15 000	–	75 000	2,43 min.
www.medienportal.li	8000	+18 %	13 000	1,13 min.

Newsletter
Mit themenspezifischen Newslettern versorgt Liechtenstein Marketing rund 17 000 Personen mit aktuellen Informationen aus den Bereichen Natur, Kunst & Kultur sowie MICE. Die Newsletter erzielen eine sehr gute «Unique Öffnungsrate» von teilweise über 50 Prozent. Alle zwei Monate wird auch ein Newsletter an Wirtschaftsinteressierte versendet, um zielgerichtet über den Wirtschaftsstandort Liechtenstein zu informieren.



Social Media-Kanäle

Über die Social Media-Kanäle distribuiert Liechtenstein Marketing auf die Themenfelder abgestimmten Content direkt zu Gästen und Kunden. Die stärkste Wachstumsrate weist Instagram aus. Liechtenstein Marketing sieht auch in LinkedIn Potenzial und wird die Präsenz auf dieser Plattform in Zukunft ausbauen.

Die von Liechtenstein Marketing bewirtschafteten Kanäle erzielten eine Reichweite von über 5,5 Millionen Personen, was die Reichweite gegenüber dem Vorjahr um mehr als 700 000 Personen erhöht hat. Die Liechtenstein-YouTube-Videos wurden 2018 über 5500 Stunden lang angesehen.

Entwicklung Social Media-Kanäle 2015 bis 2018

Kanal	2018	2017	2016	2015
Facebook (Follower)	19 680	17 851	15 805	11 009
YouTube (Ansichten total)	641 000	471 000	202 000	135 000
Instagram (Follower)	5910	2512	1023	280
Twitter_Travel (Follower)	1466	1358	1151	883
Twitter_Business (Follower)	638	473	326	160
Twitter_Finance (Follower)	348	163	60	–
LinkedIn_LiMa (Follower)	689	417	–	–
LinkedIn_Finance (Follower)	45	–	–	–

Reichweite Social Media-Kanäle 2018

Kanal	Reichweite	Bewertung
Facebook	2 120 000	184 000 Interaktionen
Twitter_Travel	1 500 000	
Twitter_Business	180 000	
Twitter_Finance	151 000	
YouTube	217 000	5550 h Wiedergabe
Instagram	1 242 000	122 000 Interaktionen
LinkedIn	166 000	
Total	5 576 000	

Die Bedeutung der Social Media-Kanäle zeigt sich in der Gesamtreichweite von über 5,5 Mio. erreichten Personen. Die Reichweite ist eine Kennzahl, mit der sich die potenzielle Grösse des Publikums ermitteln lässt, das erreicht werden kann. Zu beachten ist auch, dass die Kanäle eine sehr hohe Interaktionsquote (Facebook 9 %, Instagram 10 %) erzielen. Die Interaktionsrate ist ein Indikator dafür, wie stark Fans mit der Seite interagieren. Zur Interaktion zählen Likes, Shares, Klicks und Kommentare. Eine Interaktionsrate von mehr als einem Prozent gilt als gut.

MEDIENARBEIT UND PRINTPRODUKTE

Gruppen-Medienreisen
Neben individuellen Medienreisen organisierte Liechtenstein Marketing auch die Gruppenmedienreise APES (Association de la Presse Etrangère en Suisse et au Liechtenstein) in Zusammenarbeit mit der Liechtensteinischen Botschaft in Bern. 15 Mitglieder aus der ganzen Welt sind der Einladung gefolgt und erhielten die Gelegenheit, durch spannende Gäste aus Politik, Bildung und Forschung neue Seiten des Fürstentums Liechtenstein kennenzulernen und exklusive Einblicke zu erhalten.

Gemeinsam mit dem Wirtschaftsbereich wurde 2018 auch die Medienreise «Hidden Champions und neue Finanzwelt» durchgeführt. Fünf Journalisten von namhaften Medien aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nahmen an der Medienreise teil. Im Mittelpunkt der Reise standen Firmenbesuche bei der Kaiser AG und bei Ivoclar Vivadent. Ausserdem erhielten die Journalisten im Liechtenstein-Institut eine Kurzinfo über die 300-jährige Geschichte Liechtensteins. In Gesprächen mit den Liechtensteiner Wirtschaftsverbänden sowie Vertretern aus Wirtschaft und Verwaltung wurden den Medienschaffenden Informationen aus erster Hand vermittelt. Höhepunkt des Aufenthalts war ein Abendessen mit Regierungschef-Stellvertreter und Wirtschaftsminister Dr. Daniel Risch.

Einzelmedienreisen
Im Jahr 2018 betreute Liechtenstein Marketing über 67 Medienschaffende, die nach Liechtenstein reisten, um darüber zu berichten. Thematisch war die Mehrheit der Journalisten an Tourismus- und Freizeitthemen sowie am Jubiläum «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein» interessiert. Daneben wurden über 350 Journalistenanfragen per E-Mail oder Telefon bearbeitet. Aus den Individualmedienreisen entstanden unterschiedliche Medienberichte, unter anderem ein Beitrag in «National Geographic Traveler» oder der «Schweizer Familie».

Printprodukte
Obwohl die digitale Kommunikation weiter an Wichtigkeit gewinnt und Liechtenstein Marketing die Druck-Erzeugnisse reduziert, bleiben ausgewählte Printprodukte weiterhin ein wertvoller Bestandteil des Marketing-Mixes.

Das Jubiläumsmagazin «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein» wurde Ende 2018 fertiggestellt und wird ab 2019 distribuiert. Das Jubiläumsmagazin nimmt die Leserin und den Leser mit auf eine Entdeckungsreise durch das Fürstentum Liechtenstein und seine spannende Geschichte. Das Magazin enthält unter anderem ein Interview mit S.D. Fürst Hans-Adam II., eine Übersicht über die Jubiläumsanlässe 2019 und vermittelt einen Einblick in das Winter- und Wanderparadies Malbun sowie die Arbeit der liechtensteinischen Botschafterinnen in Bern, Wien, Berlin und Brüssel.

Im Weiteren wurden bestehende Printprodukte wie die Minibroschüren, die Winterbroschüre, die Winterkarte, die Sommerbroschüre, die Panoramakarte und die Erlebnispassbroschüre wieder produziert. Diese Printprodukte werden 2019 neu konzipiert.

Direct Mailings
Für die Bewerbung der Sommer- und Winterangebote wurde jeweils ein auf das Themenfeld Natur ausgerichtetes Direct Mailing an je 5000 Familien aus der Schweiz und Deutschland durchgeführt. Im Weiteren wurde das Angebot «Schulplausch Malbun» bei rund 700 Schulen in der Region beworben. Mit dem Angebot «Winterspass» wurden rund 400 Firmen und Ämter in Liechtenstein und dem Rheintal per Direct Mailing auf Gruppenangebote in Malbun aufmerksam gemacht.

Foto links

Medienreise APES beim Meet & Greet mit Regierungsrätin und Aussenministerin Dr. Aurelia Frick

Foto rechts

Wirtschafts-Medienvertreter beim Treffen mit Regierungs-chef-Stellvertreter Dr. Daniel Risch

CONTENT-MARKETING UND STORYTELLING

Mit einzigartigen Geschichten überzeugen

Liechtenstein-Geschichten
2018 wurden vom Bereich Marketing und Kommunikation 50 Liechtenstein-Geschichten recherchiert und in Wort und Bild aufbereitet. Diese Stories fliessen in die Gesamtplanung (Story-Matrix, geordnet nach strategischen Themenfeldern) ein und werden auf allen zur Verfügung stehenden Kanälen aggregiert.

Die Geschichten bestehen aus Liechtensteiner Persönlichkeiten, überraschenden Liechtenstein-Fakten, attraktiven Events und anderen Besonderheiten Liechtensteins und werden sowohl in der Medienarbeit als auch in der On- und Offline-Kommunikation eingesetzt. Zwei Beispiele sind unten aufgeführt.

Norman Vögeli

Fest liiert mit dem erfahrenen Falkner
Oberhalb von Malbun auf 2000 Metern über Meer ist regelmässig eine Königin anzutreffen: Neun Zentimeter lange Krallen nennt sie ihr Eigen, 31 Jahre alt, sieben Kilo schwer und über 200 km/h schnell ist sie. Die Rede ist von Taiga, einem Steinadlerweibchen mit einer Flügelspannweite von stattlichen 2,20 Metern. Zusammen mit dem erfahrenen Falkner Norman Vögeli führt sie auf den weltweit einzigartigen Adler-Erlebnis-Wanderungen ihre beeindruckenden Fähigkeiten vor. Adler kann man nicht zähmen. Sobald die Jagdvögel mit fünf Jahren geschlechtsreif werden, suchen sie sich einen Partner, mit dem sie ihr weiteres Leben monogam verbringen. Doch Taiga hat sich für Norman Vögeli entschieden und verzichtet auf ihr natürliches Revier.

Fabienne Wohlwend

Vollzeit in der Bank und Vollblut im Rennauto
Die wohl schnellste Sportlerin Liechtensteins liebt vier Räder als Untersatz und rast mit diesen um die weltbekanntesten Rennstrecken. Die Rede ist von Fabienne Wohlwend. Bereits als 7-Jährige begeisterte sie sich für Rennautos und Geschwindigkeit, heute ist die Schellenbergerin gerade mal etwas mehr als 20 Jahre alt und konnte während ihrer jungen Karriere schon viele Erfolge feiern. Immer wieder schafft sie es auf die Podestplätze – so war sie beispielsweise 2017 die erste Frau nach 24 Jahren, die bei der Ferrari-Challenge in Imola in der Poleposition startete. Und Fabienne – wen wundert's – holte an diesem legendären Ort gleich auch noch den Sieg! Als erste Frau überhaupt, notabene. Damit steht dem Traum von der Formel 1 nichts mehr im Wege.

BOTSCHAFTER FÜR LIECHTENSTEIN

Persönlichkeiten mit internationaler Strahlkraft

Liechtenstein-Botschafter
Mit den beiden Liechtenstein-Botschaftern Tina Weirather und Marco Büchel wurde 2018 erfolgreich zusammengearbeitet. Die sympathischen Weltsportler wurden in verschiedene Videoclips und Kampagnen integriert. So standen beide für den neuen Sommer-Clip 2019 vor der Kamera und sind die Protagonisten des Winter-Clips für die Saison 2018/2019. Während der Winter-Clip vor allem durch schöne Bilder Lust auf Liechtenstein macht, beinhaltet der Sommer-Clip auch eine überraschende Geschichte. Aus dem Produktionsmaterial entstanden zudem rund 50 Kurzclips, welche vor allem auf den Social Media-Kanälen eingesetzt werden. Einige Bilder von den Dreharbeiten sind auf den Seiten 16-17 abgebildet.

Foto oben Topmotivierte Liechtenstein-Botschafter: Marco «Büxi» Büchel und Tina Weirather

RÜCKBLICK / FAZIT BEREICH EVENTS

Fabian Reuteler / Bereichsleiter Events

Das Jahr 2018 war, vom Klima abgesehen, alles andere als eine trockene Angelegenheit. Das Jubiläum «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein» hat seine langen Schatten vorausgeworfen. Noch ein Jahr, noch 300 Tage, noch 200 Tage, noch 100 Tage…bis zum Beginn des Jubiläumsjahres am 23. Januar 2019. Unser Kommunikationsrhythmus hat uns und auch der Öffentlichkeit immer wieder vor Augen geführt, wie das Jubiläum stetig näher rückt.

Auch stand das Jahr 2018 ganz im Zeichen der äusserst kurzfristigen Einsätze. Gleich zwei Mal musste innert sechs Tagen ein Event auf die Beine gestellt werden. Einmal die Medaillenfeier von Tina Weirather sechs Tage nach dem Gewinn der Bronze-Olympiamedaille und einmal die Video-Mapping-Show mit Ton und Licht am Staatsfeiertag, nachdem nur sechs Tage vor dem 15. August 2018 das Feuerwerk offiziell abgesagt werden musste und praktisch zeitgleich das Konzept für das Alternativprogramm von den letzten Stellen gutgeheissen wurde.

Aber beginnen wir doch chronologisch. Mit der Internationalen Grünen Woche IGW und der Internationalen Tourismus Börse ITB waren wir an zwei grossen Messen in Berlin vertreten. Am 29. März 2018, also genau 300 Tage vor dem Beginn des Jubiläums, wurde das Konzept 300 Jahre Fürstentum Liechtenstein der Öffentlichkeit vorgestellt. Mit der Absegnung des Konzeptes konnte mit der Planung der Feierlichkeiten begonnen werden. Das Schönste an diesem Jubiläum ist gleichzeitig auch die grösste Herausforderung. Es gibt unzählige Institutionen und Privatpersonen, welche ihren ganz eigenen Blick auf dieses Jubiläum haben und oft sehr gute Einzelideen einbrachten. Ein Konzept zu entwickeln, welches auf der einen Seite zahlreiche Initiativen berücksichtigt und entsprechend würdigt und auf der anderen Seite einen stringenten Faden aufweist, war eine unserer grössten Herausforderungen im Jahr 2018.

An der LIHGA 2018 konnten wir mit dem Liechtenstein-Weg zum ersten Mal persönlich einen wichtigen Teil des Jubiläumsjahres einer breiten Öffentlichkeit vorstellen. Ende Oktober 2018 folgte dann mit dem Training des Leitungsteams für das Projekt «Mein Liechtenstein 2039» ein weiterer Meilenstein.

Im November war Liechtenstein Marketing mit der lokalen Projektleitung des Herbstfestes 2018 von «SRF bi de Lüt» in Vaduz betraut. Die Sendung ist im In- wie Ausland sehr gut angekommen und hat Liechtenstein in der Schweiz einige Sympathiepunkte gebracht.

Um das Jubiläum auch in jede einzelne Gemeinde zu tragen, wurde der «300-Jahre-Schriftzug» ab dem Staatsfeiertag 2018 auf seine Reise durch alle 11 Gemeinden entlang dem Liechtenstein-Weg geschickt.

Das Ende des Jahres war dann ganz geprägt von den intensiven Vorbereitungen für die Geburtstagsfeier am 23. Januar 2019.

300 JAHRE FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN

Konzept

Am 29. März 2018 wurde das Konzept für «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein» mit einer Medienkonferenz, ganz genau 300 Tage vor dem Geburtstag des Landes, vorgestellt. «Wir machen uns mit den Erfahrungen von gestern gemeinsam auf den Weg in die Zukunft» ist der Leitgedanke, der sich durch das Jubiläumsjahr und das Konzept zieht. Es steht nicht ausschliesslich die Geschichte des Fürstentums im Zentrum der Feierlichkeiten, sondern die Chance, die ein solches Jubiläum mit sich bringt: sich mit dem heutigen Liechtenstein kritisch auseinanderzusetzen und mögliche Wege Liechtensteins für die Zukunft zu beleuchten.

Das Jubiläumsjahr beginnt am 23. Januar 2019 mit einem stimmungsvollen Geburtstagsfest, bei dem die Vereinigung der beiden Landesteile zum Fürstentum Liechtenstein mit internationalen Gästen gefeiert und gemeinsam mit der Bevölkerung symbolträchtig inszeniert wird. Dies ist der Auftakt zu einem abwechslungsreichen Jubiläumsprogramm.

Ein Überblick der bevorstehenden Projekte und Events ist auf Seite 50 und online unter der Website von www.300.li zu finden.

OLYMPIAEMPFANG FÜR TINA

Olympia-Bronze-Medaille von Tina Weirather

Am 17. Februar 2018 gewann Tina Weirather Olympia-Bronze und somit die 10. Olympia-Medaille für Liechtenstein. Liechtenstein verfügt über die höchste Medaillendichte – pro Kopf – weltweit. In nur sechs Tagen durfte Liechtenstein Marketing eine Medaillenfeier für die sensationelle Olympiabronzemedaille von Tina Weirather organisieren.

Um Punkt 18.00 Uhr fand am 23. Februar 2018 im Lindahof in Schaan der Empfang für die frischgebackene Olympia-Medaillengewinnerin Tina statt. Sie wurde gebührend empfangen und gefeiert. Moderiert wurde der Empfang von Radio L-Sportchef Chrisi Kindle. Er interviewte auf der Bühne nicht nur Tina Weirather, sondern auch S.D. Fürst Hans-Adam II., Sportminister Dr. Daniel Risch, LSV-Vizepräsident Thomas Hanselmann, LOC-Vizepräsident Stefan Marxer sowie Tinas Eltern Hanni und Harti.

Der Anlass wurde von Liechtenstein Olympic Committee und Liechtenstein Marketing zusammen organisiert.

Foto oben Empfang für Tina Weirather in Schaan

STAATSFEIERTAG

Video-Mapping-Show als Alternative

Das traditionelle Feuerwerk am Staatsfeiertag vom 15. August 2018 konnte aufgrund des herrschenden absoluten Feuerverbotes nicht durchgeführt werden. Eine in sechs Tagen entstandene Video-Mapping-Show aus Video, Licht und Ton, auf das Schloss Vaduz projeziert, wurde den Zuschauern als Alternativprogramm geboten.

Das OK des Staatsfeiertages zeigte sich zufrieden mit der Durchführung des Staatsfeiertages. Der 15. August 2018 zeigte sich, wie schon der bisherige Sommer, von seiner schönsten Seite. Rund 2600 Gäste nahmen am offiziellen Staatsakt beim Schloss Vaduz teil. Auch das Volksfest erfreute sich mit rund 20 000 Besuchern grosser Beliebtheit.

Die Video-Mapping-Show als Alternative wurde mit grossem Jubel und Applaus der Gäste zum Schluss belohnt. Das Sechs-Tage-Rennen des Eventteams hat sich gelohnt und war somit ein voller Erfolg.

MEIN LIECHTENSTEIN 2039

Training Leitungsteam

Am 27. und 28. Oktober 2018 fand in Zusammenarbeit mit der Innovations-Firma «BrainStore» im Technopark Vaduz ein Innovationstraining für das kommende Projekt «Mein Liechtenstein 2039» statt. 33 Personen aus unterschiedlichen Branchen haben am Workshop teilgenommen. Während zweier Tagen wurden im Technopark in Vaduz verschiedene Fragestellungen in Workshops bearbeitet. So zum Beispiel:

- Wie motiviere ich Menschen zur Mitarbeit?
- Wie gestalte ich Innovationsprozesse so, dass nicht die lautesten, sondern die besten Ideen zum Tragen kommen?
- Wie erkenne ich eine gute Idee und was sind die Voraussetzungen für die Implementierung von guten Ideen?
- Wie stelle ich eine gute Community für ein Brainstorming zusammen?

Das Training des Leitungsteams war gleichzeitig auch ein wichtiger Schritt im Projekt «Mein Liechtenstein 2039». Als ersten Schritt entwickelte das Leitungsteam einen Workshop für den 30. Januar 2019 an der Universität Liechtenstein. Ein wichtiger Schritt, um im November 2019 ausgewählte Themen mit verschiedenen Workshops zu behandeln und zusammen mit der Bevölkerung Problemstellungen dazu zu lösen.

DIE MARKE LIECHTENSTEIN

Liechtenstein an 62 Events präsent

2018 war ein intensives und dynamisches Jahr. Dank der Verstärkung mit zwei temporären Eventmitarbeiterinnen in Anbetracht auf das kommende Jubiläumsjahr 2019 konnten laufende Projekte gleichermassen durchgeführt wie auch in kommende Vorbereitungen für das Jubiläum investiert werden.

Total wurden 46 Events von externen Veranstaltern und 16 Events mit Beteiligung von Liechtenstein Marketing im Jahr 2018 mit Eventmaterialien der Marke Liechtenstein ausgestattet.

Eine komplette Übersicht unserer Referenzen betreffend Eventmanagement findet man unter folgendem Link.

Direkt zu den Referenzprojekten:
www.liechtenstein-marketing.li/referenzprojekte

ORGANISATION

Liechtenstein Marketing

VERWALTUNGSRAT 2018

Von links nach rechts

Dr. Marcello Scarnato
Klaus Risch, Vizepräsident
Christian Wolf, Präsident
Corina Bühler
Michael Hasler

MICHAEL HASLER

Im Verwaltungsrat von 2013–2018

Michael Hasler hat mit grossem Engagement während 6 Jahren im Verwaltungsrat von Liechtenstein Marketing mitgewirkt. Er trug zum neuen Aussenbild, zur Weiterentwicklung und zu Erneuerungen rund um die Marke Liechtenstein bei und setzte sich für Innovation und Gedankenaustausch ein. Der Verwaltungsrat und das ganze Team von Liechtenstein Marketing danken Michael Hasler für die geleistete Arbeit.

IVO HALDNER

Mandatsperiode 2019–2022

Ivo Haldner wird ab Januar 2019 Michael Hasler im Verwaltungsrat ersetzen. Er verfügt über eine breite und langjährige Erfahrung in der Führung von internationalen Unternehmungen im Bereich der Veranstaltungs- und Eventlogistikindustrie. Ausserdem weist er grosses internationales Know-how in der strategischen Beratung und Projektentwicklung auf.

DIE LEITENDEN ORGANE AB 2019

Von links nach rechts

Dr. Marcello Scarnato
Corina Bühler
Christian Wolf, Präsident
Michelle Kranz, Geschäftsführerin
Klaus Risch, Vizepräsident
Ivo Haldner

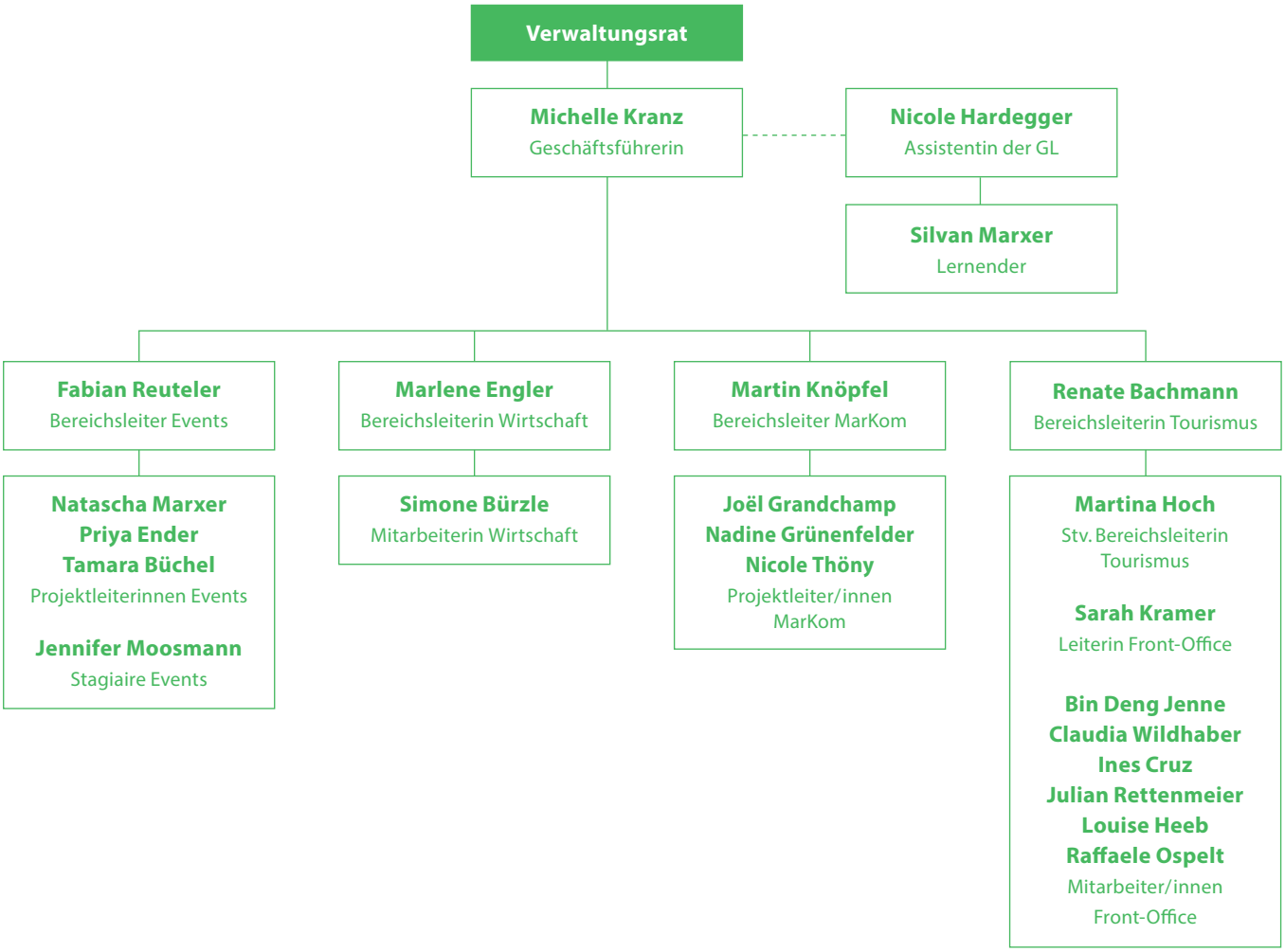
GESCHÄFTSBEREICHE UND ORGANIGRAMM

Dynamisch und flexibel aufgebaut

Liechtenstein Marketing ist das Kompetenzzentrum für Marketing und Kommunikation des Landes Liechtenstein. Als solches ist Liechtenstein Marketing als klassische Organisation aufgebaut.

Liechtenstein Marketing arbeitet neben den Daueraufträgen auf Projektbasis. Für jedes Projekt wird ein Team zusammengestellt, das meist bereichsübergreifend tätig ist. In die meisten Projekte sind zudem Vertreter weiterer Institutionen involviert.

Organigramm



KOMMENTARE ZUR JAHRESRECHNUNG

Liechtenstein Marketing, 9490 Vaduz

Liechtenstein Marketing schliesst das Geschäftsjahr 2018 mit einem Jahresgewinn von CHF 112 210 ab. Nach Bildung von Rücklagen (Position Sonstige Reserven) in Höhe von CHF 105 000 resultiert ein Bilanzgewinn von CHF 7210. Die Bilanzsumme erhöhte sich auf CHF 949 399.

Auf der Aktivseite der Bilanz stieg das Anlagevermögen aufgrund des Umbaus des Liechtenstein Centers auf CHF 136 028. Das Umlaufvermögen erhöhte sich vor allem bedingt durch höhere Guthaben bei Banken auf CHF 635 229. Auf der Passivseite der Bilanz stieg das Eigenkapital auf CHF 148 258.

Ein Teil der Rückstellungen des Vorjahres wurde im Geschäftsjahr 2018 eingesetzt, wodurch sich diese Position auf CHF 121 759 reduzierte. Die Verbindlichkeiten erhöhten sich auf CHF 393 601. Die passiven Rechnungsabgrenzungsposten stiegen im Wesentlichen aufgrund von Rechnungsabgrenzungen im Zusammenhang mit dem 300-Jahr-Jubiläum auf CHF 285 781.

Erträge
Das Total der Erträge beläuft sich auf CHF 5 856 734. Der Anstieg von 15 % im Vergleich zum Vorjahr ist darauf zurückzuführen, dass bereits im Jahr 2018 Projektbeiträge und Aufwendungen für das 300-Jahr-Jubiläum abgerechnet wurden. Ertragsseitig fallen CHF 2 100 000 auf den Staatsbeitrag und CHF 250 000 auf den variablen Beitrag des Landes Liechtenstein als «Verdoppelung der Nächtigungstaxen». Liechtenstein Marketing erhält mit dieser Position einen zweckgebundenen Beitrag für den Bereich Destinationsmanagement (Tourismus), in dem alle Logiernächte mit CHF 2 bis zu einem Maximalbetrag von CHF 250 000 vergütet werden. Die Gemeindebeiträge aufgrund von Kooperationsverträgen belaufen sich auf CHF 127 722 (Triesenberg CHF 85 000, Vaduz CHF 42 722).

Für die Umsetzung von Projekten im Auftrag der Regierung wurden 2018 finanzielle Mittel im Umfang von CHF 580 294 eingesetzt. Für die Organisation des Staatsfeiertages stellte die Regierung Liechtenstein Marketing CHF 708 000 zur Verfügung (inkl. Mehrkosten aufgrund des Ausfalls des Feuerwerks und des Ersatzprogramms). Für das 300-Jahr-Jubiläum wurden CHF 400 500 bereits im Jahr 2018 verwendet. Sämtliche Projektbeiträge der Regierung wurden vollumfänglich für die entsprechend genehmigten Projekte verwendet.

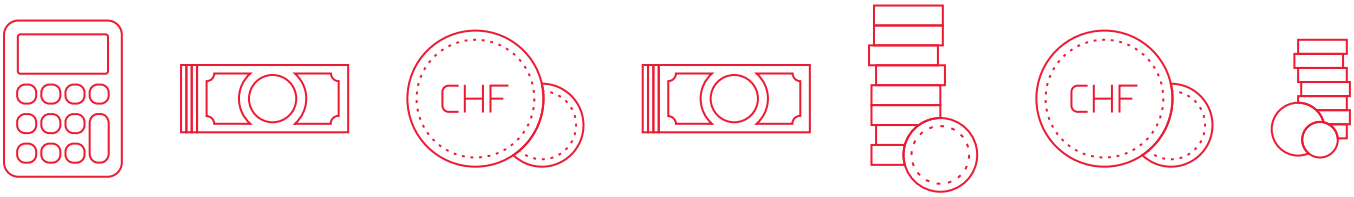
Die Beiträge und Erträge aus öffentlichen Geldern betrugen somit insgesamt CHF 4 166 516 (+17 %). Gemäss Standortförderungsgesetz stehen die Nächtigungstaxen, welche von den Gästen eingezogenen werden, Liechtenstein Marketing zu. Auch im Jahr 2018 nahmen die Logiernächte um 7 % gegenüber dem Vorjahr zu und erzielten Einnahmen von CHF 487 443, was einem Plus von 6 % entspricht.

Aus der eigenen Geschäftstätigkeit erwirtschaftete Liechtenstein Marketing zusätzliche Bruttoerträge von CHF 1 011 627 (+7 %). Diese Steigerung ist im Wesentlichen auf die im Vergleich zum Vorjahr höheren Einnahmen beim Verkauf von Produkten im Liechtenstein Center zurückzuführen.

Aufwendungen
Mit CHF 3 061 242 fiel der grösste Anteil der Aufwendungen auf bezogene Waren und Leistungen. Darin enthalten sind auch die Aufwendungen für die Organisation des Staatsfeiertages, für die Projektaufträge der Regierung sowie für den Einkauf von Verkaufsartikeln.

Sämtliche Projekte und Produkte werden bei Liechtenstein Marketing als Kostenträger geführt, um eine direkte Zuordnung zu den verschiedenen Themen- bzw. Tätigkeitsbereichen zu ermöglichen.

Die gesamten Aufwendungen für Projekte und Produkte unterteilen sich in die nachfolgenden Positionen. Für On- und Offline-Marketingmassnahmen und Kampagnen wurden für die Bereiche Destinationsmanagement und Standortmarketing insgesamt CHF 694 004 aufgewendet. Die Projektkosten im Bereich Events belaufen sich gesamthaft auf CHF 1 127 694, wobei der Staatsfeiertag, die Teilnahme an der ITB in Berlin und Shanghai und an der Internationalen Grünen Woche in Berlin sowie vorbereitende Massnahmen für die Gestaltung der 300-Jahr-Feierlichkeiten dabei die Kernprojekte darstellen. Die



Kosten für die Gestaltung und den Druck von Broschüren und Informationsmaterial sowie Filmproduktionen belaufen sich auf insgesamt CHF 456 709, wobei auch in diesem Bereich bereits CHF 87 120 für die 300-Jahr-Feierlichkeiten enthalten sind.

Für Kooperationen und Mitgliedschaften betrugen die Aufwendungen CHF 288 681 (Mitgliedschaften bei Schweiz Tourismus, Ostschweiz Tourismus, Internationaler Bodensee Tourismus, Kooperationen Liechtenstein-Botschafter).

Im Jahr 2018 betrug der Personalaufwand CHF 1 954 253, was einem Anstieg um knapp 6 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die Erhöhung ist primär auf die temporäre Anstellung von zwei Mitarbeitenden für die 300-Jahr-Feierlichkeiten zurückzuführen. Die Entschädigung des Verwaltungsrats belief sich auf CHF 39 800. Der Verwaltungsrat traf sich 2018 zu 13 Sitzungen. Für aufgelaufene Überzeiten und nicht bezogene Ferien wurden Rückstellungen in Höhe von CHF 101 759 gebildet.

Der Raumaufwand (CHF 159 120) beinhaltet die Miet-, Neben- und Unterhaltskosten des Büros an der Äulestrasse sowie des Liechtenstein Centers.

Die Position Unterhalt und IT hat sich im Jahr 2018 aufgrund der Auflösung der in den Vorjahren gebildeten Rückstellung für die Erneuerung der IT-Infrastruktur auf CHF 89 772 (Vorjahr CHF 132 941) reduziert.

Die Aufwandposition «Sonstige Steuern» (Mehrwertsteuer) ist auf den Umstand zurückzuführen, dass Liechtenstein Marketing für die Einnahmen aus dem Staatsbeitrag, den Nächtigungstaxen, den Gemeindebeiträgen und den Projektaufträgen der Regierung 2018 eine Vorsteuerkürzung in Höhe von 79 % vornehmen muss (verhältnismässige Kürzung der Vorsteuer infolge Subventionserträgen, Art. 33 Abs. 2 MWSTG). Diese Mittel fliessen zwar wieder an die öffentliche Hand zurück, stellen jedoch in der Rechnung von Liechtenstein Marketing jährlich einen grossen Aufwandposten dar. Im Jahr 2018 betrug der Wert CHF 153 018.

Die Darstellung der nachfolgenden Bilanz und Erfolgsrechnung sowie des Anhangs wurde gegenüber dem Vorjahr angepasst.

BILANZ

Liechtenstein Marketing, 9490 Vaduz

Bilanz nach Gewinnverwendung	31.12.2018	31.12.2017
AKTIVEN		
Sachanlagen		
Bauten auf fremden Grundstücken	111 159	1
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	24 868	31 084
Finanzanlagen		
Wertpapiere des Anlagevermögens	1	1
ANLAGEVERMÖGEN	**136 028**	**31 086**
Vorräte		
Waren	120 547	118 071
Forderungen		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	90 441	285 518
Sonstige Forderungen	79 619	43 073
Guthaben bei Banken und Kassenbestand	344 622	17 991
UMLAUFVERMÖGEN	**635 229**	**464 653**
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	**178 142**	**102 733**
TOTAL AKTIVEN	**949 399**	**598 472**

Bilanz nach Gewinnverwendung	31.12.2018	31.12.2017
PASSIVEN		
Anstaltsvermögen	32 048	26 336
Gewinnreserven		
Gesetzliche Reserven	4000	4000
Sonstige Reserven	105 000	0
Bilanzgewinn	7210	5712
EIGENKAPITAL	**148 258**	**36 048**
Sonstige Rückstellungen	121 759	255 000
RÜCKSTELLUNGEN	**121 759**	**255 000**
Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten Lieferungen und Leistungen	320 725	201 842
Verbindlichkeiten aus Steuern	40 999	40 300
Verbindlichkeiten Sozialleistungen	28 709	47 909
Sonstige Verbindlichkeiten	3168	2000
VERBINDLICHKEITEN	**393 601**	**292 051**
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	**285 781**	**15 373**
TOTAL PASSIVEN	**949 399**	**598 472**

ERFOLGSRECHNUNG

Liechtenstein Marketing, 9490 Vaduz

Erfolgsrechnung	01.01.2018 – 31.12.2018	01.01.2017–31.12.2017
Nettoumsatzerlöse	**5 178 143**	**4 498 947**
Staatsbeitrag	2 350 000	2 350 000
Gemeindebeiträge	127 722	135 000
Projektaufträge der Regierung	580 294	465 945
Projektauftrag Staatsfeiertag	708 000	600 000
Projektauftrag «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein»	400 500	0
Ertrag Projekte und Produkte	1 011 627	948 002
Sonstige betriebliche Erträge	**678 591**	**603 905**
Sonstige Erträge	191 148	145 847
Nächtigungstaxen	487 443	458 058
Materialaufwand	**3 061 242**	**2 491 275**
Aufwendungen für bezogene Waren	491 153	240 791
Aufwendungen für bezogene Leistungen	2 570 089	2 250 484
Personalaufwand	**1 954 253**	**1 851 561**
Löhne und Gehälter	1 673 597	1 571 332
Sozialleistungen	280 656	280 229
davon für Altersversorgung	(229 612)	(230 942)
Abschreibungen und Wertberichtigungen		
auf immaterielle Anlagewerte und Sachanlagen	8430	15 117
Sonstige betriebliche Aufwendungen	**548 781**	**597 841**
Verwaltungsaufwand	115 750	115 796
Raumaufwand	159 120	225 109
Sonstiger Personalaufwand	35 615	26 099
Unterhalt und IT	89 772	132 941
Versicherungen und Gebühren	7973	6157
Medien, Marketing und Spesen	140 551	91 739
BETRIEBSERGEBNIS	**284 028**	**147 058**
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge (inkl. Fremdwährungsgewinne)	0	13 918
Zinsen und ähnliche Aufwendungen (inkl. Fremdwährungsverluste)	18 800	19 204
ERGEBNIS GEWÖHNLICHE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	**265 228**	**141 772**
Sonstige Steuern (Mehrwertsteuer)	153 018	136 060
JAHRESGEWINN	**112 210**	**5712**

ANHANG

Liechtenstein Marketing, 9490 Vaduz

Erläuterungen zu Bilanz und Erfolgsrechnung
Gemäss Standortförderungsgesetz erfolgt der Jahresabschluss anhand der Bestimmungen des PGR für grosse Kapitalgesellschaften. Die Darstellung der Bilanz und Erfolgsrechnung sowie des Anhangs wurde gegenüber dem Vorjahr angepasst. Die Erfolgsrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Allgemeine Hinweise
Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss Art. 1045 ff. PGR (Personen- und Gesellschaftsrecht) aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für grosse Kapitalgesellschaften. Das oberste Ziel der Rechnungslegung ist die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
Für die Aufstellung der Jahresrechnung waren im Wesentlichen unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden massgebend. Bei der Bewertung wurde von der Fortführung des Unternehmens ausgegangen. Die Buchführung erfolgt in Schweizer Franken. Für die Umrechnung der Fremdwährungen am Bilanzstichtag in Schweizer Franken wurde der Steuerkurs verwendet. Abweichungen von den allgemeinen Bewertungsgrundsätzen, Bilanzierungsmethoden, Rechnungslegungsvorschriften gemäss PGR bestehen keine.

Die Sachanlagen sind zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt und werden, soweit abnutzbar, um planmässige Abschreibungen vermindert. Die Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden nach Massgabe der voraussichtlichen Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens erfolgen grundsätzlich zeitanteilig (pro rata temporis).

Bei den Finanzanlagen handelt es sich um Anteilsrechte, die vollumfänglich abgeschrieben sind.

Die Bewertung der Warenvorräte erfolgt zu Anschaffungskosten unter Bewertung des Niederstwertprinzips. Dabei wird der durchschnittliche Einstandspreis dem letzten Bezugspreis gegenübergestellt und der Niederstwert angesetzt. Alle erkennbaren Risiken im Vorratsvermögen, die sich aus überdurchschnittlicher Lagerdauer, geminderter Verwertbarkeit und niedrigeren Wiederbeschaffungskosten ergeben, sind durch angemessene Abwertungen berücksichtigt. In Anlehnung an Artikel 27 der Verordnung zum Liechtensteinischen Steuergesetz (STeV) betreffend die Bewertung der Warenvorräte wurde eine priviligierte Reserve in Höhe von 33,3 % des Nettowertes gebildet. Abgesehen von handelsüblichen Eigentumsvorbehalten sind die Vorräte frei von Rechten Dritter.

	31.12.2018	31.12.2017
Nettoumsätze		
Alle von Liechtenstein Marketing generierten Umsätze werden im Inland erzielt.		
Abschreibungen, Wertberichtigung nach steuerlichen Vorschriften	keine	keine
Bürgschaften, Garantieverpflichtungen, Pfandbestellungen, Eventualverbindlichkeiten	keine	keine
Eigene Aktien	keine	keine

GEWINNVERWENDUNG		
Sonstige Reserven		
Digitalisierung	50 000	0
Messeauftritte	25 000	0
Personalförderung	30 000	0
TOTAL SONSTIGE RESERVEN	**105 000**	**0**
Vortrag auf neue Rechnung	7 210	5 712
JAHRESGEWINN	**112 210**	**5 712**

	31.12.2018	31.12.2017
ZUSAMMENSETZUNG RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellung Ferien- und Gleitzeitsaldo	87 579	70 000
Rückstellung Ferien- und Gleitzeitsaldo Projekt «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein»	14 180	0
Rückbau Liechtenstein Center	20 000	20 000
Umbau Liechtenstein Center	0	50 000
URE IT-Infrastruktur	0	50 000
Standortkommunikation	0	25 000
Erneuerung ITB-Stand	0	40 000
TOTAL RÜCKSTELLUNGEN	**121 759**	**255 000**

AUSSERORDENTLICHE ERTRAGS- UND AUFWANDPOSTEN		
Periodenfremder Ertrag		
In der Position «sonstige Erträge» ist eine in den Vorjahren aus Vorsichtsgründen weitergeführte Verbindlichkeit aufgrund einer aktuellen Beurteilung und aufgrund der fehlenden Geltendmachung im Berichtsjahr ausgebucht worden und als periodenfremder Ertrag in die Erfolgsrechnung eingegangen.	73 765	0
Die Rückvergütungen der bezahlten Mehrwertsteuern (EU-Raum) aus den Jahren 2015 - 2017 sind ebenfalls als periodenfremder Erfolg bei den «sonstigen Erträgen» verbucht.	6 669	2511
Gutschrift Unfallversicherung	0	5426
Kaution Carnet Biennale	0	6836
Periodenfremder Aufwand		
Bereinigung transitorische Aktiven Panorama Ausgabe 2016	0	1333
Bereinigung Kontokorrent NBU	0	5 842
Sporting Club Malbun Restzahlung 2016	0	11 750
Bereinigung MWST 2016	0	3523
Durchschnittliche Zahl der beschäftigten Arbeitnehmenden		
Bereich Geschäftsleitung inkl. Assistenz	2	2
Bereich Marketing/Kommunikation	4	4
Bereich Events	3	3
Bereich Wirtschaft	2	1
Bereich Tourismus inkl. Front-Office	8	8
Bereich Dienstleistung & Administration (Lernender)	1	0
Praktikanten	1	1
Projekt «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein»	2	0
Total	**23**	**19**
Es wird neu die durchschnittliche Anzahl der beschäftigten Arbeitnehmenden pro Jahr dargestellt. Diese wurde entsprechend im Vorjahr angepasst. Im Geschäftsbericht 2017 wurde die Anzahl der Arbeitnehmenden per Ende Jahr ohne Teilzeitbeschäftige ausgewiesen. Aus diesem Grund weicht die Anzahl Beschäftigte von den publizierten Zahlen im 2017 ab.		
Die ausgewiesenen durchschnittlichen 23 Arbeitnehmenden entsprechen 1790 Stellenprozenten (Vorjahr: 19 Arbeitnehmende, 1565 Stellenprozente).		
Entschädigung Mitglieder der Verwaltungs- und Geschäftsführungsorgane		
Verwaltungsrat	39 800	36 900
Die Geschäftsleitung von Liechtenstein Marketing besteht aus 1 Mitglied. Im Sinne von Art. 1092 Ziff.9 lit. D PGR werden die Gesamtbezüge nicht ausgewiesen.		
Prüfungs- und Beratungshonorar der Revisionsgesellschaft		
Prüfung der Jahresrechnung	10 580	10 580
Es bestehen keine weiteren gemäss Art. 1091 ff PGR offenlegungspflichtigen Positionen.		

ANLAGESPIEGEL

Liechtenstein Marketing, 9490 Vaduz

ANLAGESPIEGEL (CHF)	Anschaffungskosten				Abschreibungen				Restbuchwert	
Vermögenskategorie	Anschaffungskosten 01.01.	Zugänge	Abgänge	Anschaffungskosten 31.12.	Stand 01.01.	planmässig	Zuschreibungen	Stand 31.12.	Stand 01.01.	Stand 31.12.
Bauten auf femden Grundstücken	88 244	113 372	0	201 616	-88 243	-2 214	0	-90 457	1	111 159
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	228 460	0	0	228 460	-197 376	-6 216	0	-203 592	31 084	24 868
Total Sachanlagen	**316 704**	**113 372**	**0**	**430 076**	**-285 619**	**-8 430**	**0**	**-294 049**	**31 085**	**136 027**
Wertpapiere des Anlagevermögens	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1
Total Finanzanlagen	**1**	**0**	**0**	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**	**1**	**1**
Total Anlagevermögen	**316 705**	**113 372**	**0**	**430 077**	**-285 619**	**-8 430**	**0**	**-294 049**	**31 086**	**136 028**

BERICHT REVISION

Drescheweg 2
Postfach 27
FL-9490 Vaduz

T +423 232 68 68
areva@areva.li
www.areva.li

Reg.-Nr. FL-0001.076.904-3

AREVA
Allgemeine Revisions- und Treuhand AG

Bericht der Revisionsstelle an die Regierung des Fürstentums Liechtenstein

LIECHTENSTEIN MARKETING, VADUZ

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) auf den Seiten 44 bis 48 und den Jahresbericht der LIECHTENSTEIN MARKETING, VADUZ, für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft. Die Prüfung der Vergleichsangaben in der Jahresrechnung ist von einer anderen Revisionsstelle vorgenommen worden.

Für die Jahresrechnung und den Jahresbericht ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des liechtensteinischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung und im Jahresbericht mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung vermittelt die Jahresrechnung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit dem liechtensteinischen Gesetz. Ferner entsprechen die Jahresrechnung und der Jahresbericht sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem liechtensteinischen Gesetz und den Statuten.

Der Jahresbericht steht im Einklang mit der Jahresrechnung und enthält gemäss unserer Beurteilung keine wesentlichen fehlerhaften Angaben.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Vaduz, 4. April 2019 /me

AREVA ALLGEMEINE REVISIONS-
UND TREUHAND AKTIENGESELLSCHAFT

F. Schurti
Wirtschaftsprüfer
(Leitender Revisor)

Dr. M. Hemmerle
Wirtschaftsprüfer

Beilagen:
- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)
- Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes
- Jahresbericht

Liechtensteinische Wirtschaftsprüfer-Vereinigung

Mitglied von EXPERTsuisse

WIR SIND 300!

Michelle Kranz, Geschäftsführerin

Wir sind 300! Mit diesem Motto startet Liechtenstein Marketing ins Jahr 2019. Unter www.300.li findet man sämtliche Informationen zu den Events und den Projekten. Nachfolgend unsere grössten Projekte fürs nächste Jahr.

«Geburtstagsfeier, 300 Jahre Fürstentum Liechtenstein»
Gemeinsamer Marsch und abendlicher Festakt
23.01.2019

«1719 – 300 Jahre Fürstentum Liechtenstein»
Sonderausstellung im Liechtensteinischen Landesmuseum
27.02.2019–23.01.2020

«Liechtenstein-Weg»
Eröffnung des Liechtenstein-Wegs und Lancierung der App «LIstory»
26.05.2019

Staatsfeiertag 300
Der Staatsfeiertag 2019 bildet den Höhepunkt der Jubiläumsfeierlichkeiten
15.08.2019

«Liechtenstein. Von der Zukunft der Vergangenheit. Ein Dialog der Sammlungen.»
Werke der Fürstlichen Sammlungen im Dialog mit Werken des Kunstmuseums Liechtenstein und der Hilti Art Foundation
20.09.2019–23.01.2020

«Mein Liechtenstein 2039»
Workshops, die sich mit der Zukunft Liechtensteins auseinandersetzen.
23./24.11.2019

«300 Jahre Fürstentum Liechtenstein» naht in grossen Schritten. Den 300-Jahre-Hut bzw. die Mütze haben wir uns alle mit Freude angezogen. Während des ganzen Jahres wird Liechtenstein diesen runden Geburtstag feiern. Seien Sie ein Teil davon!»

IMPRESSUM

Liechtenstein Marketing
Äulestrasse 30
Postfach 139
9490 Vaduz
Liechtenstein
T +423 239 63 63
info@liechtenstein.li

www.liechtenstein-marketing.li
www.tourismus.li
www.liechtenstein.li
www.liechtenstein-business.li
www.finance.li
www.300.li
www.staatsfeiertag.li
www.medienportal.li

Text und Design:
Liechtenstein Marketing

Grafiken:
Büro für Gebrauchsgraphik, Vaduz

Coverfoto / Rückblick 2018:
Making-Of Shooting Sommer-Kampagne

Rückseite / Ausblick 2019:
Video-Mapping-Show vom 15.08.2018

Bilderrechte:
Liechtenstein Marketing
Alex Kaiser
Angelika Zinzow
Filmfabrik
Intamin
Julian Konrad
Kaiser AG
Michael Zanghellini
Paul Trummer
Roland Korner
Stephanie Büchel

Druck
Wolf Druck AG, Triesen

Auflage
250 in Deutsch

LIECHTENSTEIN

Liechtenstein Marketing
Äulestrasse 30
Postfach 139
9490 Vaduz-Liechtenstein
T +423 239 63 63
info@liechtenstein.li