

ANFORDERUNGSPROFIL

DES VERWALTUNGSRATES VON

LIECHTENSTEIN MARKETING

2. März 2017

INHALTSVERZEICHNIS

I.	GRUNDLAGEN.....	3
1.	Zielsetzung des Anforderungsprofils	3
2.	Relevante Gesetzesbestimmungen	3
2.1	Gesetz vom 20. Oktober 2010 über die Förderung der wirtschaftlichen und touristischen Entwicklung des Standortes Liechtenstein (Standortförderungsgesetz; SFG)	3
2.2	Gesetz vom 19. November 2009 über die Steuerung und Überwachung öffentlicher Unternehmen (ÖUSG).....	3
3.	Leistungsvereinbarung	4
4.	Finanzielle Rahmenbedingungen der Stiftung	4
II.	HERAUSFORDERUNGEN UND PROFIL FÜR DEN ZUKÜNFTIGEN	
	VERWALTUNGSRAT.....	4
1.	Aktuelle und zukünftige Herausforderungen	4
2.	Fachliche und personelle Anforderungen	6
2.1	Anzahl Verwaltungsratsmitglieder und Wahlorgan.....	6
2.2	Anforderungsprofil für das Gremium als Ganzes.....	6
2.3	Anforderungsprofil für jedes Mitglied des Verwaltungsrates	8
2.4	Anforderungsprofil für den Präsidenten / die Präsidentin im Speziellen	8
2.5	Entschädigung	9
2.6	Haftung.....	10
3.	Umsetzung des Anforderungsprofils	10
3.1	Suchprozess.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.2	Beurteilung der Profilerfüllung	Fehler! Textmarke nicht definiert.

I. GRUNDLAGEN

1. Zielsetzung des Anforderungsprofils

Gemäss Art. 9 Abs. 3 des Gesetzes vom 20. Oktober 2011 über die Förderung der wirtschaftlichen und touristischen Entwicklung des Standortes Liechtenstein (Standortförderungsgesetz; SFG), LGBl. 2011 Nr. 544, erarbeitet die Regierung ein ausführliches Anforderungsprofil über die fachlichen und personellen Anforderungen für den Verwaltungsrat als Gremium, jedes Mitglied des Verwaltungsrates und den Präsidenten im Besonderen.

Mit der Definition des vorliegenden Anforderungsprofils soll sichergestellt werden, dass die strategische Führungsebene des Unternehmens durch eine möglichst optimale Zusammensetzung über die fachlichen, persönlichen und sozialen Fähigkeiten verfügt, um die dem Gremium zugewiesenen Aufgaben vollumfänglich wahrzunehmen.

Schliesslich dient das Dokument der Information möglicher Verwaltungsratskandidaten und -kandidatinnen über die gesetzlichen Bestimmungen, die finanziellen Rahmenbedingungen von Liechtenstein Marketing, Haftungs- und Entschädigungsfragen usw.

2. Relevante Gesetzesbestimmungen

2.1 Gesetz vom 20. Oktober 2010 über die Förderung der wirtschaftlichen und touristischen Entwicklung des Standortes Liechtenstein (Standortförderungsgesetz; SFG)

Das Standortförderungsgesetz bestimmt Zweck, Aufgaben und Organe von Liechtenstein Marketing und bestimmt die Aufgaben von Regierung, Verwaltungsrat und Geschäftsleitung.

2.2 Gesetz vom 19. November 2009 über die Steuerung und Überwachung öffentlicher Unternehmen (ÖUSG)

Im ÖUSG sind verschiedene übergeordnete Bestimmungen über die Führung, Kontrolle, Effizienz und Transparenz für öffentliche Unternehmen in Liechtenstein, zu welchen auch Liechtenstein Marketing zählt, geregelt. Sofern das SFG keine anderslautenden Regelungen enthält, sind zwingend die Bestimmungen des ÖUSG bei der Führung des Unternehmens zu beachten.

3. Leistungsvereinbarung

Zwischen der Regierung Liechtensteins und Liechtenstein Marketing wurde am 2. April 2015 (LNR 2015-408) eine Leistungsvereinbarung für die Jahre 2015 bis 2017 abgeschlossen. Diese Leistungsvereinbarung regelt die Zusammenarbeit zwischen der Regierung und Liechtenstein Marketing im Sinne des Standortförderungsgesetzes und definiert die entsprechenden Aufgaben von Liechtenstein Marketing.

Im Rahmen der Leistungsvereinbarung werden die Ziele und Aufgaben von Liechtenstein Marketing im Bereich der Landeskommunikation sowie des Logos und der Marke Liechtenstein, im Bereich des Standortmarketings (Wirtschaft), des Destinationsmanagements (Tourismus) und des Eventmanagements (dazu gehören u.a. die Projektbeiträge der Regierung) detailliert geregelt.

4. Finanzielle Rahmenbedingungen der Stiftung

Zum Verständnis der Aufgaben und Kompetenzen der strategischen Führungsebene ist die Kenntnis der finanziellen Rahmenbedingungen für das Unternehmen unerlässlich. Die nachstehenden Angaben zur Aufwand- und Ertragsseite basieren auf dem Budget für das Jahr 2017.

Aufwandseite

Personalaufwand	CHF 1.85 Mio.
Sach- und Betriebsaufwand	CHF 3.07 Mio.
<i>Total Aufwandseite</i>	<i>CHF 4.92 Mio.</i>

Ertragsseite

Erträge inkl. Gemeinden	CHF 2.57 Mio.
Staatsbeitrag	CHF 2.35 Mio.
<i>Total Ertragsseite</i>	<i>CHF 4.92 Mio.</i>

Personalbestand	16 Mitarbeitende
-----------------	------------------

II. HERAUSFORDERUNGEN UND PROFIL FÜR DEN VERWALTUNGSRAT

1. Aktuelle und zukünftige Herausforderungen

Liechtenstein Marketing stellt seinem Zweckartikel folgend die Vermarktung Liechtensteins als Wirtschaftsstandort und Tourismusdestination sicher. Zentral

für Liechtenstein Marketing ist die Vermarktung, Förderung und Weiterentwicklung des Fürstentums Liechtenstein anhand der drei Geschäftsbereiche Wirtschaftsstandort (Standortmarketing), Tourismus (Destinationsmanagement) und Grossveranstaltungen (Eventmanagement). Die organisatorischen Strukturen des Unternehmens müssen laufend überprüft, optimiert und an veränderte Rahmenbedingungen angepasst werden. Eine der wesentlichen Aufgaben ist es ausserdem, die langfristigen Zielsetzungen zu definieren (Vision, Leitbild, Marketingstrategie) und umzusetzen.

Eine zentrale und für das Land Liechtenstein wichtige Aufgabe liegt in der Positionierung des Wirtschaftsstandortes Liechtenstein im Ausland sowie in der Bekanntmachung und aktiven Vermarktung Liechtensteins als attraktiven Standort für innovative, zukunftssträchtige und wertschöpfungsintensive Unternehmen.

Zusätzlich obliegt Liechtenstein Marketing die Aufgabe, Liechtenstein als attraktives Tourismusland zu präsentieren und ein professionelles Marketing sicherzustellen, welches die Grundlage für die Durchführung verkaufsfördernder Massnahmen bildet. Im Bereich der Landeskommunikation steht die Schaffung eines authentischen und korrekten Liechtensteinbildes im Ausland im Zentrum. Des Weiteren sind die Bekanntmachung Liechtensteins bei relevanten Zielgruppen und die Erhöhung des differenzierten Wissens über Liechtenstein wichtige Aufgaben.

Die Herausforderungen für den Verwaltungsrat liegen in der zielgerichteten, strategischen Führung von Liechtenstein Marketing, insbesondere in der Abstimmung einer übergeordneten Strategie mit den drei genannten Geschäftsbereichen. Eine weitere Herausforderung bildet die Etablierung von Liechtenstein Marketing als kompetente Institution im In- und Ausland in ihren Aufgabenbereichen. Dabei sind der Aufbau und die Pflege eines umfassenden Netzwerkes im In- und Ausland von grosser Bedeutung.

Der Verwaltungsrat der Liechtenstein Marketing ist verantwortlich für die Ausarbeitung und Vorgabe von realisierbaren Zielen in einem ausgewogenen Verhältnis zu den vorhandenen, selbsterwirtschafteten Mitteln. Der Verwaltungsrat hat jedoch bei seiner Tätigkeit stets die Rahmenvorgaben der Eignerstrategie der Regierung zu beachten.

2. Fachliche und personelle Anforderungen

2.1 Anzahl Verwaltungsratsmitglieder und Wahlorgan

Der Verwaltungsrat von Liechtenstein Marketing setzt sich gemäss Art. 9 Abs. 1 SFG aus fünf bis sieben Mitgliedern zusammen. Wahlorgan ist die Regierung, die auch den Präsidenten/die Präsidentin bestimmt. Aktuell sind im Gremium fünf von der Regierung bestimmte Mitglieder vertreten, wovon ein Mitglied zum Präsidenten bestimmt worden ist.

2.2 Anforderungsprofil für das Gremium als Ganzes

Die strategische Führungsebene bringt als Gremium insgesamt folgendes Fachwissen und folgende Sozialkompetenzen mit:

- *Allgemeines Fachwissen*
 - Strategieprozess (methodisches Know-How, Strategie auf Eignerstrategie gestützt definieren und umsetzen)
 - Unternehmensorganisation und -führung (gestützt auf Corporate Governance und strategische Ausrichtung)
 - Finanz- und Rechnungswesen / Controlling, Betriebswirtschaft
 - Kommunikations- und Marketingkompetenz (konzeptionell den Informationshaushalt nach innen und nach aussen regeln)
- *Fachkompetenz*
 - Marketing, Werbung, Verkauf
 - Kommunikation (Medienarbeit, PR)
 - Betriebswirtschaft (Beratung, Finanzen, Industrie)
 - Event-Management
 - Tourismus-, Gastronomie- oder Hotelleriebranche

- *Sozialkompetenzen / Teamrollen*

Führung / Vorbild	stufengerechte Führung der operativen Ebene mit gleichzeitiger Vorbildfunktion für die Mitarbeitenden
Entscheidungsfähigkeit	hinterfragt konsequent Anträge und Vorgaben der operativen Ebene, fällt Entscheidungen erst bei Vorhandensein des erforderlichen Verständnisses, ist selbstkritisch mit sich selbst
Koordination/Organisation	Klare Definition von Aufgaben, Kompetenzen/Verantwortlichkeiten, basierend auf Organisationsreglement und Zuständigkeitsregelungen insb. zwischen VR und GL
Vernetztes und unternehmerisches Denken und Handeln	liefert regelmässig Impulse für die Weiterentwicklung des Unternehmens und sorgt für die notwendige Innovation. Sorgt für den Aufbau und die Pflege eines umfassenden Netzwerkes und pflegt die Zusammenarbeit mit Stakeholdern
Integration	stellt sicher, dass die Teamarbeit innerhalb der strategischen Führungsebene einerseits und innerhalb der operativen Führungsebene andererseits sowie die Zusammenarbeit zwischen den beiden Gremien zielgerichtet und sachbezogen verläuft, vermeidet Pattsituationen, erkennt und bereinigt Unstimmigkeiten in den Gremien so rasch als möglich
Abhängigkeiten vermeiden	Keine Abhängigkeit in materieller Sicht; keine Interessenskonflikte aufgrund anderer Mandate, Aufgaben, beruflicher Tätigkeiten

Mit den vorgegebenen Sozialkompetenzen bzw. Teamrollen soll sichergestellt werden, dass trotz unterschiedlicher Charaktere der einzelnen Mitglieder die

strategische Führungsebene als Gremium harmonisiert und Entscheidungen nicht einseitig getroffen werden. Zudem wird damit eine grössere Vielfalt an Sichtweisen unterstützt und für mehr Breite in Bezug auf konstruktive und kritische Denk- bzw. Verhaltensweisen gesorgt.

2.3 Anforderungsprofil für jedes Mitglied des Verwaltungsrates

Jedes einzelne Mitglied der strategischen Führungsebene muss folgende Anforderungen erfüllen:

- weder der Regierung noch dem Landtag angehörig
- gute Reputation und einwandfreier Charakter (keine Eintragungen im Strafregister, keine offenen Betreibungen, keine strafrechtlichen Verurteilungen und keine pendenten Strafverfahren)
- Materielle und ideelle Unabhängigkeit
- Wohnsitz: Liechtenstein, Schweiz, Österreich, Deutschland
- Hohe Sozialkompetenz und gute Kommunikationsfähigkeiten
- Team- und Konfliktfähigkeit als Person
- Ziel-, lösungs- und ergebnisorientiert
- Identifikation mit der Eignerstrategie
- Identifikation mit Liechtenstein Marketing, dessen Dienstleistungen und Produkte; insbesondere bezüglich Gesetzesauftrag, Marketingstrategie, öffentlichem Interesse, usw.
- keine Interessenskonflikte mit Liechtenstein Marketing, mit den wichtigsten Wettbewerbern, Kunden, Lieferanten sowie den übrigen Verwaltungsrats-Mitgliedern
- keine wesentlichen Geschäftsbeziehungen zu Liechtenstein Marketing
- nicht in der Geschäftsleitung von Liechtenstein Marketing vertreten
- keine massgebliche wirtschaftliche oder persönliche Beziehung zur Revisionsstelle von Liechtenstein Marketing oder dem leitenden Revisor
- Bereitschaft und Fähigkeit, sich in kurzer Zeit vertiefte Kenntnisse über anstehende strategische Entscheide anzueignen
- Zeitliche Verfügbarkeit bei ordentlichem Geschäftsgang im Umfang von
 - mind. 1 Ganztages- und 10 Halbtages-sitzungen (Arbeitssitzungen, Strategieerarbeitung, Spezialthemen) pro Jahr plus Sitzungsvorbereitung,
 - Übernahme einzelner Sonderaufgaben im Umfang von 5 Halbtagen,
 - Besuche von resp. Repräsentation von Liechtenstein Marketing bei Abend- und Wochenendanlässen.

2.4 Anforderungsprofil für den Präsidenten / die Präsidentin im Speziellen

Dem Präsidenten / der Präsidentin kommt eine besondere Stellung zu, weshalb für diese Funktion neben den an alle Mitglieder gestellten Anforderungen zusätzlich folgende Bedingungen erfüllt sein müssen:

Persönlichkeit

- integre, loyale und repräsentative Persönlichkeit
- starkes Engagement und hohe Eigeninitiative
- rasche Auffassungsgabe und analytische Denkweise
- der Aufgabe entsprechend reife Persönlichkeit
- Wohnsitz und gutes Netzwerk in Liechtenstein
- Zeitliche Verfügbarkeit bei ordentlichem Geschäftsgang im Umfang von
 - 1 Ganztages- und 10 Halbtages-sitzungen (Arbeitssitzungen, Strategieerarbeitung, Spezialthemen) pro Jahr plus Sitzungsvorbereitung
 - wöchentliche Arbeitssitzungen mit der operativen Führungsebene
 - Übernahme einzelner Sonderaufgaben
 - Repräsentationsaufgaben

Total ca. 10 bis 20 Tage pro Jahr

Sozial- und Führungskompetenzen

- hohe Integrations- und Motivationsfähigkeit
- hohe Fähigkeit zum Konfliktmanagement
- ausreichende Führungserfahrung
- Leistungsausweis in der Unternehmensführung
- Entscheidungsfreudigkeit und Durchsetzungsvermögen

Fachliche Anforderungen

- sehr gute Kenntnisse des wirtschaftlichen Umfelds in Liechtenstein
- Vertrautheit mit dem Finanz- und Rechnungswesen

2.5 Entschädigung

Gemäss Art. 9 Abs. 4 des Gesetzes über die Standortförderung (SFG) vom 20. Oktober 2011 wird die Entschädigungsregelung des Verwaltungsrates von der Regierung festgelegt. Die Regierung hat mit Beschluss vom 27. Februar 2013 (RA 2013/361-9078) die Entschädigung für den Verwaltungsrat von Liechtenstein Marketing festgelegt.

Halbtages-sitzungen (bis vier Stunden) werden mit CHF 300.--, Ganztages-sitzungen (ab vier Stunden) mit CHF 600.-- entschädigt. Als aufwandbasierte Stundenentschädigung kommt ein Satz von CHF 100.-- pro Stunde und maximal CHF 800.-- pro Tag zur Anwendung. Als Jahrespauschale gilt grundsätzlich ein Betrag von CHF 6'000.-- für den Präsidenten/die Präsidentin sowie ein Betrag von maximal CHF 1'500.-- für den Vize-Präsidenten/die Vize-Präsidentin.

2.6 Haftung

Die zivilrechtliche Haftung der Organe richtet sich, sofern eine hoheitliche Tätigkeit zugrunde liegt, gemäss Art. 13 Abs. 1 des ÖUSG nach den Bestimmungen des Amtshaftungsgesetzes, ansonsten nach den privatrechtlichen Bestimmungen.

3. Umsetzung des Anforderungsprofils

Die Regierung beschliesst als Wahlorgan des Verwaltungsrates über das Vorgehen bei anstehenden Neu- und Ersatzwahlen und definiert den Rekrutierungsprozess.