

# llbvoices



Markenversprechen  
LLB – Ihre Partnerin für  
wertebasiertes Banking.

# Inhalt

3	Editorial
5	Unsere Marke
7	Die Werte der LLB
10	Ein Blick hinter die Marke LLB
12	Die Geschichte unseres Logos
15	Aus Bank Linth wird LLB
16	Rückblick Launch Event
19	Neubau «Campus Giessen»
23	Projekt Rhenus
25	Diversität und Inklusion
27	Mit Vielfalt zum Erfolg: Division Group CFO setzt Massstäbe
31	Gesichter der LLB
33	Mit dem Zug von Feldkirch nach Wien
35	Reisetipps für Liechtenstein
37	LLB Sommer im Hof

# Editorial

Liebe Kolleginnen und Kollegen

Die LLB steht seit ihrer Gründung für höchste Stabilität und Sicherheit. Aber auch für Veränderung. So haben wir uns im Laufe der Zeit von einer Sparkasse in Liechtenstein zu einer erfolgreichen internationalen Bankengruppe weiterentwickelt.



Nun fügen wir mit unserem Rebranding ein weiteres wichtiges Kapitel in der Geschichte der LLB-Gruppe hinzu. Wir werden zukünftig einheitlich als LLB am Markt auftreten. LLB – das ist eine selbstbewusste, eine moderne und eine starke Marke. Diese Ausgabe von «LLB Voices» zeigt euch die Hintergründe unseres neuen Markenauftrittes.

Neben unserem Rebranding haben wir für euch in der aktuellen «LLB Voices» noch weitere spannende Themen zusammengestellt. Geniesst mit uns gemeinsam einen Rückblick auf «LLB Sommer im Hof» und erfahrt interessante Fakten zu unserem zukünftigen Marktauftritt in Deutschland. Schaut euch dazu auch noch das Video mit Urs Müller und Martin Heutschi an.

Und wusstet ihr, dass die Division Group CFO in der LLB unangefochtener Spitzenreiter bezüglich Diversität ist? Nein? Dann lest dazu das Interview mit Christoph Reich.

Ihr seht: interessante Beiträge warten auf euch. Ich wünsche euch viel Vergnügen beim Lesen unserer neusten «LLB Voices» und freue mich über die Lancierung unserer neuen Marke.

Gabriel Brenna  
Group CEO



> [Hier gehts zum Video](#)

# Living one LLB – Zukunft durch Herkunft

Als Ergebnis eines intensiven Markenprozesses treten neu alle Einheiten der LLB-Gruppe unter dem Markennamen LLB auf. Der neue Markenauftritt LLB ist bestechend jung, markant und international.

*Von Gernot Bilz*

Liechtensteinische Landesbank AG, Bank Linth LLB AG und Liechtensteinische Landesbank (Österreich) AG treten künftig unter der gemeinsamen Marke LLB mit neuem Logo auf. Diese One-Brand-Strategie unterstützt die Wachstumsziele, die sich die LLB-Gruppe im Rahmen der Unternehmensstrategie ACT-26 gesetzt hat. Als LLB Schweiz werden wir mit einer Kombination aus digitalen Dienstleistungen und umfassender Kundenbetreuung von einer Regionalbank zu einer landesweiten Kraft im Private Banking. Ebenso wie in Liechtenstein, der Schweiz und in Österreich werden wir neu auch im deutschen Markt mit einem modernen, jungen Auftritt als LLB jene Zielgruppe der Digital Natives und Entrepreneurs ansprechen, die heute schon den Grossteil unserer Kunden ausmachen. Sie sind geprägt vom technischen Wandel sowie von dem Wunsch nach einem Sinn im Leben.



Als kundenorientierte Bank denken wir deshalb bei allem, was wir tun, auch an morgen und überzeugen mit nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen. Gleichzeitig werden wir als Partnerin für wertebasiertes Banking in einer digitalen Welt weiterhin auf unsere starken Wurzeln und unsere Stabilität setzen.

### Unser Leitbild

Das Fundament unseres neuen Markenauftritts bildet das **Leitbild**, der sogenannte normative Rahmen. Das Leitbild setzt sich aus unserem **Unternehmenszweck**, unserer **Vision** und unserer **Mission** sowie unseren **Werten** zusammen.

Unsere Vision ist ein Aufruf an alle Mitarbeitenden, vertrauensvolle und aktive Gestalter der Zukunft zu sein. «Wir sind eine der vertrauenswürdigsten Banken der Welt» drückt aus, was wir gemeinsam erreichen wollen.

Das Leitbild legt die grundlegenden Überzeugungen und Prinzipien für das Handeln und die Entscheidungen aller Mitarbeitenden der LLB fest. Sie sind die Grundpfeiler der neuen, gemeinsamen Marke LLB.



# Die Werte der LLB

Unsere Werte legen fest, wie wir zusammenarbeiten und nach welchen Prinzipien wir unsere Dienstleistungen anbieten. Um auch hier dem gesellschaftlichen Wandel Rechnung zu tragen, haben wir den Wert «wegweisend» durch «leidenschaftlich» ersetzt. Wir haben die Mitglieder unserer Gruppenleitung gefragt, was die Werte für sie bedeuten.

Von Gernot Bilz

***Integer – Wir schaffen Klarheit und stehen zu unserem Wort.***

- ♦ Wir tun, was wir sagen, und sagen, was wir tun.
- ♦ Wir handeln nachhaltig und fördern Vielfalt.
- ♦ Wir sind konsequent im Umgang mit Regeln und Standards.



Patrick Fürer

«**Integer** bedeutet für mich, dass meine Bank sich moralisch einwandfrei verhält und nachhaltig meine Interessen wahrnimmt, damit auch meine Kinder und Enkel zuversichtlich in die Zukunft blicken können.»

**Respektvoll – Wir handeln partnerschaftlich und zeigen Wertschätzung.**

- Wir sind offen und finden gemeinsam die beste Lösung.
- Wir würdigen Leistung.
- Wir sind kollegial und unterstützen einander.

«**Respektvolles** Handeln heisst, dass wir uns auf Augenhöhe begegnen und gemeinsam die besten Lösungen finden. So zeigen wir Wertschätzung und schaffen Werte.»



Christoph Reich

**Exzellent – Wir schaffen erstklassige Resultate.**

- Wir sind leistungsstark und ergebnisorientiert.
- Wir denken ganzheitlich und handeln vorausschauend.
- Wir stellen hohe Ansprüche und entwickeln unsere Fähigkeiten aktiv weiter.



Natalie Flatz

«**Exzellent** ist meine Bank dann, wenn ich von ihren Tipps profitieren und so die für mich individuell besten Entscheidungen treffen kann.»



***Leidenschaftlich – Wir handeln aus Überzeugung und mit Begeisterung.***

- ♦ Wir lieben, was wir tun.
- ♦ Wir packen an und übernehmen Verantwortung.
- ♦ Wir begeistern unsere Kunden immer wieder aufs Neue.

«Leidenschaftlich nehme ich meine Bank wahr, wenn sie mich und meine Bedürfnisse ins Zentrum stellt und mir Lösungsvorschläge präsentiert, die mich immer wieder begeistern.»



Urs Müller

# Ein Blick hinter die Marke LLB

Im Interview verrät uns Group CEO Gabriel Brenna mehr über die Hintergründe unserer neuen Marke und über die Ziele, die er mit dem neuen Markenauftritt verbindet.

*Von Cornelia Zeh*

## **Warum entschied sich die LLB für ein Rebranding und die One-Brand-Strategie?**

Es standen bereits seit längerer Zeit verschiedene Überlegungen im Raum. Die Entwicklungen im digitalen Bereich schreiten stetig voran und die Kurzform LLB bietet sich hier an. Auch für unsere internationale Kundschaft ist sie einfacher auszusprechen.

Mit der Kommunikation unserer neuen Strategie in der Schweiz ist für uns der richtige Moment für ein gruppenweites Rebranding gekommen. Wir sehen grosses Wachstumspotenzial, insbesondere im Private Banking, im Firmenkundengeschäft sowie im Geschäft mit externen Vermögensverwaltern. Und wir sind überzeugt, dass wir unsere Strategie und Positionierung unter der neuen Marke LLB noch erfolgreicher umsetzen können.

Entscheidend für unser zukünftiges Wachstum ist, dass wir unsere Brand-Bekanntheit weiter steigern und in der Gruppe dieselben Werte vertreten. Dazu zählt auch ein einheitlicher visueller Auftritt.



Gabriel Brenna

## **Welche Ziele verbindest du mit der neuen Marke LLB?**

Unsere neue Marke LLB ist eine starke und moderne Marke – einfach und einprägsam. Eine Marke, die lokal wie auch international in unseren Kernmärkten eine hohe Bekanntheit erreichen wird. Und natürlich sollen sich unsere Mitarbeitenden mit unserer Marke identifizieren, denn eine Marke lebt immer von innen nach aussen.

## **Das neue Logo sieht komplett anders aus als unser bisheriges und der neue Name ist sehr markant. Was denkst du, wie werden das neue Logo und der Markenauftritt bei unseren Kundinnen und Kunden ankommen?**

Ich bin überzeugt, dass die neue Marke gut aufgenommen wird. Sie ist frisch, sie ist modern, sie ist differenzierend und hat einen hohen Wiedererkennungswert. Aber natürlich bedeutet das neue Logo auch eine grosse Veränderung. Das wird wohl gerade am Anfang kontrovers diskutiert, insbesondere in unseren Stammländern. Aber ich denke, das ist ein normaler Prozess.

## **Was macht die neue Markenpersönlichkeit der LLB für dich aus?**

Die LLB steht nach wie vor für höchste Stabilität und Sicherheit und für wertebasiertes Banking. Und mit unserer Vision «Wir sind eine der vertrauenswürdigsten Banken der Welt» zeigen wir eine hohe Ambition und setzen einen hohen Standard an uns selbst.

Die neue Marke steht aber auch für eine moderne, selbstbewusste und zukunftsgerichtete LLB. Eine LLB, die das persönliche, traditionelle Banking genauso gut beherrscht wie die sich schnell verändernde digitale Welt. Dabei herrscht aber immer Klarheit, wofür sie steht und wie sie sich von den Mitbewerbern und -bewerberinnen abhebt.



**Die LLB steht seit jeher für wertebasiertes Banking.**

Gabriel Brenna, Group CEO

***Was müssen wir tun, um unser Markenversprechen «LLB – Ihre Partnerin für wertebasiertes Banking» bei Kundinnen und Kunden einzulösen?***

Ich glaube, dass wir dieses Versprechen heute schon einlösen, denn es ist nicht neu. Die LLB steht seit jeher für wertebasiertes Banking. Das unterscheidet uns von anderen und ist sicherlich auch ein Grund, wieso unsere Kundinnen und Kunden ihr Vertrauen in uns und unsere Dienstleistungen setzen.

***Welches sind die wichtigsten Schritte in der Umsetzung des gemeinsamen Markenauftritts?***

Wir haben mit der Kommunikation der neuen Marke am 15. September eine grosse Launch-Kampagne in unseren wichtigsten Märkten gestartet. Hier setzen wir den Fokus auf Liechtenstein, die Schweiz, Österreich und Deutschland mit dem Ziel, die Bekanntheit der LLB zu steigern. Ich bin gespannt, wie die neue Kampagne ankommen wird, und natürlich auch auf die Reaktionen unserer Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden sowie der Öffentlichkeit.

# 162 Jahre Wandel und Wachstum

Von Elena Betz



Die Geschichte der Liechtensteinischen Landesbank ist eine bemerkenswerte Reise, die von ihren Anfängen als regionale Spar- und Leihkasse bis hin zu ihrer heutigen Position als international agierende Universalbank reicht. In den folgenden Abschnitten nehmen wir euch mit auf eine Zeitreise, die die Entwicklung unseres Namens sowie unserer Marke beleuchtet. Eine besondere Wende ereignete sich im Jahr 1955, als das erste Logo der Liechtensteinischen Landesbank eingeführt wurde, das bis heute unsere visuelle Identität prägt. Die Geschichte unseres Logos verdeutlicht, wie weit wir gekommen sind und wie sehr wir unseren Ursprung schätzen, während wir gleichzeitig mutig in die Zukunft blicken.

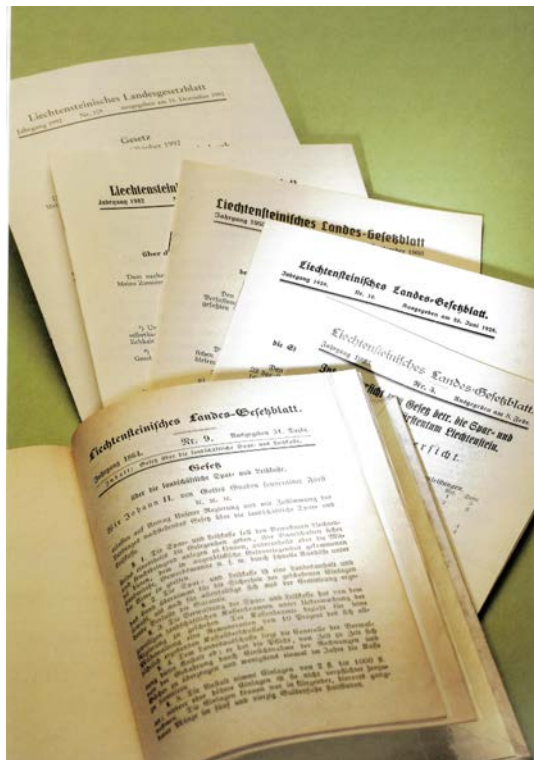
1861



## Gründung der «Zins- und Credit-Landes-Anstalt»

Initiiert von Landesverweser Karl Haus von Hausen, wurde die «Zins- und Credit-Landes-Anstalt im souveränen Fürstentum Liechtenstein» ins Leben gerufen. Sie bot den Bewohnern die Sicherheit, ihre Ersparnisse zu deponieren, und half Landwirten sowie Gewerbetreibenden in finanzieller Notlage.

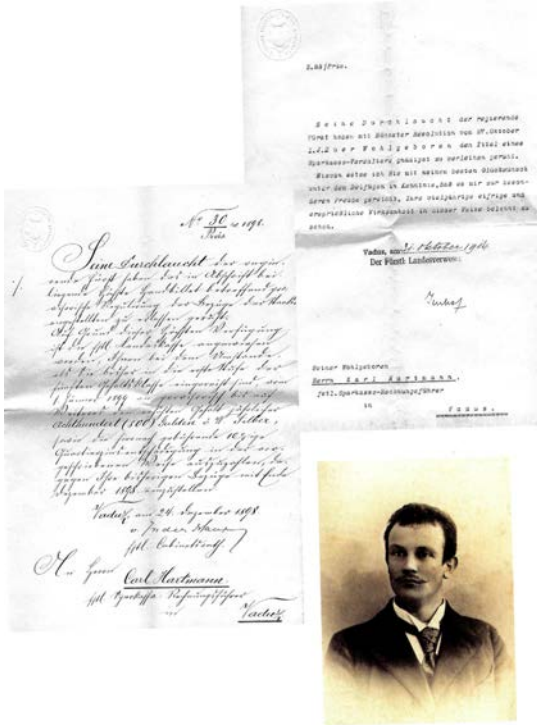
1864



## Umbenennung in «Landschaftliche Spar- und Leihkasse»

Die Institution änderte ihren Namen zu «Landschaftliche Spar- und Leihkasse». Der Hauptzweck blieb unverändert: das Annehmen von Ersparnissen und die Vergabe von Krediten, um Wirtschaft und Modernisierung im Fürstentum zu fördern.

1875



**«Spar- und Leihkasse des Fürstentums Liechtenstein»**

Die im Volksmund genannte «Sparkassa» entwickelte sich zu einer Einrichtung, die nicht nur zum Sparen, sondern auch zum Leihen diente. Mikrokredite ermöglichten Investitionen in Gewerbe und Landwirtschaft, was zur wirtschaftlichen Entwicklung beitrug. Die Bank erhielt die Erlaubnis, in ausländische Wertpapiere zu investieren, was eine breitere Anlagestrategie ermöglichte.

1955



**Umbenennung in «Liechtensteinische Landesbank»**

Die Bank wandelte sich zu einer international tätigen Universalbank. Und so entstand auch das erste Logo zur Schaffung der visuellen Identität. Neue Dienstleistungen wurden eingeführt, um den Bedürfnissen einer globalen Kundschaft gerecht zu werden. Ein breites Spektrum von Finanztransaktionen wurde angeboten, darunter Schecks, Wechsel, Pfandbriefe und Wertpapierhandel.

1993



#### Logo-Neugestaltung im Zuge von Veränderungen

Von öffentlich-rechtlicher Anstalt zu einer Aktiengesellschaft: Börsengang und EWR-Beitritt ebneten den Weg für unsere Zukunft. Inmitten dieses Wandels wurde auch unser Logo neu gestaltet. Erstmals wurde das Kürzel «LLB» integriert. Doch das war nicht alles. Zum ersten Mal fand auch das Gründungsjahr einen ehrwürdigen Platz in unserem Logo, eine Würdigung an unsere Vergangenheit und ein Zeichen für unsere stetige Weiterentwicklung.

2007



#### Unser klassisch-modernes Logo

Inmitten unseres stetigen Wachstums und der Expansion ins Ausland haben wir niemals unsere Wurzeln und Regionalität aus den Augen verloren. Während wir unsere Wege in die Welt hinaus beschritten, hielten wir stets an unseren Ursprüngen fest. Ein klassisch-modernes Logo wurde eingeführt, das Sicherheit, Offenheit und Partnerschaft symbolisierte. Die grüne Farbe repräsentierte unsere Herkunft, während der rote Mittelpunkt die Essenz und die Partnerschaft hervorhob. Die harmonische Zusammenführung der Elemente stand für Verbindung.

2023



#### Modernes und zukunftsgerichtetes Logo

Das Logo wird erneuert, um Modernität und Selbstbewusstsein sowie internationale Wiedererkennung zu unterstützen. Der vollständige Name «Liechtensteinische Landesbank» wird durch die prägnanten drei Buchstaben «llb» ersetzt. Die Kombination von Kleinbuchstaben und Jahreszahl betont die zeitgemäße Ausrichtung und Tradition der Bank. Die langjährige Stabilität und die Herkunft der Bank werden durch die Jahreszahl verdeutlicht.

# Aus Bank Linth wird LLB

Mit dem Rebranding fahren wir eine sogenannte One-Brand-Strategie: Neu treten alle Gesellschaften unter der gemeinsamen Marke LLB auf. Dies bedeutet für die Bank Linth, dass sie ab sofort LLB (Schweiz) AG heisst.

*Von Cornelia Zeh*

Seit 2007 gehört die Bank Linth zur LLB-Gruppe, im vergangenen Jahr wurde sie zu 100 Prozent übernommen und in der Folge von der Börse dekotiert. Nach der Ankündigung der Strategie für den Markt Schweiz folgt nun der nächste Schritt: Mit der LLB (Schweiz) AG wollen wir in der Schweiz weiterwachsen. Dabei wird auf den bereits vorhandenen Stärken aufgebaut.

## **Gestaffelte Einführung**

Die Umstellung auf den neuen Namen und Markenauftritt erfolgt gestaffelt. Bereits vollständig angepasst wurden sämtliche Formulare und Vorlagen, die auf Word basieren wie beispielsweise die Verträge. Der systemgenierte Kundenoutput, wie zum Beispiel Kontoauszüge, enthält bereits das neue Logo, es kann jedoch vorkommen, dass bis zur IT-technischen Umstellung im Text noch an einigen Stellen der Name «Bank Linth» erscheinen wird.



Der Markenwechsel von der Bank Linth zur LLB ist ein Meilenstein in der Geschichte unserer Bank. Wir setzen auf unsere starken Wurzeln und verbinden sie mit modernsten Lösungen der LLB-Gruppe, um unseren Kunden ein noch besseres Banking-Erlebnis zu bieten.

**Manfred Pfammatter, Mitglied der Geschäftsleitung LLB (Schweiz) AG**

Die Umstellung auf das neue Design unserer Factsheets sowie Broschüren wird ebenfalls gestaffelt umgesetzt. Die bisherige Website [www.banklinth.ch](http://www.banklinth.ch) wird neu auf [llb.ch](http://llb.ch) weitergeleitet. Alle Mitarbeitenden der LLB Schweiz verfügen bereits über die neue E-Mail-Adresse [@llb.ch](mailto:@llb.ch). Das Online Banking wurde bereits auf den neuen Markenauftritt umgestellt, wohingegen die Umstellung im Mobile Banking erst direkt mit dem Launch der neuen Mobile-Banking-App einhergeht. An den Geschäftsstellen Uznach und Rapperswil ist die Gebäudebeschriftung bereits ausgetauscht, die Änderungen bei den weiteren Sitzen der Region erfolgen sukzessive innerhalb der nächsten Wochen.

Weitere Informationen zur Anpassung auf den neuen Namen erhaltet ihr auch in unserem [Brandportal](#).

Die Kundinnen und Kunden der ehemaligen Bank Linth wurden mittels einer Broschüre über die Änderungen informiert. Die Broschüre könnt ihr auf unserem [Intranet](#) abrufen.

# Living one LLB: Neuer Markenauftritt für eine der vertrauenswürdigsten Banken der Welt

Am 15. September präsentierte die LLB ihren Mitarbeitenden den neuen, einheitlichen Markenauftritt. Denn alle Unternehmen der Gruppe treten künftig unter der gemeinsamen Marke «LLB» auf. Beim «Living one LLB»-Event in Schaan gab es die neue Marke erstmals «zum Anfassen».

*Von Gernot Bilz und Dieter Benz*

An den Standorten herrschte wenige Minuten vor dem Event eine spürbare Spannung. Wie sieht das neue Logo aus, was steckt hinter dem Rebranding und was ändert sich beim Auftritt der LLB? Die Antwort auf all diese Fragen rund um den neuen Markenauftritt gaben Gabriel Brenna, Natalie Flatz und Michaela Alt im SAL in Schaan. Die Vorstellung der neuen Marke für die Wachstumsstrategie der LLB, die Präsentation des Logos und ein Ausblick auf die kommende Umsetzung wurden für die Kolleginnen und Kollegen der LLB Schweiz und der LLB Österreich live nach Rapperswil und Wien übertragen.

Als Höhepunkt der gut dreissigminütigen Markenpräsentation kündigte die LED-Show der Tanzgruppe «The Blackouts» das neue Logo an.

Ein begeisterter Gabriel Brenna persönlich ging auf die modernen Attribute dieses Markensymbols ein und knüpfte die Verbindung zum Markenversprechen an die Kunden: Die LLB ist und bleibt die Partnerin für wertebasiertes Banking.

Noch während der Veranstaltung holte Michaela Alt live im Publikum erste Reaktionen der Mitarbeitenden zum neuen Logo und Markenauftritt ab. Zudem zeigte die Leiterin Group Marketing auf, wie genau «New LLB» bekannt gemacht werden soll.

Ein weiterer Höhepunkt des Abends war die Verlosung des Gewinns rund um die Marken-Challenge, die im Vorfeld des Events stattfand. Herzliche Gratulation an Johanna Polsterer-Skocek und viel Vergnügen beim Dinner mit LLB-Markenbotschafter Sven Wassmer und bei der Übernachtung im Grand Resort Bad Ragaz.



Hier die schönsten Bilder rund um die Präsentation der Marke LLB in Schaan:



Hier die schönsten Bilder rund um die Präsentation der Marke LLB in Rapperswil:



# Neubau «Campus Giessen»

Bevor etwas Neues entsteht, muss das Alte weichen: Zu Jahresbeginn starteten die Abbrucharbeiten des Gebäudes und damit die Vorbereitungsarbeiten für den «Campus Giessen». Nun ist dort, wo vorher das Amt für Justiz eingemietet war, ein grosser leerer Platz.

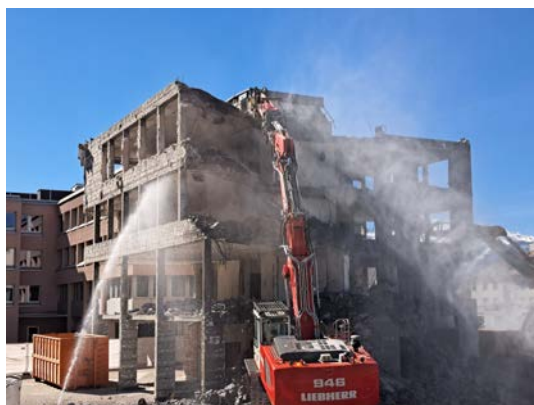
*Von Cornelia Zeh*

Das Gebäude an der Äulestrasse, das im Besitz der LLB ist, wurde bisher vom Amt für Justiz genutzt. Das alte Gebäude hatte insgesamt vier Stockwerke und gehört seit Februar 2011 der LLB, wurde 1983 gebaut. Es war das Zuhause der Motorfahrzeugkontrolle, bis diese 1992 an den Gewerbezug in Vaduz umgezogen ist.

Das Amt für Justiz ist derzeit bei uns im Hauptsitz Süd untergebracht, bevor es Anfang Sommer 2024 in das neue Dienstleistungszentrum der Landesverwaltung einziehen wird.

## Facts zum Abriss:

Der gesamte Abriss dauerte nur einen Monat. Insgesamt wurden knapp 2'100 Tonnen Material auf 137 Lastwagen geladen – Beton, mineralische Bauabfälle, Dämmungen, Altholz, Glas, Aluminium, Eisen, Elektrokabel, Neonröhren und weiterer Abfall, der sauberlich getrennt und fachgerecht entsorgt bzw. wieder aufbereitet wurde.



### Blick in die Zukunft

Doch wir dürfen uns freuen: Der «Campus Giessen» wird für eine Aufwertung des Äuleviertel sorgen. Allein schon die Architektur – eine Leichtbauweise aus Holz – ist etwas Besonderes. Das fünfstöckige Gebäude wird eine angenehme Büroatmosphäre bieten. Oberflächen aus Holz dominieren die Innenwände, es gibt Platz für informelle Treffen. Im Foyer sind grosse Seminarräume geplant. Es wird einen begrüneten Innenhof geben. Jedes Stockwerk bietet Platz für circa sechzig Arbeitsplätze und es wird ein offenes und flexibles Bürogebäude.

Der symbolische Spatenstich vom 24. August 2023 markiert den Baustart für den «Campus Giessen». Bezugsbereit wird das Gebäude im 3. Quartal 2025 sein.



v.l.: Arnold Frick (Frickbau), Patrick Fürer (CDO LLB-Gruppe), Gabriel Brenna (CEO LLB-Gruppe), Petra Miescher (Bürgermeisterin Vaduz), Georg Wohlwend (LLB VR-Präsident), Jean-Claude Zurflüh (Generalunternehmung HRS), Marc Fisler (Architekt, BE), Christian Tabernigg (Architekt, BE), Fabian Hilbe (LLB), Stefan Marxer (LLB), Klaus Nagl (HRS), Markus Walser (HRS)

## Projektvorstellung «Campus Giessen»



- ◆ Erdgeschoss mit Saal, Foyer, Empfang, Projekt-/Besprechungsräume
- ◆ 1. bis 4. Obergeschoss Büro (ca. 250 Arbeitsplätze)
- ◆ Holz-/Beton-Hybridbau auf bestehender zweigeschossiger Tiefgarage
- ◆ Begrünter Innenhof auf Ebene Obergeschosse
- ◆ Innenhof umschlossen mit Passerellen auf 2. und 3. Obergeschoss
- ◆ Verbindung über Passerelle mit dem Haus Äule im 2. Obergeschoss
- ◆ Green Building (LEED-Goldzertifizierung)
- ◆ Minergie P ECO
- ◆ Gebäudehöhe 18.5 Meter
- ◆ Gebäude Länge 40 m / Breite 35 m
- ◆ 5 Geschosse oberirdisch
- ◆ 2 Geschosse unterirdisch
- ◆ Total Geschossflächen (oberirdisch/unterirdisch) 11'128 m<sup>2</sup>
- ◆ Geschossfläche oberirdisch 5'669 m<sup>2</sup>
- ◆ Geschossfläche unterirdisch 5'460 m<sup>2</sup>
- ◆ Bürofläche (1. bis 4. OG) 4'563 m<sup>2</sup>
- ◆ Erdgeschossfläche 1'106 m<sup>2</sup>

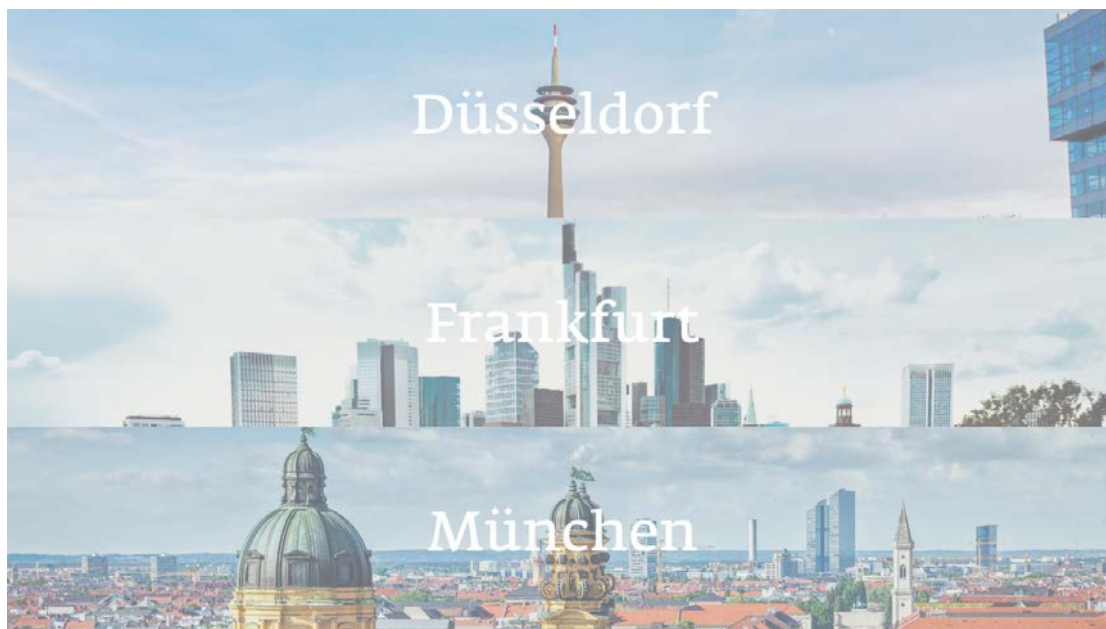


Stefan Marxer, Logistics Services

«Nach mehreren Jahren Planung mit diversen Hürden, die zu überwinden waren, freuen wir uns nun auf die Umsetzung vom «Campus Giessen». Wir sind überzeugt, dass wir mit dem Neubau in Verbindung mit dem angrenzenden Haus Äule sowie dem Hauptsitz in unmittelbarer Nähe einen hohen Mehrwert in der Zusammenarbeit erreichen werden.»

# Aufbruch zu neuen Ufern: Das Projekt Rhenus im Fokus

In einem exklusiven Interview hatten wir die Gelegenheit, das Geschäftsleitungsmitglied Urs Müller und den Leiter des Private Banking, Martin Heutschi, zu treffen, um Einblicke in das Projekt Rhenus zu erhalten. Das Treffen fand an einem Ort statt, der nicht nur wunderschön ist, sondern auch reich an Geschichte – mit einer Tradition, die rund 120 Jahre zurückreicht. Eine Tradition, die ebenso tief verwurzelt ist wie unsere eigene.



*Von Elena Betz*

Das Projekt ist bereits in vollem Gange. Die Zweigniederlassung wurde gegründet, und die Eröffnung unserer Standorte in Frankfurt, Düsseldorf und München steht bevor. Erfahrt nun mehr über den bedeutenden Meilenstein in der Geschichte der LLB.



> [Hier gehts zum Video](#)



# Gemeinsam für eine vielfältige und inklusive Zukunft

Vielfalt stellt zweifellos einen Schlüssel zu unserem Erfolg dar, da unterschiedliche Erfahrungen und Fähigkeiten sich gegenseitig ergänzen und uns gemeinsam vorantreiben. Die Begriffe «Diversität» und «Inklusion» sind allgemein bekannt, doch ist das Verständnis dafür bei jedem von uns gleich? Und wie kommen diese Prinzipien bei der LLB zum Ausdruck?

*Von Patrizia Seifert*

Diversität ist fest in unserem Mindset und unserer Unternehmenskultur verankert und geht über blosser Lippenbekenntnisse hinaus. Sie fungiert als entscheidender Erfolgsfaktor und Unterscheidungsmerkmal. Bei der LLB bieten wir allen Mitarbeitenden gleiche Beschäftigungs- und Beförderungschancen, unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, Nationalität, ethnischen Hintergrund, sexueller Ausrichtung oder körperlichen Fähigkeiten. Dieses Engagement für Diversität und Inklusion bildet den Auftakt für ein spannendes Interview, das Einblicke in den Alltag bietet und abschliessend Kollegen zu Wort kommen lässt, die über ihre Erfahrungen berichten.

## **Diversität bei der LLB**

Wir verfolgen seit vielen Jahren ein klares Bekenntnis zur Diversität. Unsere vielfältige Belegschaft bildet einen Talentepool, in dem unterschiedliche Erfahrungen und Fähigkeiten harmonisch ineinandergreifen. Diese Grundlage ermöglicht es uns, Innovation und Exzellenz in all unseren Unternehmensbereichen zu fördern.

Das bietet die LLB unter anderem bereits heute:

- ◆ Lohngerechtigkeit zwischen Männern und Frauen: «We pay fair»-Label der Universität St.Gallen
- ◆ Kindertagesstätte
- ◆ Attraktive Homeoffice-, Teilzeit- und Ferienregelungen

Mehr zur Diversität der Mitarbeitenden und Führungskräfte im [Geschäftsbericht 2022](#).

**Diversität: Was ist das?****Kulturelle Vielfalt:**

Wir schätzen und fördern die unterschiedlichen kulturellen Hintergründe unserer Mitarbeitenden, um eine inspirierende und weltoffene Arbeitsumgebung zu schaffen.

**Inklusion und Zugehörigkeit:**

Unser Ziel ist es, eine Atmosphäre der Zugehörigkeit zu schaffen, in der sich jeder Mitarbeitende willkommen, geschätzt und sicher fühlt – unabhängig von Herkunft, Geschlecht, Alter, Religion oder besonderen Bedürfnissen.

**Vielfältige Perspektiven:**

Durch die Einbindung verschiedener Erfahrungen, Ausbildungen, Fähigkeiten und Überzeugungen entwickeln wir innovativere Lösungen und erweitern unseren Horizont.

**Talente anziehen und halten:**

Indem wir eine vielfältige und inklusive Arbeitsumgebung schaffen, ziehen wir die besten Talente an und halten sie langfristig im Unternehmen.

**Altersgruppen und Geschlecht:**

Wir schaffen Chancengleichheit für Menschen aller Altersgruppen und Geschlechter, um ihre Potenziale voll auszuschöpfen und unsere Teams vielfältiger zu gestalten.

**Religiöse und weltanschauliche Vielfalt:**

Wir respektieren die Vielfalt der religiösen Überzeugungen und Weltanschauungen unserer Mitarbeitenden und schaffen eine Umgebung, in der sich jeder frei äussern kann.

**Besondere Fähigkeiten:**

Wir erkennen die Stärken und Fähigkeiten jedes Mitarbeitenden an, unabhängig von besonderen Bedürfnissen, und fördern ihre Einbindung in sämtliche Unternehmensbereiche.

**Was bedeutet Inklusion?****Chancengleichheit für alle:**

Wir setzen uns dafür ein, dass alle die gleichen Chancen haben, unabhängig von Hintergrund, Fähigkeiten oder Überzeugungen.

**Willkommen und wertgeschätzt:**

Inklusion bedeutet, dass sich alle willkommen und wertgeschätzt fühlen, was zu einem offenen und produktiven Arbeitsumfeld beiträgt.

**Aktive Teilhabe:**

Jede Stimme zählt. Inklusion ermutigt alle Mitarbeitenden dazu, aktiv Ideen einzubringen, mitzuwirken und gemeinsam an Lösungen zu arbeiten.

**Durch Vielfalt entsteht Inklusion:**

Eine diverse Belegschaft schafft die Grundlage für Inklusion. Unterschiedliche Hintergründe, Erfahrungen und Perspektiven bereichern unsere Teams und fördern Verständnis und Zusammenarbeit.

# Mit Vielfalt zum Erfolg: Division Group CFO setzt Massstäbe

Der Businessstag für Frauen steht vor der Tür. Am 27. September wird die LLB zum siebten Mal den LLB-Businessstag-Award vergeben – in diesem Jahr an eine berufliche Wiedereinsteigerin, die andere Frauen inspiriert. Diese Gelegenheit nutzen wir, um nicht nur extern, sondern im Vorfeld des Events in Vaduz auch intern unser Engagement für Diversität und Inklusion hervorzuheben. Im Mittelpunkt steht dabei – ausnahmsweise – ein Mann: unser Group CFO Christoph Reich.

Von Patrizia Seifert



Patrizia Seifert und Christoph Reich

## **Diversität als Erfolgsrezept von Christoph Reich**

Was Diversität anbelangt, ist die Division Group CFO in der LLB unangefochtener Spitzenreiter. Die aktuellen Zahlen belegen beeindruckende Fortschritte bei der Präsenz von Frauen in verantwortungsvollen Positionen und Führungsrollen sowie bei der Teilzeitquote. Der Anteil von Frauen in Fach- und Führungsverantwortung liegt bei bemerkenswerten 36 Prozent und damit weit über dem 23-Prozent-Anteil in der gesamten LLB-Gruppe.

## Kennzahlen Division Group CFO

52 %

Frauenquote

22 %

Frauen in Führungsposition

31 %

Teilzeitquote

## Kennzahlen LLB-Gruppe

41 %

Frauenquote

15 %

Frauen in Führungsposition

28 %

Teilzeitquote

Doch woher kommt das und was bringt Diversität? Group CFO Christoph Reich verrät hier seine «vielfältigen Erfolgsrezepte».

### Christoph, wie definierst du ein diverses Team?

In einem diversen Team bringen die verschiedenen Teammitglieder die unterschiedlichsten Erfahrungen, Hintergründe und Merkmale mit. Diversität geht für mich über die klassischen Merkmale wie Geschlecht, Alter und Herkunft hinaus. Es spielen auch Unterschiede im Fachwissen, in der Persönlichkeit und im Arbeitsstil eine wichtige Rolle.

### Was schätzt du an einem diversen Team?

Ich möchte bestmögliche Lösungen finden für unsere Aufgaben in der Division Group CFO im Sinne der Geschäftsziele. Ein diverses Team trägt wesentlich dazu bei: Es bringt verschiedene Sichtweisen, Denkweisen und Herangehensweisen in den Arbeitsprozess ein. Dadurch können wir auch komplett neue Fragestellungen aus verschiedenen Perspektiven betrachten und zielführende Lösungen finden. Die Beweglichkeit und die Umsetzungskraft, die dadurch entstehen, schätze ich ausserordentlich.

### Damit ein vielfältiges Team entstehen kann, müssen sich Mitarbeitende mit unterschiedlichen Bedürfnissen zugehörig fühlen. Wie wichtig ist dieser Aspekt der Inklusion für dich?

Eine inklusive Arbeitsumgebung bedeutet für mich eine Zusammenarbeitskultur, die auf Vertrauen, Respekt und Wertschätzung aufbaut. Je weniger Barrieren oder Vorurteile in der Zusammenarbeit bestehen, desto einfacher ist es für die Mitarbeitenden, sich zugehörig zu fühlen. So trauen sie sich, persönliche Sichtweisen und besondere Fähigkeiten zu zeigen. Ich bin mir meiner Vorbildfunktion als Führungskraft für eine inklusive Arbeitsumgebung sehr bewusst und setze mich im Alltag dafür ein, dass jede und jeder gehört und geschätzt wird.

Die kleinen Zeichen im Alltag sind bedeutend dafür. Es ist entscheidend, einladend zu sein und auch zurückhaltenden Personen die Möglichkeit zu geben, ihre Meinung in Meetings zu teilen. Wenn sich jemand in einer zu lockeren Stimmung unwohl fühlt, greife ich ein. Eine respektvolle Kommunikationskultur stärkt unser Team und verbessert unsere Ergebnisse.



### Wie förderst du persönlich Vielfalt im Alltag?

Vielfalt kann man nicht befehlen. Vielfalt entsteht aus unserer inneren Haltung und vielen Mikroentscheidungen. Für mich geht es darum, die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeitenden je nach Persönlichkeit oder Lebensabschnitt mit den Bedürfnissen der LLB in Einklang zu bringen. Diese Lösungsfindung ist auch eine Haltungsfrage für uns als Führungskräfte. Flexible Arbeitszeiten, -orte und Teilzeitarbeit sind dabei wichtige Werkzeuge, um einen vielfältigen Talentpool zu erschliessen.

In der Division Group CFO leben wir diese Werte aktiv, indem wir Frauen in der Familienphase im Arbeitsprozess unterstützen, Vätern Teilzeitmöglichkeiten für Familienarbeit bieten und Fachaufgaben gleichberechtigt behandeln. Die Entwicklung unserer Mitarbeitenden wird nicht nur hierarchisch, sondern auch inhaltlich gefördert, um ihre Perspektiven und Möglichkeiten zu erweitern.

### Wie erklärst du dir die Kennzahlen in deiner Division und was trägt die Arbeit, die du und dein Führungsteam leisten, dazu bei?

Es ist meine Überzeugung, dass Leistung und Engagement auch in einem Teilzeitjob, im Homeoffice oder mit flexiblen Arbeitszeiten gleichermaßen erbracht werden können. Natürlich ist die Führungsarbeit anspruchsvoller, wenn die Mitarbeitenden nicht einfach von Montag bis Freitag von 8 bis 17 Uhr physisch anwesend sind. Teilzeitmodelle und grosszügige Homeoffice-Regelungen sind ein Geben und Nehmen. Sie erfordern Akzeptanz und Flexibilität in den Teams sowie eine gute Organisation.

Diese Herausforderung nehmen wir in der Division Group CFO gerne an. Seit Jahren suchen wir deshalb gezielt nach Win-win-Lösungen mit unseren Mitarbeitenden, wenn sich deren Lebensumstände verändern, und gehen auch mal neue Wege. Wie man an den Zahlen sieht, trägt diese Arbeit Früchte. Das freut mich sehr.



**In einem diversen Team entstehen neue Perspektiven, die uns zu zielführenden Lösungen führen – Vielfalt ist unsere Stärke!**

Christoph Reich, Group CFO

**Es gibt im Thema Diversität und Inklusion viele althergebrachte Überzeugungen, die uns manchmal daran hindern, neue Arbeitsmodelle zuzulassen. Gab es einen solchen Glaubenssatz, den du erfolgreich losgelassen hast?**

Meine erste Chefin hat vor Jahren neben ihrem Job im Management zwei kleine Kinder grossgezogen und phasenweise auch Teilzeit gearbeitet. Ich habe sie immer bewundert, wie sie mit Leichtigkeit ihren Job und ihre persönlichen Verpflichtungen in Einklang gebracht hat – sie ist ein wahres Organisationstalent. Mir wurde damals bewusst, wie anspruchsvoll es ist, Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen. Ich habe grossen Respekt vor Frauen, die sich auch in dieser Phase beruflich weiterentwickeln wollen. In Wieder- und Quereinsteigerinnen sehe ich grosses Potenzial für eine vielfältigere Arbeitswelt.

Natürlich wünsche ich mir mehr Frauen in Führungspositionen. Unsere attraktiven Arbeitszeitmodelle und Teilzeitangebote sowie die Möglichkeit zum Homeoffice leisten hier einen wichtigen Beitrag. So können Frauen wie Männer im Arbeitsleben bleiben, während sie Kinder grossziehen. Letztendlich braucht es je nach privater Konstellation aber auch die Bereitschaft, als Mann Teilzeit zu arbeiten, um die Lebenspartnerin in ihren beruflichen Ambitionen und der Familienarbeit zu unterstützen.

Also, liebe Männer und Frauen: Traut euch! Die Zeiten, in denen Teilzeitarbeit als mangelnder Karrierewille fehlinterpretiert wurde, sind längst vorbei.

**Damit es mit einem diversen Team und verschiedenen Arbeitsformen funktioniert, benötigen wir nicht nur unsere Bereitschaft als Arbeitgeberin und als Führungspersonen, sondern auch die Mitarbeitenden selbst. Was wünschst du dir von unseren Mitarbeitenden als Beitrag dazu?**

Erstens: Lasst uns eine jederzeit wertschätzende Gesprächs- und Zusammenarbeitskultur pflegen, damit sich jeder in seiner Art zugehörig fühlen kann. Dazu können wir alle in jeder Begegnung beitragen: indem wir uns stets auf Augenhöhe begegnen sowie unsere Werte im Alltag leben und dafür einstehen.

Zweitens: Besprecht eure Bedürfnisse bezüglich eurer Arbeitsform mutig und offen mit euren Vorgesetzten. Bringt mutig eure Ideen ein, um Lösungen zu finden, die für beide Seiten stimmen. Ganz im Sinne von «Wege entstehen, indem sie gegangen werden».

# Gesichter der LLB

Im Interview mit Group CFO Christoph Reich haben wir bereits Einblick in seine Erfahrungen erhalten. Nun geht es um die Perspektive der Mitarbeitenden der Division. Wie fühlen sie sich in ihren individuellen Bedürfnissen gefördert und wie tragen sie zum gemeinsamen Erfolg bei?

*Von Patrizia Seifert*

Miriam Beusch-Frainer trat im Januar 2011 als Compliance Officer ein und wurde noch im selben Jahr Leiterin Group Compliance. Nach ihrer Mutterschaft konnte sie ihr Pensum als Leiterin Group Financial Crime Prevention und Stellvertretende Direktorin im Group Legal & Compliance auf 80 Prozent reduzieren – in Leitungspositionen keine Selbstverständlichkeit bei anderen Unternehmen.



«Ich bin überzeugt, dass Einsatzbereitschaft, Belastbarkeit und Leidenschaft für das behandelte Thema den Grundstein für Erfolg legen. Die grosszügige Gewährung von Gestaltungsspielräumen seitens meiner Vorgesetzten hat es mir ermöglicht, mich kontinuierlich weiterzuentwickeln. In einem Umfeld, das auf gemeinsamen Werten, Vertrauen, Wertschätzung und Flexibilität aufbaut, konnte ich dem Unternehmen loyal gegenüberstehen und meine Leidenschaft in konkrete Erfolge umwandeln.»

Miriam Beusch-Frainer, Group Financial Crime Prevention

Christoph Hämmerle ist heute Teamleiter im Group Identity and Access Management. Seit seinem Eintritt im Oktober 2019 hat er sich laufend weiterentwickelt.



«Durch Eigeninitiative und Dialog mit meinen Vorgesetzten habe ich meine Karriere geformt. Angefangen mit Weiterbildungsmöglichkeiten, wie dem LEAD-Programm, konnte ich mein Potenzial entfalten. Mein Tipp: motiviert an der eigenen Entwicklung arbeiten, aktiv den Austausch suchen und neuen Herausforderungen offen begegnen.»

Christoph Hämmerle, Group Identity and Access Management

Im Sommer 2019 hatte Kathrin Buchs, im sechsten Schwangerschaftsmonat, ihr Vorstellungsgespräch bei der Bank Linth. Im März 2020 trat sie als Assistentin der Geschäftsleitung voller Motivation ihren neuen Job an. Die LLB wartete gerne ein Dreivierteljahr auf die junge Mutter, die heute mit einem familienfreundlichen 50-Prozent-Pensum im Compliance arbeitet. Kathrin ist davon überzeugt, dass sie eine Arbeitgeberin gefunden hat, die ihr von Beginn an mit viel Respekt und Wertschätzung begegnet ist.



«Schon von Anfang an war es mein Ziel, beruflich voranzukommen und einen Mehrwert sowohl für die Bank als auch für meine persönliche Entwicklung zu schaffen. In einer Welt, die sich ständig verändert – sei es durch Führungswechsel oder Unternehmensübernahmen – sehe ich diese Veränderungen als Chancen, um zu lernen und zu wachsen. Die Bank Linth beziehungsweise die LLB hat mir dank ihres herausragenden Teams und Umfelds bereits mehrfach ermöglicht, mich beruflich neu zu orientieren und weiterzuentwickeln. Offenheit, Rücksichtnahme und Flexibilität sind der Schlüssel für eine erfolgreiche Zukunft.»

Kathrin Buchs, Legal & Compliance LLB (Schweiz) AG



# Zug oder Flug?

## Bequeme und nachhaltige Reise von Feldkirch nach Wien

Die Entscheidung darüber, wie man komfortabel und umweltfreundlich von Vaduz nach Wien gelangt, kann knifflig sein. Die Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB) bieten werktags stündlich eine Zugverbindung ohne Umsteigen an, die in etwa sechs Stunden von Feldkirch nach Wien führt.

*Von Steffen Sturm*

Diese Option erweist sich als attraktiv für Reisende, die Wert auf Komfort und Nachhaltigkeit legen. Die Kosten belaufen sich auf rund 180 Euro pro Person und Strecke, wobei eine ÖBB-Vorteilscard, ähnlich dem Schweizer Halbtax, die Preise weiter reduziert. Für einen Aufpreis kann man in die Business Class upgraden, die mit weitläufig angeordneten Sitzen, schalldämmenden Trennwänden und geräumigen Tischen für die Laptop-Nutzung punktet.



Business-Class-Sitz bei der ÖBB.

Die Zugfahrt bietet eine gute Arbeitsumgebung mit wenigen Unterbrechungen und WLAN-Zugang. Allerdings kann die Internetverbindung bei Telefonkonferenzen an ihre Grenzen stossen. Vertrauliche Gespräche sollten im Zug ohnehin vermieden werden. Um die Arbeitsinfrastruktur nutzen zu können, empfiehlt es sich, vor der Reise aus Sicherheitsgründen den Microsoft Defender Application Guard aus dem Softwarecenter zu installieren, einen Reiseadapter einzupacken und eine Sichtschutzfolie für den Bildschirm zu besorgen.

Nach der Ankunft in Wien erweist sich der zentrale Hauptbahnhof als äusserst praktisch. Das Hotel Steigenberger und die LLB Österreich sind in nur 15 bis 25 Minuten mit dem Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar – im Vergleich zu 30 bis 45 Minuten ab dem Flughafen. Bei den bisherigen drei Reisen unserer Kollegin Stephanie Pirzl hatte der Zug geringfügige Verspätungen von bis zu 30 Minuten.



Hauptbahnhof Wien.

# Reisetipps für Liechtenstein



Mitten im Herzen von Europa, da liegt ein kleines Land – willkommen im Fürstentum Liechtenstein! Die Perle in den Alpen, klein, aber fein, meist unterschätzt und mehrheitlich als Finanzplatz bekannt. Es ist ein Land mit mehr Arbeitsplätzen als Einwohner. Viele wissen nicht, dass Liechtenstein auch ein sehr starker Industriestandort ist. Abgesehen davon hat es vieles zu bieten: Ob Wandern oder Wintersport in den Bergen, geschichtsträchtige Burgen und Ruinen im Tal oder kulinarische Highlights im ganzen Land, es gibt für jeden etwas zu entdecken. Daniel Walser gibt euch einige Reisetipps.

Von Simone Bürzle

## Liechtenstein für:

### Familienausflüger: Schaukelpfad Malbun



Im malerischen Malbun können sich Gross und Klein zu einem bewegenden Pfad aufmachen: Auf einer leichten Wanderroute befinden sich insgesamt zehn Schaukeln mit fantastischer Aussicht. So kann die liechtensteinische Bergwelt aus einer etwas anderen Perspektive betrachtet werden – und das mit dem Startpunkt 2000 Meter über dem Meeresspiegel – was will man mehr!

[tourismus.li/schaukelpfad](http://tourismus.li/schaukelpfad)

### Gourmets: Gasthaus zum Hirschen



Bist du auf der Suche nach einem richtig guten Cordon bleu? Dann bist du im «Gasthaus zum Hirschen» genau richtig. In dem gemütlichen, rustikalen Ambiente des traditionsreichen Landgasthauses in Mauren gibt es eine Vielfalt von gutbürgerlichen Speisen mit regionalen Produkten. Und wer weiss – vielleicht trifft man sich noch auf einen Absacker in der hauseigenen Bar, der «Räbabar».

[gasthaushirschen.li](http://gasthaushirschen.li)

**Abenteuerlustige: Seilpark in Triesen**

Der Seilpark im Forst in Triesen ist ein wunderschöner Waldseilpark mit unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen. Ob Anfänger, Fortgeschrittene oder Profi – oder für die ganz Kleinen im «Monkey Park» –, jeder findet seinen Weg. Perfekt, um den Adrenalinspiegel anzuheben!

[seilpark.li](http://seilpark.li)

**Geschichtsinteressierte: Liechtensteinische Schatzkammer**

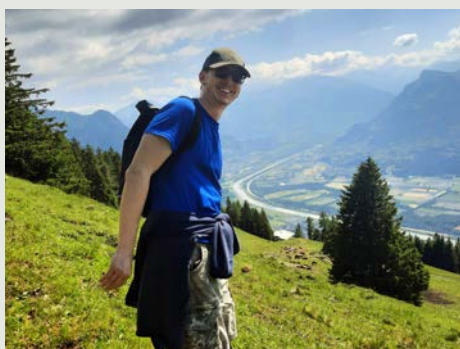
Das Museum befindet sich in Vaduz und zeigt eine Auswahl von Kostbarkeiten der fürstlichen Sammlung. Aber es gibt nicht nur funkelnde Steine zu sehen: Von historischen Waffen bis hin zu Mondgestein der Apollo-11- und Apollo-17-Mission können in der Schatzkammer die aufregendsten Dinge betrachtet werden. Kleiner Geheimtipp: Mit dem Erlebnispass ist der Eintritt sogar frei!

[tourismus.li/schatzkammer](http://tourismus.li/schatzkammer)

**Ruhesuchende: Wanderung zum Alpspitz**

Liechtenstein hat 0 km Autobahn, dafür 400 km Wanderwege! Einer davon ist der zum Alpspitz. Eine Route, die unter anderem über den Fürstensteig führt. Zugegeben, man sollte schwindelfrei sein, denn nicht nur auf der Spitze gibt es eine wunderschöne Aussicht, sondern schon auf dem Weg dahin – direkt und unmittelbar ins Tal. Der Fürstensteig, ein Weg erbaut mitten in den Felswänden, ist einer der berühmtesten Wanderwege Liechtensteins und es lohnt sich, ihn einmal bewandert zu haben.

[tourismus.li/alpspitz](http://tourismus.li/alpspitz)



Daniel Walser

- ◆ **Ich wohne in:** Schaan
- ◆ **Ich komme aus:** Schaan
- ◆ **Tätigkeitsbereich:** IT-System-Ingenieur
- ◆ **Bei der LLB seit:** August 2007
- ◆ **Mein Lieblingszitat ist:** Nichts ist unmöglich.

# Rückblick «LLB Sommer im Hof»

## Musikalisch zauberhafte Momente unter freiem Himmel

*Von Sonja Hofstetter*

Das war «LLB Sommer im Hof» 2023

Tolle Musik, eine ausgelassene Stimmung und ein super Publikum – das zeichnet unsere beliebte Konzertreihe «LLB Sommer im Hof» aus.

Die Künstler Caffélatte, Big Band Liechtenstein und Rislane & the Lovers zauberten für die Zuhörerinnen und Zuhörer Momente mit ausgezeichneter Musik. An einer schönen Location unter freiem Himmel wurde gesungen, gelacht und getanzt. Wir bedanken uns herzlich bei allen Gästen für ihr Kommen und freuen uns auf viele weitere grossartige Konzerte im LLB-Innenhof.





# Impressum

**Herausgeber**

Liechtensteinische Landesbank AG  
9490 Vaduz, Liechtenstein

**Konzeption und Design, System und Programmierung**

NeidhartSchön AG  
8037 Zürich, Schweiz

**Redaktion**

Cornelia Zeh und Elena Betz (Leitung), André Hilla, Anja Koeder, Angélique Hasler, Bernhard Lendi, Hendrik Idema, Laura Romano, Steffen Sturm

**Titelseite**

Die Titelseite zeigt unseren CEO Gabriel Brenna beim Launch Event unserer neuen Marke unter dem Motto Living One LLB.

**Kontakt**

[communications@llb.li](mailto:communications@llb.li)

**Fotos**

Seite 3, 7–9: Daniel Ospelt  
Seite 6, 12–14, 19, 21: LLB  
Seite 10, 17: Daniel Gassner  
Seite 5, 20, 22, 31: Roland Korner  
Seite 18, 32: Carol Fleischmann  
Seite 23: canva.com  
Seite 27, 29, 35: Simone Bürzle  
Seite 33–34: Stephanie Pirzl  
Seite 37–38: Chiara Joos

**Video**

Editorial: Simone Bürzle  
Projekt Rhenus: Filmfabrik Anstatt

**Verteilerkreis**

Mitarbeitende und Pensionäre

# Standorte und Adressen

## Hauptsitz

### Liechtensteinische Landesbank AG

Städtle 44 · Postfach 384 · 9490 Vaduz  
Liechtenstein · Telefon + 423 236 88 11  
Internet [www.llb.li](http://www.llb.li) · E-Mail [llb@llb.li](mailto:llb@llb.li)

## Repräsentanzen & Zweigniederlassungen

### Zürich

Claridenstrasse 20 · 8002 Zürich · Schweiz  
Telefon + 41 58 523 91 61 · E-Mail [llb@llb.li](mailto:llb@llb.li)

### Genf

12 Place de la Fusterie · 1204 Genf · Schweiz  
Telefon + 41 22 737 32 11 · E-Mail [llb@llb.li](mailto:llb@llb.li)

### Salzburg

Rainerstrasse 2, Top 14 · 5020 Salzburg  
Österreich · Telefon +43 662 23 45 40  
E-Mail [llb@llb.at](mailto:llb@llb.at)

### Dubai

Unit C501 · Level 5 · Burj Daman DIFC  
P.O. Box 507136 · Dubai · V. A. E.  
Telefon + 971 4 383 50 00 · E-Mail [llb@llb.li](mailto:llb@llb.li)

### Abu Dhabi

27<sup>th</sup> floor (CH) · H.E. Sheikh Sultan Bin  
Zayed Bld Corniche Rd. · P.O. Box 48230  
Abu Dhabi · V. A. E.  
Telefon + 971 2 665 56 66 · E-Mail [llb@llb.li](mailto:llb@llb.li)

## Gruppengesellschaften

### Liechtensteinische Landesbank (Österreich) AG

Hessgasse 1, 1010 Wien · Österreich  
Telefon + 43 1 536 16-0  
Internet [www.llb.at](http://www.llb.at) · E-Mail [llb@llb.at](mailto:llb@llb.at)

### LLB (Schweiz) AG

Zürcherstrasse 3 · Postfach 168  
8730 Uznach · Schweiz  
Telefon + 41 844 11 44 11  
Internet [www.llb.ch](http://www.llb.ch)  
E-Mail [info@llb.ch](mailto:info@llb.ch)

### LLB Asset Management AG

Städtle 7 · Postfach 201 · 9490 Vaduz  
Liechtenstein · Telefon + 423 236 95 00  
Internet [www.llb.li/assetmanagement](http://www.llb.li/assetmanagement)  
E-Mail [assetmanagement@llb.li](mailto:assetmanagement@llb.li)

### LLB Fund Services AG

Äulestrasse 80 · Postfach 1238  
9490 Vaduz · Liechtenstein  
Telefon + 423 236 94 00  
Internet [www.llb.li/fundservices](http://www.llb.li/fundservices)  
E-Mail [fundservices@llb.li](mailto:fundservices@llb.li)

### LLB Swiss Investment AG

Claridenstrasse 20 · 8002 Zürich · Schweiz  
Telefon + 41 58 523 96 70  
Internet [www.llbswiss.ch](http://www.llbswiss.ch)  
E-Mail [investment@llbswiss.ch](mailto:investment@llbswiss.ch)



