



BEFREIT

Was die Eidgenössische Bankkommission im Bezug auf die Beteiligungsfirma Victory entschieden hat.

12



STOTTERT

Warum die Schweizer Wirtschaft nicht auf eine rasche Rückkehr des Aufschwungs hoffen kann.

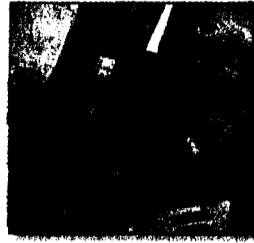
12



KONJUNKTUR

Wer an seinen Konjunkturprognosen für die Schweizer Wirtschaft trotz Seco-Studie festhält.

13



MEHR

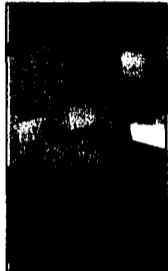
Welche Personen nach den Verwaltungsräten der Banken auch mehr für ihre Dienste erhalten.

13

VOLKSBLATT NEWS

LLB übernimmt die Jura Trust AG

VADUZ – Die Liechtensteinische Landesbank (LLB) erwirbt eine Mehrheitsbeteiligung an der Jura Trust AG in Vaduz. Damit bekräftigt die Bank ihr Ziel, die Marktposition zu festigen und auszubauen, teilte die LLB am Freitag mit. Die Landesbank wird die Jura Trust AG, die seit 1978 besteht, als unabhängige Firma unter eigenem Namen weiterführen. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. (sda)



Arbeitslosigkeit in der Eurozone leicht rückläufig

LUXEMBURG – Die Arbeitslosigkeit in der Eurozone ist im Mai leicht zurückgegangen. Die Arbeitslosenquote sank auf 8,8 Prozent, wie das europäische Statistikamt Eurostat am Freitag in Luxemburg mitteilte. Im April hatte sie bei 8,9 Prozent gelegen. Für die EU der 25 Mitgliedsstaaten zeigte sich das gleiche Bild: Die Quote lag im Mai bei 8,8 Prozent, im April waren es 8,9 Prozent gewesen. Die niedrigste Arbeitslosigkeit verzeichneten Irland (4,2 Prozent), Österreich und Grossbritannien (jeweils 4,6 Prozent) sowie Luxemburg (4,7 Prozent). Die höchsten Quoten hatten Polen (17,8 Prozent), die Slowakei (15,5 Prozent), Griechenland (10,2 Prozent) und Spanien (9,9 Prozent). Die Arbeitslosenquote in Deutschland lag bei 9,6 Prozent. (sda/dpa)

Saia-Burgess: Angebot von Sumida abgelehnt

MURTEN – Der Murtner Schrittmotoren-Hersteller Saia-Burgess lehnt eine Übernahme durch die japanische Sumida kategorisch ab. Das Angebot des Tokioter Konzerns, der 950 Franken pro Saia-Aktie zahlen will, entspreche nicht dem Wert des Unternehmens. Der Verwaltungsrat sei zur Überzeugung gelangt, dass der Alleingang des Unternehmens vorzuziehen sei, teilte Saia-Burgess am Freitag mit. Eine Übernahme durch Sumida sei für Aktionäre, Angestellte und Kunden keine valable Alternative. Zwischen Saia-Burgess und Sumida seien keine «nachhaltigen Synergiepotenziale» zu erkennen. Die beiden Unternehmen hätten keine Gemeinsamkeiten, teilte Saia-Burgess mit. Bei einer Übernahme durch Sumida wäre zudem die Wachstumsstrategie in Frage gestellt. (sda)

WIRTSCHAFT UND KUNST

In der lockeren Serie «Wirtschaft und Kunst» beantworten prominente Vertreter der Industrie und des Finanzplatzes Fragen zu Verbindungen zwischen Kunstwelt und Wirtschaftsleben.

Bisher sind erschienen:

Samstag, 19. Februar: Michael Hilti zur Ausstellung der Hilti Art Foundation im Kunstmuseum Liechtenstein

Samstag, 9. April: Peter und Renate Marxer zur selbstbewussten Architektur der Centrum Bank in Vaduz

Samstag, 23. April: Joseph Fehr zur Förderung regionaler Kunst der Liechtensteinischen Landesbank und zur emotionalen Kraft der Kunst (kopf)

Tugenden verbinden

Wirtschaft und Kunst: LGT signalisiert mit fürstlicher Kunst Vermögenskultur

VADUZ – Die Sammlung des Fürsten von Liechtenstein gilt als grösste Privatsammlung Europas und als ordentlicher Batzen im fürstlichen Portfolio. Was die Kunstwelt in Wien bestaunt, kommt die Finanzwelt als Marke. Alte Meister machen die LGT einzigartig, sagt Prinz Philipp, Vorsitzender der Gruppenleitung.

• Kornelia Pfeiffer

Volksblatt: Durchlaucht, wenn Sie inmitten der römischen Grandezza der Sala Terrena im Liechtenstein-Museum in Wien stehen, was geht Ihnen durch den Kopf?

S. D. Prinz Philipp von und zu Liechtenstein: Ein Gefühl, in einem harmonischen, sehr gelungenen Kunstwerk zu sein. Ganz anders sah das in den 50er-Jahren aus. Als meine Brüder und ich in Wien in die Schule gingen, haben wir ja oft im Park des damals verstaubten Gartenpalais Liechtenstein gespielt.

Die LGT Gruppe nutzt die Kunst alter Meister zur Markenpflege. Mit Rubens als Corporate-Identity-Tool – fragen Ihre Privatkunden in Singapur, Frankfurt, Vaduz nun nach Kunstanlagen?

Vieles ist ja in der heutigen Spassgesellschaft beliebig austauschbar. Die Bilder alter Meister hingegen machen die LGT Gruppe in der Welt der Finanzdienstleister international unverwechselbar. Auch tritt die Eignerfamilie, das Fürstenhaus, damit stärker in den Vordergrund. Aber nicht Kunstverständnis zu transportieren, ist unser Ziel, sondern mit Bildern zu vermitteln, dass die LGT Gruppe eine «Vermögenskultur der bleibenden Werte» pflegt.

Es sind ja die gleichen Tugenden, die Kunstsammler und Vermögensexperten verbinden. Beide wählen aus, erhalten, mehrten, hegen und pflegen. Wenn gelegentlich Kunden nach Kunstanlagen fragen, so kann ein kleines Team in der Schweiz, die LGT Fine Art Services, Kunden beim Kauf oder Verkauf von Kunstwerken beraten.

Neben dem Internet bestimmt die Mobiltelefonie den Lebensstil und die Gefühle der Menschen. Rembrandts «Amor» auf dem Handy jedes Anlageberaters – oder womit überrascht die LGT im Markt um Werbebotschaften?

Wichtig wäre, dass der «Amor» auf dem Handy langfristig seinen Platz hätte. Werbebotschaften müssen mit Feingefühl gesetzt werden. Die Fürstlichen Sammlungen sind einzigartig und mit ihrer Bilderwelt hebt sich die LGT als Unternehmen bewusst ab. Denken über Generationen ist unsere Werbebotschaft. Andere Banken und Finanzinstitute



Prinz Philipp (2. von rechts): Kunst steht für Vermögenskultur der bleibenden Werte.

werben allzu oft mit zeitgenössischer Kunst, die nicht den Charakter der Einmaligkeit hat.

Seit der Druck in der Wirtschaft zunimmt, stürzen sich Konzernvorstände auf den Aufbau von Corporate Collections. Wie funktioniert die Verbindung zwischen Wirtschaft und Kunst?

Das Fürstenhaus sammelt seit über 400 Jahren, nicht die LGT. Natürlich aber besteht eine Kette: Profite aus dem Unternehmen fließen in die Fürst von Liechtenstein Stiftung. Damit beteiligt sich die LGT sozusagen indirekt am weiteren Ausbau der Sammlungen. Zugleich unterhält die Gruppe eine eigene Kunststiftung, über die sie sich für Ausstellungen, Kataloge, Expertisen, Schriftenreihen, Künstler engagieren.

Fürstenfamilie und LGT fühlen sich Kunst und Kultur eng verbunden, animiert beides doch, über Geschichte, das Jetzt und sich selbst nachzudenken. Natürlich spielen auch Prestige und Image eine Rolle. Die Verbindung zwischen Kunst und Wirtschaft hat jedoch schon eine lange Tradition, die bis in die italienische Renaissance zurückreicht.

Meisterwerke aus vier Jahrhunderten sind im barocken Gartenpalais des Fürstenhauses in der Ros-

ten, der zum Gartenpalais gehört. Wäre nicht Gegenwartskunst ein gutes Investment, um das fürstliche Vermögen zu mehrten?

Gegenwartskunst kommt für die Fürstlichen Sammlungen nicht in Frage. Der Fürst hat das letzte Wort, wenn es um Zukäufe geht. Auch ich aber halte die Entscheidung für klug, die Sammlung in ihrer Tiefe zu vervollständigen und Lücken zu schliessen, statt sich zu verzetteln. Sehen Sie sich grosse staatliche Sammlungen an, die breit angelegt sind für eine didaktische Zielsetzung. Von vielem hängt etwas an den Wänden. Viel interessanter sind Sammlungen, in denen sich die Persönlichkeit des Sammlers wiederfindet. Ein Beispiel sind die vatikanischen Sammlungen, in denen sich über Jahrhunderte widerspiegelt, was welchen Papst interessiert hat.

20 Millionen Euro hat das Fürstenhaus investiert, um der Kunstwelt die Kunstsammlungen des Fürsten von Liechtenstein zu zeigen. Ihr Kurator will «Wien und Barock» zur Weltmarke machen. Die wichtigste Privatsammlung Europas vermarkten?

Ich bin da ja lediglich ein glücklicher Zuschauer, der gern durch das Museum wandert oder Privatkunden dazu einlädt. Das Bild, das Museen bieten, hat sich in den letzten 25 Jahren aber völlig verändert. Früher ging man durch Museen und es hallte, weil man fast allein war. Heute tummeln sich tausende von Menschen nicht nur im Louvre. Museen haben sich zum Wirtschaftszweig entwickelt und die öffentliche Hand investiert in Parkplätze, Zufahrten, Ausstellungen. Jedes Museum wirbt um Besucher und muss sich in einem Verdrängungswettbewerb durchzusetzen versuchen. Kunst und Kultur sind zugleich Teil der Tourismusindustrie. Marketing gehört heute einfach zum Betrieb eines Museums dazu. Nur so ist es dem Liechtenstein-Museum gelungen, Barock zur Marke zu machen.

Nur 15 Prozent der Fürstlichen Sammlung werden seit März 2004 im Liechtenstein Museum präsentiert. Bekommt das Kunstmuseum Liechtenstein in Vaduz da etwas vom barocken Glanz aus Wien ab?

Die Ausstellungstradition im Kunstmuseum in Vaduz wird am 20. Oktober 2005 wieder aufgenommen. Zu sehen ist dann eine Ausstellung zum Wiener Biedermeier, wobei Neuankäufe und unbekannte Werke gezeigt werden. Die nächste Ausstellung mit Teilen der Fürstlichen Sammlungen ist für Herbst 2006 geplant. Das Kunstmuseum ist weiterhin attraktiv.

Ihre Vorfahren haben Künstlern ihrer Zeit Aufträge erteilt. Ein Beispiel sind die Skulpturen von Giovanni Giuliani im Barockgar-