1

 RLAMENTS	
2 7. Feb. 20	114

Interpellation zur Standortförderung in Liechtenstein

Gestützt auf Art. 45 der Geschäftsordnung vom 19. Dezember 2012 für den liechtensteinischen Landtag reichen die unterzeichneten Abgeordneten eine Interpellation ein und laden die Regierung ein, nachfolgende Fragen zur Standortförderung zu beantworten:

Fragen:

- 1. Wie viele Stellenprozente sind bei Liechtenstein Marketing, beim Amt für Volkswirtschaft und dem KMU Zentrum der Uni der Standortförderung zugeteilt (wenn keine Zuteilung erfolgt ist, dann bitte den aufgewendeten Zeitaufwand angeben)?
- 2. Liechtenstein Marketing soll einerseits das Kompetenzzentrum zur Kommunikation und Vermarktung Liechtensteins sein und andererseits den Wirtschaftsstandort vermarkten. Wie ist die Gewichtung der unterschiedlichen Aufgaben?
- 3. Wie lautet die Standortförderungsstrategie, die der Bereich Wirtschaft mit den zuständigen Organisationen ausgearbeitet hat? Welche Organisationen/Verbände etc. wirken bei der Erarbeitung der Standortförderungsstrategie mit oder haben an deren Erarbeitung mitgewirkt? Haben an der Erarbeitung der Standortförderungsstrategie auch externe Berater mitgewirkt? Welcher zeitliche Aufwand wurde für die Erarbeitung der Standortförderungsstrategie aufgewendet?
- 4. Welche neuen Geschäftsfelder haben die oben genannten Organisationen eruiert, die in Liechtenstein anzusiedeln sich lohnen würde? Welche Massnahmen wurden bisher ergriffen, um dies umzusetzen?
- 5. Welche Faktoren erachten die Regierung resp. die eingangs erwähnten Organisationen als Voraussetzung für eine erfolgreiche Betriebsansiedlung oder Neugründung von Unternehmen (nach Prioritäten geordnet)?
- 6. Welche Voraussetzungen sollen erfüllt sein, damit der Nutzen für das Land maximiert ist?
- 7. In welchen Branchen (Industrie, Finanzen, Treuhand, Gewerbe, Medizin etc.) oder Märkten sieht die Regierung konkrete Nischen, in denen erfolgreich wertschöpfungsintensive Unternehmen angesiedelt werden könnten? Auf welchen Informationen und Abklärungen basiert die Antwort auf die vorstehende Frage?
- 8. Standortförderung kann auch durch Abbau von Standortnachteilen erfolgen. Welche Standortnachteile sieht die Regierung im Vergleich mit den benachbarten schweizerischen Kantonen?
- 9. Wurden in den letzten Jahren innovative Finanzplatzprojekte und –produkte geschaffen, wie dies in der Vergangenheit oft gefordert wurde? Wenn ja welche?
- 10. Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, dass Ansiedlungen auch wirklich genehmigt werden, d.h. inkl. Aufenthalts- und Arbeitsbewilligungen?

- 11. Wie viele Start-ups, Unternehmen oder auch etablierte Betriebe konnten in der Zeit seit Bestehen der neuen Organisationsstruktur (Liechtenstein Marketing und Standortförderung beim Amt für Volkswirtschaft) in Liechtenstein angesiedelt werden? Auf welche Branchen konzentrierten sich die bisherigen Bemühungen? Wie viele Arbeitsplätze wurden durch diese Aktivitäten geschaffen? Welchen Umsatz erreichen die vorerwähnten Unternehmen zusammengenommen, oder falls diese Information nicht vorhanden ist, welche Grösse haben die bedeutendsten aufgrund der Aktivitäten neu angesiedelten oder gegründeten Unternehmen (Umsatz, Arbeitsplätze)?
- 12. Wie oft wurden von den oben genannten Organisationen potentielle Investoren evaluiert und beraten? Wie hoch ist die Erfolgsquote / (Verhältnis Beratungen und daraus entstandene erfolgreiche Firmengründung)?
- 13. Wie viele freie, der öffentlichen Hand gehörende Flächen (Baugrund, Flächen für Gewerbebetriebe und Produktionsfirmen, Büroflächen) stehen in den einzelnen Gemeinden z.Zt. für Betriebsneuansiedlungen oder Betriebserweiterungen z.B. von einheimischen Firmen zur Verfügung? Gibt es Informationen darüber, wie viele Flächen von Privaten angeboten werden?
- 14. In der Vergangenheit war es für Bürger einer bestimmten Gemeinde meist schwierig, in einer anderen Gemeinde ein Baugrundstück für eine Produktionsstätte zu erwerben. Gibt es in dieser Hinsicht noch eine Ungleichbehandlung, z.B. aufgrund der Bürgerrechte?
- 15. Heutzutage ist der Aufbau einer eigenen Firma komplexer als früher. Neben kaufmännischen Kenntnissen braucht es Kenntnisse des Sozialversicherungssystems, der Mindestanforderungen an die Buchhaltung, der in einer bestimmten Branche einzuhaltenden Vorschriften, von bestimmten EU-Richtlinien; der CE-Kennzeichnungsvorschriften, der Meldepflichten bei grenzüberschreitenden Tätigkeiten, der Mehrwertsteuerabrechnung und vieles mehr. Wo und durch wen können sich Jungunternehmer nehmen wir beispielsweise den Fall eines Handwerkers an in Liechtenstein in der Startphase beraten lassen?
- 16. Welche Finanzierungsmöglichkeiten können Jungunternehmern geboten werden, die über kein oder nur ein geringes Vermögen verfügen?
- 17. Der Businessplanwettbewerb wird seit 2004 durchgeführt. In den Anfängen wurden CHF 250'000.00 Preisgeld allein an den Gewinner ausgezahlt (CHF 150'000.-- von privaten Investoren und CHF 100'000.-- von der Regierung. Heute erhält der Gewinner lediglich noch 12'000 CHF. Was waren die Gründe für die Änderung des Businessplanwettbewerbs? Warum wurde das Projekt mit den privaten Investoren und Sponsoren nicht weiter verfolgt, bzw. sogar ausgebaut?
- 18. In der Vergangenheit war Bedingung, dass der/die Gewinner des Businessplan-Wettbewerbs eine Firma in Liechtenstein gründen, wenn sie das Preisgeld erhalten. Ist dies heute immer noch der Fall und falls nein, weshalb nicht?
- 19. Gemäss Angaben des KMU-Zentrums ergaben sich bisher insgesamt 66 Firmenneugründungen. Welchen Branchen gehören oder gehörten diese Betriebe an und wie nachhaltig sind die Firmengründungen gewesen, beispielsweise gemessen an der Zahl der geschaffenen inländischen Arbeitsplätze? Wie viele dieser 66 neu gegründeten Firmen

- bestehen heute noch in Liechtenstein? Sind von diesen neugegründeten Firmen zwischenzeitlich welche weggezogen?
- 20. Ab dem Jahre 2011 wurde der EVM European Venture Market u/o Investors Summit in Liechtenstein durchgeführt und den Siegern als Finanzierungsmöglichkeit ihrer Start-up Firmen angegeben. Ist es im Zuge des EVM/Investors Summit zu Finanzierungen von FL-Unternehmen gekommen und falls ja, wie viele und in welchem Umfang?
- 21. Unter Berücksichtigung der Antworten zu den oben aufgeworfenen Fragen, welchen Handlungsbedarf sieht die Regierung für die zukünftige Ausrichtung der Standortförderung? Wie schauen die Zielvorgaben aus und wie wird künftig eine Erfolgskontrolle durchgeführt?

Begründung:

"Die liechtensteinische Standortförderung bezweckt, die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Liechtenstein zu erhalten und zu stärken sowie die Wertschöpfung seiner Wirtschaft zu steigern. Sie setzt sich im Rahmen der Vermarktung für die Erhaltung und Schaffung von neuen Arbeitsplätzen bei ansässigen Unternehmen und Ansiedlungen von zukunftsgerichteten Investitionen sowie Schlüsselpositionen am Wirtschaftsstandort Liechtenstein ein". So lautet die Umschreibung des Zwecks und der Ziele der Standortförderung Liechtensteins (s. http://www.llv.li/llv-avw-standortfoerderung tourismus.htm).

Gemäss dem zuständigen Minister bezweckt die Standortförderung

- die einheitliche und wirksame Landeskommunikation nach aussen und nach innen mit klaren Kernbotschaften sowie die Profilierung und Pflege des Marketingauftritts Liechtensteins;
- die Vermarktung, F\u00f6rderung und Weiterentwicklung Liechtensteins als international anerkannter Wirtschaftsstandort und als attraktive Tourismusdestination.

Weiter heisst es, dass Liechtenstein Marketing das Kompetenzzentrum für Fragen zur Kommunikation und Vermarktung des Landes Liechtenstein sei.

Gemäss Regierungsseite (http://www.regierung.li/ministerien/ministerium-fuer-inneres-justiz-und-wirtschaft/standortfoerderung) hat die Standortförderung auf Landesebene organisatorisch 2 Standbeine, nämlich einerseits Liechtenstein Marketing, das den Auftrag hat, Liechtenstein einerseits als Wirtschaftsstandort und andererseits als Tourismusdestination zu vermarkten, und andererseits das Amt für Volkswirtschaft, das die Betreuung und Begleitung von ansiedlungswilligen Unternehmen sicherstellen soll.

Wiederum gemäss Regierungsseite erarbeitet der Bereich Wirtschaft die Standortförderungsstrategie in enger Zusammenarbeit mit den befassten Organisationen. Dabei soll einerseits ein möglichst organisches Wachstum der liechtensteinischen Wirtschaft und andererseits die Attraktivität des Landes für bereits angesiedelte Unternehmen (Defensivstrategie) angestrebt werden. Der Standortförderungsprozess soll auf der Basis der Standortförderungsstrategie in Gang gesetzt werden. Grundvoraussetzung für die Stärkung des Wirtschaftsstandortes sind optimale Rahmenbedingungen mit einer liberalen Wirtschaftspolitik.

Die Standortförderung soll sodann ihre Fortsetzung in einer unternehmens- und ansiedlungsfreundlichen Raum- und Bauordnung der Gemeinden finden.

Mit 1. Januar 2012 hat die neue Standortförderungsorganisation Liechtenstein Marketing ihre Tätigkeit aufgenommen. In einer Pressemitteilung meinte der damalige Minister Meyer, dass es wichtig sei, den Wirtschaftsstandort zu fördern und bekannt zu machen, um attraktive Start-ups, Unternehmen mit hohen Technologiestandards und wertschöpfungsintensive Betriebe anzusiedeln. Gemäss eigener Darstellung kann Liechtenstein nur Perspektive haben, wenn es gelingt, im internationalen Wettbewerb neue Geschäftsfelder ins Land zu holen. Als Kernauftrag innerhalb der Standortförderung wird die Evaluation und Beratung von potentiellen Investoren bezeichnet.

Befremdend in dieser Hinsicht ist, dass in der jüngeren Vergangenheit mehrere liechtensteinische Firmen ihren Sitz in die benachbarte Schweiz verlegt haben. Beispiele dazu finden sich in den Ausgaben vom 18.1. und 25.1.2014 von Wirtschaft regional. Diese Vorkommnisse lassen vermuten, dass zwischen Wunschdenken und Realität eine grosse Lücke klafft.

Die Neuansiedlung von wertschöpfungsintensiven Unternehmen, innovativen Firmen etc. wird immer wieder gefordert, ohne jedoch sich über die notwendigen Voraussetzungen für erfolgreiche Betriebsansiedlungen im Klaren zu sein.

Immer wieder war schon zu lesen, dass innovative Finanzplatzprojekte und –produkte geschaffen werden sollen. Ob diesem Wunschdenken zwischenzeitlich nachgelebt werden konnte, ist nicht bekannt.

Unter Standortförderung kann auch der Abbau von Standortnachteilen verstanden werden. Im Vergleich mit der benachbarten Schweiz dürfte in Liechtenstein aufgrund der vielen Feiertage bis ca. 2 Wochen weniger gearbeitet werden. Auch werden Arbeitskräfte dadurch verteuert, dass der Unternehmer 50% der Krankengrundversicherung zahlen muss. Kleinere Aktiengesellschaft unterliegen zudem in der Schweiz keiner Revisionspflicht.

Neben der Wirtschaftsstandortförderung durch Liechtenstein Marketing und Amt für Volkswirtschaft gibt es noch das KMU Zentrum an der Universität Liechtenstein. Gemäss Webseite des KMU-Zentrums unterstützt die Regierung des Fürstentums Liechtenstein herausfordernde Visionen, unternehmerische Innovationen und neue Geschäftsideen. Zitat: "Es sollen Unternehmen gegründet und bestehende Unternehmen entwickelt werden mit dem Ziel, zukunftsorientierte Arbeitsplätze zu schaffen." Diese Leitideen finden sich im Leistungsauftrag der Regierung an das KMU Zentrum."

Das KMU-Zentrum der Universität Liechtenstein hat in den letzten Jahren jeweils einen Businessplan-Wettbewerb durchgeführt. Dabei wurden bei 340 eingereichten Businessplänen bei 8 Durchführungen des Wettbewerbs 66 Firmengründungen verzeichnet. Wie nachhaltig diese Entwicklung gewesen ist, ist nicht bekannt.

Heute kümmern sich in Liechtenstein also gleich mehrere staatliche Stellen um die Standortförderung, wobei der Erfolg dieser Aktivitäten bisher im Dunkeln ist. Auch ist es kaum möglich, eine allgemeine Zielrichtung zu erkennen. Die Antworten auf die eingangs angeführten Fragen sollen über das bisher Erreichte aufklären und Erkenntnisse für das weitere Vorgehen liefern.

Vaduz, den 27. Februar 2014