

## Interpellation zum Tourismus

PARLAMENTSDIENST

E 27. Mai 2014

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 zum Tourismus zu beantworten, die in die Themenblöcke Strategie, Kontrolle und Effizienz der bisherigen Massnahmen, Datenerhebung und Tourismusstatistik, sowie Kosten/Nutzen der Tourismusförderung unterteilt sind:

Fragen zur Strategie:

1. Wofür steht Liechtenstein Marketing (LM) inhaltlich?
2. Wer hat den Lead bzgl. zukünftiger Ausrichtung von LM? Regierung, LM oder Verwaltungsrat?
3. Welche Zielmärkte bearbeitet LM nach welchen Kriterien und Massnahmen und mit welchen Zielen?
4. Hat LM die Aufgabe, neue touristische Angebote zu schaffen?
5. Wie viele Personen sind bei LM aktuell beschäftigt? Welcher Anteil hat Wohnsitz im Inland? Wie war die Personalfuktuation in den beiden vergangenen Jahren?
6. Welches touristische Fachwissen muss in welchen Führungsebenen von LM vorhanden sein?
7. Wie steht die Regierung zur Frage von wettbewerbsverzerrenden Subventionen, wie jüngst geschehen durch die Gemeinde Gamprin durch die Abgabe von Boden im Baurecht für ein neues Hotelprojekt?
8. Die Vergabe einer Casinolizenz hat bekanntlich in ein noch nicht beendetes juristisches Hickhack resultiert. Wäre es angesichts dieser Pattsituation, die zu nichts anderem als einer langen Verzögerung geführt hat, nicht sinnvoll, die Vergabe der Lizenzen zu liberalisieren? Ist sich die jetzige Regierung bewusst, dass die Vergabe einer (aktuell sehr tief besteuerten) Casinolizenz an einen Betreiber oder Inhaber, der auch eine Hotellizenz erhält, wettbewerbsverzerrend wirkt? Wie stellt die Regierung konkret sicher, dass die Gewinne eines Casinobetreibers so abgeschöpft werden, dass keine direkte oder indirekte Quersubventionierung erfolgt?
9. Welche Strategie verfolgt die Regierung und/oder LM in Bezug auf die Weiterentwicklung des Tourismus in Liechtenstein? Welche Förderungsmassnahmen kommen bestehenden Betrieben zugute?

Fragen zur Kontrolle und Effizienz der bisherigen Massnahmen:

10. Wie hat sich der liechtensteinische Tourismus seit 2008 gemessen an der Zahl der Gästeankünfte und Logiernächte entwickelt? Wie gross ist schätzungsweise der auf Geschäftsreisen fallende Anteil der Logiernächte?
11. Nach welchen Mess-/Erfolgskriterien wird die Arbeit von LM beurteilt? Gibt es entsprechende (interne) Vorgaben?
12. Wie gross war der Nutzen der bisherigen Imagewerbung und der Tourismusförderung? Wurden Erfolgskontrollen durchgeführt und festgestellt, welche Massnahmen welche Resultate erzielt haben? Hat sich die staatliche Förderung nachweislich in höheren Staatseinnahmen niedergeschlagen?
13. Wie hoch war der Anteil der von Liechtenstein Marketing direkt gebuchten Nächtigungen im Verhältnis zum Gesamtvolumen des Logements im Jahr 2013?

Datenerhebung und Tourismusstatistik:

14. Wie hoch waren und sind die laufenden Investitionen in das neue Softwareprogramm Feratel, mit welchem die Hotelbetriebe monatlich Daten an das Amt für Volkswirtschaft übermitteln müssen? Wer ist für die Kosten bisher aufgekommen (Anfangsinvestition und laufende Kosten)?
15. Was sind die Ursachen dafür, dass auch nach zwei Jahren Einsatz des Softwareprogramms Feratel die Datenübermittlung nicht einwandfrei klappt? Warum kann Feratel bis heute nicht einwandfrei mit dem in der Hotellerie weit verbreiteten Programm Fidelio zusammenarbeiten? Bis wann gedenkt LM das Problem definitiv zu lösen?
16. Wer haftet in Zukunft für den Zusatzaufwand und die Kosten, die den Hotelbetrieben jeden Monat für die Abstimmung der Daten mit dem Amt für Volkswirtschaft entstehen, weil Feratel die Übermittlung nicht fehlerfrei hinbekommt?
17. Warum wurde bisher die Schuld an den Problemen bei der Datenübermittlung bei den liechtensteinischen Hotelbetrieben gesucht, obwohl inzwischen bekannt sein sollte, dass die die Feratel-Schnittstelle die Ursache der Probleme ist?

Kosten/Nutzen der Tourismusförderung:

18. Die Tourismusförderung wird seit 2012 von Liechtenstein Marketing betrieben. Welche Beträge wurden für die Tourismusförderung in den Jahren 2010 bis 2013 ausgegeben unterteilt nach Kriterien wie allgemeine Imagewerbung, Tourismus, Standortförderung, Grossanlässe usw.? Für die Jahre 2010 bis 2012 sind die entsprechenden Beiträge an die Stiftung Image Liechtenstein und Liechtenstein Tourismus heranzuziehen.
19. Wie hat sich das Budget von LM in den letzten 4 Jahren entwickelt und welcher Anteil beanspruchen dabei jeweils die Personalkosten für die Wirtschafts- und Tourismusförderungen?
20. Mit welchen Beträgen haben sich Gemeinden und private Organisationen seit 2010 an der Tourismusförderung beteiligt?
21. Welche Grossanlässe wurden seit 2010 mit wie viel Geld finanziert und welche sind in den kommenden Jahren geplant?
22. Welche Kosten sind dem Lande durch das neue Logo (Neudruck von Broschüren, Informationsmaterial, Briefpapier etc.) erwachsen und welchen Mehrwert hat dieses neue Logo gebracht?
23. Welche Beträge wurden in den letzten Jahren spezifisch für die Imagewerbung Liechtensteins im Ausland gesprochen?
24. Im 2012 betragen die der Gastronomie und der Beherbergung zuzurechnenden MWST-Einnahmen insgesamt CHF 4 036 811 Franken. Wie hoch waren die *direkten* Steuereinnahmen, die dem Gastgewerbe (Gastronomie und Beherbergung) in den letzten beiden Jahren zuzurechnen sind? Dazu zählen die Einkommens- und Quellensteuern der im Gastgewerbe arbeitenden Personen, sowie die Ertragssteuern der dem Gastgewerbe zuzurechnenden juristischen Personen. Welcher Anteil davon wird schätzungsweise durch die Inländer generiert?
25. Welche Bedeutung hat der Tagestourismus für die Staatseinnahmen? Gibt es Schätzungen darüber, wie viele Tagestouristen während eines Jahres Liechtenstein besuchen? Erachtet die Regierung die Bedeutung des Tagestourismus für die Staatseinnahmen als „sehr gross“, „gross“, „mittel“, „gering“ oder „sehr gering“?
26. Welche Bedeutung hat der Tourismus insgesamt für die liechtensteinische Volkswirtschaft und insbesondere für die Staatseinnahmen? Können diesbezüglich Schätzungen angestellt werden? Beurteilt die Regierung die Bedeutung des Tourismus im Vergleich mit den anderen Sektoren mit „sehr gross“, „gross“, „mittel“, „gering“, „sehr gering“?

27. Erachtet die Regierung das bisherige Kosten-/Nutzenverhältnis der Imagewerbung, des Fremdentourismus sowie der Grossanlässe als gewinnbringend für das Land und insbesondere die Staatskasse?
28. Betrachtet es die Regierung auch in Zukunft als eine staatliche Aufgabe, den Tourismus zu fördern? Oder andersrum gefragt: Ist Tourismus und Tourismusförderung nicht Sache der Privatwirtschaft, resp. könnte die Tourismusförderung nicht grösstenteils ausgelagert werden?
29. Sieht die Regierung nach Beantwortung der obigen Fragen einen Bedarf an einer Änderung der Eignerstrategie für LM oder zumindest einer stärkeren Fokussierung von LM?

Begründung:

In Liechtenstein wurde die Tourismusförderung bislang damit begründet, dass eine verstärkte Diversifizierung der Wirtschaft für die Zukunft notwendig ist. Gemäss Statistik soll der Tourismus derzeit rund vier Prozent zur liechtensteinischen Wertschöpfung beitragen. Allerdings sagt die Wertschöpfung noch nichts darüber aus, welche Einnahmen aus dem Tourismus für den Staat resultieren.

Tourismus- und Standortförderung dürfen nicht Selbstzweck oder eine Alibiübung sein, sondern Ziel jeder staatlichen Förderung muss eine Vermehrung des Wohlstands sein. Von einer Vermehrung des Wohlstands wird - oder zumindest sollte - auch der Staat profitieren, indem durch eine höhere wirtschaftliche Produktivität auch die Staatseinnahmen sich erhöhen. Staatliche Förderungen sollten also eine Hebelwirkung entfalten. Ist diese Hebelwirkung nicht oder nur in einem geringen Ausmass vorhanden, dann müssen die bisherigen Förderungen in Frage gestellt werden.

Die Tourismus- und Standortförderung wurde vor etwas mehr als 2 Jahren auf neue Beine gestellt. Davor gab es eine Stiftung Image Liechtenstein und den Liechtenstein Tourismus, die jeweils mit staatlichen Beiträgen unterstützt wurden. Daneben wurden auch noch für die Organisation von Grossanlässen ansehnliche Geldbeträge ausgegeben. Grossen Wirbel hat jüngst die geplante Teilnahme Liechtensteins am Zürcherischen Sechseläuten verursacht, weil damit Kosten in Höhe von Fr. 500'000.00 verbunden gewesen wären. Allerdings wären diese Kosten aus dem ordentlichen Budget bestritten worden und hätten damit das Staatsbudget nicht zusätzlich belastet. Nichtsdestotrotz hat diese Angelegenheit in der Öffentlichkeit einmal mehr die Frage aufgeworfen, wer bei Liechtenstein Marketing das Sagen hat: Ist es die Geschäftsleitung, der Verwaltungsrat oder die Regierung?

Der Geschäftsführer, Herr Risch, meinte dazu im Vaterland vom 3. Mai 2014: „Die Leitplanken kann nur die Politik vorgeben... Wir (also LM) können nur vermarkten, was erstens vorhanden und zweitens gewollt ist.“ Diesbezüglich hat der Liechtensteiner Hotel- und Gastronomieverband (LHGV) allerdings eine komplett andere Auffassung: Im Vorfeld zur Neuausrichtung wurde vom LHGV nämlich mehrfach gefordert, dass LM sich eben nicht – wie in den vergangenen 20 Jahren – passiv bezüglich der Kreierung und Plazierung eigener Produkte verhält, sondern diesbezüglich in Zukunft Eigendynamik entwickelt. Von der Vorgängerregierung wurde dem LHGV denn auch versprochen, dass LM aktiv „Tisch und Bett“ verkaufen wird.

- Gemäss LHGV müssten von der Vermarktungsorganisation Impulse ausgehen, gemeinsam mit den Leistungsträgern neue Produkte zu entwickeln (z.B. im Bereich Seminar, Kongress).
- Nach Auffassung des LHGV sollte das Bemühen und Leistungsauftrag von LM sein, im Dialog mit Organisationen aus Wirtschaft, Sport, Kultur etc. neue Produkte zu entwickeln, welche Publikum ins Land locken und die Marke Liechtenstein neu beleben und mit Inhalten füllen.
- Dass LM neuerdings nicht nur den Tourismus zu vermarkten hat sondern auch für den Wirtschaftsstandort Werbung betreiben soll, ist dem LHGV bewusst. Woher der Gast letztlich kommt (aus Wirtschaft oder Freizeit) ist grundsätzlich unerheblich.

Damit er kommt, muss allerdings aktiv geworben werden. Dies ist die Meinung des LHGV.

Seit 2012 werden die HESTA- und Kurtaxenstatistiken des Amtes für Statistik über das Programm Feratel erfasst. In einer kurzfristig angekündigten Aktion wurden Ende 2011 alle Hotels aufgefordert, das System Feratel einzuführen. Bis heute funktioniert allerdings die Schnittstelle mit bestimmten Programmen wie z.B. dem Programm Fidelio, nicht korrekt. Das Finetuning ist immer noch im Gange. Einzelne Betriebe hatten dadurch inzwischen Kosten von bis zu CHF 10'000, die eigenen Arbeitsstunden nicht eingerechnet. Für die sonst schon arg gebeutelte Hotelier- und Gastronomiebranche sind solche Zusatzkosten höchst schädlich, umso mehr also diese fremdverursacht sind.

Fakt ist, dass die Zusammenarbeit zwischen LM und der Hotelier- und Gastronomiebranche stark verbesserungsfähig ist.

Aus staats- und wirtschaftspolitischer Sicht ist davon abzusehen, dass einzelne Betriebe subventioniert werden, indem z.B. Boden im Baurecht durch Gemeinden an diese abgegeben und diese gegenüber den bestehenden, hiesigen Betrieben bevorteilt werden. Dadurch besteht die Gefahr, dass damit ansonsten nicht-konkurrenzfähige Hotelbetriebe aufrechterhalten oder geschaffen werden. Eine andere Art der (unzulässigen) staatlichen Beihilfe kann auch darin gesehen werden, wenn eine Lizenz zur Führung eines steuergünstigen Casinos und eines Hotelbetriebs an den gleichen Betreiber vergeben wird.

Per 31.12.2012 arbeiteten im Gastgewerbe (Gastronomie und Beherbergung) 980 Personen. Von diesen Personen wohnten 224 Männer und 378 Frauen in Liechtenstein. Von den 378 Zupendlern waren 118 Frauen und 260 Männer (s. Beschäftigungsstatistik 2012). Volkswirtschaftlich von Bedeutung ist, welches direkte Steueraufkommen von den im Gastgewerbe arbeitenden Personen resultiert. Sofern keine genauen Zahlen bekannt oder ableitbar sind, können die Einkommenssteuern auch auf Basis des durchschnittlichen Einkommens der in der Gastronomie und Beherbergung tätigen Personen auch abgeschätzt werden.

Im Rechnungsjahr 2012 Jahr betragen die MWST-Einnahmen aus dem Gastgewerbe (Gastronomie und Beherbergung) insgesamt CHF 4 036 811. Wie hoch die Einkommens-, Quellen- und Ertragssteuern waren, ist nicht bekannt. Informationen über vom Staat gemachte Ausgaben für den Tourismus und den resultierenden Einnahmen sind für die Transparenz und für die Entscheidungsfindung wichtig. An der Zurverfügungstellung von Informationen über die Tourismusbranche besteht somit ein überwiegend öffentliches Interesse. Sofern keine genauen Zahlen bekannt sind, können die Einkommenssteuern auch auf Basis des durchschnittlichen Einkommens der in der Gastronomie und Beherbergung tätigen Personen auch abgeschätzt werden.

In erfolgten Anfragen an die Regierung äusserte diese auch schon den Standpunkt, dass sie bezüglich Steuereinnahmen bestimmter Branchen keine Informationen herausgebe. Vorsorglich wird deshalb bereits an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass eine solche

Haltung Artikel 1 des Informationsgesetzes widerspräche. Auch das Datenschutzgesetz lässt die Veröffentlichung von branchenspezifischen Informationen zu, sofern aus den zur Verfügung gestellten Informationen nicht auf einzelne Firmen oder Personen geschlossen werden kann. Wir verweisen zu diesem Zweck auch auf das Urteil des Verwaltungsgerichtshofes vom 27. Juni 2013 (VGH 2013/067).

Für die Imagewerbung Liechtensteins im Ausland wurde in den vergangenen Jahren, meist jeweils im Zusammenhang mit bestimmten Anlässen, wie dem Datenklau, Affäre Zumwinkel etc., Geld gesprochen. Es ist jedoch höchst fraglich, ob diese Imagewerbung etwas gebracht hat. Diesbezüglich interessiert nicht nur die Interpellanten, sondern auch die Öffentlichkeit, wie viel Geld ausgegeben wurde und ob, und wenn ja, wie eine Erfolgskontrolle stattgefunden hat.

Mit der Beantwortung der vorliegenden Interpellation erhoffen sich die Interpellanten klare Informationen zu erhalten über die Zielrichtung der staatlichen Tourismusförderung, die Effizienz der bisherigen Massnahmen und Bedeutung des Tourismus für die liechtensteinische Volkswirtschaft.

Vaduz, den 27. Mai 2014

Harry Quaderer

Pio Schurti

Erich Hasler

Herbert Elkuch