

Anpassung der Eignerstrategie der LIEmobil

Gestützt auf Art. 16¹ des Gesetzes über die Steuerung und Überwachung öffentlicher Unternehmen (ÖUSG) wird die Regierung beauftragt, zu prüfen, die Eignerstrategie der »Verkehrsbetriebe LIECHTENSTEINmobil« (LIEmobil) in dem Sinne abzuändern, dass die Busse der LieMobil als solche klar erkennbar sind und das Corporate Identity der LIEmobil spiegeln. Insbesondere soll der Artikel »3.3 Wirtschaftliche Ziele«² um den Zusatz erweitert werden »Die Aussenwerbung an den Bussen beschränkt sich auf das Heck der Fahrzeuge«.

Begründung:

Die Busse der LIEmobil sind traditionellerweise in limegrün gehalten. Diese Farbe wurde als Ergebnis einer Befragung im Jahr 2000 bestimmt. Sie ist Teil des Corporate Identity des Unternehmens »LIEmobil«, zu dem auch der Slogan »bewegt Liechtenstein« gehört.

Die LIEmobil schreiben auf ihrer Webseite: »Die LIEmobil-Busse gefallen mit einem sympathischen und unverkennbaren Wiedererkennungseffekt in der Farbe lime.³« Dies war im Jahr 2000 auch der Wunsch der damaligen LIEmobil Führung. In der Tageszeitung vom 31.8.2000 wird der damalige Verwaltungsratspräsident zitiert: »Die gefasste Entscheidung für ein neues Design stellt einen Meilenstein für die LBA dar, da es das Bild für die nächsten Jahre prägen wird« Besucher aus dem Ausland sollen sofort erkennen, dass sie sich in Liechtenstein befinden. Die Farbe lime zieht sich wie ein »roter Faden« durch das Farbkonzept. Die limefarbenen Busse der LIEmobil sind mittlerweile bei der Bevölkerung und den Fahrgästen bekannt.

Nachdem anfänglich nur auf dem Heck der Busse Werbeaufdrucke angebracht waren, wurden die Busse im Laufe der letzten Jahre immer bunter und grossflächiger bedruckt. Dies einerseits aufgrund der schnellen technologischen Entwicklung der Druckverfahren auf Fahrzeugen und andererseits hinsichtlich der Aufforderung einzelner Landtagsmitglieder, die LIEmobil möge Massnahmen ergreifen, um den Eigenfinanzierungsgrad zu erhöhen. Heute werden auf mehreren Bussen der Hauptlinien ganzflächig und auffällig bedruckte Busse der LieMobil eingesetzt. Das traditionelle Limegrün ist auf diesen Bussen nicht mehr zu erkennen.

Mit der vollflächigen Beklebung geht wie bereits erwähnt der Erkennungseffekt verloren. Besonders bei schlechter Witterung haben die Fahrgäste an der Haltestelle Mühe zu erkennen, ob es sich um einen Linienbus handelt oder um einen Bus eines privaten Reiseveranstalters.

Doch es geht nicht nur um das Corporate Identity und den Wiedererkennungseffekt, es geht auch um den Fahrkomfort. Dieser ist auch der LieMobil ein Anliegen. Auf deren Webseite steht: »Komfortable Linienbusse modernster Bauart und Technik mit zeitgemäßem Interieur laden zum Mitfahren ein.⁴« Aufgrund eigener Erfahrungen und Rückmeldungen aus der Bevölkerung sind vollflächig beklebte Fenster und der Blick nach aussen durch die perforierte Werbefolie dem Fahrkomfort abträglich.

¹ <https://www.gesetze.li/konso/pdf/2009356000?version=3>

² https://www.liemobil.li/files/plugincontent/dokumente/Eignerstrategie_634674233492372500.pdf

³ <https://www.liemobil.li/content.aspx?auswahl=5420&mid=5420>

⁴

Vaduz, den 2. August 2021

Die Antragssteller

Manuela Haldner-Schierscher

Georg Kaufmann

Patrick Risch