

Kleine Anfrage

Buswerbung der LIEmobil

Frage von Landtagsabgeordneter Erich Hasler

Antwort von Regierungschef-Stellvertreter Daniel Risch

Frage vom 02. Oktober 2019

Im August 2000 entschied sich der Verwaltungsrat der Vorgängerin der LIEmobil AG, die Liechtensteinische Busanstalt (LBA), dass 20 Erdgasbusse zukünftig das Strassenbild Liechtensteins in der Farbe «Lime» erfrischen werden. Für die Farbe «Lime» hatte sich die LBA nach einer Umfrage bei der Bevölkerung entschieden, welche sich für eine von fünf verschiedenen Farben aussprechen konnte. Ein Jahr zuvor hatte sich Liechtenstein von der Post Schweiz gelöst und der neue Auftritt sollte einen Imagegewinn bringen. Wörtlich hiess es in den Zeitungen: «Der Besucher aus dem Ausland soll sofort erkennen, wo er sich befindet, der Liechtensteiner soll sich damit identifizieren können.» Und dann weiter: «Die gefasste Entscheidung für ein neues Design stellt einen Meilenstein für die LBA dar, da es das Bild für die nächsten Jahre prägen wird - so wie es einst das Postautogelb getan hat.» Tempi passati. Heute gibt es überhaupt kein einheitliches Erscheinungsbild der Busse mehr. Viel schlimmer noch: Auf den Bussen klebt aufdringliche Reklame, die zum Gang ins Casino einlädt, obwohl vielen Bürgern zwei Casinos schon zu viel sind. Von den früheren Grundsätzen ist nichts mehr übriggeblieben. Von einer Corporate Identity und einem Wiedererkennungswert ist nichts mehr vorhanden. Ich habe folgende Fragen an die Regierung:

1. Was hält die Regierung von der derzeitigen werbemässigen Vermarktung der LIEmobil-Busse?
2. Welche Firma ist für die Vermarktung der LIEmobil Busse zuständig und wie viel Geld erhält die LIEmobil jährlich aus diesem Vertrag?
3. Welche Vertragsdauer ist die LIEmobil eingegangen?
4. Warum wurden unternehmerische Grundsätze, wie Corporate Identity und Wiedererkennungswert, in den abgeschlossenen Werbeverträgen überhaupt nicht berücksichtigt?
5. Die Regierung erwartet von der LIEmobil in der Eignerstrategie, dass diese zusätzliche Werbeeinnahmen generiert. Wird die Regierung als Oberaufsicht der LIEmobil eine Kurskorrektur bezüglich der derzeitigen Vermarktungsstrategie der Busse einleiten?

Antwort vom 03. Oktober 2019

Zu Frage 1:

Die Regierung erachtet diese Art der Generierung von zusätzlichen Einnahmen als im Einklang mit dem Gesetz über den Verkehrsbetrieb LIECHTENSTEINmobil (VLMG), insbesondere Art 7. Bst. c), wie auch in Einklang mit der Eignerstrategie. Letztere führt unter den wirtschaftlichen Zielen auf, dass von LIECHTENSTEINmobil erwartet werde, dass «Einnahmen, zum Beispiel Werbeeinnahmen, erwirtschaftet» werden. Die Regierung begrüsst grundsätzlich die Anstrengungen von öffentlichen Unternehmen, selbständig Einnahmen zu generieren.

Es wird darauf hingewiesen, dass aktuell weniger als 20% der LIEmobil Busse eine Vollbeklebung aufweisen. Damit sind mehr als 80% der LIEmobil Busse weiterhin limefarbig.

Zu Frage 2:

Verantwortlich für die Vermarktung der Werbung ist das Vaduzer Medienhaus. LIEmobil erhält aktuell rund CHF 250'000 pro Jahr aus den Werbeeinnahmen.

Zu Frage 3:

Der Vertrag mit dem Vaduzer Medienhaus läuft bis Dezember 2021.

Zu Frage 4:

Es wird auf Frage 1 verwiesen. Aktuell weisen weniger als 20% der Busse eine Vollbeklebung auf. Mehr als 80% der Busse sind nach wie vor limefarbig und entsprechen dem Corporate Design.

Zu Frage 5:

Die Regierung erachtet eine Anpassung der Vorgaben zu den wirtschaftlichen Zielen in der Eignerstrategie aktuell als nicht angezeigt. Des Weiteren wird auf Frage 1 und 4 verwiesen.